



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ “โอกาสและอุปสรรคของการค้าผลไม้ระหว่าง
ไทยและอินโดนีเซีย ภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน”



โดย

รองศาสตราจารย์ นงนุช อังยุริกุล

ดร. รวิσταข์ สุชาโต

คณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พฤษภาคม 2556

“งานวิจัยยังไม่เสร็จสมบูรณ์ โปรดอย่านำไปใช้อ้างอิง”

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ “โอกาสและอุปสรรคของการค้าผลไม้ระหว่างไทยและอินโดนีเซีย
ภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน”

คณะผู้วิจัย

สังกัด

หัวหน้าโครงการ รองศาสตราจารย์นงนุช อังยุริกุล คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

นักวิจัยหลัก ดร. รวิศราห์ สุชาโต

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชุดโครงการ “โอกาสและอุปสรรคของผักและผลไม้ไทยในอาเซียน”

สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)



เรื่อง “โอกาสและอุปสรรคของการค้าผลไม้ระหว่างไทยและอินโดนีเซีย
ภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน”

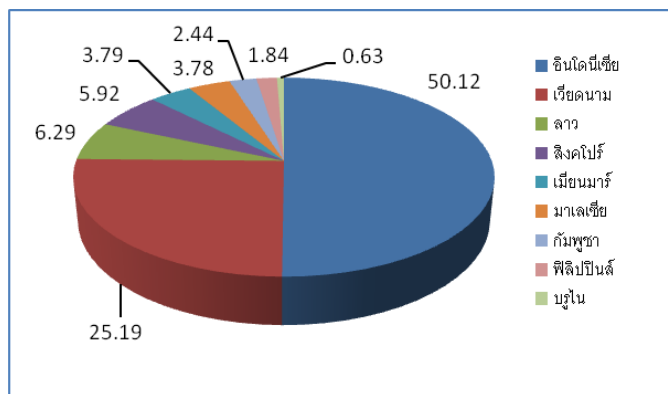


&

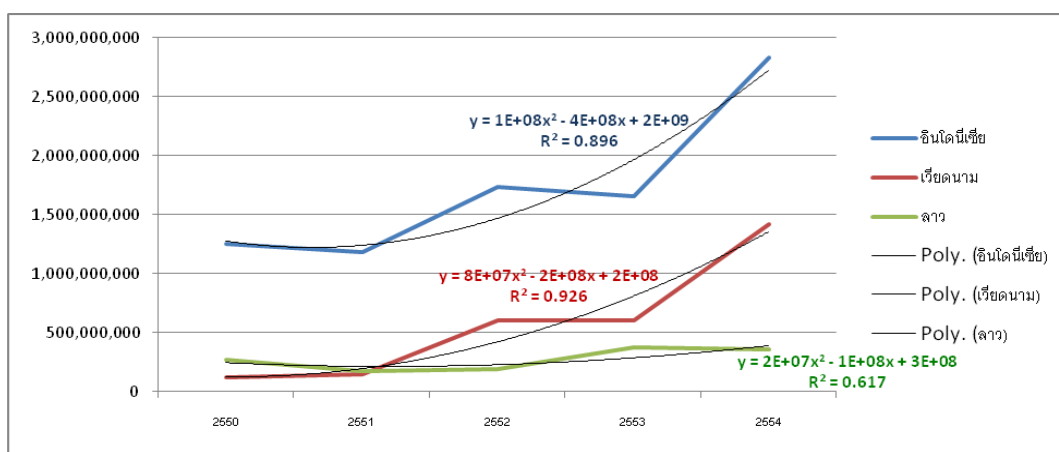
การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโซ่อุปทานผลไม้ส่งออกสำคัญของไทยกับอินโดนีเซีย วิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค คาดการณ์ผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบที่จะมีต่อโซ่อุปทานของผลไม้ และกำหนดแนวทางในการปรับตัวเชิงรุกต่อข้อตกลงประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558 ของผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานของผลไม้ชนิดที่มีความสำคัญในการค้าระหว่างไทยและอินโดนีเซีย ในการวิจัยใช้ข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยข้อมูลปฐมภูมิล้วนมาจากผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานทั้งระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ รวมทั้งผู้เกี่ยวข้องที่เป็นฝ่ายสนับสนุนการดำเนินงานของโซ่อุปทาน ตลอดจนทำการสำรวจข้อมูลที่อินโดนีเซีย ณ กรุงจาการ์ตาจากผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ ชุมชนพาณิชย์ไทยประจำประเทศอินโดนีเซีย ผู้นำเข้าและส่งออกผลไม้ชาวอินโดนีเซียที่ผู้ค้าคนไทยแนะนำ ให้ฝ่ายจัดซื้อผลไม้ของซูเปอร์มาร์เก็ต/การค้าแบบสมัยใหม่ (Modern trade) ผู้ค้าส่งในตลาดค้าส่งร้านขายผลไม้/ผู้ค้าปลีก เป็นต้น ส่วนการวิเคราะห์ใช้เชิงพรรณนา ประกอบสถิติอย่างง่าย ตามแนวคิดต่างๆ ได้แก่ โซ่อุปทาน แนวคิดการวิเคราะห์ด้วย OT Analysis (Opportunities and Threats Analysis) แนวคิดแบบจำลองเพชร (Porter's Diamond Model)

ผลการศึกษาด้านสถานการณ์ทางการค้าไม้ผลในกลุ่มประเทศ AEC พบว่า การส่งออกไม้ผลของไทยไปประเทศในกลุ่ม AEC ตามพิกัด HS จากข้อมูลกรมศุลกากร หมวด 8 ผลไม้สดและทำให้แห้ง พบว่า มีประเทศคู่ค้าสำคัญแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มตามมุมมองส่วนแบ่งตลาด คือ กลุ่มที่ 1 มีการส่งออกในกลุ่มประเทศนี้มากเป็นอย่างยิ่ง คือ อินโดนีเซีย รองลงมา คือ เวียดนาม กลุ่มที่ 2 มีการส่งออกในกลุ่มประเทศนี้น้อย คือ ลาว และสิงคโปร์ และกลุ่มที่ 3 ส่งออกไปกลุ่มประเทศนี้น้อยมาก คือ เมียนมาร์ มาเลเซีย กัมพูชา ฟิลิปปินส์ และบรูไน ในช่วงปี 2550 – 2554 การส่งออกของไทยไปประเทศในกลุ่ม AEC มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 19.31 ประเทศในกลุ่ม AEC ที่น่าสนใจมาก คือ

อินโดนีเซีย และเวียดนาม ซึ่งมีแนวโน้มมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น (ภาพที่ 1 และ 2) ซึ่งอินโดนีเซียมีอัตราการเติบโตร้อยละ 31.43 นอกจากนี้ที่น่าจับตามอง ได้แก่ ลาว ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และมาเลเซีย โดยมีอัตราการโตที่ร้อยละ 13.93, 12.62, 9.87 และ 7.32 ตามลำดับ ด้านการนำเข้าของไทยจากประเทศในกลุ่ม AEC ในช่วงปี 2550-2554 มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 309.44 (ไม่รวมกรณีการนำเข้าจากสิงคโปร์) โดยมีประเทศที่น่าสนใจ คือ อินโดนีเซีย และเวียดนาม ซึ่งมีแนวโน้มมูลค่าการนำเข้าจากประเทศดังกล่าวเพิ่มขึ้น



ภาพที่ 1 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยไปประเทศในกลุ่ม AEC



ภาพที่ 2 แนวโน้มมูลค่าการส่งออกผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยไปยังกลุ่มประเทศ AEC จำแนกตามรายประเทศ 3 อันดับแรก

ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของอินโดนีเซีย พบว่า ประเทศสาธารณรัฐอินโดนีเซีย มีพื้นที่ที่เป็นแผ่นดินทั้งหมด 2,027,087 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วยเกาะจำนวน 17,508 เกาะ แบ่งพื้นที่เป็น 4 ส่วน คือ หมู่เกาะซุนดาใหญ่ หมู่เกาะซุนดาน้อย หมู่เกาะมาลุก และอีเรียนจายา โดยมีเมืองใหญ่ 8 เมืองหลัก (ภาพที่ 3) ได้แก่ จาการ์ตา (Jakarta) สุราบายา (Surabaya) ยอกยาคาร์ตา (Yogyakarta) เมดาน (Medan) เรียว (Riau) แจมบี (Jambi) ปาเลมบัง (Palembang) และเดนปาซาร์ (Denpasar) มีจำนวนประชากร 248,216,193 คน (ณ เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2555) กว่าร้อยละ 60 อาศัยอยู่ที่เกาะชวา

เป็นประชากรในภาคการเกษตรร้อยละ 38.3 มีอัตราเติบโตที่แท้จริงของ GDP ร้อยละ 6.4 (ค่า ณ ปี 2554) และมีรายได้ต่อหัวประชากร (GDP per Capita) ประมาณ 4,700 ดอลลาร์สหรัฐ มีประชาชนที่มีฐานะคืออยู่ประมาณร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด ที่มีกำลังซื้อสูงมาก มีความต้องการสินค้า โดยเฉพาะสินค้าทุนและสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งสินค้าไทยที่มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดอินโดนีเซีย คือ สินค้าอาหารทุกประเภท โดยเฉพาะผลไม้ไทย เช่น ทุเรียน ลำไย ลิ้นจี่ มะม่วง ส้มโอ ฝรั่ง และชมพู



ภาพที่ 3 แผนที่ตั้งประเทศสาธารณรัฐอินโดนีเซีย

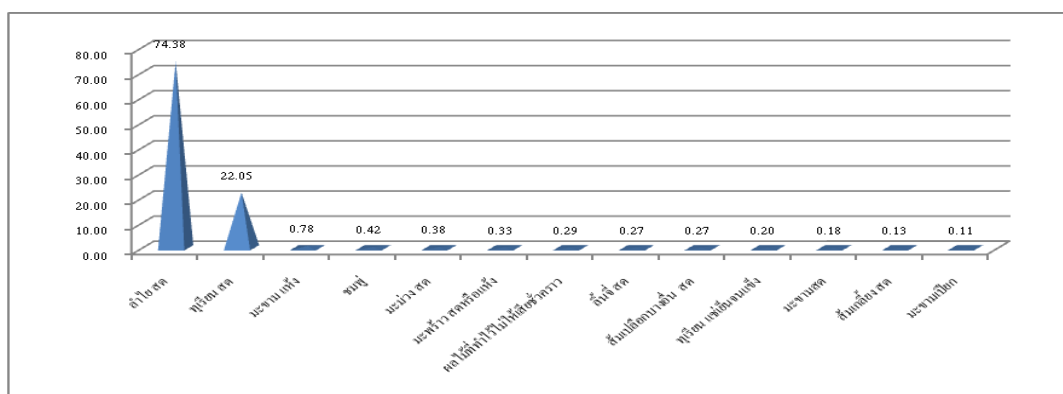
หมายเหตุ : ★ เมืองหลักสำคัญของประเทศ

ที่มา : สำนักการเกษตรต่างประเทศ สำนักงานกระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2554.

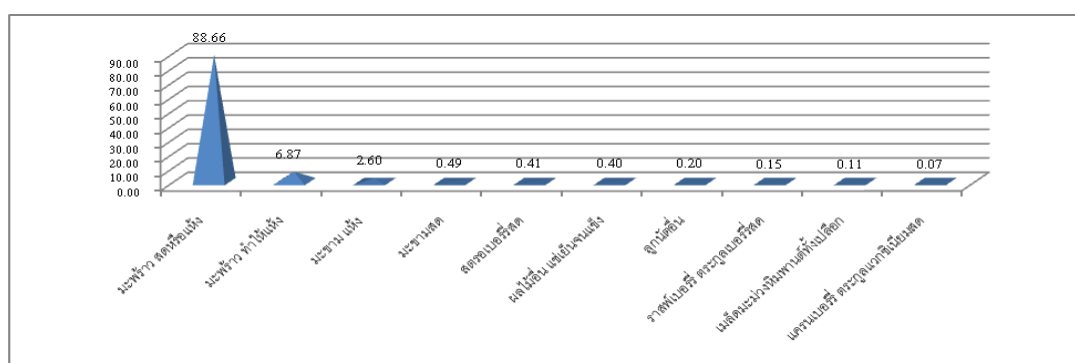
เนื่องจากสภาพภูมิประเทศของอินโดนีเซียได้ชื่อว่าเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางธรรมชาติ ปรชาณาธิปไตย บัมบัง ยุโธโยโน จึงได้ประกาศยุทธศาสตร์ “เลี้ยงอินโดนีเซีย – จากนั้นเลี้ยงโลก” เพื่อให้ประเทศกลายเป็น “ศูนย์กลางอาหารของโลก” โดยต้องการให้มีการผลักดันการพัฒนาที่ดินจำนวนมากในเขตพื้นที่ชนบททางไกลของประเทศให้กลายเป็นแหล่งผลิตพืชผลทางการเกษตร และมีข้อมูลด้านกฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ที่มีผลต่อการค้าของอินโดนีเซียที่ควรทราบ ได้แก่ (1) กฎระเบียบทางการค้าของอินโดนีเซีย เกี่ยวกับการขออนุญาตนำเข้าผลไม้ และผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตร (2) กฎระเบียบกระทรวงการค้าสาธารณรัฐอินโดนีเซีย เลขที่ 30/M-DAG/PER/5/2012 เรื่อง บทบัญญัติทั่วไปในการนำเข้าผลิตภัณฑ์จากพืชพฤษภาศาสตร์ (3) ความตกลงการค้าสินค้าของอาเซียน (อาทิก้า) (4) กฎกระทรวงเกษตรฉบับที่ 88/2011 ว่าด้วย Food Safety Control over the Import and Fresh Food of Plant Origin – FPPO (5) กฎกระทรวงเกษตรฉบับที่

42/2012 ว่าด้วย Plant Quarantine Measures for Importation of Fresh Fruits and Fresh Fruit Vegetables into the Territory of the Republic of Indonesia (6) กฎกระทรวงเกษตรฉบับที่ 43/2012 ว่าด้วย Plant Quarantine Measures for Importation of Fresh Vegetable Bulbs into the Territory of the Republic of Indonesia (7) กฎกระทรวงเกษตรฉบับที่ 60/Permentan/OT. 140/9/2012 ว่าด้วยการนำเข้าพืชสวน ทั้งนี้ ในการดำเนินการค้ากับอินโดนีเซีย พบว่า มีปัญหาและอุปสรรคในการค้า ได้แก่ การกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อกีดกันทางการค้า ระบบราชการมีความซับซ้อน ยุ่งยาก และหลายขั้นตอน กระบวนการในหลายเรื่องไม่มีความชัดเจนและโปร่งใส ข้อมูลทางการค้าและข้อมูลทางการตลาดหายาก และไม่ทันสมัย และการแข่งขันในตลาดอินโดนีเซียสูงขึ้น โดยเฉพาะสินค้าที่มาจากจีน เวียดนาม และอินเดีย

ชนิดของผลไม้ที่ทำการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลำไย ทุเรียน มะพร้าว และมะขาม เนื่องจากลำไยและทุเรียนเป็นผลไม้ส่งออกจากไทยสู่อินโดนีเซียที่มีปริมาณและมูลค่าสูงที่สุดตลอดระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (ภาพที่ 4) ส่วนมะพร้าวและมะขามเป็นผลไม้ที่ไทยมีมูลค่าการนำเข้าจากอินโดนีเซียสูงที่สุดในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมาเช่นกัน (ภาพที่ 5) การค้าผลไม้เป้าหมายแต่ละชนิดของไทยกับอินโดนีเซีย สรุปได้ดังนี้

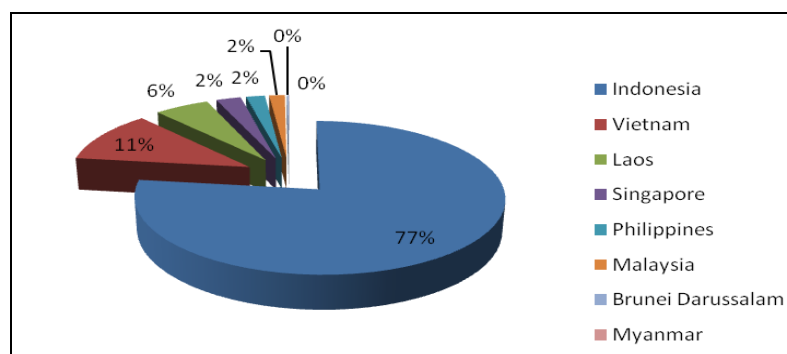


ภาพที่ 4 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยไปยังอินโดนีเซีย 13 อันดับแรก



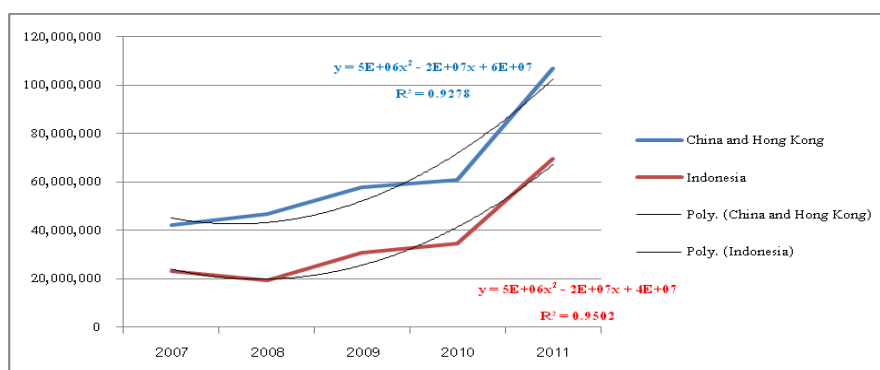
ภาพที่ 5 สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยจากอินโดนีเซีย 10 อันดับแรก

1. ตลาดการค้าลำไยระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย พบว่า ตั้งแต่ปี 2552 ถึง 2554 อินโดนีเซียมีปริมาณมูลค่าการนำเข้าลำไยสดจากไทยมากที่สุด (ภาพที่ 6) โดยในปี 2554 อินโดนีเซียมีสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าลำไยสดมากถึงร้อยละ 98.91 จากเวียดนามและจีนร้อยละ 1.06 และ 0.03 ตามลำดับ ใช้อุปทานลำไยที่ส่งออกไปอินโดนีเซีย พบว่าต้นน้ำโดยมากจะมาจากภาคเหนือของไทย เนื่องจากลำไยที่ผลิตในภาคตะวันออกมีต้นทุนสูงกว่า ในระดับกลางน้ำ พบว่ามีล้งคนจีนเข้ามารวบรวมลำไยแข่งกับล้งของคนไทยโดยใช้วิธีเหมาสวน/จองสวน การค้าที่ปลายน้ำกับอินโดนีเซีย พบว่าเป็นการค้าแบบขายขาด โดยผู้ซื้อทางอินโดนีเซียจะเสนอราคาและปริมาณที่ต้องการมาให้กับผู้ส่งออกไทยก่อน เมื่อการเจรจาเป็นที่ตกลงกันได้ ก็จะดำเนินการต่อไป



ภาพที่ 6 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกลำไยของไทยไปประเทศในกลุ่ม AEC ปี 2554

ลักษณะตลาดผู้บริโภคลำไยของอินโดนีเซีย พบว่า เป็นตลาดที่บริโภคลำไยเกรดรองจากจีน เน้นสินค้าที่มีราคาถูกกว่า มีรสชาติหวานและคุณภาพดี ซึ่งตลาดอินโดนีเซียมีความต้องการและชื่นชอบการบริโภคลำไยจากไทยอย่างต่อเนื่องเป็นจำนวนมากและมีแนวโน้มสูงขึ้น (ภาพที่ 7) การค้าลำไยกับอินโดนีเซีย สามารถทำได้เกือบทั้งปี ไทยสามารถส่งออกลำไยในฤดูกาลได้มากในช่วงเดือนพฤษภาคม-กันยายน มีคู่แข่งในช่วงฤดูกาล คือ เวียดนาม แต่คุณภาพยังสู้ไทยไม่ได้ เพราะเนื้อบางและเมล็ดใหญ่ ส่วนในช่วงเดือนกรกฎาคม-เมษายน และตุลาคม - ธันวาคม เป็นลำไยนอกฤดูที่ไทยสามารถส่งออกได้

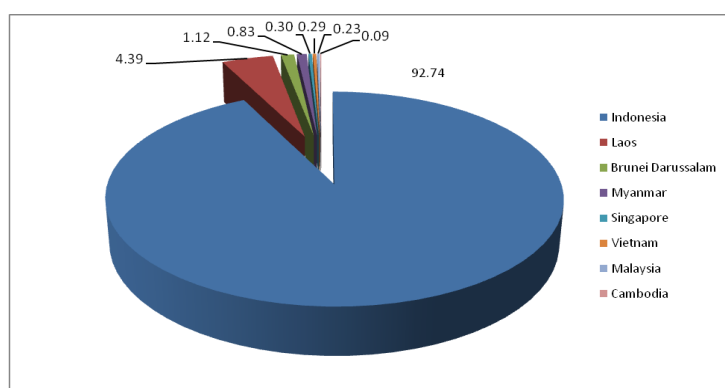


ภาพที่ 7 แนวโน้มมูลค่าการส่งออกลำไยของไทยไปประเทศคู่ค้า 2 อันดับแรก

นอกจากนี้ พบว่า อินโดนีเซียปลูกลำไยได้เองที่ตอนกลางของจาวา (เกาะชวา) ซึ่งการขนส่งมาขายยังกรุงจาการ์ราค่อนข้างลำบากและต้นทุนสูง แหล่งผลิตลำไยที่จาวาตอนกลาง ให้ผลที่มีขนาดเล็กมาก รสหวาน ช่วงเก็บเกี่ยวนาน 2-3 สัปดาห์เก็บผลผลิตหมด ผลสดมีอายุอยู่ได้ 1-2 วัน ยังขาดองค์ความรู้ได้กรรมเพื่อยืดอายุผลลำไยสด

โอกาสการค้าลำไยระหว่างไทยและอินโดนีเซีย พบว่า ไทยมีพื้นที่ปลูกลำไยกระจายเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และอินโดนีเซียเป็นตลาดใหญ่ของไทย เป็นตลาดที่รองรับลำไยเกรดรอง ส่วนอุปสรรค คือ ปริมาณการตกค้างของสารฆ่าเชื้อโรคที่ใช้ในการมัลไย ผลผลิตไม่แน่นอนในแต่ละปี บางส่วนคุณภาพไม่ได้มาตรฐานส่งออก ขาดแคลนแรงงานในการเก็บเกี่ยว มี GAP ไม่ครบทุกสวน และประเทศที่สามารถผลิตลำไยได้และเป็นคู่แข่งของไทย คือ อินโดนีเซีย เวียดนาม จีน และไต้หวัน และพบว่าอินโดนีเซียเองภายใน 3 ปี การพัฒนาการผลิตลำไยในประเทศจะปรากฏผลกระทบที่ชัดเจนขึ้นต่อตลาดส่งออกของไทย ส่วนผลกระทบเชิงบวกที่มีต่อโซ่อุปทานการค้าลำไยระหว่างไทยและอินโดนีเซีย คือ การผลิตจะได้ผลักดันให้มีการทำ GAP อย่างเป็นทางการและทั่วถึงในทุกพื้นที่ ส่วนผลกระทบเชิงลบ คือ มีความยุ่งยากในการส่งออกมากขึ้นจากกฎระเบียบที่อินโดนีเซียกำหนด

2. ตลาดการค้าทุเรียนระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย พบว่า ตั้งแต่ปี 2552 ถึง 2554 อินโดนีเซียมีปริมาณมูลค่าการนำเข้าทุเรียนสดจากไทยมากที่สุด (ภาพที่ 8) โดยในปี 2554 มีสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าทุเรียนสดจากไทยถึงร้อยละ 98.59 รองลงมาจากมาเลเซียร้อยละ 1.14 โซ่อุปทานต้นน้ำ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีประสบการณ์มานานและทำเป็นอาชีพหลัก จึงมีทักษะ และความชำนาญสูง แต่พบว่ามีเกษตรกรบางรายที่ไม่มีจริยธรรมในการค้า ก่อให้เกิดปัญหาที่ส่งผลต่อโซ่อุปทานทุเรียนโดยรวม เช่น การขายทุเรียนไม่มีคุณภาพ มีสารตกค้าง ใช้สารเร่งความสุกในทุเรียนอ่อน และไม่สนใจในการทำใบรับรอง GAP ที่จำเป็นต้องมีในการส่งออก ส่วนโซ่อุปทานกลางน้ำมีการแข่งขันสูงในระหว่างผู้รับซื้อจากการที่มีผู้รับซื้อคนจีนเข้ามามากขึ้น และวิธีการค้าในระดับปลายน้ำ ที่ไทยส่งไปขายในอินโดนีเซีย มี 2 รูปแบบ คือ การค้าแบบขายขาด และแบบฝากขาย คาดว่าแนวโน้มของการใช้วิธีแบบฝากขายจะมีมากขึ้น

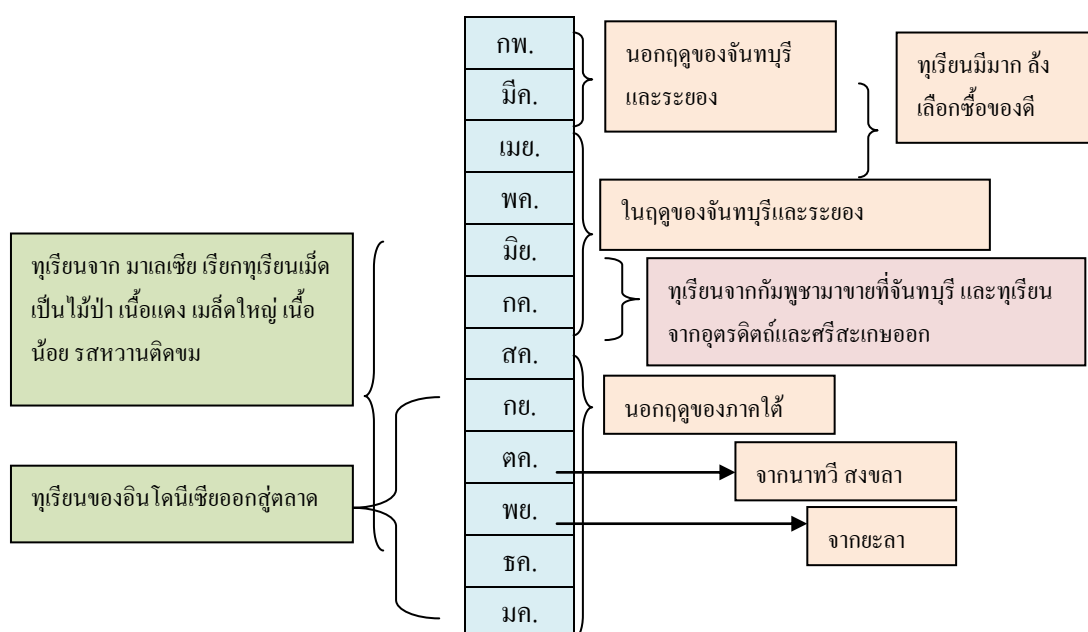


ภาพที่ 8 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกทุเรียนสดของไทยไปประเทศในกลุ่ม AEC ปี 2554

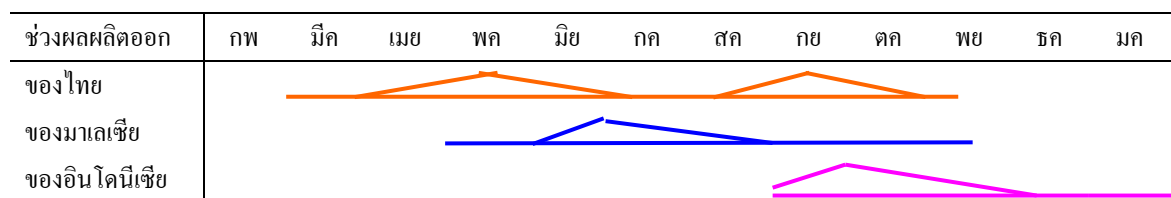
ลักษณะตลาดผู้บริโภคของอินโดนีเซีย พบว่า ผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียนิยมทุเรียนไทย และยอมรับว่ามีรสชาติดีและมีคุณภาพ แม้ว่าจะเป็นทุเรียนเกรดรองในส่วนที่จีนไม่ต้องการซื้อ เพราะ ผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียต้องการซื้อทุเรียนราคาถูก อย่างไรก็ตาม ในช่วงฤดูที่ผลผลิตทุเรียนพื้นเมืองในอินโดนีเซียออกสู่ตลาด ภาครัฐของอินโดนีเซียจะออกมาตรการที่มีผลต่อการกีดกันสินค้าทุเรียนที่นำเข้ามาจากไทย เพื่อเปิดพื้นที่ให้กับทุเรียนที่ผลิตได้ภายในประเทศ

ลักษณะสินค้าที่ต้องการของตลาดอินโดนีเซีย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นพันธุ์หมอนทอง และพันธุ์อื่นๆ ประมาณสัดส่วนที่ 80:20 พันธุ์อื่นๆ ได้แก่ ะนี ก้านยาว พวงมณี และกระดุม คนอินโดนีเซียชอบทุเรียนผลทรงกลม เนื้อสีเหลืองทอง หวาน หวาน และนุ่ม ทุเรียนส่งออกจึงต้องเก็บเกี่ยวที่ความสุกประมาณ 75-80% โดยต้องคำนวณช่วงเวลาทั้งหมดในการค้าทุเรียนเพื่อให้ทุเรียนไปสุกพอดี (ไม่เป็นทุเรียนที่ยังดิบอยู่ หรือสุกจนเกินไป เนื้อเละ) ที่เมืองท่าของผู้นำเข้าในอินโดนีเซียนั้นคือ ครอบคลุมเวลาการเดินทาง 7 วัน การจัดการนำเข้า 2-3 วัน และเวลาในการขาย 10-12 วัน

คู่แข่งในการค้า มีผู้คาดว่ากัมพูชาอาจสามารถแข่งขันได้ในอนาคตประมาณ 4 ปี และอินโดนีเซียมีการส่งเสริมการผลิตทุเรียนมากขึ้นและมีทุเรียนหมอนทองมีวางขายในตลาดมากขึ้นแล้ว อย่างไรก็ตาม แหล่งผลผลิตทุเรียนตามฤดูกาลเก็บเกี่ยวของไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และกัมพูชา ที่เข้าสู่ตลาด มักเป็นช่วงที่ไทยมีผลผลิตน้อย ซึ่งเป็นผลผลิตที่ส่วนใหญ่ส่งขายตลาดจีนที่มีความต้องการสูงมาก (ภาพที่ 9 และ 10) อินโดนีเซียมีผลผลิตทุเรียนออกมากในช่วงเดือนกันยายน-ธันวาคม มาเลเซียในช่วงเดือนมิถุนายน-พฤศจิกายน กัมพูชาในช่วงเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม ในระยะเวลาสั้นๆและมีส่งขายเข้ามาในไทย และเวียดนามนับว่าเป็นประเทศที่ต้องมีการจับตามองต่อไปในเรื่องของการผลิตทุเรียนสู่ตลาด AEC ต่อไปในอนาคต

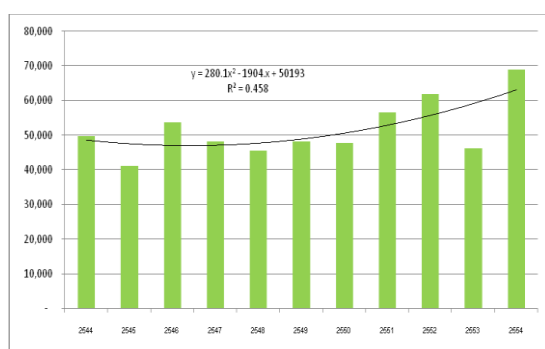


ภาพที่ 9 ช่วงเวลาการเก็บเกี่ยวผลผลิตและการจัดหาแหล่งทุเรียนเพื่อการส่งออก

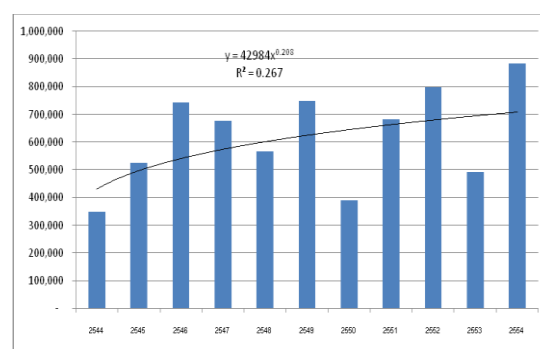


ภาพที่ 10 ช่วงเก็บเกี่ยวผลผลิตทุเรียนออกสู่ตลาด ของไทย มาเลเซียและอินโดนีเซีย

นอกจากนี้ จากการไปรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับทุเรียน ที่อินโดนีเซียของทีมวิจัย มีข้อมูลที่ น่าสนใจที่ควรทราบ ได้แก่ ปัญหาการกำหนดโควตาการนำเข้า ปัญหาไทยส่งออกทุเรียนอ่อน อนาคต การผลิตทุเรียนเองของอินโดนีเซีย ประมาณการได้ว่าใน 4 ปีข้างหน้าอุปทานในประเทศจะสามารถ สนองตอบอุปสงค์ทุเรียนของชาวอินโดนีเซียได้เอง โดยอาศัยแหล่งปลูกที่ จาวา บาห์ลิสะวันตักและ ตะวันออก ลำปุง สุมาตรา เมดาน(สุมาตราตอนเหนือ) และกะลิมันตัง ทั้งนี้ การผลิตทุเรียนของ อินโดนีเซีย มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ทั้งพื้นที่เพาะปลูกและปริมาณผลผลิตที่เก็บเกี่ยวได้ (ภาพที่ 11 และ 12) นอกจากนี้รัฐบาลอินโดนีเซียมีการส่งเสริมการผลิตทุเรียน จากการสำรวจตลาดที่เมืองจาการ์ต้า เมื่อ วันที่ 18-20 มีนาคม 2556 เป็นช่วงที่ทุเรียนไทยไม่สามารถนำเข้าไปวางขายได้ เพราะติดเงื่อนไข โควตาการนำเข้า ขึ้นวางขายทุเรียนไทยว่างเปล่า ตลาดนำเข้าเสนอแต่ทุเรียนที่ผลิตได้ในประเทศ ส่วน ใหญ่ คือ พันธุ์หมอนทองที่ผลิตได้เองในอินโดนีเซีย แต่ผู้บริโภทยังบอกว่าคิดถึงทุเรียนหมอนทอง ของไทย ทว่าถ้าไม่มีมาขายก็ไม่ใช่ไร ปรับตัวได้กับทุเรียนที่มีขายอยู่ได้ กล่าวได้ว่าปัญหาใหญ่ของ ทุเรียนไทย คือ การเผชิญกับการปรับตัวของผู้บริโภค หากผู้บริโภคยอมรับทุเรียนที่ผลิตได้เองใน ประเทศ บวกกับการส่งเสริม/รณรงค์การบริโภคสินค้าที่ผลิตได้เองในประเทศ



ภาพที่ 11 แนวโน้มพื้นที่ปลูกทุเรียนในอินโดนีเซีย ปี 2544-2554

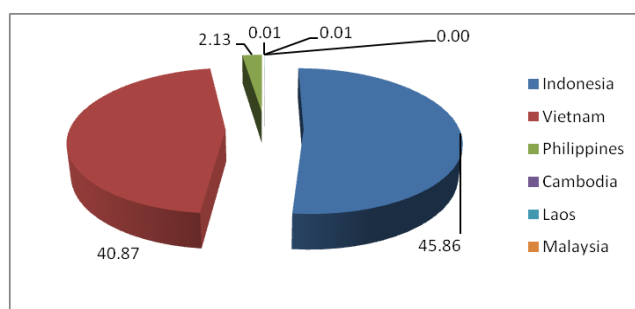


ภาพที่ 12 แนวโน้มผลผลิตทุเรียนในอินโดนีเซีย ปี 2544-2554

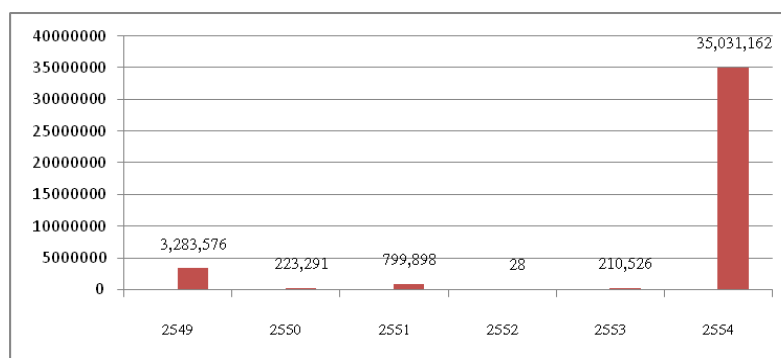
โอกาสทางการค้าของไทย พบว่า ผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียชื่นชอบทุเรียนของไทยมาก และไทยยังเป็นผู้ครองส่วนแบ่งตลาดทุเรียนรายใหญ่แต่ผู้เดียวในตลาดอินโดนีเซีย และทุเรียนที่ขาย ในอินโดนีเซียมีราคาที่ดีพอสมควร ถึงแม้จะเป็นเกรดรองจากจีน ส่วนอุปสรรค คือ ข้อจำกัดทางด้าน ธรรมชาติมีผลต่อการขยายการผลิต ทำให้เกิดความยากต่อการประมาณการอุปทาน และ ช่วงเวลาที่ผลผลิตจะออกสู่ตลาดจึงมีความคลาดเคลื่อนค่อนข้างมาก อีกทั้งยังมีความอ่อนไหวทางด้าน

สภาพอากาศที่ส่งผลต่อคุณภาพทุเรียน ข้อจำกัดในการขนส่งเพราะอายุการเก็บรักษาจำกัด และนโยบายของรัฐบาลอินโดนีเซีย เป็นอุปสรรคของการส่งออกทุเรียนไทย ส่วนผลกระทบเชิงบวก ได้แก่ การผลิตในฟาร์ม/สวนไม้ผลจะได้รับความใส่ใจในการผลักดันให้มีการทำ GAP อย่างเป็นทางการและทั่วถึงในทุกพื้นที่มากขึ้น และเกิดการสร้างสายโซ่อุปทานที่มีความแข็งแกร่ง ส่วนผลกระทบเชิงลบ ได้แก่ การขยายตัวของล้งจีนที่ไม่สามารถควบคุมให้มีจริยธรรมทางการค้าได้

3. ตลาดการค้ามะพร้าวระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย พบว่า ในปี 2554 อินโดนีเซียมีมูลค่าการส่งออกมะพร้าวเข้าสู่ไทย 1,945,736 ดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 1.81 ของมูลค่าการส่งออกมะพร้าวทั้งหมดของอินโดนีเซีย (ภาพที่ 13) ลักษณะตลาดของไทย พบว่า ตลาดมะพร้าวของไทยส่วนใหญ่เป็นตลาดมะพร้าวแก่ ความต้องการในประเทศมีสูงมากเพื่อใช้ในการบริโภคตามการค้าในตลาดสด และเพื่อการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กะทิสำเร็จรูป และสกัดเป็นน้ำมันมะพร้าว ซึ่งในปัจจุบันอุปทานมะพร้าวภายในประเทศมีไม่เพียงพอต่ออุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์มะพร้าว หรือถ้าราคาภายในประเทศสูงกว่าราคานำเข้า ตลาดมะพร้าวของไทยจึงเป็นตลาดผู้นำเข้ามะพร้าวมาเป็นวัตถุดิบ ส่วนตลาดส่งออกมีทั้งในรูปแบบมะพร้าวทั้งผลและผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้กรณีส่งออกทั้งผลมีความไม่แน่นอนขึ้นกับปริมาณอุปทานภายในประเทศ ราคา และความต้องการใช้ภายในประเทศ (ภาพที่ 14)



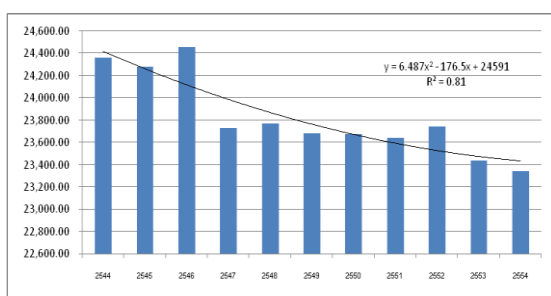
ภาพที่ 13 สัดส่วนมูลค่าการนำเข้ามะพร้าว ถั่วบราซิล และเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ของไทยจากประเทศในกลุ่ม AEC ปี 2554



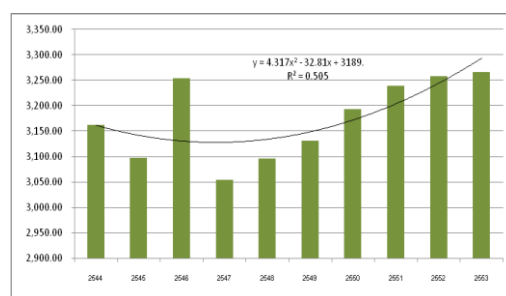
ภาพที่ 14 แนวโน้มมูลค่าการนำเข้ามะพร้าว ถั่วบราซิล และเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ของไทยจากอินโดนีเซีย ปี 2549 - 2554 (หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐ)

ต้นน้ำของโซอุปทานมะพร้าวแก่ พบว่ามาจาก 2 แหล่ง คือ การผลิตเองในประเทศ และการนำเข้าทั้งจากประเทศในกลุ่ม AEC ได้แก่ อินโดนีเซีย เวียดนาม และฟิลิปปินส์ และนอกกลุ่ม AEC คือ จากอินเดีย มีทั้งการนำเข้าแบบเป็นผลเพื่อใช้ประโยชน์จากเนื้อสด และนำเข้าแบบเนื้อแห้งเพื่อการสกัดทำน้ำมันมะพร้าว ทั้งนี้ปัญหาในระดับต้นน้ำ คือ ผลผลิตมะพร้าวโดยเฉลี่ยต่อไร่ต่ำ ขาดแคลนเงินทุนในการปรับปรุงสวน และขาดอำนาจการต่อรองราคา ปัญหาทางด้านการนำเข้า พบว่าคุณภาพมะพร้าวทั้งผลที่นำเข้าจากอินโดนีเซียค่อนข้างต่ำ การนำเข้ามีความเสียหายค่อนข้างสูง หากกล่าวถึงคุณภาพ มะพร้าวที่นำเข้าจากเวียดนามยังเป็นที่ยอมรับว่ามีคุณภาพดีกว่าของอินโดนีเซีย แต่ทั้งนี้การตัดสินใจนำเข้าจากแหล่งใดจะขึ้นอยู่กับราคา และช่วงเวลาที่ต้องการใช้ ส่วนโซอุปทานกลางน้ำ ผู้รวบรวมจะซื้อมะพร้าวทั้งผลจากสวนมาขายต่อให้พ่อค้าส่งหรือขายให้กับโรงงานแปรรูป และโซอุปทานปลายน้ำ พบว่า ผลจากการดำเนินการของอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการในระดับกลางน้ำ จะส่งผลกระทบต่อระดับปลายน้ำทั้งผลิตภัณฑ์กะทิสำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์น้ำมันมะพร้าว

ข้อมูลพื้นฐานด้านการผลิตมะพร้าวแก่ของอินโดนีเซีย พบว่ามีพื้นที่และสภาพภูมิอากาศเหมาะกับการปลูกมะพร้าว และมีความต้องการบริโภคภายในประเทศสูงมาก แต่การประเมินปริมาณการผลิตมะพร้าวที่แท้จริงของอินโดนีเซียทำได้ยาก จากการประเมินผลผลิตมะพร้าวแก่โดยกระทรวงเกษตรแห่งสหรัฐอเมริกา (USDA) ในปี 2554 อินโดนีเซียมีพื้นที่เก็บเกี่ยว 3.735 ล้านเฮกตาร์ (23.34 ล้านไร่) ขณะที่ปริมาณผลผลิต 3.465 ล้านตัน โดยในช่วงปี 2544-2554 พื้นที่ปลูกมีอัตราลดลงเฉลี่ยร้อยละ 0.42 ต่อปี และผลผลิตรวมเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 0.40 (ภาพที่ 15 และ 16) การใช้ประโยชน์มะพร้าวในอุตสาหกรรมของอินโดนีเซีย พบว่า ส่วนใหญ่เพื่อทำเนื้อมะพร้าวแห้ง (copra) คิดเป็นร้อยละ 43 ของมะพร้าวทั้งหมด ผลผลิตหลัก คือ น้ำมันมะพร้าว อีกร้อยละ 21 ใช้บริโภคโดยตรง ร้อยละ 8 ใช้ทำกะทิสำเร็จรูป และที่เหลือร้อยละ 28 ใช้ในอุตสาหกรรมอาหารอื่นๆ ซึ่งคาดว่า การนำมะพร้าวสดมาใช้จะขยายตัวเพิ่มขึ้นในอีก 1-2 ปีข้างหน้าเพราะการขยายตัวของการผลิตกะทิสำเร็จรูป (instant coconut milk) ของผู้ผลิตรายใหญ่ 2 ราย คือ Palau Sambu และ Cocomas ทำให้เกษตรกรขายมะพร้าวสดให้แก่โรงงานมากขึ้น ส่วนที่จะนำไปทำเนื้อมะพร้าวแห้งจะลดลง



ภาพที่ 15 แนวโน้มพื้นที่ปลูกมะพร้าวของอินโดนีเซีย ปี 2544-2554



ภาพที่ 16 แนวโน้มผลผลิตมะพร้าวของอินโดนีเซียที่เก็บเกี่ยวได้ ปี 2544-2553

โซ่อุปทานกรณีการส่งออกมะพร้าวอ่อนของไทย พบว่า ลักษณะตลาดผู้บริโภคของอินโดนีเซียต้องการเพื่อบริโภคสดและแปรรูปตามเมนูอาหารต่างๆ การรับรู้ของผู้บริโภคกรณีบริโภคสดต้องมะพร้าวอ่อนลูกโตๆ ผิวสวย และเป็นมะพร้าวน้ำหอม ขยายให้ตลาดบนที่มีอำนาจซื้อ ลักษณะของมะพร้าวอ่อนที่ต้องการของตลาดอินโดนีเซีย เป็นมะพร้าวอ่อนน้ำหอมที่ให้เนื้อสองชั้น และน้ำมะพร้าวหอมหวาน ส่งออกในลักษณะผลสด คือ แบบกะลา และแบบทรงเพชร (ภาพที่ 17 และ 18)



ภาพที่ 17 ลักษณะของมะพร้าวอ่อนส่งออก รูปทรงแบบกะลา



ภาพที่ 18 ลักษณะของมะพร้าวอ่อนส่งออก รูปทรงแบบทรงเพชร หรือทรงเจดีย์

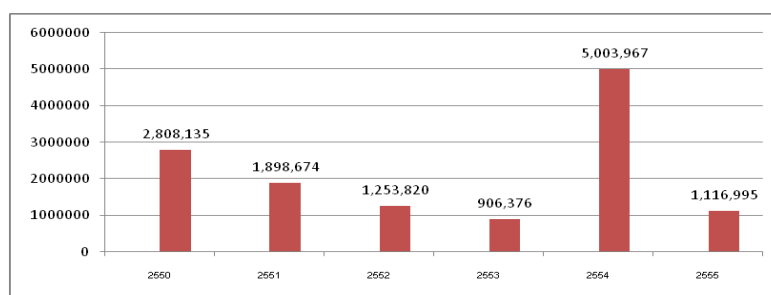
โซ่อุปทานต้นน้ำของมะพร้าวอ่อนไทย มีพื้นที่ปลูกที่เหมาะสมอยู่ในภาคกลาง บริเวณจังหวัดนครปฐม สมุทรสาคร ฉะเชิงเทรา ราชบุรี และสมุทรสงคราม ปัญหาระดับต้นน้ำ คือ ทำการผลิตแบบมีสัญญาล่วงหน้ากับเกษตรกรทำได้ยาก การรวมกลุ่มกันผลิตมีโอกาสค่อนข้างต่ำ และปริมาณผลผลิตมะพร้าวอ่อนจัดการได้ยากมากเพราะการให้ผลผลิตมีความผันผวนสูง โซ่อุปทานกลางน้ำ พบว่า ผู้รวบรวมท้องที่/ท้องถิ่นจะเป็นผู้ติดต่อรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร เนื่องจากมะพร้าวอ่อนสามารถเก็บเกี่ยวได้ตลอดปี และมีระยะเวลาการเก็บเกี่ยวที่แน่นอน ผู้รวบรวมมีตลาดมะพร้าวอ่อนอยู่ 2 ตลาดหลัก คือ ตลาดบริโภคภายในประเทศ กับตลาดส่งออก กรณีตลาดในประเทศจะเป็นมะพร้าวอ่อนอายุผลน้อย ลักษณะเนื้อมะพร้าวจะบางและเป็นวันๆ ส่วนคุณภาพส่งออกต้องเป็นมะพร้าวที่มีลักษณะเนื้อ 2 ชั้น ปัญหาทางการค้าในระดับกลางน้ำ เกิดขึ้นในกรณีที่ผู้รวบรวมและเกษตรกรไม่มีจริยธรรมจะคัดมะพร้าวที่มีอายุผลไม่ถึงตามกำหนดมาขาย และโซ่อุปทานปลายน้ำมีวิธีการซื้อขายแบบขายขาด ทั้งนี้คุณภาพการส่งออกต้องเป็นไปตามมาตรฐาน มก.อช. ตามมาตรฐาน Q ของไทย โดยมีเวียดนาม และฟิลิปปินส์เป็นคู่แข่งมะพร้าวอ่อนของไทย ข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับมะพร้าวอ่อนไทยในตลาดผู้บริโภคที่อินโดนีเซีย พบว่า มะพร้าวอ่อนของไทยมีคุณภาพดี แต่ผู้บริโภคแยกไม่ออกกับของในประเทศ ความต้องการบริโภคมีตลอดปี และช่วงที่มีความต้องการบริโภคสูงซึ่งมีผลต่อการค้าส่ง คือ ช่วงถือบวชของผู้นับถือศาสนาอิสลาม

โอกาสทางการค้ามะพร้าวระหว่างไทยและอินโดนีเซีย พบว่า ตลาดผู้บริโภคในอินโดนีเซียมีขนาดใหญ่ มีผู้บริโภคที่กำลังซื้อจำนวนมาก มีความนิยมและชอบมะพร้าวอ่อนของไทยมาก ถือว่าเป็นสินค้าตลาดบน ส่วนอุปสรรค คือ ปัญหาจากภัยธรรมชาติต่างๆ และอุปสรรคจากการกีดกันทางการค้าของอินโดนีเซีย ส่วนผลกระทบเชิงบวกที่มีต่อโซ่อุปทานการค้ามะพร้าวระหว่าง

ไทยและอินโดนีเซีย กรณีมะพร้าวแก่ คือ ราคาดมะพร้าวแก่ที่เกษตรกรจะได้รับจะสูงขึ้น เนื่องจากความต้องการใช้ในประเทศจากอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์มะพร้าว โดยเฉพาะการผลิตกะทิ กรณีมะพร้าวอ่อน คาดว่าทักษะในการผลิตมะพร้าวอ่อนผลสดของไทย จะทำให้ไทยยังคงมีความได้เปรียบในเชิงการค้าต่อไป ส่วนผลกระทบเชิงลบ ได้แก่ การผลิตน้ำมะพร้าวกระป๋อง ธุรกิจข้ามชาติจะเป็นผู้มีความได้เปรียบในธุรกิจ และการแข่งขันในการจัดหามะพร้าวอ่อนจะสูงขึ้น

4. ตลาดการค้ามะขามระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย พบว่า อินโดนีเซียมีการส่งออกมะขามไปยังประเทศในกลุ่ม AEC ได้แก่ มาเลเซีย สิงคโปร์ ไทย และเวียดนาม โซอุปทานกรณีการส่งออกมะขามหวานของไทย พบว่า โซอุปทานต้นน้ำ ผู้ปลูกมีการกระจายได้ 4 ช่องทาง คือ ขายให้ผู้รวบรวมในท้องถิ่น ขายเหมาสวน ขายส่งให้ผู้ค้าส่งในแหล่งผลิต ห้องเย็น และผู้ค้าส่งต่างจังหวัด และขายปลีกเองทั้งในท้องถิ่น และไปขายตามตลาดนัดในจังหวัดอื่นๆ ปัญหาการผลิต ได้แก่ ปัญหาภัยธรรมชาติทำให้ผลผลิตต่อไร่ต่ำและคุณภาพผลผลิตด้อยลง และด้านต้นทุนการผลิตสูงขึ้น โซอุปทานกลางน้ำ พบว่า ผู้รวบรวมเมื่อรวบรวมแล้วจะขายต่อทั้งภายในจังหวัดที่เป็นแหล่งผลิต และขายให้ผู้ค้าส่งในจังหวัดอื่นๆ ที่รวบรวมผลผลิตได้ ด้วย ซึ่งมีทั้งผู้ค้าจากกรุงเทพ จากภาคต่างๆ ส่วนการซื้อขายมะขามหวานของกิจการห้องเย็นจะซื้อจากผู้ปลูกและผู้รวบรวมในท้องถิ่น มาแช่เย็นเพื่อรอการจำหน่ายโดยการทยอยขาย และการกระจายมะขามหวานในโซอุปทานระดับปลายน้ำ มี 2 ช่องทาง คือ การจัดจำหน่ายภายในประเทศ โดยการขายให้ทุกภูมิภาค และการส่งออก

ลักษณะตลาดผู้บริโภคมะขามหวานของอินโดนีเซีย เป็นตลาดที่เน้นที่ราคาเป็นหลัก ลักษณะสินค้าขายที่ต้องการจะเน้นมะขามหวานคุณภาพ และขายในตลาดบน กรณีการค้าระหว่างไทยและอินโดนีเซีย พบว่า มูลค่าการส่งออกมีความไม่แน่นอน (ภาพที่ 19) ขึ้นอยู่กับความต้องการในแต่ละปี ซึ่งผู้นำเข้าอินโดนีเซีย จะทำการสั่งซื้อเมื่อสินค้าในสต็อกใกล้หมด มะขามหวานเมื่อนำเข้ามาจะถูกกระจายไปที่จุดขาย ได้แก่ ซูเปอร์มาร์เกต ร้านผลไม้ เป็นต้น ตามปริมาณที่แต่ละผู้ค้าต้องการ ทั้งนี้มีข้อมูลที่น่าสนใจ คือ มะขามหวานขายได้เรื่อยๆ ตลอดปี มีหลายตราสินค้า เน้นที่คุณภาพ มีการกระจายวางขายปลีกทั่วไป ทั้งซูเปอร์มาร์เกต และร้านผลไม้ เมื่อสินค้าใกล้หมด ก็จะทำการสั่งซื้อรอบใหม่จากผู้ส่งออกที่ติดต่อกันในลักษณะช่วงยาว (long term)

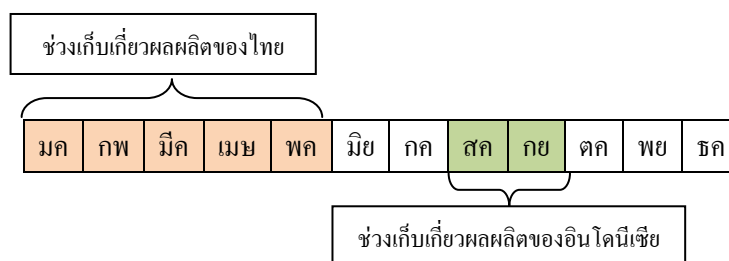


ภาพที่ 19 มูลค่าการส่งออกมะขามหวานจากไทยไปอินโดนีเซีย ปี 2550-2555

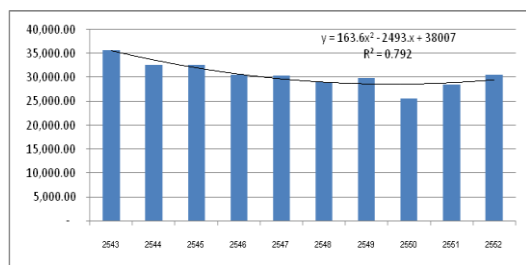
ลักษณะตลาดมะขามเปรี้ยวของไทยและอินโดนีเซีย พบว่า อินโดนีเซียพอใจในคุณภาพมะขามเปรี้ยวของไทย เพราะมีคุณภาพดีกว่า แต่ราคาของอินโดนีเซียต่ำกว่ามาก จึงทำให้การนำเข้าจะนำเข้าเฉพาะช่วงที่ผลผลิตในประเทศมีไม่เพียงพอ อินโดนีเซียจึงเป็นตลาดทางเลือกของผู้ซื้อ ที่ต้องการมะขามเนื้อเมล็ด สีสวย คุณภาพเนื้อแห้งและสะอาดไม่มีสิ่งเจือปน ซึ่งอินโดนีเซียสามารถเลือกที่จะซื้อจากมาเลเซีย เมียนมาร์ อินเดีย ฟิลิปปินส์ เป็นต้น ด้วยเหตุผลในทำนองเดียวกัน ตลาดมะขามเปรี้ยวนำเข้าของไทยจากอินโดนีเซีย จะซื้อเมื่อผลผลิตในประเทศมีน้อยและราคาสูง ซึ่งไทยจะนำเข้าจากอินโดนีเซีย ลาว หรือเมียนมาร์ ขึ้นอยู่กับราคาแหล่งใดถูกกว่า

โซอุปทานต้นน้ำของมะขามเปรี้ยว พบว่า มาจากผลผลิตในประเทศ และการนำเข้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะจากประเทศเพื่อนบ้านเมื่อราคาในประเทศสูง มะขามเปรี้ยวส่วนมากในไทยไม่มีการปลูกยกไร่ แต่เป็นการปลูกตามหัวไร่ปลายนา เป็นต้นมะขามเก่าแก่ ผลผลิตมีให้เก็บเกี่ยวในช่วงเดือนมกราคม ไปถึงพฤษภาคม เกษตรกรมีอาชีพหลักอื่นอยู่ หากมีผู้รวบรวมมาส่งสินค้าก็จะระดมแรงงานมาเก็บ/แกะฝักมะขาม จึงไม่อยู่ในข่ายที่จะขอ GAP ได้ และพบว่า มีเกษตรกรบางรายไม่ซื้อสัตว์มีการปลอมปน เช่น ยัดไส้ด้วยสิ่งเจือปนต่างๆ ทั้งเมล็ดมะขาม เศษไม้ และอื่นๆ ส่วนโซอุปทานกลางน้ำ พบว่า ผู้รวบรวมรายย่อยในแหล่งผลิตและพ่อค้าชาจร รับซื้อมะขามเปรี้ยวเพื่อนำไปขายต่อให้แก่ผู้รวบรวมรายใหญ่ในจังหวัด มีทั้งที่มีและไม่มีห้องเย็นเป็นของตนเอง ปัญหาที่พบ คือ ปัญหาการปลอมปนเพื่อให้ได้น้ำหนักอีกทั้งเป็นการลดลงต้นทุนสินค้าต่อหน่วยที่ซื้อลง และมีการจัดการที่ไม่สะอาด ทั้งในระดับการจัดการหลังเก็บเกี่ยวระดับไร่นาและที่ห้องเย็น/ผู้รวบรวม และโซอุปทานปลายน้ำ กรณีไทยส่งออก วิธีการค้าจากไทยไปอินโดนีเซียเป็นลักษณะขายขาด โดยทางอินโดนีเซียจะติดต่อผู้ส่งออกไทยเพื่อถามราคา เมื่อเสนอราคาไปแล้วจะมีการต่อรองราคากัน เมื่อได้ราคาเป็นที่พอใจทางผู้นำเข้าจะระบุปริมาณที่ต้องการ และให้ผู้ส่งออกของไทยส่งสินค้าไปให้

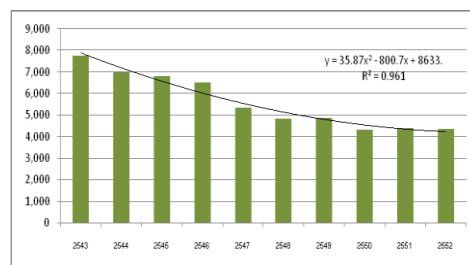
คู่แข่งกรณีการค้ากับอินโดนีเซีย พบว่าที่ควรพิจารณาก็คือ อินโดนีเซียเอง การซื้อจากไทยจะดำเนินการเฉพาะช่วงที่สินค้าในประเทศมีไม่พอในสต็อก อย่างไรก็ตามช่วงเก็บเกี่ยวผลผลิตในฤดูกาลของไทยและอินโดนีเซียอยู่คนละช่วงเวลากัน (ภาพที่ 20) ซึ่งช่วงที่ไทยเก็บเกี่ยวผลผลิตเป็นช่วงที่มะขามเปรี้ยวในสต็อกห้องเย็นของอินโดนีเซียลดลงด้วย ทั้งนี้พื้นที่ปลูกมะขามของอินโดนีเซียปี 2552 มีประมาณ 30,668.75 ไร่ (ประมาณ 4,907 เฮกเตอร์) และผลผลิตรวม 4,343 ตัน ในช่วงปี 2543-2552 พื้นที่ปลูก และผลผลิตรวมมีอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 1.42 และ 6.04 ตามลำดับ (ภาพที่ 21 และ 22) แต่ทว่าแนวโน้มการส่งออกกลับพบว่ามูลค่ามีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น แต่ปริมาณส่งออกลดลง ในขณะที่การนำเข้ามีความไม่แน่นอนสูงมาก (ภาพที่ 23 และ 24)



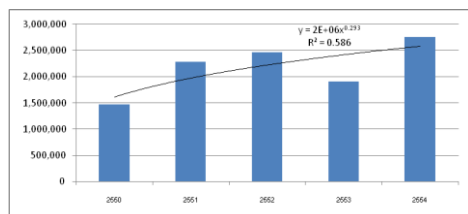
ภาพที่ 20 ช่วงเวลาการเก็บเกี่ยวมะขามเปรี้ยวของไทยและอินโดนีเซีย



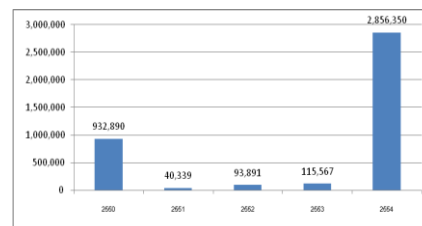
ภาพที่ 21 แนวโน้มพื้นที่ปลูกมะขามในอินโดนีเซีย ปี 2543-2552



ภาพที่ 22 แนวโน้มผลผลิตมะขามในอินโดนีเซีย ปี 2543-2552



ภาพที่ 23 แนวโน้มมูลค่าการส่งออกมะขามรหัส 0813402000 ของอินโดนีเซีย ปี 2550-2554

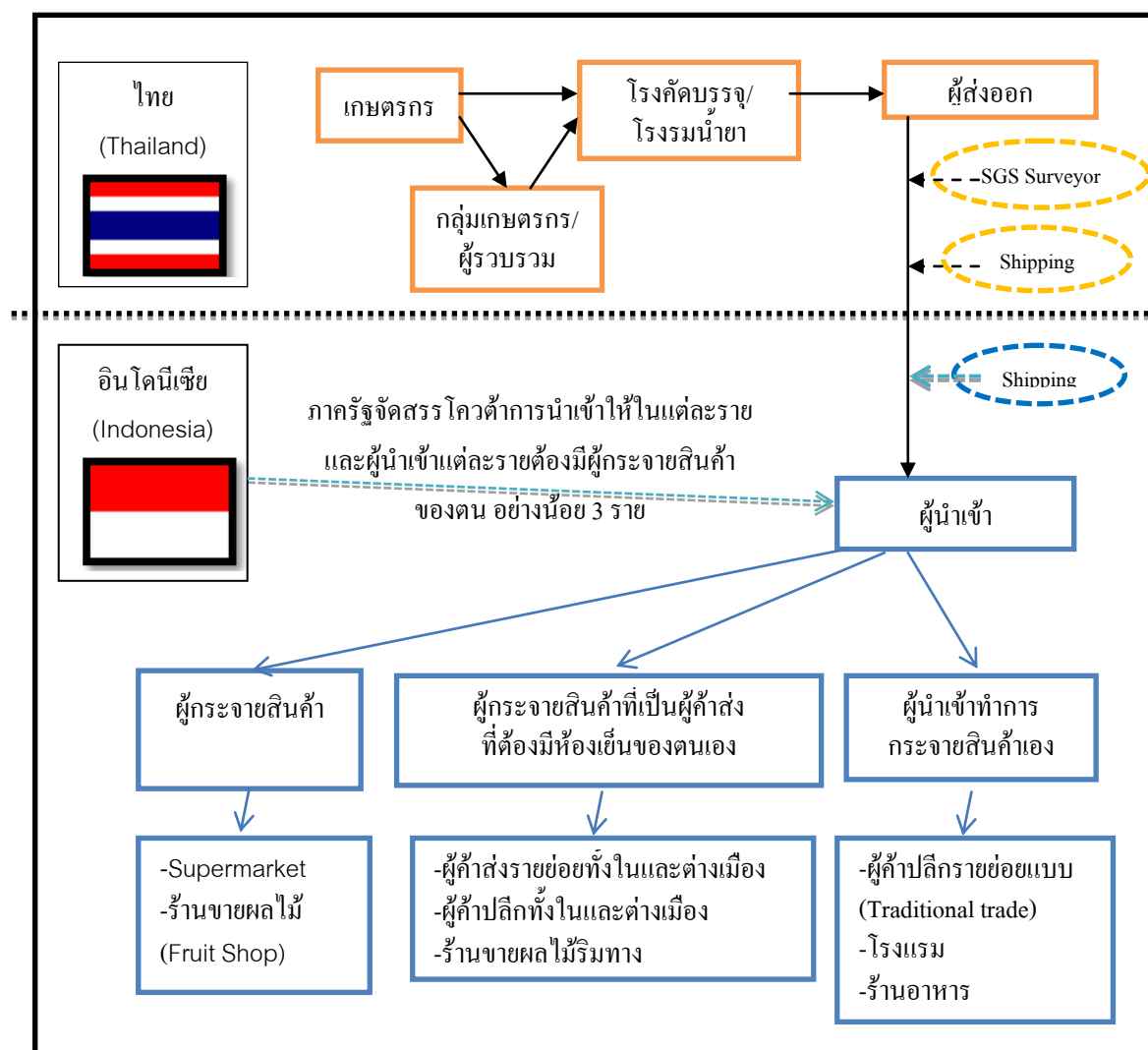


ภาพที่ 24 แนวโน้มมูลค่าการนำเข้ามะขามรหัส 0813402000 ของอินโดนีเซีย ปี 2550-2554

โอกาสการค้ามะขามระหว่างไทยและอินโดนีเซีย กรณีมะขามหวานเป็นสินค้าที่มีความต้องการบริโภคตลอดปีของตลาดอินโดนีเซีย คุณภาพและรสชาติเป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภค กรณีมะขามเปรี้ยวมีโอกาสที่ดีจากความพร้อมด้านอุปทานจากลักษณะธรรมชาติ ส่วนอุปสรรคทางการค้าของไทย พบว่า ผู้บริโภคอินโดนีเซียยังบริโภคมะขามหวานจากไทยไม่มาก ราคาของไทยสูง และมะขามเปรี้ยวไม่มีการปลูกทดแทน ดังนั้นการทำ GAP ทำได้ยาก ส่วนผลกระทบเชิงบวกที่มีต่อผู้ประกอบการค้ามะขามระหว่างไทยและอินโดนีเซีย พบว่า จะทำให้ภาครัฐตระหนัก ถึงการจัดทำ GAP ให้กับเกษตรกร มากขึ้น ส่วนผลกระทบเชิงลบ พบการปลอมปนมะขามเปรี้ยวคุณภาพสูงของไทย ด้วยมะขามเปรี้ยวคุณภาพต่ำจากการนำเข้า และมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีของรัฐบาลอินโดนีเซียต่อไป

ผลการศึกษาด้านภาพรวมของโซ่อุปทานลำไยและทุเรียนสดจากประเทศไทยสู่อินโดนีเซีย (ภาพที่ 25) เริ่มตั้งแต่เกษตรกรผู้ปลูก ไปสู่ผู้รวบรวม โรงคัดบรรจุ/โรงรม ผู้ส่งออกของไทย ผู้นำเข้าในประเทศอินโดนีเซีย ช่องทางกระจายสินค้าต่างๆ จนถึงผู้บริโภค พบว่า ในระดับต้นน้ำมีการแข่งขัน

ในการรวบรวมผลไม้สูงมาก เมื่อคาดการณ์ผลกระทบจากการเข้ามาของผู้รวบรวมชาวจีน ซึ่งทำให้รูปแบบการรวบรวมทุเรียนและลำไยเปลี่ยนไปเป็นแบบเหมายกสวนก่อนที่จะมีผลผลิต ส่งผลให้เกษตรกรเน้นไปที่ปริมาณผลผลิตที่จะได้มากกว่าการรักษาคุณภาพของผลผลิต ปัญหาที่พบในโซ่อุปทานระดับกลางน้ำ คือ ความไม่มีจริยธรรมทางการค้าของผู้รวบรวม ต่อการซื้อเหมาสวน และโรงคัดบรรจุที่มีการปนส่วนที่ด้อยคุณภาพลงไปด้วย ซึ่งจะทำให้เกิดความสูญเสียต่อชื่อเสียงของผลไม้ไทยโดยรวม ปัญหาที่พบในโซ่อุปทานระดับปลายน้ำด้านผู้ส่งออกไทย คือ ผู้ส่งออกจากต้องเตรียมใบ RIPH (Regulation on Import of Horticulture Product) ให้แก่ผู้นำเข้า นอกจากนี้ก่อนทำการส่งออกนั้นผู้ส่งออกยังต้องขอใบรับรองสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชจากบริษัทที่เป็นตัวแทนที่ได้รับกรมอบหมายมาจากอินโดนีเซีย ที่มีเพียงบริษัทเดียวเท่านั้น คือ บริษัท SGS (Thailand) จำกัด จึงอาจทำให้เกิดความล่าช้าในการตรวจสอบสินค้าและออกใบรับรองได้ทัน หากมีการส่งออกพร้อมกันหลายรายหรือผู้ส่งออกที่อยู่ห่างกัน



ภาพที่ 25 โซ่อุปทานผลไม้จากประเทศไทยสู่ประเทศอินโดนีเซีย : กรณีลำไยและทุเรียน

ด้านผู้นำเข้าต้องขึ้นทะเบียนกับรัฐบาลอินโดนีเซียมิฉะนั้นจะไม่มีสิทธินำเข้าสินค้าได้ สำหรับผู้นำเข้าที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนกับรัฐบาลจะให้บริษัทผู้ส่งสินค้าต่อ (Forwarder/Consignee) ที่ได้ทำการขึ้นทะเบียนเป็นผู้นำเข้ากับทางรัฐบาลไว้ทำการนำเข้าแทน นอกจากนี้ทางรัฐบาลของอินโดนีเซียได้กำหนดให้ผู้นำเข้าต้องมีการขายสินค้าให้แก่ผู้กระจายสินค้า (distributor) ที่มีโกดังเก็บสินค้าอย่างน้อย 3 ราย ซึ่งผู้นำเข้าบางรายจะเปิดบริษัทลูกเพื่อทำหน้าที่เป็นผู้กระจายสินค้าเอง หากผู้นำเข้าสามารถกระจายสินค้าได้เองโดยไม่ต้องผ่านผู้กระจายสินค้าในกรณีที่ยกให้แก่พ่อค้าในตลาดค้าส่ง ร้านค้าขนาดเล็กแบบดั้งเดิม (Traditional trade) โรงแรม และร้านอาหาร แต่หากผู้นำเข้าต้องการจะกระจายผลไม้มายังตลาดร้านค้าสมัยใหม่ (Modern trade) เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าเฉพาะสำหรับผักและผลไม้ (Fruit shop) นั้น ผู้นำเข้าจำเป็นต้องขายผ่านผู้กระจายสินค้าเท่านั้นซึ่งทำให้ต้นทุนทางการตลาดสูงกว่าจะกระจายสินค้าให้แก่ร้านค้าแบบดั้งเดิม ทั้งนี้เพื่อเป็นการปกป้องและสร้างความสามารถในการแข่งขันสำหรับร้านค้าแบบดั้งเดิม ปัญหาที่พบในระดับปลายน้ำ คือนโยบายจำกัดปริมาณการนำเข้าผลไม้จากต่างประเทศโดยการกำหนดโควตา

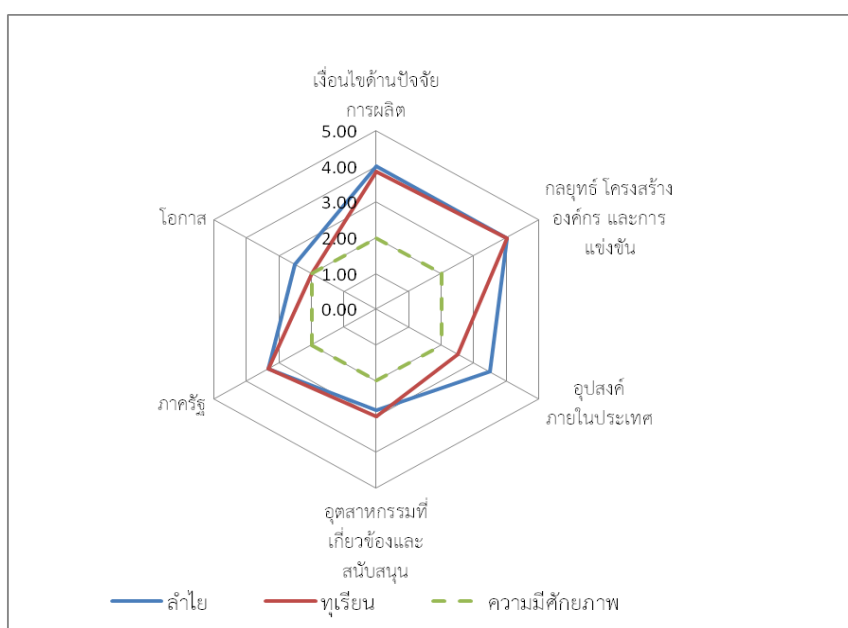
ตลาดผลไม้สำคัญของอินโดนีเซีย กล่าวได้ว่า มีอยู่ 5 แหล่ง คือ ตลาดที่เกาะจาวา มีขนาดตลาดใหญ่ที่สุดประมาณร้อยละ 70 ของตลาดผลไม้ทั้งหมด รองลงมาคือ ที่สุมาตรา ประมาณร้อยละ 15 ที่กาลิมันตัน สุราบายา และอีเรียนจาฮา ประมาณที่ร้อยละ 5 ที่เท่ากัน แต่อย่างไรก็ตามการค้าระหว่างเกาะทำได้ยาก เนื่องจากปัญหาการจัดการขนส่งและมีค่าขนส่งสูง ประกอบกับลักษณะความชื้นชอบมีความแตกต่างกันด้วย เช่นในกรณีทุเรียน บางตลาดไม่ชอบทุเรียนติดรสขม เป็นต้น ผู้ประกอบการทางการตลาดประเภทต่างๆ ของอินโดนีเซีย ที่ควรทราบและเข้าใจในวิธีการค้า ได้แก่ ผู้นำเข้า ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีกทั้งการค้าแบบสมัยใหม่ และร้านผลไม้ (Fruit shop) ตลอดจนการค้าปลีกรายย่อยที่เป็นโรงแรมและร้านอาหาร และร้านค้าปลีกขนาดเล็ก แบบดั้งเดิม (Traditional Trade) ซึ่งรวมไปถึงร้านผลไม้ข้างทาง/ริมถนน

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของผลไม้ไทยเพื่อการส่งออกป้อนอินโดนีเซียนั้นอยู่ภายใต้กรอบของแบบจำลองเพชร (Diamond model) ซึ่งจะวิเคราะห์ในรูปของเชิงปริมาณโดยพิจารณาคะแนนสำหรับแต่ละปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพของอุตสาหกรรมการส่งออกไม้ผลของไทยสู่อินโดนีเซีย โดยจะพิจารณาศักยภาพของลำไยและทุเรียนซึ่งเป็นผลไม้ส่งออกที่สำคัญ จากการวิเคราะห์พบว่า ทั้งลำไยและทุเรียนมีศักยภาพในการส่งออกป้อนอินโดนีเซียอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดี โดยลำไยมีศักยภาพเหนือกว่าทุเรียนเล็กน้อย ซึ่งพิจารณาได้จากคะแนนเฉลี่ยของศักยภาพลำไยอยู่ 3.25 ในขณะที่คะแนนศักยภาพของทุเรียนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.00 (จาก 5 คะแนน) เมื่อพิจารณาศักยภาพปัจจัยหลักซึ่งประกอบด้วย 1) เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต 2) กลยุทธ์ โครงสร้างองค์กร และการแข่งขัน 3) อุปสงค์ภายในประเทศ และ 4) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่าศักยภาพในปัจจัยหลักของลำไยและทุเรียนอยู่ในเกณฑ์ที่

ค่อนข้างดี โดยลำไยมีศักยภาพสูงกว่าทุเรียนเล็กน้อย ที่ 3.58 และ 3.34 คะแนน ตามลำดับ แต่เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยสนับสนุนซึ่งประกอบด้วย 1) ภาครัฐ และ 2) โอกาส พบว่า มีศักยภาพอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง โดยลำไยมีศักยภาพสูงกว่าทุเรียนเล็กน้อยที่ 2.92 และ 2.67 คะแนน สำหรับลำไยและทุเรียนตามลำดับ จุดที่ต้องมีการดำเนินการเพื่อเพิ่มศักยภาพของลำไยและทุเรียนอย่างเร่งด่วน คือ โอกาส และ รองลงมา คือ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ซึ่งทั้งลำไยและทุเรียนมีศักยภาพเพียงปานกลางสำหรับสองปัจจัยนี้ (ตารางที่ 1 และภาพที่ 26)

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของลำไยและทุเรียนของไทยเพื่อการส่งออกไปอินโดนีเซีย ตามแบบจำลองเพชร

ปัจจัย	คะแนน	
	ลำไย	ทุเรียน
ปัจจัยหลัก		
1) เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต	4.00	3.86
2) กลยุทธ์ โครงสร้างองค์กร และการแข่งขัน	4.00	4.00
3) อุปสงค์ภายในประเทศ	3.50	2.50
4) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.83	3.00
คะแนนเฉลี่ยปัจจัยหลัก	3.58	3.34
ปัจจัยสนับสนุน		
5) ภาครัฐ	3.33	3.33
6) โอกาส	2.50	2.00
คะแนนเฉลี่ยปัจจัยสนับสนุน	2.92	2.67
เฉลี่ยรวม	3.25	3.00



ภาพที่ 26 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของลำไยและทุเรียนของไทยเพื่อการส่งออกไปอินโดนีเซีย ตามแบบจำลองเพชร

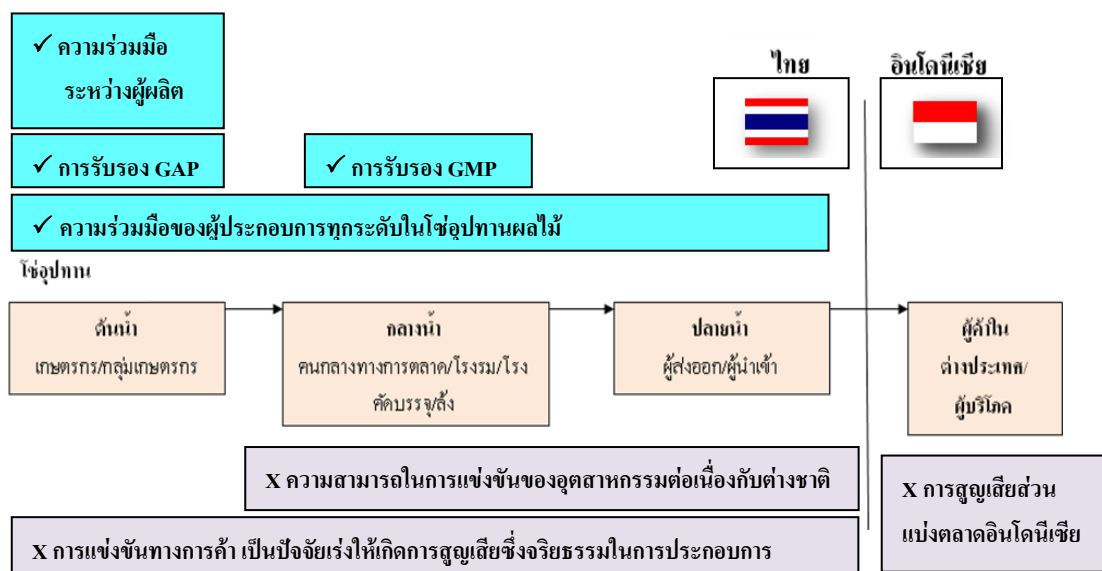
ผลการประเมินผลค่าคะแนนโอกาสทางการค้าของไทยกับอินโดนีเซีย โดยใช้แนวคิด OT Analysis (Opportunities and treat analysis) พบว่า มีค่าคะแนนโอกาส เท่ากับ 3.03 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน แปลผลได้ว่าโอกาสทางการค้าของไทยกับอินโดนีเซียอยู่ในระดับปานกลาง หากคิดเป็นค่าร้อยละจะเท่ากับร้อยละ 60.60 เท่านั้น โดยมีปัจจัยชี้ความสำเร็จ (Key Success Factor: KSF) ทางการค้า 4 อันดับแรก คือ ข้อตกลงทางการค้า นโยบายของรัฐ ภาวะเศรษฐกิจ และผู้บริโภค มีค่าน้ำหนักปัจจัยที่ร้อยละ 32.00, 15.33, 13.33 และ 10.00 ตามลำดับ นอกจากนี้ปัจจัยย่อยที่วิเคราะห์ทั้งหมด 20 ปัจจัย พบว่า ปัจจัยย่อย 8 อันดับแรก ที่เป็นปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่ควรพิจารณาสามารถแบ่งตามระดับโอกาสทางการค้าได้เป็น 3 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 มีระดับโอกาสทางการค้าอยู่ในระดับ สูง ได้แก่ ปัจจัย Brand/ชื่อเสียงไม้ผลไทย และอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของอินโดนีเซีย

กลุ่มที่ 2 มีระดับโอกาสทางการค้าอยู่ในระดับ ปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยนโยบายการส่งเสริมการผลิตในระดับต้นน้ำ ค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ การยอมรับเทคโนโลยีในระดับต้นน้ำ/ การจัดการหลังเก็บเกี่ยว และการร่วมมือในระหว่างผู้ผลิตระดับต้นน้ำโซ่อุปทาน

กลุ่มที่ 3 มีระดับโอกาสทางการค้าอยู่ในระดับ ต่ำ ได้แก่ ปัจจัยกฎ ระเบียบ ข้อบังคับของประเทศอินโดนีเซีย และนโยบายส่งเสริมด้านเงินทุนภาคการเกษตร

ผลการวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อโซ่อุปทานผลไม้เป้าหมายโดยภาพรวม (ภาพที่ 27) ในกรอบการค้าระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ได้แก่ การส่งออกลำไย ทุเรียน มะพร้าวอ่อน มะขามหวาน และมะขามเปรี้ยว และการนำเข้ามะพร้าวแก่ และมะขามเปรี้ยว พบว่า ผลกระทบเชิงบวกในระดับต้นน้ำอธิบายได้ว่าผู้ปลูกไม้ผลจะต้องมีความร่วมมือระหว่างผู้ผลิต เป็นกลุ่ม ชมรมผู้ปลูก วิชาหกิจชุมชน เครือข่าย หรือสถาบันเกษตรกร และมีการรับรอง GAP สำหรับสินค้าเกษตรส่งออก ผลกระทบในระดับกลางน้ำในกรณีของผลไม้บางชนิด ได้แก่ ลำไย มะพร้าวอ่อน มะขามหวานและมะขามเปรี้ยว ที่ต้องมีการแปรรูป จะต้องปรับตัวให้เข้าสู่มาตรฐาน GMP เพื่อการส่งออก และในความเชื่อมโยงการค้าดำเนินงานของโซ่อุปทาน พบว่า การดำเนินงานต่อไปในอนาคตต้องการความร่วมมือของผู้ประกอบการทุกระดับในโซ่อุปทานผลไม้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดการ ใน 2 ทิศทาง คือ กรณีการเคลื่อนไหวจากต่างประเทศเข้าสู่ในประเทศ และกรณีการเคลื่อนไหวจากภายในประเทศ ผู้ส่งออกจะทำหน้าที่เชื่อมโยงข้อมูลด้านอุปทานภายในประเทศ ประสานกับข้อมูลและกิจกรรมจากความต้องการซื้อ และลักษณะสินค้าที่ต้องการจากต่างประเทศ ทำให้เกิดการวางแผนได้สอดคล้องตลอดสายโซ่อุปทาน

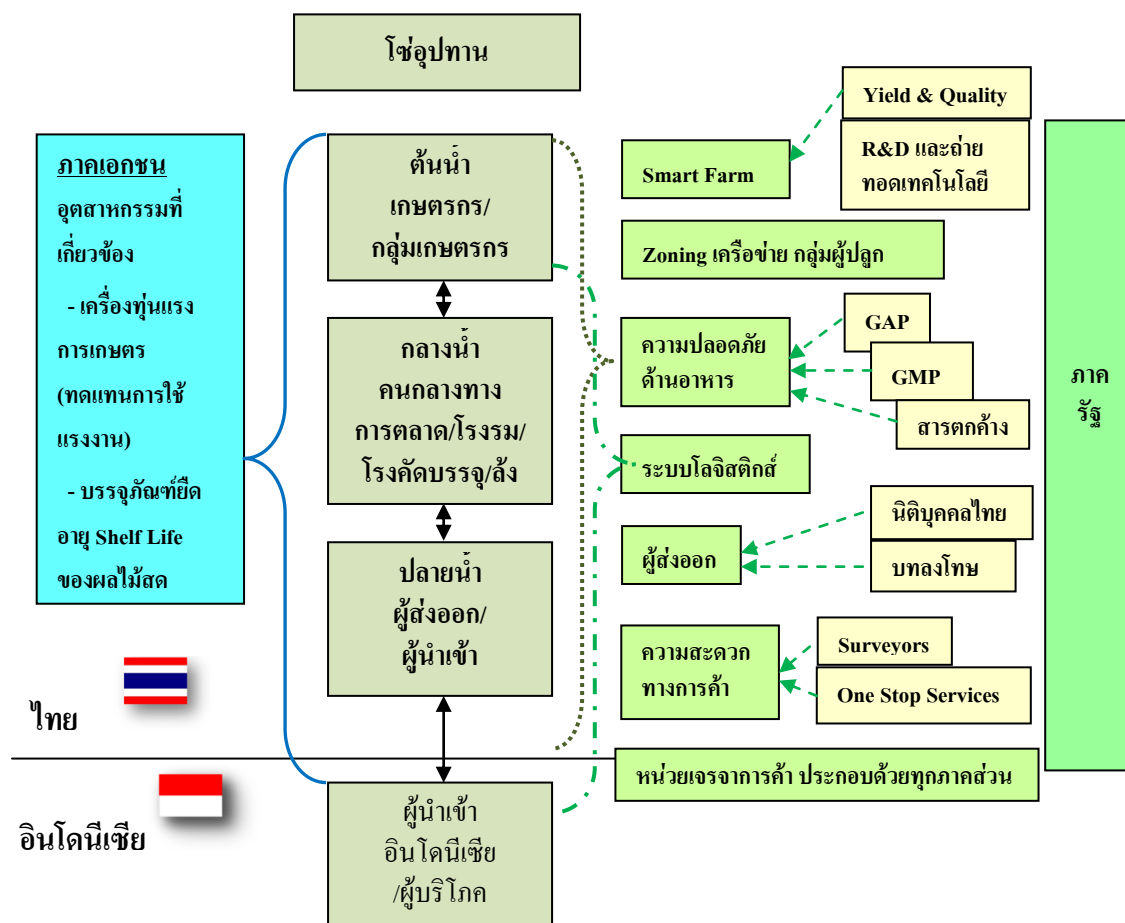


ภาพที่ 27 ผลกระทบที่มีต่อโซ่อุปทานของผลไม้ ในการค้าของไทยกับอินโดนีเซีย

หมายเหตุ ☒ หมายถึง ผลกระทบเชิงบวก
☐ X หมายถึง ผลกระทบเชิงลบ

ส่วนผลกระทบเชิงลบ พบในระดับกลางน้ำว่าอุตสาหกรรมต่อเนื่องจะต้องแข่งขันทางการค้ากับผู้ประกอบการต่างชาตินานาชาติ และในระดับปลายน้ำ พบว่า การแข่งขันทางการค้า เป็นปัจจัยเร่งให้เกิดการสูญเสียซึ่งจริยธรรมในการประกอบการ นอกจากนี้ยังมีผลกระทบเชิงลบในการสูญเสียส่วนแบ่งตลาดอินโดนีเซีย อันเกิดจากเงื่อนไขทางกฎ ระเบียบ ข้อบังคับของรัฐบาลอินโดนีเซีย ในลักษณะที่เป็นการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี และเกิดจากการแข่งขันทางการค้าของประเทศในกลุ่ม AEC ด้วยตนเอง ในการขยายตัวของการผลิตและการค้าสินค้าเกษตรประเภทเดียวกัน เช่น กรณีลำไย มีการขยายตัวในการผลิตที่เวียดนาม กัมพูชา อีกทั้งเงินกำลังขยายพื้นที่การผลิตลำไยที่เมียนมาร์ กรณีทุเรียนจากการแข่งขันกับมาเลเซีย กัมพูชา เวียดนาม กรณีมะขามจากการแข่งขันกับลาว กัมพูชา เมียนมาร์

แนวทางในการปรับตัวเชิงรุกของผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน ซึ่งผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานจึงต้องประกอบด้วย 3 กลุ่มทำงานสัมพันธ์กัน คือ ผู้ประกอบการธุรกิจในโซ่อุปทานระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ภาคเอกชนผู้สนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจในโซ่อุปทาน และภาครัฐผู้สนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจในโซ่อุปทาน โดยมีแนวทางปรับตัว ดังนี้ (ภาพที่ 28)



ภาพที่ 28 ภาพรวมของแนวทางการปรับตัวเชิงรุกภายใต้ AEC ของผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน

1. แนวทางในการปรับตัวเชิงรุกของผู้ประกอบธุรกิจโซ่อุปทาน ระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจในทุกระดับมีการปรับตัวเชิงรุกเพื่อการส่งออกมาโดยตลอด แต่การค้าภายใต้การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558 จะต้องมีการปรับตัวเชิงรุกที่สำคัญยิ่ง คือ การมีจริยธรรมทางธุรกิจ เพื่อให้กลไกทางการตลาดมีความเข้มแข็งในการขับเคลื่อน และเป็นการร่วมกันตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำในการรักษา Brand ชื่อเสียงผลไม้ของไทย ให้คงอยู่เป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันระดับประเทศ

2. แนวทางในการปรับตัวเชิงรุกของภาคเอกชน พบว่า ภาคเอกชนมีความสามารถในการแข่งขันและมีศักยภาพสูงในการปรับตัวเชิงรุกด้วยตนเอง ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงตามพลวัตด้านการค้าของโลก อย่างไรก็ตาม ควรมีการปรับตัวเชิงรุกที่สำคัญ 2 ประการ คือ การพัฒนาและค้นคว้าด้านเครื่องทุนแรงการเกษตรสำหรับสวนไม้ผล เพื่อทดแทนการใช้แรงงาน และการพัฒนาค้นคว้าด้านบรรจุภัณฑ์ เพื่อยืดอายุผลไม้สดในระหว่างการขนส่ง และรอการขาย

3 แนวทางในการปรับตัวเชิงรุกของภาครัฐ พบว่า ภาครัฐต้องมีบทบาทมากที่สุดใน การทำให้อุตสาหกรรมไม้ผลของไทยมีความสามารถในการแข่งขัน มีกลไกทางการตลาดไม้ผลที่มี ประสิทธิภาพ และทำให้ Brand ไม้ผลของไทยมีชื่อเสียงอย่างยั่งยืนในตลาดโลก จึงควรมีการปรับตัว เชิงรุกที่สำคัญ 7 ประการ คือ

3.1) การสนับสนุนให้ชาวสวนไม้ผลทำฟาร์มอัจฉริยะ (Smart farm) โดยเฉพาะ ชาวสวนรายใหญ่ โดยมีแนวทางเชิงรุก 2 ประเด็น คือ ก.ทำให้ได้ผลผลิตต่อไร่สูงขึ้น เป็นผลผลิตที่มี คุณภาพในระดับส่งออก และมีความเข้าใจถึงลักษณะของสินค้าผลไม้นั้นในความต้องการของตลาด ทั้งตลาดส่งออก และตลาดภายในประเทศ โดยเฉพาะตลาดบน และตลาดการค้าสมัยใหม่ (Modern trade) ข.ทำการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีด้านการผลิต (Production technology) เทคโนโลยีก่อนการ เก็บเกี่ยว (Pre-harvest technology) และเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว (Post-harvest technology) พร้อม ทั้งทำการถ่ายทอดเทคโนโลยี และติดตามประเมินผลการใช้เทคโนโลยีอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

3.2) การจัดกลุ่มพื้นที่ (Zoning) ที่มีความเหมาะสมในการผลิตไม้ผล เพื่อจัดตั้ง อำนาจความสะดวกในการผลิตและการค้าลงในพื้นที่ดังกล่าว นอกจากนี้ยังต้องดำเนินการให้ผู้ผลิต ในกลุ่มพื้นที่นั้นๆ สร้างความเป็นเครือข่าย หรือ กลุ่มผู้ปลูก เพื่อให้เกิดการวางแผนการผลิตและ การตลาดร่วมกัน เสมือนหนึ่งการจัดการการผลิตบนพื้นที่ขนาดใหญ่ ทำให้เกิดความประหยัดต่อ ขนาดในการผลิตได้ อันเป็นการสร้างอำนาจทางการตลาด

3.3) การผลักดันอย่างจริงจังและต่อเนื่องให้เกิดความปลอดภัยด้านอาหาร ซึ่ง ต้องดำเนินการให้ได้ตลอดโซ่อุปทานในการส่งออกผลไม้นั้น จึงควรดำเนินการอย่างจริงจังด้าน GAP, GMP และสารเคมีตกค้าง อย่างไรก็ตามในกรณี GAP กรมวิชาการเกษตรต้องมีการดำเนินงาน อย่างจริงจังและเข้มงวดมากขึ้น หากกำลังคนไม่เพียงพอที่จะดำเนินการได้ ควรพิจารณาได้ภาคเอกชน เข้ามาดำเนินการ ภายใต้การควบคุมและกำกับของกรมวิชาการเกษตร

3.4) การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินการ และมีต้นทุนโลจิสติกส์ที่ต่ำลง ทั้งนี้การพัฒนาคควรครอบคลุมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า (Trade facilitation) และทรัพยากรมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับงานโลจิสติกส์

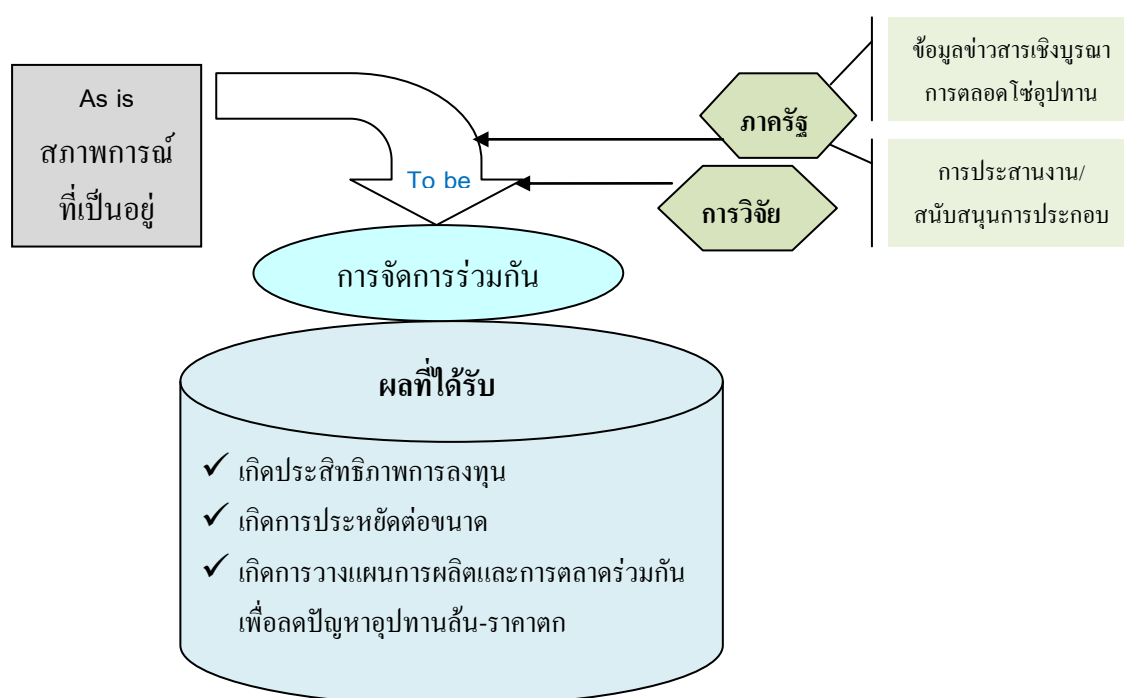
3.5) การกำหนดมาตรการที่มีผลต่อผู้ส่งออก คือ ผู้ส่งออกทุกรายต้องจดทะเบียน เป็นนิติบุคคลไทย และมีบทลงโทษผู้ส่งออกที่ทำลายชื่อเสียง Brand ผลไม้ไทย จากการส่งออกผลไม้ ที่ไม่มีคุณภาพ ไม่เป็นไปตามมาตรฐาน เช่น ทุเรียนอ่อน เป็นต้น ตลอดจนการปลอมปน อันเป็น ผลเสียต่อส่วนรวม ทั้งนี้ บทลงโทษต้องมีการดำเนินการอย่างจริงจังและต่อเนื่อง โดยไม่เลือกปฏิบัติ

3.6) มาตรการการสร้างความสะดวกทางการค้า ควรดำเนินการอย่างเร่งด่วน ได้แก่ การเพิ่มจำนวนผู้ตรวจสอบสินค้าเพื่อการส่งออก (Surveyor) เพื่อไม่ให้เกิดการผูกขาดในการ

ดำเนินงาน และเป็นการกระจายภาระงานให้สามารถให้บริการได้ทันในช่วงฤดูกาลที่มีสินค้าส่งออก เป็นปริมาณมาก และเร่งดำเนินการจัดตั้งหน่วยงานให้บริการการส่งออก/นำเข้าแบบ One stop services ให้สำเร็จ เพื่อสามารถให้บริการเต็มรูปแบบได้ทุกด้านศุลกากร

3.7) การจัดตั้งหน่วยเจรจาการค้าไทย-อินโดนีเซีย โดยผู้ปฏิบัติงานของหน่วยเจรจาการค้านี้ ควรประกอบด้วยผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ได้แก่ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ เช่น จากกระทรวงเกษตร กระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น ตัวแทนสมาคมการค้า นักกฎหมาย โดยมีข้าราชการประจำระดับสูงของภาครัฐหรือนักการเมืองระดับรองนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย ตามแนวคิด “As is – To be” มีดังนี้ (ภาพที่ 29)



ภาพที่ 29 ข้อเสนอแนะจากการวิจัยตามแนวคิด “As is – To be”

ความคาดหวังจากประเด็น “As is – To be” ดังกล่าว จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้ คือ ภาครัฐ ควรมีการสนับสนุนการรวมตัวที่เข้มแข็งของเกษตรกร โดยสนับสนุนการรวมกลุ่มเกษตรกรอย่างเป็นรูปธรรม ความช่วยเหลือใดๆ ของภาครัฐควรกระทำผ่านกลุ่ม/สถาบันเกษตรกร ผลักดันเรื่องฟาร์มอัจฉริยะ (smart farm) การจัดตั้งกลุ่มพื้นที่ (Zoning) การพัฒนาด้านอาหารปลอดภัย การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ การกำหนดมาตรการเกี่ยวกับการส่งออกและสร้างความสะดวกทางการค้า และการจัดตั้งหน่วยงานเจรจา เพื่อถ่ายทอดข้อมูลเกี่ยวกับข้อบังคับ กฎระเบียบต่าง ๆ ตลอดจนลักษณะความต้องการผลไม้ ที่เป็นปัจจุบันและถูกต้องให้แก่ทุกระดับของโซ่อุปทาน ตลอดจนสนับสนุนงานวิจัยเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไม้ผลทั้งทางด้านเทคโนโลยีและการจัดการ

%%%%%%%%%

โอกาสและอุปสรรคของการค้าผลไม้ระหว่างไทยและอินโดนีเซีย
ภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)
The Opportunities and Threats of Fruits Trade between Thailand and Indonesia
under ASEAN Economic Community: AEC

นางนุช อังยุเรกุล และ รวิศาส์ สุชาโต¹

Angyurekul, N. and Suchato, R.¹

Abstract

The objectives of this research are to study supply chain of Thai-Indonesia fruit trade and to analyze opportunities and threats on the trade between these two countries. The targeted fruits are longan, durian, coconut, and tamarind. We aim to find the expected AEC's impacts and specify proactive guidelines responded to the impacts. The results state that, for targeted fruit, the weakness of Thai Fruit is unusual large numbers of incoming Chinese middlemen in Thai fruit collection. From diamond model analysis, we find that Thailand has relatively good competitive advantage but fair opportunity on fruit trade with Indonesia. The key success factors of Thai fruit trade with Indonesia are Indonesia's import regulations, Thai government's production extension policy, and Thai fruit reputation. As a result, we expect negative impact of AEC on Thai-Indonesia fruit trade. The proactive guideline for Thai government is to use diplomatic negotiation and construct continued relationship between the two countries. Also, GAP should be promoted as the required standard for exported fruits' production in responding to Indonesia's fruit import regulations.

Keywords : Opportunities and Threats, Fruits Trade, ASEAN Economic Community

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโซ่อุปทานของลำไย ทุเรียน มะพร้าว และมะขามเปรี้ยว ตลอดจนโอกาสและอุปสรรคในการค้าระหว่างไทยและอินโดนีเซีย เพื่อคาดการณ์ผลกระทบและกำหนดแนวทางปรับตัวเชิงรุกต่อการเปิด AEC ผลการวิจัยพบว่า ผลไม้เป้าหมายทั้ง 4 ชนิดมีจุดอ่อนที่การรวบรวมสินค้าของคนกลาง ซึ่งมีชาวจีนเข้ามาดำเนินการมากขึ้นอย่างผิดปกติ ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของไทยกรณีการค้ากับอินโดนีเซียด้วยแบบจำลองเพชร พบว่าไทยอยู่ในระดับค่อนข้างดี ส่วนโอกาสและอุปสรรคทางการค้า พบว่าไทยมีโอกาสในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยชี้ความสำเร็จ 3 ลำดับแรก คือ กฎ ระเบียบและข้อบังคับของอินโดนีเซีย นโยบายการส่งเสริมการผลิตในระดับต้นน้ำของไทย และชื่อเสียงไม้ผลไทย จึงคาดว่า การเปิด AEC จะทำให้ไทยได้รับผลกระทบในเชิงลบต่อการส่งออกไม้ผลไทยไปอินโดนีเซีย แนวทางปรับตัวเชิงรุกต้องดำเนินการโดยภาครัฐในการเจรจาทางการทูตที่ส่งผลต่อการค้า และการเชื่อมความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ในระดับต้นน้ำของโซ่อุปทานเพื่อการส่งออกต้องมีการประกาศใช้ GAP เพื่อเตรียมการให้ทันต่อการใช้เป็นเงื่อนไขของการส่งออกสินค้าเกษตรไทยต่อไป

คำสำคัญ : โอกาสและอุปสรรค การค้าผลไม้ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

¹ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 50 ถนนงามวงศ์วาน ลาดยาว จตุจักร กทม.10900 ¹ Faculty of Economics, Kasetsart University, 50 Ngamwongwan Rd., Ladyao, Chatuchak, Bangkok, Thailand 10900

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของเรื่อง	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.5 วิธีการวิจัย	4
1.5.1 การรวบรวมข้อมูล	4
1.5.2 การวิเคราะห์และเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์	6
บทที่ 2 กรอบแนวคิดและการทบทวนวรรณกรรม	8
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	8
2.1.1 แนวคิดด้านความเชื่อมโยงกิจกรรมทางการตลาด	8
2.1.2 การสังเคราะห์ความเชื่อมโยงของการดำเนินงานระหว่างหน่วยธุรกิจในแต่ละระดับของโซ่อุปทาน	9
2.1.3 การวิเคราะห์ด้วย OT Analysis (Opportunities and Threats Analysis)	9
2.1.4 การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันทางการค้าระดับโลกของอุตสาหกรรม	10
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
2.2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นองค์ความรู้พื้นฐานสำหรับการวิเคราะห์	12
2.2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นองค์ความรู้พื้นฐานด้านค่าใช้จ่าย	13
2.2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นองค์ความรู้พื้นฐานด้านทุเรียน	18
2.2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวคิดใช้กำหนดแนวทางการปรับตัวของเกษตรกร	20
2.3 กรอบแนวคิด	22
บทที่ 3 การค้าไม้ผลระหว่างไทยและอินโดนีเซีย ภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	24
3.1 สถานการณ์การค้าไม้ผลระหว่างไทยและอินโดนีเซีย	24
3.1.1 สถานการณ์ทางการค้าไม้ผลในกลุ่มประเทศ AEC	24
3.1.2 ภาพรวมการส่งออกและนำเข้าไม้ผลระหว่างไทยและอินโดนีเซีย	28
3.2 ข้อมูลพื้นฐานของอินโดนีเซีย	35
3.2.1 ข้อมูลทั่วไปของอินโดนีเซีย	35
3.2.2 ข้อมูลด้านการเกษตรของอินโดนีเซีย	39
3.2.3 ข้อมูลด้านนโยบายการเกษตรของอินโดนีเซีย	41

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2.4 ข้อมูลด้านความตกลงทางการค้าระหว่างไทย-อินโดนีเซีย	42
3.2.5 ข้อมูลด้านกฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ที่มีผลต่อการค้าของอินโดนีเซีย	43
3.2.6 ผลกระทบของกฎระเบียบที่มีผลต่อการนำเข้าผลไม้สดไทย	49
3.2.7 ปัญหาและอุปสรรคในการค้ากับอินโดนีเซีย	50
บทที่ 4 โซ่อุปทานไม้ผลเป้าหมายระหว่างไทยและอินโดนีเซียภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	52
4.1 การกำหนดชนิดผลไม้สำคัญที่จะศึกษากรณีการค้าไทยและอินโดนีเซีย	52
4.2 โซ่อุปทานการค้าลำไยระหว่างไทยและอินโดนีเซีย	55
4.2.1 ตลาดการค้าลำไย ระหว่างไทยกับประเทศใน/นอกกลุ่ม AEC	55
4.2.2 ตลาดการค้าลำไย ระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย	58
4.2.3 ข้อมูลทั่วไปของการเพาะปลูกลำไยในไทย	60
4.2.4 ความสัมพันธ์ของโซ่อุปทานต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ	69
4.2.5 โอกาสและอุปสรรคการค้าลำไยระหว่างไทยและอินโดนีเซีย	75
4.2.6 ผลกระทบที่มีต่อโซ่อุปทานการค้าลำไยระหว่างไทยและอินโดนีเซีย	76
4.2.7 ข้อเสนอแนะต่อการค้าลำไยระหว่างไทยและอินโดนีเซีย	76
4.3 โซ่อุปทานการค้าทุเรียนระหว่างไทยและอินโดนีเซีย	77
4.3.1 ตลาดการค้าทุเรียน ระหว่างไทยกับประเทศใน/นอกกลุ่ม AEC	77
4.3.2 ตลาดการค้าทุเรียน ระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย	80
4.3.3 ข้อมูลทั่วไปของการเพาะปลูกทุเรียนในประเทศไทย	82
4.3.4 ความสัมพันธ์ของโซ่อุปทานต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ	91
4.3.5 โอกาสและอุปสรรคการค้าทุเรียนระหว่างไทยและอินโดนีเซีย	103
4.3.6 ผลกระทบที่มีต่อโซ่อุปทานการค้าทุเรียนระหว่างไทยและอินโดนีเซีย	105
4.3.7 ข้อเสนอแนะต่อการค้าทุเรียนระหว่างไทยและอินโดนีเซีย	106
4.4 โซ่อุปทานการค้ามะพร้าวระหว่างไทยและอินโดนีเซีย	106
4.4.1 ตลาดการค้ามะพร้าวระหว่างไทยกับประเทศใน/นอกกลุ่ม AEC	106
4.4.2 ตลาดการค้ามะพร้าวระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย	109
4.4.3 ข้อมูลทั่วไปของการเพาะปลูกมะพร้าวในไทย	110
4.4.4 โซ่อุปทาน กรณีการนำเข้ามะพร้าวของไทย	116
4.4.5 โซ่อุปทาน กรณีการส่งออกมะพร้าวอ่อนของไทย	124
4.4.6 โอกาสและอุปสรรคการค้ามะพร้าวระหว่างไทยและอินโดนีเซีย	130
4.4.7 ผลกระทบที่มีต่อโซ่อุปทานการค้ามะพร้าวระหว่างไทยและอินโดนีเซีย	131
4.4.8 ข้อเสนอแนะต่อการค้ามะพร้าวระหว่างไทยและอินโดนีเซีย	132

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.5 โซ่อุปทานการค้ามะขามระหว่างไทยและอินโดนีเซีย	132
4.5.1 ตลาดการค้ามะขาม ระหว่างไทยกับต่างประเทศ	132
4.5.2 โซ่อุปทาน กรณีการส่งออกมะขามหวานของไทย	134
4.5.3 โซ่อุปทาน กรณีการส่งออกและนำเข้ามะขามเปรี้ยวของไทย	138
4.5.4 โอกาสและอุปสรรคการค้ามะขามระหว่างไทยและอินโดนีเซีย	144
4.5.5 ผลกระทบที่มีต่อโซ่อุปทานการค้ามะขามระหว่างไทยและอินโดนีเซีย	144
4.5.6 ข้อเสนอแนะต่อการค้ามะขามระหว่างไทยและอินโดนีเซีย	145
4.6 ภาพรวมของโซ่อุปทานการค้าลำไยและทุเรียนสดระหว่างไทยและอินโดนีเซีย	145
4.6.1 โซ่อุปทานด้านการค้าลำไยและทุเรียนสดระหว่างไทยและอินโดนีเซีย	146
4.6.2 โซ่อุปทานกลางน้ำการค้าลำไยและทุเรียนสดระหว่างไทยและอินโดนีเซีย	147
4.6.3 โซ่อุปทานปลายน้ำการค้าลำไยและทุเรียนสดระหว่างไทยและอินโดนีเซีย	147
4.6.4 ทัศนคติของผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียที่มีต่อผลไม้ไทย	149
4.6.5 ลักษณะผู้ประกอบการทางการตลาดประเภทต่างๆ ของอินโดนีเซีย	149
บทที่ 5 ผลการวิเคราะห์ และแนวทางการปรับตัวเชิงรุก	155
5.1 การวิเคราะห์ศักยภาพผลไม้ไทยเพื่อการส่งออกป้อนอินโดนีเซีย	155
5.1.1 ปัจจัยและเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมิน	155
5.1.2 ผลการประเมินศักยภาพด้านปัจจัยการผลิต	158
5.1.3 ผลการประเมินศักยภาพด้านกลยุทธ์ โครงสร้างองค์กร และการแข่งขัน	165
5.1.4 ผลการประเมินศักยภาพด้านอุปสงค์ภายในประเทศ	168
5.1.5 ผลการประเมินศักยภาพด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	170
5.1.6 ผลการประเมินศักยภาพด้านภาครัฐ	173
5.1.7 ผลการประเมินศักยภาพด้านโอกาส	175
5.1.8 สรุปผลการประเมินศักยภาพตามแบบจำลองเพชร	176
5.2 ผลการวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค	178
5.2.1 การประเมินผลค่าคะแนนโอกาสทางการค้าของไทยกับอินโดนีเซีย	178
5.2.2 ปัจจัยชี้ความสำเร็จของโอกาสทางการค้าของไทยกับอินโดนีเซีย	179
5.3 ผลการวิเคราะห์ผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบที่มีต่อโซ่อุปทานผลไม้เป้าหมาย	182
5.3.1 ผลกระทบเชิงบวกที่มีต่อโซ่อุปทานของผลไม้ ในการค้าของไทยกับอินโดนีเซีย	182
5.3.2 ผลกระทบเชิงลบที่มีต่อโซ่อุปทานของผลไม้ ในการค้าของไทยกับอินโดนีเซีย	184
5.4 แนวทางในการปรับตัวเชิงรุกของผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน	185
5.4.1 แนวทางในการปรับตัวเชิงรุกของผู้ประกอบการธุรกิจโซ่อุปทาน	185

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.4.2 แนวทางในการปรับตัวเชิงรุกของภาคเอกชน	186
5.4.3 แนวทางในการปรับตัวเชิงรุกของภาครัฐ	187
บทที่ 6 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	190
6.1 สรุปผลการวิจัย	190
6.2 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	204
บรรณานุกรม	206
ภาคผนวกที่ 1 กฎระเบียบกระทรวงการค้าสารธารณรัฐอินโดนีเซีย	211
ภาคผนวกที่ 2 ตารางผนวกรายชื่อบริษัทผู้ส่งออก	224
ภาคผนวกที่ 3 บทความสำหรับการเผยแพร่	233
ภาคผนวกที่ 4 รายงานการดำเนินการนำเงื่อนไขการรับทุนวิจัย	241

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1.1 ตลาดส่งออกผลไม้สดที่สำคัญของไทย ปี 2550-2552	1
1.1.2 มูลค่าการส่งออกผลไม้ของอินโดนีเซีย ปี 2548-2553	2
3.1.1 ปริมาณการส่งออกผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยไปประเทศในกลุ่ม AEC	25
3.1.2 มูลค่าการส่งออกผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยไปประเทศในกลุ่ม AEC	25
3.1.3 ปริมาณการนำเข้าผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยจากประเทศในกลุ่ม AEC	27
3.1.4 มูลค่าการนำเข้าผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยจากประเทศในกลุ่ม AEC	27
3.1.5 ปริมาณการส่งออกผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยไปยังอินโดนีเซีย รายชนิดผลไม้	29
3.1.6 มูลค่าการส่งออกผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยไปยังอินโดนีเซีย รายชนิดผลไม้	31
3.1.7 ปริมาณการนำเข้าผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยจากอินโดนีเซีย รายชนิดผลไม้	33
3.1.8 มูลค่าการนำเข้าผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยจากอินโดนีเซีย รายชนิดผลไม้	34
4.1.1 ปริมาณการส่งออกผลไม้จากไทยสู่อินโดนีเซีย ปี 2550 - 2554	52
4.1.2 มูลค่าการส่งออกผลไม้จากไทยสู่อินโดนีเซีย ปี 2550-2554	53
4.1.3 มูลค่าการส่งออกผลไม้จากอินโดนีเซียสู่ไทย ปี 2550-2554	54
4.2.1 มูลค่าการส่งออกลำไยของไทยไปประเทศในกลุ่ม AEC ปี 2550-2554	55
4.2.2 มูลค่าการส่งออกลำไยของไทยไปประเทศคู่ค้า ปี 2550-2554	56
4.2.3 มูลค่า สัดส่วนและเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้าลำไยสดของอินโดนีเซีย ปี 2552-2554	59
4.2.4 ลำไย: พื้นที่ขึ้นต้น พื้นที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ปี 2554 (แบ่งตามภูมิภาค)	60
4.2.5 ลำไย: พื้นที่ขึ้นต้น พื้นที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ปี 2554 (ภาคเหนือ)	61
4.2.6 ลำไย: พื้นที่ขึ้นต้น พื้นที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ปี 2554 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)	62
4.2.7 ลำไย: พื้นที่ขึ้นต้น พื้นที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ปี 2554 (ภาคกลาง)	62
4.2.8 ลำไย: เปรียบเทียบพื้นที่ขึ้นต้นและพื้นที่ให้ผล รวมทั้งประเทศและรายภาค ปี 2553 – 2554	63
4.2.9 ลำไย: เปรียบเทียบ พื้นที่ขึ้นต้น และพื้นที่ให้ผล ของจังหวัดในภาคกลาง ปี 2553 – 2554	63
4.2.10 ลำไย: เปรียบเทียบ พื้นที่ขึ้นต้น และพื้นที่ให้ผล ของจังหวัดในภาคเหนือ ปี 2553 – 2554	64
4.2.11 ลำไย: เปรียบเทียบ พื้นที่ขึ้นต้น และพื้นที่ให้ผล ของจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2553 – 2554	64
4.2.12 ลำไย: เปรียบเทียบ ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ รวมทั้งประเทศและรายภาค ปี 2553 – 2554	65
4.2.13 ลำไย: เปรียบเทียบ ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ของจังหวัดในภาคเหนือ ปี 2553 – 2554	66
4.2.14 ลำไย: เปรียบเทียบ ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ของจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2553 – 2554	66

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.2.15 ลำไย : เปรียบเทียบ ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ของจังหวัดในภาคกลาง ปี 2553 – 2554	67
4.2.16 ราคาลำไยสดและลำไยอบแห้งที่เกษตรกรขายได้ ปี 2550-2554	67
4.2.17 ราคาส่งออก F.O.B. ของลำไยสด ลำไยอบแห้ง ลำไยกระป๋อง และลำไยแช่แข็ง ปี 2550-2554	68
4.3.1 มูลค่าการส่งออกทุเรียนสดของไทยไปประเทศในกลุ่ม AEC ปี 2550-2554	77
4.3.2 มูลค่าการส่งออกทุเรียนของไทยไปสู่ประเทศคู่ค้านอกกลุ่ม AEC ปี 2549-2554	79
4.3.3 มูลค่า สัดส่วนและเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้าทุเรียนสดของอินโดนีเซีย ในปี 2552-2554	81
4.3.4 ทุเรียน: พื้นที่ขึ้นต้น พื้นที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ปี 2554 (แบ่งตามภูมิภาค)	82
4.3.5 ทุเรียน: พื้นที่ขึ้นต้น พื้นที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ปี 2554 (ภาคใต้)	83
4.3.6 ทุเรียน: พื้นที่ขึ้นต้น พื้นที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ปี 2554 (ภาคกลาง)	83
4.3.7 ทุเรียน: พื้นที่ขึ้นต้น พื้นที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ปี 2554 (ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)	84
4.3.8 ทุเรียน : เปรียบเทียบ พื้นที่ขึ้นต้น และพื้นที่ให้ผล รวมทั้งประเทศและรายภาค ปี 2553 - 2554	84
4.3.9 ทุเรียน: เปรียบเทียบ พื้นที่ขึ้นต้น และพื้นที่ให้ผล ของจังหวัดในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2553 - 2554	85
4.3.10 ทุเรียน: เปรียบเทียบ พื้นที่ขึ้นต้น และพื้นที่ให้ผล ของจังหวัดในภาคกลาง ปี 2553 - 2554	85
4.3.11 ทุเรียน: เปรียบเทียบ พื้นที่ขึ้นต้น และพื้นที่ให้ผล ของจังหวัดในภาคใต้ ปี 2553 - 2554	86
4.3.12 ทุเรียน : เปรียบเทียบ ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ รวมทั้งประเทศและรายภาค ปี 2552 - 2553	87
4.3.13 ทุเรียน: เปรียบเทียบ ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ของจังหวัดในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2552 - 2553	87
4.3.14 ทุเรียน: เปรียบเทียบ ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ของจังหวัดในภาคกลาง ปี 2552 - 2553	88
4.3.15 ทุเรียน : เปรียบเทียบ ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ของจังหวัดในภาคใต้ ปี 2552 - 2553	88
4.3.16 ราคาทุเรียนที่เกษตรกรขายได้ ปี 2550-2554	89
4.3.17 ราคาส่งออกทุเรียนสด ทุเรียนแช่แข็ง และทุเรียนกวน ปี 2550-2554	90
4.4.1 มูลค่าการนำเข้ามะพร้าว ถั่วบราซิล และเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ของไทยจากประเทศในกลุ่ม AEC ปี 2549-2554	107
4.4.2 มูลค่าการนำเข้ามะพร้าว ถั่วบราซิล และเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ของไทยจากประเทศคู่ค้านอกกลุ่ม AEC ปี 2549-2554	109
4.4.3 มูลค่าการส่งออกมะพร้าว จากอินโดนีเซียไปสู่ประเทศในกลุ่ม AEC ปี 2549-2554	109
4.4.4 มะพร้าว: พื้นที่ขึ้นต้น พื้นที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ จำแนกตามภูมิภาค ปี 2553	111
4.4.5 มะพร้าว: พื้นที่ขึ้นต้น พื้นที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ของภาคใต้ ปี 2553	112

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.4.6 มะพร้าว: พื้นที่ขึ้นต้น พื้นที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ของภาคกลาง ปี 2553	113
4.4.7 มะพร้าว : พื้นที่ขึ้นต้น พื้นที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2553	114
4.4.8 มะพร้าว: พื้นที่ขึ้นต้น พื้นที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ของภาคเหนือ ปี 2553	114
4.4.9 ราคามะพร้าวผลแห้งทั้งเปลือกขนาดใหญ่ที่เกษตรกรขายได้ที่สวนเฉลี่ยทั่วประเทศ ปี 2548-2555	115
4.4.10 พื้นที่ปลูกมะพร้าวของอินโดนีเซีย ในช่วงปี 2544-2554	122
4.5.1 มูลค่าการนำเข้ามะขามของไทยจากประเทศต่างๆ ปี 2550- 2554	132
4.5.2 มูลค่าการส่งออกมะขามจากอินโดนีเซียไปสู่ประเทศต่างๆ ปี 2552-2554	133
4.5.3 มูลค่าการส่งออกมะขามหวานจากไทยไปอินโดนีเซีย ปี 2550-2555	137
4.5.4 พื้นที่ปลูก ผลผลิต และผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ของมะขามในอินโดนีเซีย ปี 2543-2552	142
4.5.5 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกและการนำเข้ามะขามรหัส 0813402000 ของอินโดนีเซีย ปี 2550-2554	143
5.1.1 เกณฑ์ในการพิจารณาเงื่อนไขด้านปัจจัยด้านการผลิต (Factor Conditions)	156
5.1.2 เกณฑ์ในการพิจารณาเงื่อนไขด้านกลยุทธ์ โครงสร้างองค์กร และการแข่งขัน (Firm strategy, structure, and rivalry)	156
5.1.3 เกณฑ์ในการพิจารณาเงื่อนไขด้านอุปสงค์ภายในประเทศ (Demand conditions)	156
5.1.4 เกณฑ์ในการพิจารณาเงื่อนไขด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Relative and Support Industries)	157
5.1.5 เกณฑ์ในการพิจารณาเงื่อนไขด้านภาครัฐ (Government)	157
5.1.6 เกณฑ์ในการพิจารณาเงื่อนไขด้านโอกาส (Chance)	157
5.1.7 อัตราการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่เพาะปลูก ให้ผล และปริมาณผลผลิตลำไย ปี 2546 - 2555	158
5.1.8 อัตราการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่เพาะปลูก ให้ผล และปริมาณผลผลิตทุเรียน ปี 2546 – 2555	159
5.1.9 ดัชนีต้นทุนการผลิตลำไย ทุเรียน และมะพร้าว และดัชนีราคาผู้บริโภคหมวดผักและผลไม้ (ปีฐาน 2550)	160
5.1.10 พื้นที่ถือครองทางการเกษตร ปี 2546 - 2554	161
5.1.11 สัดส่วนแรงงานภาคเกษตรและนอกภาคเกษตร ปี 2549 - 2554	162
5.1.12 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร 2556	163
5.1.13 การให้สินเชื่อเพื่อการเกษตรของสถาบันการเงิน ปี 2550 - 2554	163
5.1.14 การให้สินเชื่อของ ธ.ก.ส. แยกตามประเภทของเงินกู้ ปี 2550 - 2554	164
5.1.15 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพด้านปัจจัยการผลิต	165
5.1.16 พื้นที่เพาะปลูกลำไยรายภาค ปี 2546 – 2555	166
5.1.17 พื้นที่เพาะปลูกทุเรียนรายภาค ปี 2546 – 2555	166
5.1.18 จำนวนสหกรณ์การเกษตรในประเทศไทย ประจำเดือน ธันวาคม 2555	167

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
5.1.19 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพด้านกลยุทธ์ โครงสร้างองค์กร และการแข่งขัน	168
5.1.20 ปริมาณการใช้ในประเทศและส่งออกของลำไย ทุเรียน ปี 2553-2555	169
5.1.21 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพด้านอุปสงค์ภายในประเทศ	169
5.1.22 การนำเข้า-ส่งออกทางเรือของประเทศไทย	171
5.1.23 จำนวนพื้นที่ชลประทานที่เพิ่มขึ้น (รวมโครงการทุกขนาดทุกประเภท) ปี 2551-2555	171
5.1.24 จำนวนปริมาณเก็บกักน้ำ ปี 2548-2555	172
5.1.25 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	173
5.1.26 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพด้านรัฐบาล	174
5.1.27 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยและทุเรียนของไทยไปอินโดนีเซีย ปี 2550-2555	176
5.1.28 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพด้านโอกาส	176
5.1.29 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของลำไยและทุเรียนของไทยเพื่อการส่งออกไปอินโดนีเซีย ตามแบบจำลองเพชร	177
5.2.1 ผลการวิเคราะห์โอกาสทางการค้าของไทยกับอินโดนีเซีย ตามแนวคิด OT Analysis	180
5.2.2 ปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่ควรพิจารณาในการค้าของไทยกับอินโดนีเซีย	181

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1.1	ช่องทางการจำหน่ายของสินค้าสำหรับผู้บริโภค	8
2.1.2	การสังเคราะห์ความเชื่อมโยงของการดำเนินงานระหว่างหน่วยธุรกิจในแต่ละระดับของ โซ่อุปทาน	9
2.1.3	Porter's Diamond Model	10
2.2.1	ระยะเวลาดำเนินการของโซ่อุปทานของลำไยสดไปต่างประเทศ	14
2.2.2	ค่าใช้จ่ายการดำเนินการของโซ่อุปทานของลำไยสดไปต่างประเทศ	15
2.2.3	ค่าใช้จ่ายการดำเนินการของโซ่อุปทานของลำไยสดไปต่างประเทศ	15
2.2.4	โครงสร้างโซ่อุปทานลำไยสดเพื่อการส่งออก	17
2.2.5	วิธีการตลาดทุเรียน ในพื้นที่จังหวัดตราด	19
2.3.1	กรอบแนวคิดการวิจัย	23
3.1.1	สัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยไปประเทศในกลุ่ม AEC	26
3.1.2	แนวโน้มมูลค่าการส่งออกผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยไปยังกลุ่มประเทศ AEC จำแนกตามรายประเทศ 3 อันดับแรก	26
3.1.3	สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยจากประเทศในกลุ่ม AEC	28
3.1.4	แนวโน้มมูลค่าการนำเข้าผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยจากประเทศในกลุ่ม AEC จำแนกตามรายประเทศ 2 อันดับแรก	28
3.1.5	สัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยไปยังอินโดนีเซีย รายชนิด ผลไม้ 13 อันดับแรก	32
3.1.6	สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยจากอินโดนีเซีย รายชนิด ผลไม้ 10 อันดับแรก	34
3.1.7	แนวโน้มมูลค่าการนำเข้าผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยจากอินโดนีเซีย จำแนกตาม กลุ่มที่ 1 และ 2	35
3.2.1	แผนที่ตั้งประเทศสาธารณรัฐอินโดนีเซีย	36
3.2.2	ขั้นตอนของผู้ประกอบการในการนำเข้าสินค้าพืชสวน ตามกฎกระทรวงเกษตรฉบับที่ 88/2011	47
		56
4.2.1	สัดส่วนมูลค่าการส่งออกลำไยของไทยไปประเทศในกลุ่ม AEC ปี 2554	58
4.2.2	สัดส่วนมูลค่าการส่งออกลำไยทั้งหมด ของประเทศไทย ปี 2554	58
4.2.3	แนวโน้มมูลค่าการส่งออกลำไยของไทยไปประเทศคู่ค้า 2 อันดับแรก	61
4.2.4	ตลาดการค้าลำไยระหว่างประเทศ จากไทยไปสู่อินโดนีเซีย	61
4.2.5	ร้อยละของพื้นที่การปลูกลำไยในไทย แบ่งตามภูมิภาค ปี 2554	68
4.2.6	การเคลื่อนไหวราคาลำไยสดที่เกษตรกรขายได้ ในปี 2550-2554	

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
4.2.7	การเคลื่อนไหวนำราคาส่งออก F.O.B. ลำไยสด ในปี 2550-2554	68
4.2.8	ระบบโซ่อุปทานของลำไยสดในประเทศไทยโดยรวม	69
4.2.9	โซ่อุปทานของลำไยสดที่ส่งออกไปต่างประเทศ	69
4.2.10	ขั้นตอนการดำเนินงานของล้งและพ่อค้าคนกลาง	71
4.2.11	ช่วงเวลาการเก็บเกี่ยวผลผลิตและการจัดหาแหล่งลำไยเพื่อการส่งออก	73
4.2.12	ลำไยอินโดนีเซียที่วางขายในซูเปอร์มาร์เกต (วันที่ 19 มีนาคม 2556)	74
4.3.1	สัดส่วนมูลค่าการส่งออกทุเรียนสดของไทยไปประเทศในกลุ่ม AEC ปี 2554	78
4.3.2	สัดส่วนมูลค่าการส่งออกทุเรียนของไทยไปยังประเทศต่างๆ นอกกลุ่มประเทศใน AEC ปี 2554	80
4.3.3	แนวโน้มมูลค่าการส่งออกทุเรียนของไทยไปประเทศคู่ค้า 2 อันดับแรก	80
4.3.4	ตลาดการค้าทุเรียนระหว่างประเทศ จากไทยไปสู่อินโดนีเซีย	81
4.3.5	สัดส่วนพื้นที่การปลูกทุเรียนในไทย แบ่งตามภูมิภาค ปี 2554	82
4.3.6	การเคลื่อนไหวนำราคาทุเรียนที่เกษตรกรขายได้ ปี 2550-2554	89
4.3.7	การเคลื่อนไหวนำราคาส่งออก ทุเรียนสด ปี 2550-2554	90
4.3.8	ระบบโซ่อุปทานของทุเรียนในประเทศไทยโดยรวม	91
4.3.9	ช่วงเวลาการเก็บเกี่ยวผลผลิตและการจัดหาแหล่งทุเรียนเพื่อการส่งออก	95
4.3.10	ช่วงเก็บเกี่ยวผลผลิตทุเรียนออกสู่ตลาด ของไทย มาเลเซียและอินโดนีเซีย	95
4.3.11	ชั้นวางขายทุเรียนจากไทย ซึ่งว่างเปล่า ในร้านผลไม้ (วันที่ 19 มีนาคม 2556)	98
4.3.12	ผลิตภัณฑ์ทุเรียนต่างๆ ที่วางขายในร้านผลไม้ที่อินโดนีเซีย (วันที่ 19 มีนาคม 2556)	99
4.3.13	ทุเรียนสดที่วางขายในซูเปอร์มาร์เกตและร้านผลไม้ที่อินโดนีเซีย (วันที่ 19 มีนาคม 2556)	100
4.3.14	แนวโน้มพื้นที่ปลูกทุเรียนในอินโดนีเซีย ปี 2544-2554	101
4.3.15	แนวโน้มผลผลิตทุเรียนในอินโดนีเซีย ปี 2544-2544	101
4.4.1	สัดส่วนมูลค่าการนำเข้ามะพร้าว ถั่วบราซิล และเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ของไทยจากประเทศในกลุ่ม AEC ปี 2554	107
4.4.2	แนวโน้มมูลค่าการนำเข้ามะพร้าว ถั่วบราซิล และเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ของไทยจากอินโดนีเซีย และเวียดนาม	108
4.4.3	แนวโน้มมูลค่าการนำเข้ามะพร้าว ถั่วบราซิล และเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ของไทยจากอินโดนีเซีย ปี 2549 - 2554 (หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐ)	108
4.4.4	ตลาดการค้ามะพร้าว ถั่วบราซิล และเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ ระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย	110
4.4.5	สัดส่วนพื้นที่การปลูกมะพร้าวของไทย จำแนกตามภูมิภาค ปี 2553	111
4.4.6	แนวโน้มพื้นที่การปลูกมะพร้าวของไทย จำแนกตามภูมิภาค ปี 2550-2553	111
4.4.7	แนวโน้มราคามะพร้าวผลแห้งทั้งเปลือกขนาดใหญ่ที่เกษตรกรขายได้ทั้งสิ้น ปี 2548 - 2553	116

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
4.4.8	แนวโน้มของมะพร้าวผลแห้งทั้งเปลือกขนาดใหญ่ที่เกษตรกรขายได้ที่สวน เปรียบเทียบราคาเฉลี่ยรายเดือน ปี 2548 – 2552 กับ ปี 2554	116
4.4.9	ระบบโซ่อุปทานของมะพร้าวในประเทศไทยโดยรวม	117
4.4.10	แนวโน้มพื้นที่ปลูกมะพร้าวของอินโดนีเซีย ปี 2544-2554	122
4.4.11	แนวโน้มผลผลิตมะพร้าวของอินโดนีเซียที่เก็บเกี่ยวได้ ปี 2544-2553	123
4.4.12	ลักษณะของมะพร้าวอ่อนส่งออก รูปทรงแบบกะลา	124
4.4.13	ลักษณะของมะพร้าวอ่อนส่งออก รูปทรงแบบทรงเพชร หรือทรงเจดีย์	125
4.4.14	ระบบโซ่อุปทานของมะพร้าวอ่อนในประเทศไทยโดยรวม	125
4.4.15	การจัดจำหน่ายมะพร้าวอ่อนจากไทยในร้านผลไม้ที่อินโดนีเซีย	130
4.5.1	สัดส่วนมูลค่าการนำเข้ามะขามของไทยจากประเทศต่างๆ ปี 2554	133
4.5.2	ตลาดการค้ามะขาม ระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย	134
4.5.3	ระบบโซ่อุปทานของมะขามหวานในประเทศไทยโดยรวม	135
4.5.4	มูลค่าการส่งออกมะขามหวานจากไทยไปอินโดนีเซีย ปี 2550-2555	137
4.5.5	มะขามหวานของไทยที่วางขายในร้านผลไม้ที่อินโดนีเซีย	138
4.5.6	ระบบโซ่อุปทานของมะขามเปรี้ยวในประเทศไทยโดยรวม	139
4.5.7	ช่วงเวลาการเก็บเกี่ยวมะขามเปรี้ยวของไทยและอินโดนีเซีย	141
4.5.8	แนวโน้มพื้นที่ปลูกมะขามในอินโดนีเซีย ปี 2543-2552	142
4.5.9	แนวโน้มผลผลิตมะขามในอินโดนีเซีย ปี 2543-2552	142
4.5.10	แนวโน้มมูลค่าการส่งออกมะขามรหัส 0813402000 ของอินโดนีเซีย ปี 2550-2554	143
4.5.11	แนวโน้มมูลค่าการนำเข้ามะขามรหัส 0813402000 ของอินโดนีเซีย ปี 2550-2554	143
4.6.1	โซ่อุปทานผลไม้จากประเทศไทยสู่ประเทศอินโดนีเซีย : กรณีลำไยและทุเรียน	146
4.6.2	สภาพตลาดค้าส่ง Kramatijati หรือ เรียก Pasar Induk	151
4.6.3	สภาพด้านหน้าของซูเปอร์มาร์เก็ตที่อินโดนีเซียจัดจำหน่ายผลไม้จากไทย	152
5.1.1	ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของลำไยและทุเรียนของไทยเพื่อการส่งออกอินโดนีเซียตามแบบจำลองเพชร	177
5.3.1	ผลกระทบที่มีต่อโซ่อุปทานของผลไม้ ในการค้าของไทยกับอินโดนีเซีย	182
5.4.1	ความสัมพันธ์ของผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน ที่ต้องการปรับตัวเชิงรุกภายใต้ AEC	186
5.4.2	ภาพรวมของแนวทางการปรับตัวเชิงรุกภายใต้ AEC ของผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน	188
6.2.1	ข้อเสนอแนะจากการวิจัยตามแนวคิด “As is – To be”	204

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของเรื่อง

ตามที่อาเซียนจะรวมเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ภายในปี 2558 ซึ่งจะมีผลทำให้มีการเปิดเสรีด้านการค้า การบริการ และการลงทุน โดยประเทศกลุ่มเดิมของประชาคมฯ ได้แก่ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย สิงคโปร์ บรูไน และไทย ให้ลดภาษีระหว่างกันเหลือร้อยละ 0 เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2553 ส่วนประเทศสมาชิกใหม่ ได้แก่ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม จะลดภาษีระหว่างกันเหลือร้อยละ 0 ในปี 2558 ซึ่งจะส่งผลให้ตลาดสินค้าเปิดกว้าง ที่รวมถึงสินค้าเกษตร เช่น ผลไม้ไทย ซึ่งตลาดส่งออกผลไม้สดที่สำคัญของไทยในกลุ่มประเทศสมาชิกประชาคมฯ พบว่า อินโดนีเซีย คือ ลูกค้ารายสำคัญของไทย (ตารางที่ 1.1.1) ทั้งนี้ มูลค่าการนำเข้าและการส่งออก ระหว่างไทยและอินโดนีเซีย ในปี 2553 มีมูลค่ารวมถึง 414,520 ล้านบาท โดยไทยได้ดุลการค้าประมาณ 51,191 ล้านบาท มีมูลค่าการค้าเฉพาะส่วนที่เป็นสินค้าเกษตรรวม 70,139.6 ล้านบาท โดยไทยได้ดุลการค้าประมาณ 25,147.20 ล้านบาท ทั้งนี้ประเภทสินค้าเกษตรที่สำคัญ 15 อันดับแรกของการค้าไทย-อินโดนีเซียมีความหลากหลาย ซึ่งพบว่ามีรายการผลไม้สดอยู่ด้วย

ตารางที่ 1.1.1 ตลาดส่งออกผลไม้สดที่สำคัญของไทยปี 2550-2552

ประเทศ	มูลค่า : ล้านบาท				สัดส่วน(%)	อัตราขยายตัว(%)
	2552	2553	2554	2555	2555	2554-55
จีน	4,224.96	4,477.36	6,188.01	9,224.22	42.66	49.07
ฮ่องกง	3,436.82	2,691.83	4,299.72	3,781.59	17.49	-12.05
อินโดนีเซีย	<u>1,702.36</u>	<u>1,608.40</u>	<u>2,782.37</u>	<u>3,192.99</u>	<u>14.77</u>	<u>14.76</u>
เวียดนาม	<u>481.39</u>	<u>473.80</u>	<u>880.35</u>	<u>2,340.12</u>	<u>10.82</u>	<u>165.82</u>
ญี่ปุ่น	288.16	307.31	327.93	369.51	1.71	12.68
สหรัฐอเมริกา	244.41	252.64	247.18	330.08	1.53	33.54
มาเลเซีย	<u>1,94.83</u>	<u>159.58</u>	<u>157.36</u>	<u>232.69</u>	<u>1.08</u>	<u>47.87</u>
สิงคโปร์	<u>153.67</u>	<u>144.9</u>	<u>203.3</u>	<u>228.61</u>	<u>1.06</u>	<u>12.45</u>
สหรัฐอเมริกา	333.22	274.99	162.80	177.25	0.82	8.88
กัมพูชา	<u>52.75</u>	<u>86.07</u>	<u>119.94</u>	<u>142.91</u>	<u>0.66</u>	<u>19.16</u>
พม่า	<u>116.69</u>	<u>129.65</u>	<u>68.78</u>	<u>104.19</u>	<u>0.48</u>	<u>51.49</u>
อื่นๆ	1,494.37	1,407.88	1,573.0	1,500.7	6.92	-4.6
รวม	12,651.42	12,014.41	17,010.74	21,624.86	100.00	27.12

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556

ในขณะที่สินค้าผลไม้ไทยถือว่ามียุทธภาพในตลาดอินโดนีเซีย เป็นที่ต้องการในตลาดของชาวอินโดนีเซีย และมีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดอินโดนีเซีย ได้แก่ ทุเรียน ลำไย ลิ้นจี่ มะม่วง ส้มโอ ฝรั่ง และชมพู อันเนื่องมาจากผลไม้บางชนิดไม่สามารถปลูกได้ในอินโดนีเซีย หรือมีรสชาติแตกต่างจากผลไม้ที่อินโดนีเซียปลูกเองได้ (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงจาการ์ตา . มกราคม 2551) ทั้งนี้การผลิตผลไม้สำคัญในอินโดนีเซีย ได้แก่ มะม่วง ส้ม กล้วย ทุเรียน และมังคุด ในปี 2547 มีปริมาณการผลิต 14.34 ล้านตัน โดยอินโดนีเซียมีการส่งออกผลไม้ไปยังประเทศต่างๆ ทั้งในเอเชีย ยุโรป และอเมริกา เป็นต้น มีมูลค่ารวม 3,099,228 เหรียญสหรัฐ ซึ่งไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีการนำเข้าผลไม้จากอินโดนีเซียด้วย ทั้งนี้มูลค่าการส่งออกผลไม้ของอินโดนีเซีย ในช่วงปี 2548-2553 ปรากฏตามตารางที่ 1.1.2

ตารางที่ 1.1.2 มูลค่าการส่งออกผลไม้ของอินโดนีเซีย ปี 2548-2553

รายการ	พิกัด	มูลค่า (\$US)						ลำดับปี
		2548	2549	2550	2551	2552	2553	
Guavas, Magoes and Mangosteens, Fresh or Dried	HS080450	7,401,452	4,870,586	6,007,401	7,601,672	7,919,229	9,956,136	1
Fruits, Fresh, Nes	HS081090	1,139,273	1,014,998	1,448,480	1,837,296	1,489,350	3,099,228	2
Melons, Nes, Fresh	HS080719	497,510	20,338	50,381	53,808	107,326	339,596	3
Apricots, Fresh	HS080910	14,034	590,102	2,100	11,620	59,657	306,500	4
Citrus Fruits, Fresh or Dried, Nes	HS080590	33,910	12,332	38,166	117,744	158,351	235,951	5
Papaya, Fresh	HS080720	112,597	62,924	15,349	567	125,549	102,951	6
Strawberries, Fresh	HS081010	73,573	68,549	43,473	191,210	42,434	98,407	7
Avocados, Fresh or Dried	HS080440	6,644	9,164	104,256	143,721	66,100	69,348	8
Banana including plantains, Fresh or Dried	HS080300	1,288,892	1,407,542	856,127	988,914	199,890	48,305	9
Lemons and Limes, Fresh or Dried	HS080550	0	0	0	0	139,721	47,907	10
Pineapples, Fresh or Dried	HS090430	219,703	81,903	360,991	104,482	19,725	41,130	11
Watermelons, Fresh	HS080711	12,265	4,406	232,160	471,082	247,223	25,783	12
Durians, Fresh	HS081060	0	0	0	0	4,820	14,849	13
Orange, Fresh or Dried	HS080510	282,219	99,316	54,261	32,508	144	2,315	14
Mandarins or Clementines, Fresh or Dried	HS080520	97,774	79	5,187	2,378	8,539	86	15

ที่มา : Statistics Indonesia (2555, <http://www.bps.go.id>)

ทั้งนี้ ชาวอินโดนีเซียส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าไทยซึ่งนับเป็นข้อได้เปรียบของผลไม้ไทยเมื่อต้องแข่งกับราคาสินค้าของกลุ่มแข่งขัน เช่น เวียดนาม และจีน เป็นต้น หากผู้ส่งออกไทยเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค และรสนิยมของชาวอินโดนีเซียก็จะช่วยเพิ่ม โอกาสในการขยายตลาดสินค้าอินโดนีเซีย (ศูนย์สารสนเทศการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์) อย่างไรก็ดีอินโดนีเซียมีการกำหนดมาตรการโดยอ้างเหตุผลด้านสุขอนามัย เช่น มาตรการของกระทรวงเกษตร ที่ออกกฎระเบียบเกี่ยวกับการนำเข้าผลไม้ คือ Decree Ministry of Agriculture No. 37/Kpts/HK060/1/2006 กำหนดให้ผลไม้ที่นำเข้าจากต่างประเทศเข้ามาในประเทศอินโดนีเซีย ต้องเป็นผลไม้ที่เพาะปลูกในบริเวณที่ปลอดแมลงวันทอง ทำให้ผลไม้ที่นำเข้าจากไทยต้องระบุใบรับรองว่ามาจากบริเวณที่ปลอดแมลงวันทอง นอกจากนี้ยังกำหนดให้ผลไม้บางประเภท คือ ฝรั่ง และพีชที่นำเข้าต้องผ่านกระบวนการฆ่าเชื้อก่อนที่จะนำเข้ามาในอินโดนีเซียด้วย (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงจาการ์ตา, มกราคม 2551)

ดังนั้นจากการรวมตัวของประชาคมฯ ดังกล่าว จึงจะส่งผลให้ตลาดภายในประชาคมฯ เปิดกว้างสำหรับสินค้าจากประเทศสมาชิก ซึ่งรวมถึงสินค้าเกษตรผลไม้ไทยที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ชื่นชอบของชาวอินโดนีเซีย แต่ในขณะเดียวกันก็พบว่าอินโดนีเซียสามารถผลิตเองได้ด้วย จึงเป็นที่น่าสนใจที่จะศึกษาถึง โซ่อุปทานของผลไม้บางชนิดที่มีความสำคัญทางการค้าของไทยและอินโดนีเซียในประชาคมฯ นี้ และการค้าระหว่างประเทศทั้งสองในมิติที่เป็นทั้งคู่ค้าและคู่แข่ง มีความจำเป็นที่จะต้องวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของการนำเข้าและส่งออกระหว่างไทยและอินโดนีเซีย ภายใต้ความเป็นสมาชิกของประชาคมฯ นี้ ตลอดจนการคาดการณ์ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นทั้งทางบวกและทางลบต่อโซ่อุปทานของผลไม้ที่มีความสำคัญทางการค้าของไทย เพื่อทำให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต่างต้องเร่งปรับตัว โดยเฉพาะเกษตรกรไทยที่ถือว่าเป็นต้นน้ำในโซ่อุปทานผลไม้เพื่อการส่งออกได้มีแนวทางในการปรับตัวเชิงรุก

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- (1) เพื่อศึกษาโซ่อุปทานผลไม้ส่งออกสำคัญของไทย ในมิติของคู่ค้าและคู่แข่งกับอินโดนีเซีย
- (2) เพื่อวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของการนำเข้าและส่งออกผลไม้ระหว่างไทยและอินโดนีเซีย ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี พ.ศ. 2558
- (3) เพื่อคาดการณ์ผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบที่มีต่อโซ่อุปทานของผลไม้ ชนิดที่มีความสำคัญในการค้าระหว่างไทยและอินโดนีเซีย ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี พ.ศ. 2558

(4) เพื่อกำหนดแนวทางในการปรับตัวเชิงรุกต่อข้อตกลงประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี พ.ศ. 2558 ของผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานของผลไม้ ชนิดที่มีความสำคัญในการค้าระหว่างไทยและอินโดนีเซีย

1.3 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

(1) ผลวิจัยที่ตอบโจทย์โอกาสและอุปสรรคของการค้าผลไม้ระหว่างไทยและอินโดนีเซีย ภายใต้กรอบ AEC เพื่อสร้างความเข้าใจและความรู้เกี่ยวกับโซ่อุปทานของผลไม้ส่งออกสำคัญที่ไทยทำการค้ากับอินโดนีเซียในประชาคมฯ ทั้งในมิติที่เป็นคู่ค้าและคู่แข่ง ให้ผู้เกี่ยวข้องทั้งผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐได้ใช้เป็นข้อมูลเพื่อการจัดการต่อไป

(2) ผลการวิจัยอันเป็นแนวทางที่เหมาะสมเพื่อให้เกษตรกรผู้ผลิตผลไม้ส่งออกสำคัญที่ศึกษาได้มีการนำไปใช้ในการปรับตัวเชิงรุกต่อข้อตกลงประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่จะกระทบในปี พ.ศ. 2558

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องโอกาสและอุปสรรคของการค้าผลไม้ระหว่างไทยและอินโดนีเซียภายใต้กรอบ AEC มีประเด็นของขอบเขตในการวิจัย ดังนี้

(1) ชนิดผลไม้เป้าหมายที่ศึกษาจะได้รับการประชุมระดมความคิดของทีมนักวิจัยและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง ที่มีความรู้/ประสบการณ์เกี่ยวกับการผลิตและการนำเข้า/ส่งออกผลไม้ระหว่างไทยและอินโดนีเซีย ซึ่งจะกำหนดเลือกชนิดผลไม้สำคัญอย่างน้อย 3 ชนิด ทั้งนี้ในการวิจัยจะคำนึงถึงประเด็นความได้เปรียบและเสียเปรียบอันเกิดจากความเป็นฤดูกาลของผลไม้ของไทยและอินโดนีเซีย ตลอดจนคำนึงถึงเวียดนามในฐานะคู่แข่งของไทยในตลาดอินโดนีเซีย

(2) ตลาดเป้าหมายของการศึกษาที่เป็นผู้นำเข้าผลไม้ทั้งจากไทยและอินโดนีเซีย คือประเทศภายในกรอบ AEC ได้แก่ ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย สิงคโปร์ บรูไน ลาว กัมพูชา เวียดนามและเมียนมาร์ เพื่อคาดการณ์ผลกระทบที่จะมีต่อโซ่อุปทานของผลไม้ไทย โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ

1.5 วิธีการวิจัย

1.5.1 การรวบรวมข้อมูล ในการวิจัยใช้ทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยมีการดำเนินการรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1) การรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ จะมีผู้เกี่ยวข้องและทำการรวบรวมข้อมูลดังนี้

1.1) ผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานทั้งระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ที่ดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับผลไม้ส่งออกจากไทยไปอินโดนีเซีย และจากไทยไปยังประเทศอื่นๆ ในประชาคมฯ ที่อินโดนีเซียส่งออกผลไม้เป้าหมายไปยังประเทศนั้นด้วย ทำการสำรวจโดยใช้แบบสัมภาษณ์ในแต่ละชนิดผลไม้เป้าหมาย ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จากการสุ่มตัวอย่างแบบ snowball จนกว่าจะได้ข้อมูลที่สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ ทั้งนี้ประชากรเป้าหมายที่ทำการสุ่มสำรวจ คือ

ก. ผู้เกี่ยวข้องในระดับต้นน้ำ คือ เกษตรกรผู้ผลิตผลไม้เป้าหมายในเชิงพาณิชย์เพื่อการส่งออก ทำการสุ่มสำรวจ โดยให้มีการกระจายไปตามแหล่งผลิตสำคัญๆ ต่อการค้า

ข. ผู้เกี่ยวข้องในระดับกลางน้ำ คือ ผู้รวบรวม หรือ ตัวแทนจัดหาผลไม้ส่งออก ซึ่งเป็นคนกลางทางการตลาดที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างต้นน้ำกับปลายน้ำ ทำการสุ่มสำรวจผลไม้เป้าหมาย โดยให้มีการกระจายไปตามแหล่งผลิตสำคัญๆ ต่อการค้า

ค. ผู้เกี่ยวข้องในระดับปลายน้ำ คือ ผู้ส่งออก ทำการสุ่มสำรวจผลไม้เป้าหมาย

ง. ผู้เกี่ยวข้องในฐานะที่เป็นฝ่ายสนับสนุนการดำเนินงานของโซ่อุปทาน คือ เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ และสมาคมการค้าที่เกี่ยวข้อง

1.2) ผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานระดับปลายน้ำที่ดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับการนำเข้าผลไม้จากอินโดนีเซียมายังไทย ทำการสำรวจโดยใช้แบบสัมภาษณ์ในแต่ละชนิดผลไม้เป้าหมาย ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จากการสุ่มตัวอย่างแบบ snowball จนกว่าจะได้ข้อมูลที่สามารถนำมาวิเคราะห์ได้

1.3) เกษตรกรผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานระดับต้นน้ำ สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นในการปรับตัวเชิงรุก จากการที่จะได้รับผลกระทบทั้งเชิงบวกและลบจากข้อตกลงประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558 ในแต่ละโซ่อุปทานผลไม้ส่งออกเป้าหมาย

1.4) การสำรวจข้อมูลที่อินโดนีเซียจากผู้เกี่ยวข้อง โดยทีมนักวิจัย (2 คน) พร้อมผู้ทรงคุณวุฒิ 1 คนเพื่อให้คำปรึกษาในพื้นที่ที่อินโดนีเซีย ทั้งนี้คาดว่าแหล่งผลิตและแหล่งการค้าเป้าหมายที่จะต้องเข้าสำรวจโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จากการสุ่มตัวอย่างแบบ snowball จะดำเนินการที่กรุงจาการ์ตาในอินโดนีเซียซึ่งเป็นแหล่งสำคัญของตลาดผู้บริโภค ตามการใช้งบประมาณ

ให้คุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ได้รับความร่วมมือด้านข้อมูลจากบุคคลดังต่อไปนี้ คือ ชุมชนพาณิชย์ไทยประจำประเทศอินโดนีเซีย ผู้นำเข้าและส่งออกผลไม้ชาวอินโดนีเซียที่ผู้ค้าคนไทยแนะนำให้ ฝ่ายจัดซื้อผลไม้ของซูเปอร์มาร์เก็ต/การค้าแบบสมัยใหม่ (Modern trade) ผู้ค้าส่งในตลาดค้าส่ง ร้านขายผลไม้/ผู้ค้าปลีก เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูล โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เกี่ยวกับประเทศคู่แข่งของไทยในตลาดอินโดนีเซียด้วย

2) การรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ จะทำการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่างๆ เช่น สิ่งพิมพ์ สื่อข่าวสาร งานวิจัย บทความ รายงานสถิติ เป็นต้น จากหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการศึกษาเกี่ยวกับตลาดเป้าหมายที่เป็นผู้นำเข้าผลไม้ทั้งจากไทยและอินโดนีเซีย คือประเทศในกรอบ AEC ได้แก่ เวียดนาม ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย สิงคโปร์ บรูไน กัมพูชา ลาว และเมียนมาร์ เพื่อคาดการณ์ผลกระทบที่จะมีต่อโซ่อุปทานของผลไม้ไทย

1.5.2 การวิเคราะห์และเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยในการวิเคราะห์จึงดำเนินการดังนี้

1) เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ในการศึกษาโซ่อุปทานผลไม้ส่งออกสำคัญของไทย ในมิติของกลุ่มค้าและคู่แข่งกับอินโดนีเซีย จะวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยใช้แนวคิดด้านความเชื่อมโยงกิจกรรมทางการตลาด ในการอธิบายช่องทางการจำหน่าย (Marketing Channel หรือ Trade Channel หรือ Distribution Channel) และการสังเคราะห์ความเชื่อมโยงของการดำเนินงานระหว่างหน่วยธุรกิจในแต่ละระดับของโซ่อุปทาน

2) เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ในการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของการนำเข้าและส่งออกผลไม้ระหว่างไทยและอินโดนีเซีย ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558 จะวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยใช้แนวคิดการวิเคราะห์ด้วย OT Analysis (Opportunities and Threats Analysis)

3) เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ในการคาดการณ์ผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบที่จะมีต่อโซ่อุปทานของผลไม้ ชนิดที่มีความสำคัญในการค้าระหว่างไทยและอินโดนีเซีย ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558 จะวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยใช้แนวคิดแบบจำลองเพชร (Porter's Diamond Model)

4) เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 ในการกำหนดแนวทางในการปรับตัวเชิงรุกต่อข้อตกลงประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558 ของผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานของผลไม้

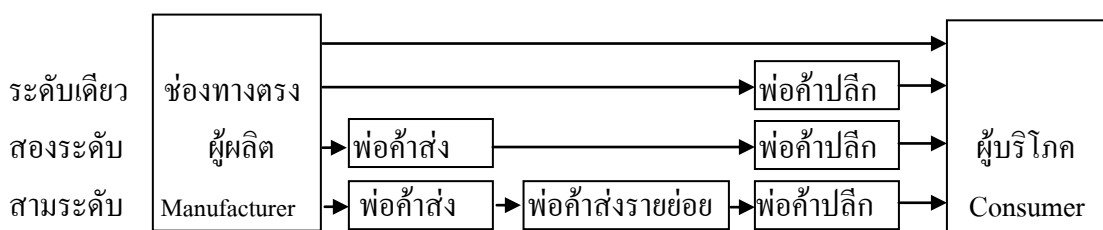
เป้าหมายในการค้าระหว่างไทยและอินโดนีเซีย โดยการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ตาม
วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ถึง 3 ทำการกำหนดร่างแนวทางในการปรับตัวเชิงรุกของเกษตรกรผู้เป็นต้นน้ำใน
โซ่อุปทาน แล้วจึงนำร่างแนวทางนั้นมาดำเนินการประชุมระดมความคิดอย่างมีส่วนร่วมของ
ผู้เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้แนวทางที่เหมาะสมสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม และได้ข้อชี้แนะ
ในการปรับปรุงรายงานให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

บทที่ 2 กรอบแนวคิดและการทบทวนวรรณกรรม

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดด้านความเชื่อมโยงกิจกรรมทางการตลาด

จากแนวคิดของ อดุลย์ จาตุรงคกุล (2542) กล่าวถึง คนกลางในตลาดประกอบกันเป็นช่องทางการจำหน่าย (Marketing Channel หรือ Trade Channel หรือ Distribution Channel) ช่องทางการจำหน่าย หมายถึง องค์การอิสระกลุ่มหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการที่จะทำให้สินค้าหรือบริการมีขึ้นเพื่อให้ใช้หรือบริโภค และปัญหาที่น่าสนใจก็คือ ทำไมผู้ผลิตจึง “สละ” งานด้านการขายให้แก่คนกลาง การสละดังกล่าว หมายถึง การมอบหมายการควบคุมบางส่วนที่เกี่ยวกับงานขายผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ใดและโดยวิธีใดไปให้กับคนกลาง การใช้คนกลางทำให้มีประสิทธิภาพในการทำสินค้าแพร่ไปถึงตลาดเป้าหมายดีขึ้น ทั้งนี้ คนกลางแต่ละรายที่ทำหน้าที่นำสินค้าและกรรมสิทธิ์ให้เข้าไปใกล้ผู้ซื้อคนสุดท้ายจะประกอบกันเป็น “ระดับในช่องทางการจำหน่าย – Channel levels” เมื่อผู้ผลิตและลูกค้าคนสุดท้ายต่างก็ทำหน้าที่ด้วยกันทั้ง 2 ฝ่าย จึงถือเป็นส่วนของช่องทางทุกช่องทางด้วย โดยจำนวนระดับของคนกลางชี้ให้เห็นถึงความยาวของช่องทางการจำหน่ายดังภาพที่ 2.1.1



ภาพที่ 2.1.1 ช่องทางการจำหน่ายของสินค้าเพื่อผู้บริโภค

ที่มา : อดุลย์ จาตุรงคกุล, 2542

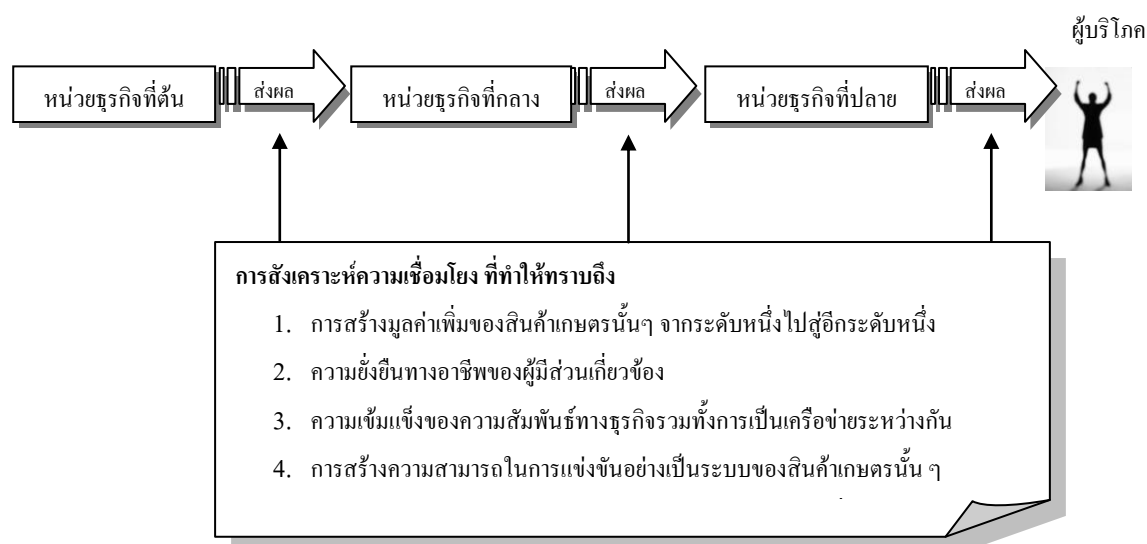
อดุลย์ จาตุรงคกุล (2542) กล่าวว่า ภาพประกอบไปด้วยช่องทางการจำหน่ายสินค้าเพื่อผู้บริโภค (Consumer Products) มีความยาวแตกต่างกันดังนี้

- ช่องทางตรง เป็นช่องทางการตลาดโดยตรง ผู้ผลิตขายโดยตรงสู่ลูกค้าคนสุดท้าย
- ช่องทางระดับเดียว เป็นการขายผ่านคนกลางรายหนึ่ง คือ พ่อค้าปลีก
- ช่องทางสองระดับ มีคนกลาง 2 ราย คือ พ่อค้าส่งและพ่อค้าปลีก
- ช่องทางสามระดับ มีคนกลาง 3 ราย เช่น ผู้ผลิตขายให้พ่อค้าส่งซึ่งขายให้พ่อค้าส่งรายย่อย (Jobbers) ที่จะขายให้พ่อค้าปลีก จัดว่าเป็นช่องทางที่ยาวที่สุด

ถ้ามองในแง่ผู้ผลิต ปัญหาอาจเกิดขึ้นได้กับความสั้นหรือความยาวของช่องทางการจำหน่าย ปัญหาในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับผู้ใช้คนสุดท้าย และปัญหาในการควบคุมช่องทางการจัดจำหน่ายจะเพิ่มมากขึ้น ถ้ายังมีจำนวนระดับของช่องทางเพิ่มมากขึ้น

2.1.2 การสังเคราะห์ความเชื่อมโยงของการดำเนินงานระหว่างหน่วยธุรกิจในแต่ละระดับของโซ่อุปทาน

ระดับของโซ่อุปทาน คือ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เพื่อให้ทราบถึงความแข็งแกร่งของข้อโซ่ที่ร้อยเรียงต่อกัน ความยั่งยืนทางอาชีพ ความเข้มแข็งของความสัมพันธ์ทางธุรกิจรวมทั้งการเป็นเครือข่ายระหว่างกัน การสร้างความสามารถในการแข่งขันอย่างเป็นระบบของสินค้าเกษตรนั้นๆ และความสามารถในการตอบสนองตรงตามความต้องการและเป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภค (ภาพที่ 2.1.2)



ภาพที่ 2.1.2 การสังเคราะห์ความเชื่อมโยงของการดำเนินงานระหว่างหน่วยธุรกิจในแต่ละระดับของโซ่อุปทาน
ที่มา : นงนุช อังชรีกุล, 2553

2.1.3 การวิเคราะห์ด้วย OT Analysis (Opportunities and Threats Analysis)

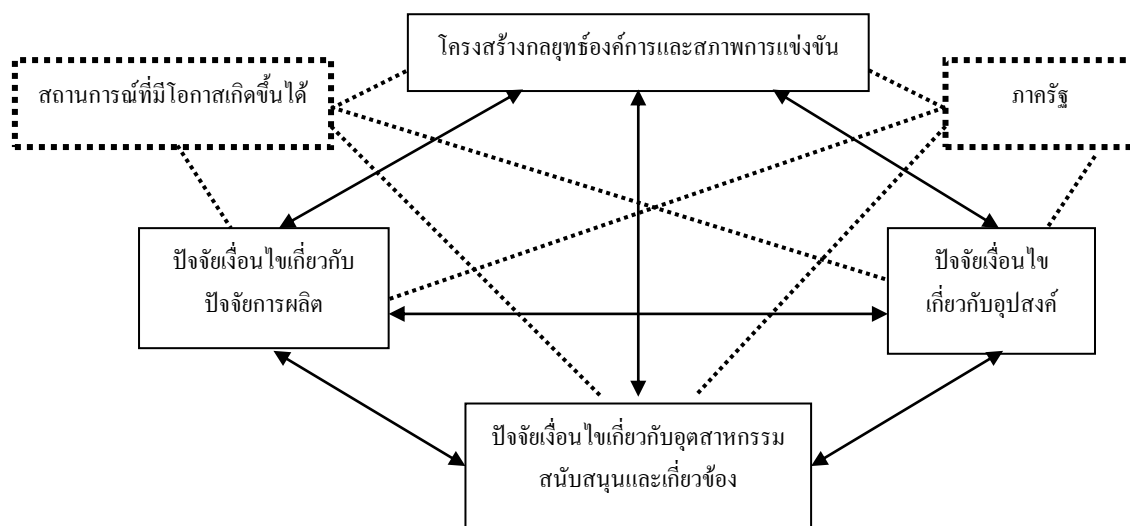
เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) ซึ่งเป็นปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrollable Factor) จำแนกเป็น

1) สภาพแวดล้อมจุลภาค (Micro Environment) หมายถึง สภาพแวดล้อมที่มีผลโดยตรงต่อหน่วยธุรกิจแต่ละหน่วย ซึ่งจะมีผลกระทบจากสภาพแวดล้อมจุลภาคที่ต่างกัน มีระดับความรุนแรงของผลกระทบต่างกันด้วย โดยมีปัจจัยแวดล้อมที่ต้องพิจารณา ได้แก่ ลูกค้า (Customer) ผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิตให้ (Supplier) คู่แข่งขันทางการค้า (Competitor) และ พันธมิตรทางการค้า (Alliance)

2) สภาพแวดล้อมมหภาค (Macro Environment) หมายถึง สภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบ ต่อทุกหน่วยธุรกิจ แต่ในแต่ละหน่วยธุรกิจจะมีระดับความรุนแรงของผลกระทบต่างกันไปตามชนิด สินค้าเกษตร โดยมีปัจจัยแวดล้อมที่ต้องพิจารณา ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจ กฎหมาย นโยบายรัฐและ การเมือง สภาพการแข่งขันทางการค้า ข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศ เทคโนโลยี สังคมและ วัฒนธรรม ประชากรศาสตร์ และ สภาพาสรรพชาติ

2.1.4 การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันทางการค้าระดับโลกของอุตสาหกรรม

Micheal E. Porter มีแนวคิดเกี่ยวกับระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมว่า ภาวะการแข่งขันทางการค้าระดับโลก แต่ละประเทศจะพยายามเลือกยุทธวิธีที่ดีที่สุดที่จะทำให้มี ความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดโลกที่นับวันก็จะมีภาวะที่รุนแรงมากขึ้น จากแนวคิดดังกล่าวจึง นำเอาทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive Advantage Theory) มาอธิบายโดยกำหนดจาก ปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่เป็นตัวกำหนดความได้เปรียบทางการแข่งขัน 4 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงซึ่ง กันและกัน นำมาประกอบเป็นระบบเดียวกันด้วยแบบจำลองเพชร (Porter's Diamond Model) โดยมี ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และมีผลกระทบอีก 2 ปัจจัยคือ ภาครัฐ (Government) และสถานการณ์ที่มี โอกาสเกิดขึ้นได้ (Chance) หากความเชื่อมโยงปรากฏผลแสดงซึ่งความร่วมมือ การสนับสนุน หรือ การใช้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ ก็จะหมายถึงอุตสาหกรรมนั้นๆ หรือประเทศนั้นๆ มีความได้เปรียบในการแข่งขัน (ภาพที่ 2.1.3)



ภาพที่ 2.1.3 Porter's Diamond Model

ที่มา : นงนุช อังชรีกุล (2547) ปรับปรุงภาพจากแนวคิดของ Micheal E. Porter

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความได้เปรียบทางการแข่งขันทั้ง 4 ปัจจัยตามแบบจำลองเพอร์ ได้แก่

1. ปัจจัยเงื่อนไขเกี่ยวกับปัจจัยการผลิต (Factor Condition) พบว่า ประเทศใดมีความพร้อมของปัจจัยการผลิตมากกว่าจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันสูงกว่า

2. ปัจจัยเงื่อนไขเกี่ยวกับอุปสงค์ (Demand Condition) พบว่า ประเทศใดมีความชัดเจนของรูปแบบของความต้องการของผู้ซื้อหรือมีอุปสงค์ในประเทศของสินค้าชนิดนั้นเกิดขึ้นก่อน ประเทศนั้นจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันสูงกว่า ทั้งนี้ในแต่ละประเทศที่มีลักษณะของอุปสงค์ในประเทศที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดข้อแตกต่างในสินค้าในระหว่างประเทศที่จะนำมาสู่ข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศนั้นๆ

3. ปัจจัยเงื่อนไขเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้อง (Supporting and Related Industries) อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวข้อง หมายถึง อุตสาหกรรมที่สามารถประสานกันหรือมีกิจกรรมการใช้ร่วมกัน ได้แก่ อุตสาหกรรมที่เป็นผู้จัดให้ซึ่งปัจจัยการผลิตชนิดต่างๆ และอุตสาหกรรมการเก็บรักษา การแปรรูป การคมนาคมขนส่ง การบรรจุภัณฑ์ และการจัดจำหน่าย ซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขันจะเกิดขึ้นเมื่ออุตสาหกรรมในประเทศที่เกี่ยวข้องกับสินค้านั้นๆ ปรากฏลักษณะที่สนับสนุน

4. ปัจจัยเงื่อนไขเกี่ยวกับโครงสร้างกลยุทธ์องค์กรและสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม (Company Strategy Structure and Rivalry) โดยปกติโครงสร้างกลยุทธ์องค์กรจะสะท้อนลักษณะเฉพาะขององค์กรนั้น ส่วนความได้เปรียบในการแข่งขันจากสภาพการแข่งขันในประเทศ พบว่า ถ้าในประเทศมีสภาพการแข่งขันสูง มักจะก่อให้เกิดความกดดันและกระตุ้นต่อหน่วยธุรกิจต่างๆ ให้มีการพัฒนาอยู่เสมอ ทั้งการแข่งขันทางด้านราคาและไม่ใช้ราคา

ในแบบจำลองเพอร์นอกจากปัจจัยสำคัญทั้ง 4 ประการดังกล่าว ยังมีปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และมีผลกระทบ ได้แก่ ภาครัฐ (Government) และสถานการณ์ที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้ (Chance)

1. ภาครัฐ จะเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทั้งในด้านเป็นผู้รับผลจากการเคลื่อนไหวของปัจจัยสำคัญทั้ง 4 ประการดังกล่าว และเป็นผู้สร้างผลกระทบต่อนโยบายสำคัญทั้ง 4 โดยการกำหนดมาตรการจากนโยบายต่างๆ ของรัฐ ทั้งนโยบายด้านการผลิต ด้านการค้าทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ และข้อตกลงระหว่างประเทศ ตลอดจนนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

2. สถานการณ์ที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้ การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์และเงื่อนไขต่างๆ ที่กระทบต่ออุตสาหกรรม ได้แก่ การเกิดนวัตกรรมใหม่ เทคโนโลยี ราคาของปัจจัยการผลิตและผลิตภัณฑ์ อุปทานและอุปสงค์ของโลก การตัดสินใจทางการเมืองโดยรัฐบาลของแต่ละประเทศเป็นต้น ในการพิจารณาความได้เปรียบในการแข่งขันพบว่า ถ้าสถานการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปที่เกิดขึ้นแล้วอุตสาหกรรมในประเทศสามารถใช้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงนั้นได้ก็จะได้เปรียบในการแข่งขันเหนือประเทศอื่นที่ไม่สามารถได้รับประโยชน์จากสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นองค์ความรู้พื้นฐานสำหรับการวิเคราะห์

หลักจากที่ประเทศไทยได้มีการเจรจาข้อตกลงทางการค้า Free Trade Area (FTA) กับประเทศจีนนั้น ทางกลุ่มวิจัยเศรษฐกิจไม้ผลและไม่ยืนต้น (2549) สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ได้ทำการศึกษาศักยภาพไม้ผลของไทยและจีน พบว่า จีนมีความสามารถในการปลูกผลไม้ได้ดีกว่าไทย ทั้งสภาพภูมิอากาศ พื้นที่และทางด้านแรงงาน แต่ยังมีผลไม้บางชนิดที่จีนไม่สามารถปลูกได้ คือ ทูเรียนเงาะ และมังคุด อีกทั้งจีนยังมีศักยภาพทางด้านการกระจายผลผลิตได้ยาวนานขึ้น ส่วนการนำเข้าผลไม้จากไทยนั้น ราคาจะถูกกำหนดจากตลาดปลายทาง โดยภายหลังจากการเปิดการค้าเสรี (FTA) พบว่า การส่งออกผลไม้ของไทยไปจีนมีแนวโน้มสูงขึ้น และการนำเข้าผลไม้จากจีนก็มีแนวโน้มสูงขึ้นเช่นกัน แต่ไทยยังพบอุปสรรคในเรื่องการค้าของจีนเป็นระบบที่ยังไม่เป็นสากล ทั้งเรื่องมาตรฐาน และคุณภาพ อีกทั้งการควบคุมตรวจสอบและกำกับดูแลสินค้าของจีนยังส่งผลกระทบต่อผลไม้ไทยที่นำไปขายในจีน ทำให้เกิดความล่าช้าเสียหาย รวมทั้งการที่จีนเปิดการค้าเสรีกับอาเซียน และได้หัน จึงส่งผลให้การแข่งขันยิ่งทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น

เมื่อพิจารณาถึงระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเพื่อรองรับการส่งออกผลไม้ของไทย พบว่า ไทยมีพื้นที่ที่เหมาะสมในการปลูกผลไม้เมืองร้อนได้หลากหลาย และพื้นที่ที่สามารถปลูกได้มาก คือ ภาคตะวันออก และภาคใต้ของประเทศ ซึ่งผลไม้ที่ผลิตได้มาก คือ ทูเรียน ลำไย มังคุด และเงาะ ซึ่งฤดูกาลเก็บเกี่ยวมีการกระจุกตัว ตลาดภายในประเทศนั้นผู้บริโภคนิยมบริโภคผลไม้สด แต่ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มมากขึ้น ยกเว้นเงาะที่มีแนวโน้มการส่งออกลดลง ทางด้านราคาที่เป็นที่เกษตรกรได้รับจะเป็นราคาที่มีการเคลื่อนไหวมากในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งเกิดจากความไม่แน่นอนของฤดูกาลและผลผลิต (กลุ่มวิจัยเศรษฐกิจพืชสวน, 2550) นอกจากนี้การพัฒนาเชื่อมโยงเครือข่ายเส้นทางคมนาคมในย่านอินโดจีน สำหรับการเคลื่อนย้ายผลไม้ทั้งระบบจากไทยไปยังจีนตามเส้นทาง R3E, R3W และแม่น้ำโขง ทำให้ภาพรวมของเศรษฐกิจและสังคมบนเส้นทาง R3W, R3W

และแม่น้ำโขง มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้น ซึ่งไทยสามารถส่งออกผลไม้ผ่านทางเส้นทางไปยังจีนจากการทำข้อตกลงกับ AQSIQ โดยการผ่านเส้นทางดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น (กนก คติการ, 2553)

2.2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นองค์ความรู้พื้นฐานด้านลำไย

พื้นที่เพาะปลูกลำไยที่สำคัญ ได้แก่ ภาคเหนือ ซึ่งต่อมาได้มีการขยายแหล่งการผลิตไปทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก และภาคใต้ พื้นที่ที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ปริมาณการผลิตเพิ่มขึ้น ทำให้ส่งออกมากขึ้น จากการศึกษาของ วรลักษณ์ โตตานนท์ (2543) พบว่า การตลาดของลำไยจะมีผู้รวบรวมในท้องที่เป็นตัวแทนในการจำหน่าย เกษตรกรนิยมขายผลผลิตในลักษณะของการขายอิสระแบบคัดเกรด และการขายแบบเหมาสวน ซึ่งสามารถลดความเสี่ยงให้แก่เกษตรกรได้ ส่วนปัญหาที่สำคัญของการผลิต คือ ต้นทุนการผลิต ได้แก่ ค่าแรง ปุ๋ยและยาปราบศัตรูพืชที่มีราคาสูง ปัญหาโรคแมลงที่สามารถควบคุมได้ยาก ด้านการตลาด คือ การขาดข้อมูลข่าวสาร การขาดแคลนผู้คอนเทนเนอร์ในการขนส่ง การจัดชั้นคุณภาพ รวมทั้งการใช้สารฆ่าเชื้อโรคไดออกไซด์ที่ยังไม่ได้มาตรฐาน

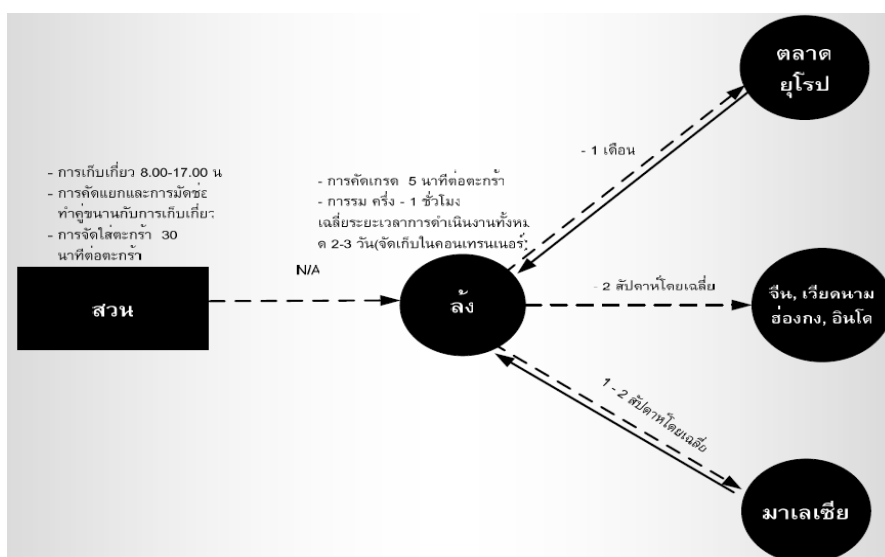
เมื่อพิจารณาถึงการดำเนินงานของโซ่อุปทานของลำไยสดในประเทศไทย อภิชาติ โสภาง และคณะ (2551) ได้ทำการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดจำนวน 73 ราย ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และกรุงเทพฯ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยประยุกต์จากแนวคิดของ SCOR Model (Supply Chain Operations Reference Model) ร่วมกับหลักการโซ่คุณค่า (Value Chain) พบว่า ภาพรวมระบบโซ่อุปทานลำไยสด หากพิจารณาการกระจายลำไยและผลิตภัณฑ์ไปสู่ผู้บริโภคในส่วนของผู้บริโภคภายในประเทศ พบว่า มีพ่อค้ารวบรวมผลผลิตทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับจังหวัด แล้วนำมาจำหน่ายในตลาดค้าส่ง เพื่อกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคต่อไป ขณะที่ผู้รวบรวมเพื่อการส่งออกจะมีจุดรวบรวมสินค้า (ส่ง) ในพื้นที่เพื่อนำไปคัดแยกเพื่อส่งออก หรือไปยังร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern trade) โดยในส่วนของผู้ส่งออกจะมีการนำลำไยสดไปผ่านกระบวนการการอบรมควันด้วยซัลเฟอร์ไดออกไซด์เพื่อยืดอายุลำไยสด

สำหรับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการกระจายสินค้าโดยภาพรวมมีบทบาทหน้าที่ ดังนี้ 1) พ่อค้าขายส่งในท้องที่ จะเป็นผู้จำหน่ายผลผลิตต่อไปให้กับพ่อค้าขายส่งในท้องถิ่น พ่อค้าขายส่งในกรุงเทพฯ พ่อค้าขายส่งในต่างจังหวัด โรงงานแปรรูป พ่อค้าขายปลีกและผู้ส่งออก โดยจะรับซื้อสินค้าจากเกษตรกรในปริมาณไม่มากนักเนื่องจากมีเงินทุนในการดำเนินการน้อย 2) พ่อค้าขายส่งในท้องถิ่น จะรับซื้อสินค้าจากเกษตรกรโดยตรง และจำหน่ายผลผลิตต่อไปให้กับพ่อค้าขายส่งในกรุงเทพฯ โดยพ่อค้าคนกลางประเภทนี้มีทุนดำเนินการค่อนข้างสูง สถานที่ประกอบธุรกิจมักอยู่ในต่างจังหวัด หรืออำเภอใหญ่ๆ 3) พ่อค้าขายส่งในกรุงเทพฯ จะจำหน่ายผลผลิตให้กับพ่อค้าขายส่งในต่างจังหวัด พ่อค้าขายปลีก และผู้บริโภคภายในประเทศ 4) พ่อค้าขายส่งในต่างจังหวัด จะมารับซื้อสินค้าจากเกษตรกร

ในแหล่งผลิตโดยตรงหรือผ่านพ่อค้าระดับต่างๆ และจำหน่ายผลผลิตให้แก่พ่อค้าขายปลีก และผู้บริโภคภายในประเทศ พ่อค้าประเภทนี้ไม่มีร้านค้าเป็นของตนเอง 5) พ่อค้าขายปลีก จะรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรและจากพ่อค้าระดับต่างๆ และจำหน่ายผลผลิตไปยังผู้บริโภคภายในประเทศ ซึ่งพ่อค้าขายปลีกอาจเช่าแผงในตลาดสด ซึ่งจะทำธุรกิจค้าผลไม้ตามฤดูกาลตลอดปี และอีกประเภทหนึ่งจะทำธุรกิจเฉพาะในฤดูกาลลำไยเท่านั้น แล้วขายให้ผู้บริโภคโดยตรง 6) โรงงานแปรรูป จะรับซื้อผลผลิตจากพ่อค้าจากแหล่งต่างๆ มาทำการแปรรูป แล้วขายให้กับพ่อค้าระดับต่างๆ และผู้บริโภค โดยผู้แปรรูปจะมีทั้งรายใหญ่และรายย่อย 7) ผู้ส่งออก มีทั้งผู้ที่มารับซื้อเพื่อนำไปขายต่อยังต่างประเทศ โดยไม่มีกระบวนการแปรรูป และผู้ส่งออกที่ทำครบวงจร คือ ทั้งแปรรูปและส่งออก 8) สหกรณ์การเกษตรประจำอำเภอและจังหวัด ที่มีการช่วยเหลือเรื่องการระบายถ่ายเทสินค้าซึ่งกันและกัน โดยได้รับทุนสนับสนุนจากภาครัฐ

จากการเก็บข้อมูลการศึกษาระบบโซ่อุปทานของลำไยสดไปต่างประเทศ อภิชาติ โสภางแดง และคณะ (2551) พบว่า มีความเสี่ยงด้านโซ่อุปทานใน 3 มิติ คือ ด้านระยะเวลา ด้านค่าใช้จ่าย และด้านคุณภาพ ดังนี้

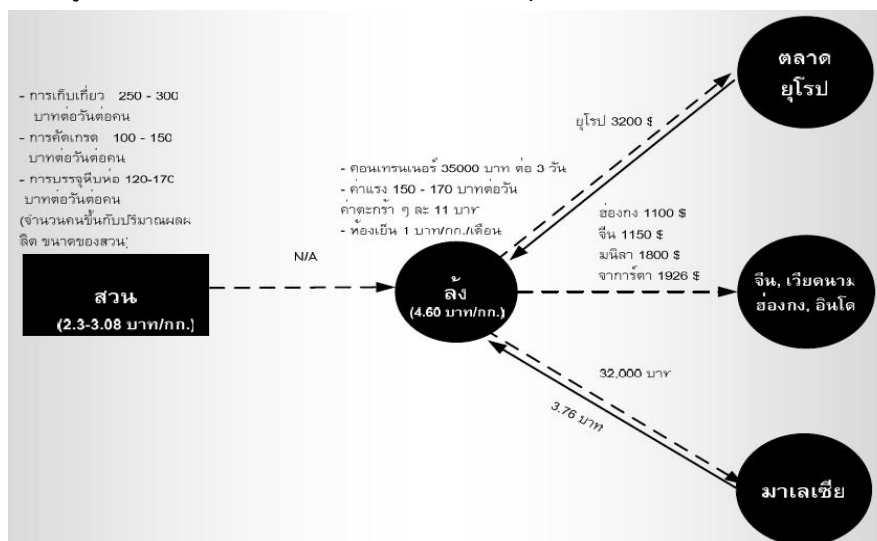
มิติที่ 1 ด้านระยะเวลา ซึ่งระยะเวลาในการดำเนินการนั้นมีผลต่อเนื่องเป็นลูกโซ่ โดยในกรณีของชาวสวนซึ่งขาดแคลนแรงงาน จึงทำให้ผลผลิตจากไร่ต่อวันมีน้อย ซึ่งส่งผลต่อการจัดเก็บในตู้คอนเทนเนอร์ปรับความเย็นของลำไย ที่จะต้องมีการจัดเก็บ 2-3 วัน ลำไยจึงจะเต็มตู้ ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของลำไยและค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นกับลำไย ที่จะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเช่าตู้คอนเทนเนอร์เพิ่มขึ้นต่อวัน แต่สำหรับในกรณีของการส่งออกไปยังต่างประเทศนั้นเป็นกลไกที่ไม่สามารถกำหนดได้ เนื่องจากมีความเกี่ยวเนื่องกับหลายบริษัทและหลายองค์กรในการขนส่งทางเรือแต่ละครั้ง (ภาพที่ 2.2.1)



ภาพที่ 2.2.1 ระยะเวลาดำเนินการของโซ่อุปทานของลำไยสดไปต่างประเทศ

ที่มา : อภิชาติ โสภางแดง และคณะ (2551)

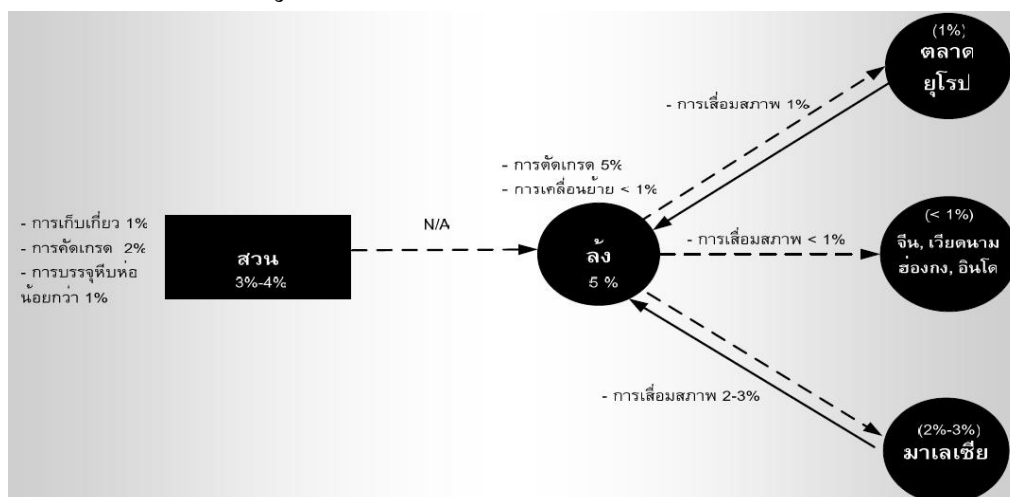
มิติที่ 2 ด้านค่าใช้จ่าย โดยในกระบวนการของลำไยสดในฤดูยังไม่มีปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินการ เนื่องจากมีการดำเนินการที่เป็นระบบ แต่ในช่วงปลายฤดู ที่พ่อค้าคนกลางบางรายจะนำลำไยมาแช่เย็นไว้ประมาณ 1 เดือน เพื่อรอให้ราคาลำไยในตลาดสูงขึ้น ซึ่งจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเก็บหกราคาไม่สูงมากก็จะส่งผลให้ราคาขายไม่ดีและไม่คุ้มค่าห้องเย็นที่ใช้จัดเก็บ (ภาพที่ 2.2.2)



ภาพที่ 2.2.2 ค่าใช้จ่ายการดำเนินการของโซ่อุปทานของลำไยสดไปต่างประเทศ

ที่มา : อภิชาติ โสภางแดง และคณะ (2551)

มิติที่ 3 ด้านคุณภาพ โดยพิจารณาทางด้านเปอร์เซ็นต์ของเสียจากการดำเนินการ ซึ่งข้อมูลที่เกิดขึ้นเป็นค่าประมาณโดยเฉลี่ย ตัวอย่างเช่น ลำไยจากสวนมีเปอร์เซ็นต์เสียเฉลี่ยร้อยละ 3-4 เป็นผลรวมจากการคัดเกรด การเก็บเกี่ยว ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสวนแต่ละสวนว่ามีผลผลิตอยู่ในเกณฑ์ใด และการดูแลของแต่ละสวน อีกทั้งการดำเนินการของสิ่งยังมีการปิดเกรดซึ่งมีปริมาณสูง ส่งผลต่อชาวสวนเกิดความเสียหายและราคาขายต่ำ และเปอร์เซ็นต์ของเสียจากการดำเนินการของลำไยสดที่ส่งไปยังต่างประเทศส่วนใหญ่เกิดจากการปิดเกรดและการขนส่งเพียงเล็กน้อย (ภาพที่ 2.2.3)



ภาพที่ 2.2.3 ค่าใช้จ่ายการดำเนินการของโซ่อุปทานของลำไยสดไปต่างประเทศ

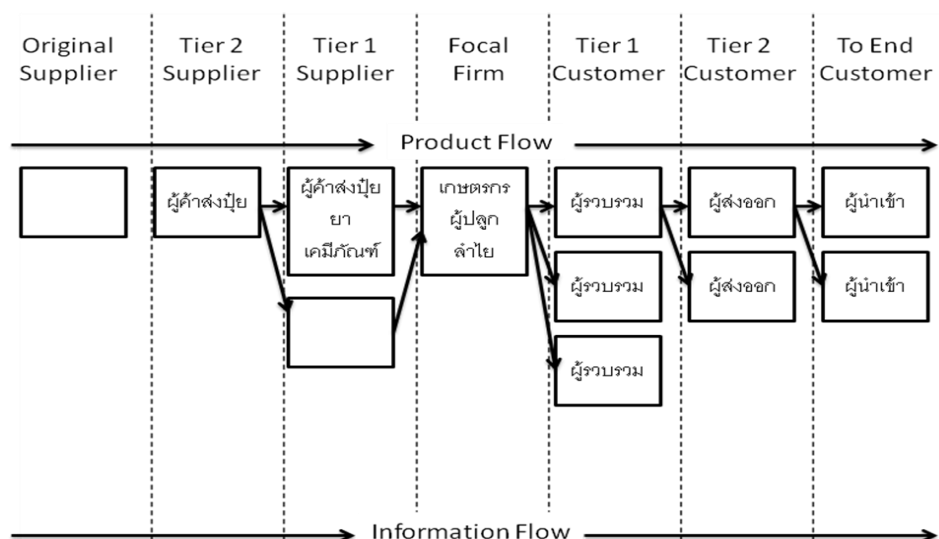
ที่มา : อภิชาติ โสภางแดง และคณะ (2551)

ถึงแม้เวลาผ่านไปปัญหาโซ่อุปทานของลำไยยังไม่ได้รับการแก้ไข เช่นเดียวกันกับ อภิชาติ โสภาง และคณะ (2551) ต่อมาวิชุดา ทรัพย์ปาน (2553) ทำการศึกษาปัญหาในการดำเนิน ธุรกิจส่งออกลำไยสดของผู้ส่งออกในจังหวัดลำพูน ด้วยตัวแบบห่วงโซ่คุณค่า โดยการสัมภาษณ์ผู้ ส่งออกลำไยสดโดยผ่านตัวแทน (Trader) ในจังหวัดลำพูนจำนวน 8 ราย พบว่า ในกิจกรรมหลักของผู้ ส่งออกลำไยสดในจังหวัดลำพูนมีปัญหาในประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อผู้ส่งออกลำไยสด ได้แก่ ปัญหา ด้านปัจจัยรับเข้า ซึ่งประกอบด้วยปัญหาจากเกษตรกรหรือผู้รับเหมาที่ขาดประสบการณ์ในการขนส่ง หรือมีวิธีการในการขนส่งลำไยสดในช่วงระหว่างที่ฝนตกไม่ถูกต้อง ประกอบกับระยะทางการ ขนส่งลำไยสดจากเกษตรกรมายังจุดรับซื้อค่อนข้างไกล ใช้เวลานาน ส่งผลให้ความสดของลำไยลดลง เมื่อมาถึงจุดรับซื้อ รวมถึงปัญหาในด้านการตรวจรับและคัดแยก เนื่องจากเกษตรกรและผู้รับเหมาขาด ประสบการณ์ในการจัดเรียงลำไยสด ไม่มีการแยกผิวลำไย ทำให้ผู้ส่งออกเกิดความยุ่งยากในการตรวจ รับและคัดแยก ปัญหารองลงมาได้แก่ ปัญหาด้านพื้นที่การจัดเก็บลำไยสดที่มีจำกัด ปัญหาในด้านการ ปฏิบัติการ ซึ่งประกอบด้วยการเตรียมวัตถุดิบและห้องรมซึ่งเกิดจากการวางแผนการอบที่ผิดพลาด ของผู้ส่งออก เนื่องจากลำไยที่ผ่านการคัดแยกเกรดแล้วจะมีปริมาณในแต่ละเกรดไม่เท่ากัน ทำให้ ลำไยบางเกรดไม่ได้เข้าห้องรม ซึ่งกระทบต่อการจัดส่งลำไยสดทำให้เกิดความล่าช้า ปัญหาด้านห้อง รมไม่พร้อมใช้งาน เพราะเมื่อห้องรมถูกใช้งานเป็นเวลานานทำให้เกิดรอยร้าวและมีกลิ่นซัลเฟอร์ ออกมา จึงต้องมีการซ่อมแซมก่อนใช้งาน

ส่วนปัญหาในกิจกรรมสนับสนุน ได้แก่ ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งประกอบด้วย ทุกระเบียบ การดำเนินงานของราชการและชุมชน เนื่องจากผู้นำเข้าลำไยสดในหลายประเทศมีความ คำนึงถึงสุขอนามัยและความปลอดภัยของลำไยที่จะนำเข้ามาบริโภคภายในประเทศ ทำให้ผู้ส่งออก ต้องรับซื้อลำไยสดจากเกษตรกรที่มีใบรับรองเท่านั้น ปัญหาด้านการจัดการสาธารณูปโภค เนื่องจาก ช่วงเวลาเก็บซื้อลำไยสดเป็นช่วงเวลากลางคืนและกิจกรรมการผลิตอื่นๆ จำเป็นต้องใช้ไฟฟ้า ทำให้เสีย ค่าไฟในอัตราที่สูง ประเด็นปัญหารองลงมาคือ ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ซึ่งเกี่ยวข้องกับการ สรรหาและว่าจ้าง โดยมีปัญหาที่พบ คือ แรงงานในพื้นที่ไม่เพียงพอต่อการดำเนินกิจกรรมรับซื้อลำไย สดเพื่อส่งออก แรงงานขาดทักษะ อีกทั้งแรงงานชั่วคราวมีคุณภาพค่อนข้างต่ำ เนื่องจากประสบการณ์ น้อยและเรียนรู้ได้ช้า

ในปี 2553 จงกลบดินทร์ แสงอาสภวิริยะ และคณะได้ทำการศึกษากระบวนการผลิตลำไย สดเพื่อการส่งออกของประเทศไทย พบว่า มีผู้เกี่ยวข้องหลักอยู่ 3 กลุ่ม ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกลำไย ผู้ รวบรวม/ล้าง และผู้ส่งออก นอกจากนี้จะมีกลุ่มผู้ค้าปุ๋ยยา เคมีการเกษตร ซึ่งเป็นซัพพลายเออร์ของ เกษตรกร ดังนั้นโครงสร้างโซ่อุปทานเป็นแบบแนวนอน (Horizontal Structure) โดยยึดตำแหน่ง ผู้ผลิตลำไยเพื่อเกษตรกรเป็นแกนนำ (Focal Firm) ซัพพลายเออร์ ชั้นที่ 1 (1st Tier Suppliers) คือส่วน

ของปฏิกิริยาการเกษตร ลูกค้าชั้นที่ 1 (1st Tier Customers) คือผู้รวบรวม/ส่ง ลูกค้าชั้นที่ 2 (2nd Tier Customers) คือ ผู้ส่งออก และผู้นำเข้าในต่างประเทศเป็น End Customer ซึ่งอธิบายได้ดังภาพที่ 2.2.4



ภาพที่ 2.2.4 โครงสร้างโซ่อุปทานลำไยสดเพื่อการส่งออก

ที่มา : จงกลดินทร์ แสงอาสภวิริยะ และคณะ (2553)

ปัญหาในโซ่อุปทานดังกล่าวข้างต้นทำให้สมรรถนะของโซ่อุปทานในการผลิตลำไยเพื่อการส่งออกในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาถึงความร่วมมือในโซ่อุปทานก็พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ยังพบว่า ปัญหาที่เกษตรกรพบคือ ราคารับซื้อที่ไม่แน่นอน พ่อค้าผู้รับซื้อกดราคา และขาดความรู้ในด้านเทคนิคการดูแลและป้องกันจากโรคแมลง ดังนั้นจึงควรให้มีการประกันราคารับซื้อลำไย และการให้ความรู้ เพื่อทำให้ผลผลิตมีคุณภาพ นอกจากนี้ควรมีการปรับปรุงกลไกการปฏิบัติตาม GAP ให้ครอบคลุมทั่วประเทศ เนื่องจากเป็นมาตรฐานขั้นต้นในการจัดการคุณภาพสินค้าเกษตรเพื่อส่งออกสู่ตลาดโลก โดยเฉพาะตลาดจีน (จงกลดินทร์ แสงอาสภวิริยะ และคณะ, 2553)

เมื่อพิจารณาตลาดต่างประเทศพบว่า ตลาดที่มีศักยภาพในการส่งออกลำไยสด คือ จีน ฮองกง มาเลเซีย สิงคโปร์ แคนาดา และอินโดนีเซีย ขณะที่ตลาดลำไยแปรรูป คือ จีน ฮองกง มาเลเซีย สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส และเวียดนาม สำหรับพันธุ์ลำไยที่มีความเหมาะสมในการส่งออก คือ พันธุ์อีดอ เนื่องจากมีจุดเด่นหลายประการ ได้แก่ คุณภาพดี เป็นที่รู้จักและคุ้นเคยในตลาดส่งออกเดิมอยู่แล้ว และเป็นพันธุ์ที่มีการปลูกและมีผลผลิตมากที่สุดในประเทศโดยเฉพาะพื้นที่ภาคเหนือ เช่น จังหวัดลำพูนและเชียงใหม่ จึงมีความพร้อมด้านผลผลิตเพียงพอต่อการบริโภคสดและการแปรรูปเพื่อ

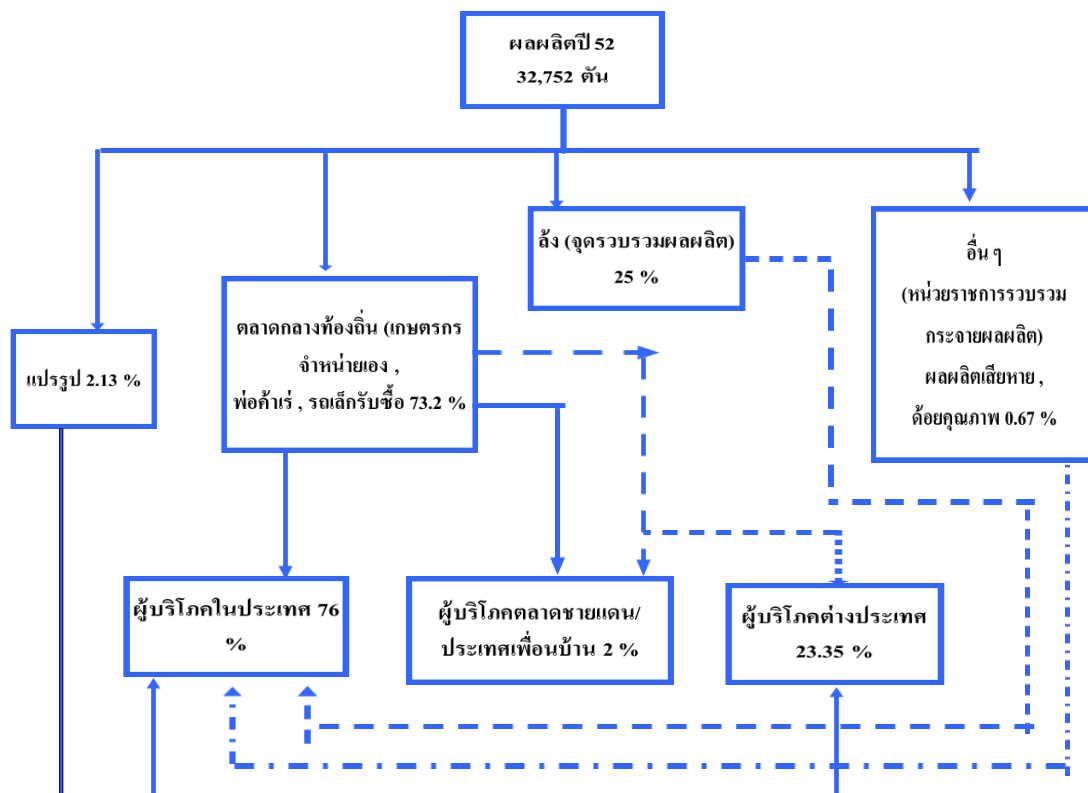
การส่งออก (เพ็ญศรี เจริญวานิช และคณะ, 2544) เมื่อพิจารณาถึงส่วนครองตลาดลำไยสดโดยนำแบบจำลองทางเศรษฐมิติมาใช้ในการประมาณค่าแบบจำลองด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดาพบว่า ในฮ่องกงมีการขยายตัวของตลาดลำไยสดเพิ่มขึ้นโดยเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของขนาดตลาดสำหรับในมาเลเซียนั้น การขยายตัวของตลาดลดลงโดยเป็นผลมาจากการลดลงของการแข่งขันในตลาด ส่วนในอินโดนีเซีย พบว่า มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นโดยเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของขนาดตลาด และเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการนำเข้าลำไยสดในประเทศคู่ค้าหลักพบว่า ปัจจัยสำคัญที่กำหนดความต้องการนำเข้า เป็นผลอันเนื่องมาจากราคานำเข้า และรายได้ประชาชาติต่อบุคคลของประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญเหล่านี้ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญตั้งแต่การผลิต เช่น การควบคุมการใช้สารเคมี การตลาดทั้งภายในและต่างประเทศเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน (โสมนัส มรกตคันโธ, 2548)

เมื่อพิจารณาผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ 6 แห่ง ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน ฮ่องกง มาเลเซีย สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา และแคนาดา พบว่า ผู้บริโภคจากทุกประเทศส่วนใหญ่รู้จักลำไยสดทั้งของไทยและของจีน แต่ไม่รู้จักพันธุ์ลำไยที่จำหน่าย แหล่งที่ซื้อลำไยสด คือ ตลาดสดและร้านสะดวกซื้อ ผลิตภัณฑ์ลำไยอื่นๆ ส่วนใหญ่ซื้อที่ซูเปอร์มาเก็ต ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลำไยของผู้บริโภคทุกประเทศให้ความสำคัญในเรื่อง ราคาของเนื้อลำไย ความปลอดภัยจากสารอันตราย ลักษณะของเนื้อลำไย ขนาดของผลลำไย ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ความสะดวกในการหาซื้อ และความสะอาดของสถานที่ซื้อและสถานที่วางจำหน่าย อีกทั้งเมื่อพิจารณาถึงทัศนคติต่อผลผลิตลำไยของไทย ผู้บริโภคมีความเห็นว่า ผลิตภัณฑ์ลำไยของไทยมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ หาซื้อได้ง่าย มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี แต่สำหรับผู้บริโภคชาวจีน อเมริกาและแคนาดาเห็นว่า ลำไยไทยยังมีคุณภาพไม่ดีนัก มีราคาแพงเกินไป หาซื้อได้ไม่ง่าย (เพ็ญศรี เจริญวานิช และคณะ, 2546)

2.2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นองค์ความรู้พื้นฐานด้านทุเรียน

ทุเรียนเป็นผลไม้ที่ปลูกมากในภาคตะวันออกและภาคใต้ของไทย มีศักยภาพสูงในการผลิตสำหรับโซ่อุปทานของทุเรียนในจังหวัดตราด เริ่มจากเกษตรกรชาวสวนทุเรียน เมื่อชาวสวนทุเรียนเก็บเกี่ยวผลผลิตแล้ว ผลผลิตจะถูกกระจายต่อไปยังตลาดท้องถิ่นซึ่งมีทั้งพ่อค้าเร่และรถเล็กมารับซื้อมากที่สุด ถึงร้อยละ 73.2 ของผลผลิต รองลงมาเป็นล้ง ร้อยละ 25 ส่วนผลผลิตที่เหลืออีกร้อยละ 2.8 จะถูกส่งไปให้ผู้แปรรูป หน่วยราชการ และผลผลิตที่เสียหาย (สำนักงานจังหวัดตราด, 2552) ดังภาพที่

2.2.5



ภาพที่ 2.2.5 วิธีการตลาดทุเรียน ในพื้นที่จังหวัดตราด

ที่มา : สำนักงานจังหวัดตราด (2552)

เกษตรกรชาวสวนทุเรียนส่วนใหญ่มีการศึกษาไม่สูงนักแต่มีความทักษะความรู้ด้านการผลิตที่ค่อนข้างดีผ่านเจ้าหน้าที่ของรัฐ แต่ยังต้องการความรู้ในเรื่องของการบำรุงรักษาทุเรียน การปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว และการจำหน่ายผลผลิต เมื่อพิจารณาถึงปัญหาที่เกษตรกรประสบ คือ ปัญหาปัจจัยการผลิตมีราคาแพง ไม่มีอำนาจในการกำหนดราคา และผลผลิตมีราคาต่ำ นอกจากนี้ยังประสบกับในด้านการผลิตคือทุเรียนเป็นโรคโคนเน่า ทุเรียนขาดแคลนนํ้าในฤดูแล้ง สารเคมีที่กำจัดศัตรูพืชมีราคาสูง และในด้านการส่งเสริมเกษตรกรมีปัญหาทางด้านขาดการแพร่กระจายข่าวสารที่รวดเร็ว ความรู้ที่ได้รับไม่ตรงกับความต้องการ ขาดแหล่งความรู้ใหม่ๆ และทันสมัย นอกจากนี้ยังพบปัญหาในการรวมกลุ่ม กล่าวคือสมาชิกในกลุ่มไม่ค่อยให้ความร่วมมือกับกลุ่ม (กิสณะ ดันเจริญ, 2533 และ จารุวรรณ ทองใบ, 2550) เมื่อพิจารณาถึงคุณภาพของทุเรียนเพื่อการส่งออก พบว่า ทุเรียนของไทยมีคุณภาพดี โดยปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพผลทุเรียนหมอนทองที่ส่งออกไปยังได้หวั่น พบว่า สภาพสวนมีผลต่อคุณภาพทุเรียนต้นทาง และปลายทางค่อนข้างน้อย ยกเว้นการระบายน้ำภายในสวนมีความสัมพันธ์กับปริมาณน้ำหนักแห้งของเนื้อทุเรียน คือ สวนที่มีการระบายน้ำดี ปริมาณน้ำหนักแห้งของเนื้อสูง และความสะอาดภายในสวนทุเรียน คุณภาพทุเรียนต้นทางโดยเฉพาะปริมาณน้ำหนักแห้งของเนื้อทุเรียนมีความสัมพันธ์กับคุณภาพทุเรียนปลายทางมากกว่าคุณภาพต้นทางอื่นๆ ทุเรียนส่งออก

ควรมีปริมาณน้ำหนักรวมของเนื้ออย่างต่ำที่สุดไม่ควรมีค่าน้อยกว่าร้อยละ 30 อุณหภูมิระหว่างขนส่งระยะเวลาในการลดอุณหภูมิจนถึงอุณหภูมิต่ำที่และเวลาในการขนส่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพทุเรียนมากที่สุด (โชติช่วง เข็มฉวี, 2546)

เมื่อพิจารณาตลาดส่งออกทุเรียนไทยในฮ่องกงและสิงคโปร์ พบว่า การพัฒนาการส่งออกทุเรียนก้าวหน้ามากขึ้น โดยเฉพาะการพัฒนาการผลิตเพื่อการส่งออก มีการเข้มงวดทั้งการคัดเลือกพันธุ์ การเพิ่มผลผลิต และคุณภาพ การส่งออกทุเรียนนั้นเกษตรกรได้มีการรวบรวมโดยการรวมตัวกันจัดตั้งบริษัทเพื่อรับรองคุณภาพทุเรียนแต่ปัญหาที่สำคัญ คือ ปริมาณผลผลิตที่ไม่แน่นอนในแต่ละปี และการเก็บทุเรียนที่ยังไม่ได้คุณภาพ ทางด้านตลาดฮ่องกง และสิงคโปร์ พบว่ามีลักษณะการเปลี่ยนแปลงตรงข้ามกัน แนวโน้มการส่งออกไปฮ่องกงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ขณะที่ตลาดสิงคโปร์มีแนวโน้มลดลง สำหรับส่วนแบ่งการตลาดมีแนวโน้มคงที่ตลอด (นริศรา ไชยกาล, 2537) ทางด้านอุปสงค์การส่งออกทุเรียนของไทยไปยังฮ่องกงและสิงคโปร์ร่วมกับมาเลเซีย พบว่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อส่งออกทุเรียนของไทยต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านราคาผู้ส่งออกทุเรียนของไทยไปยังฮ่องกงและสิงคโปร์ร่วมกับมาเลเซีย มีความยืดหยุ่นน้อย ดังนั้นนโยบายเกี่ยวกับการลดราคาจึงส่งผลกับการส่งออกน้อยกว่าทางด้านความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อการเปลี่ยนแปลงจำนวนประชากรของฮ่องกงและการเปลี่ยนแปลงของรายได้ของสิงคโปร์ซึ่งเป็นแบบยืดหยุ่นมาก ดังนั้นการใช้นโยบายส่งเสริมการขายตัวของปริมาณการส่งออก การเพิ่มความต้องการของทั้งสองตลาดจะทำให้การส่งออกขยายตัวมากขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ (อภิชาติ ตะลุดเพชร, 2534)

เมื่อพิจารณาถึงผลกระทบจากการเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ที่มีต่อทุเรียนไทย พบว่ามูลค่าการค้าของไทยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น และอาเซียนยังเป็นคู่ค้าสำคัญอันดับสองรองจากญี่ปุ่น สำหรับปัญหาและอุปสรรคในเขตการค้าส่วนใหญ่เนื่องมาจากการผลิตและสินค้ามีลักษณะคล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะสินค้าเกษตร และประเทศสมาชิกบางประเทศยังเป็นคู่แข่งกับไทยในตลาดโลก ทุเรียนเป็นผลไม้ที่ได้รับความนิยมกันมากมีแหล่งผลิตอยู่ทางภาคตะวันออกและภาคใต้ สำหรับพื้นที่เพาะปลูกมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มมากขึ้นร้อยละ 6 ต่อปี ด้านปัญหาที่พบในการส่งออก ได้แก่ ปัญหาขาดมาตรการในการควบคุมผู้ส่งออก ทำให้มีคุณภาพต่ำ และปัญหาการกระจายสินค้า ซึ่งยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวกในการขนส่ง (พิเชษฐ เข็มทอง, 2543)

2.2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวคิดใช้กำหนดแนวทางการปรับตัวของเกษตรกร

งานวิจัยหลายงานได้ทำการศึกษาปัญหาและแนวทางปรับตัวของเกษตรกรในหลากหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเทคนิคการผลิต การสร้างรวมตัวเครือข่าย การปรับปรุงการผลิตเพื่อให้ได้มาตรฐานต่างๆ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่เกษตรกรไทย อาทิเช่น

อุษา โนษิตตระกูล (2534) ศึกษาความต้องการเทคโนโลยีการผลิตส้มโอเพื่อการส่งออกของสมาชิกชมรมผู้พัฒนาคุณภาพส้มโอในจังหวัดนครปฐม พบว่า สมาชิกมีความต้องการเทคโนโลยีในการผลิตมากในเรื่องการป้องกันกำจัดโรค การป้องกันดอกและผลร่วง การป้องกันกำจัดแมลง ต้องการปานกลางในเรื่องการจัดการดิน การบังคับให้ออกดอก การใช้ปุ๋ย และต้องการน้อยในเรื่องการตัดแต่งกิ่ง การให้น้ำ การเก็บเกี่ยว การเก็บรักษาส้มโอ พันธุ์และการเตรียมกิ่งพันธุ์ การเตรียมพื้นที่ปลูก การคัดขนาดและคุณภาพ การป้องกันกำจัดวัชพืช และการห่อผล และความต้องการเทคโนโลยีการผลิตส้มโอเพื่อการส่งออก มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับสภาพทางเศรษฐกิจสังคมและปัจจัยที่เอื้อต่อการผลิตส้มโอ ได้แก่ พื้นที่ปลูกส้มโอและจำนวนต้นส้มโอต่อไร่ ส่วนตัวแปรสภาพทางเศรษฐกิจ สังคมและปัจจัยที่เอื้อต่อการผลิตส้มโอที่มีความสัมพันธ์กับรายได้จากการปลูกส้มโอ คือ จำนวนต้นส้มโอต่อไร่ อายุต้นส้มโอ การติดต่อเจ้าหน้าที่ และการปฏิบัติในสวน

ในการศึกษาเกษตรกรในการสร้างเครือข่าย ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ (2551) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการสร้างเครือข่ายเกษตรกรเพื่อเป็นการนำร่องการส่งเสริมการผลิตผลไม้คุณภาพดีเพื่อการส่งออก พบว่า เครือข่ายเกษตรกรมีความเป็นไปได้ในการจัดตั้ง ซึ่งเป็นผลที่เกิดขึ้นจากการที่รายได้เพิ่มขึ้นจากการผลิตผลไม้คุณภาพดีเพื่อการส่งออกเพิ่มขึ้น และมีการสร้างความเชื่อมโยงทางการตลาดให้กับเครือข่าย โดยมีการจัดประชุมระดมความคิดเห็นภายในเครือข่าย ร่วมกับตัวแทนผู้ส่งออกที่จะทำหน้าที่เป็นผู้จัดจำหน่ายผลไม้ไปยังต่างประเทศ รวมทั้งการจำหน่ายภายในประเทศ

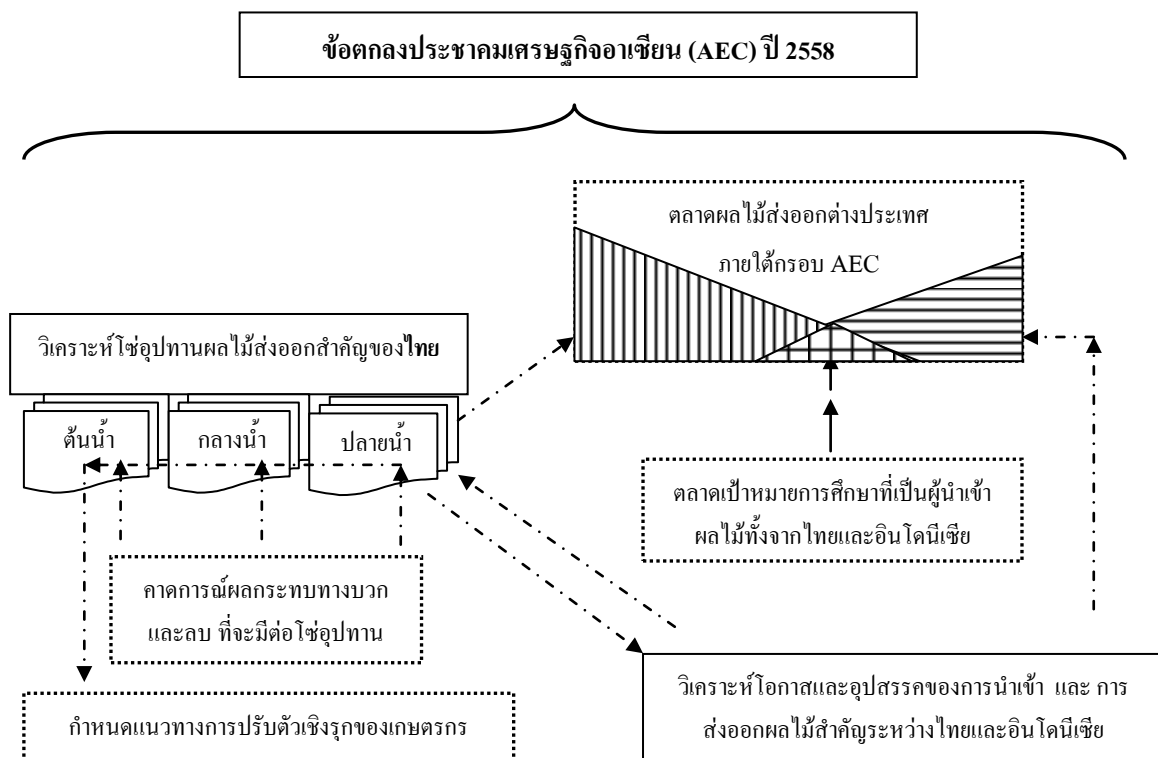
ต่อมา สุदारวรรณ ขัตติยะเนตร (2552) ทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเศรษฐกิจและสังคมของการรวมกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกผลไม้คุณภาพดีเพื่อการส่งออก ในจังหวัดจันทบุรี พบว่าปัญหาสำคัญที่เกิดขึ้นกับเกษตรกรผู้ผลิตผลไม้ คือ ปริมาณผลไม้ที่มีคุณภาพส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศยังมีปริมาณน้อย เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย ผลผลิตจึงมีคุณภาพที่แตกต่างหลากหลาย ผลจากการศึกษา พบว่า การวิเคราะห์ทางการเงินของกลุ่มเครือข่ายผู้ผลิตมังคุดคุณภาพและกลุ่มเครือข่ายผู้ผลิตทุเรียนคุณภาพ ทั้ง 2 กลุ่ม มีความเป็นไปได้ในการลงทุนทั้งทางการเงินและทางเศรษฐกิจของการรวมกลุ่มของเกษตรกร ส่วนการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านสังคม พบว่า ภายหลังจากที่เกษตรกรได้มีการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายผู้ปลูกผลไม้คุณภาพดีเพื่อการส่งออกนั้น ทำให้เกิดการสร้างความเข้มแข็งของเกษตรกรชาวสวนผลไม้ เกิดการร่วมมือกันในการผลิตผลไม้คุณภาพดีเพื่อการส่งออก ให้มีปริมาณเพิ่มมากขึ้น

สำหรับการศึกษาการปรับตัวของเกษตรกรเพื่อการผลิตที่มีมาตรฐาน ดนุพล แสงไชย (2553) ได้ศึกษาถึง แรงจูงใจ ปัญหาและอุปสรรคในการนำมาตรฐาน GLOBAL GAP มาใช้ในธุรกิจส่งออกผักผลไม้สด ผลการศึกษา พบว่า บริษัทที่ผ่านการรับรองดำเนินธุรกิจมานานกว่า 11-15 ปี ด้วยทุนจด

ทะเบียนไม่เกิน 100 ล้านบาท มีแหล่งที่มาของวัตถุดิบจากฟาร์มของบริษัท ฟาร์มของเกษตรกรที่มีสัญญาฯ และผู้รวบรวมวัตถุดิบ มีการส่งออกสินค้าไปยังตลาดค้าปลีกมากที่สุด ส่วนใหญ่ของการรับรองมาตรฐาน GLOBAL GAP ในแบบ Option 1 (รับรองรายเดี่ยว) โดยมีระยะเวลาดังแต่เริ่มจนผ่านการรับรอง 6 เดือน ถึง 1 ปี ผลการศึกษาแรงจูงใจในการนำมาตรฐาน GLOBAL GAP มาใช้พบว่า ผู้บริหารให้ความสำคัญกับแรงจูงใจด้านความต้องการพื้นฐานและความมั่นคงมากที่สุด ปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการนำมาตรฐาน GLOBAL GAP มาใช้ พบว่า อุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอกมีความยากในระดับมาก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมส่งเสริมการส่งออก สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย รวมถึงสมาคมผู้ส่งออกสินค้าเกษตร ควรร่วมกันจัดการสัมมนาและจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์และข้อมูลสถิติเกี่ยวกับมาตรฐาน GLOBAL GAP และสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ เพื่อสร้างแรงจูงใจด้านความต้องการด้านพื้นฐาน ความมั่นคง ด้านการเจริญเติบโต และความต้องการด้านความสัมพันธ์ของผู้ประกอบการ สำหรับการแก้ไขปัญหา กรมวิชาการเกษตรและกรมส่งเสริมการเกษตรควรร่วมกันจัดทำหลักสูตรฝึกอบรม และให้ความรู้ในหัวข้อการจัดการสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช นอกจากนี้ กรมวิชาการเกษตรและสำนักรับรองมาตรฐาน ISO แห่งประเทศไทย (MASCI) ควรเร่งพัฒนาแนวทางในการลดค่าใช้จ่ายในการออกใบรับรอง และพัฒนาศักยภาพของผู้จำหน่ายวัตถุดิบและเกษตรกร

2.3 กรอบแนวคิด

จากการตรวจเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของการค้าผลไม้ระหว่างไทยและอินโดนีเซียภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เป็นไปดังภาพที่ 2.3.1 กล่าวคือในการศึกษานั้นต้องเริ่มพิจารณาจากสภาพทั่วไปที่เป็นอยู่ของโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ตลอดจนปลายน้ำ จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคในการค้าไม้ผลระหว่างประเทศไทยและอินโดนีเซียเพื่อคาดการณ์ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น พร้อมกับหาแนวทางการปรับตัวเชิงรุกให้แก่ส่วนต่างๆ ของโซ่อุปทาน



ภาพที่ 2.3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3 การค้าไม้ผลระหว่างไทยและอินโดนีเซีย ภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

3.1 สถานการณ์การค้าไม้ผลระหว่างไทยและอินโดนีเซีย

3.1.1 สถานการณ์ทางการค้าไม้ผลในกลุ่มประเทศ AEC



ตามที่อาเซียนจะรวม
เป็นประชาคมเศรษฐกิจ
อาเซียน (ASEAN Economic
Community: AEC) ภายในปี
พ.ศ. 2558 (ค.ศ. 2015) ซึ่งจะมี
ผลทำให้มีการเปิดเสรีด้าน
การค้า บริการ และการลงทุน
ในกลุ่ม 10 ประเทศ

ของประชาคมฯ ได้แก่ ไทย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย สิงคโปร์ บรูไน กัมพูชา ลาว เมียนมาร์
และเวียดนาม โดยจะลดภาษีระหว่างกันเหลือร้อยละ 0 นั้น

ในประเด็นด้านการส่งออกไม้ผลของไทยไปประเทศในกลุ่ม AEC ตามพิกัด HS จากข้อมูล
กรมศุลกากร หมวด 8 ผลไม้สดและทำให้แห้ง พบว่า มีประเทศคู่ค้าสำคัญแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มตาม
มุมมองส่วนแบ่งตลาด (ตารางที่ 3.1.1 , 3.1.2 และภาพที่ 3.1.1) คือ

กลุ่มที่ 1 ไทยมีการส่งออกในกลุ่มประเทศนี้มากเป็นอย่างยิ่ง คือ อินโดนีเซีย ในปี
2554 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 50.12 รองลงมา คือ เวียดนาม มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 25.19

กลุ่มที่ 2 ไทยมีการส่งออกในกลุ่มประเทศนี้น้อย คือ ลาว และสิงคโปร์ ในปี 2554 มี
ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 6.29 และ 5.92 ตามลำดับ

กลุ่มที่ 3 ไทยมีการส่งออกในกลุ่มประเทศนี้น้อยมาก คือ เมียนมาร์ มาเลเซีย กัมพูชา
ฟิลิปปินส์ และบรูไน ในปี 2554 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 3.79 , 3.78 , 2.44 , 1.84 และ 0.63 ตามลำดับ

ทั้งนี้ในช่วงปี 2550 – 2554 การส่งออกของไทยไปประเทศในกลุ่ม AEC มีอัตราการเติบโต
เฉลี่ยร้อยละ 19.31 แม้ว่าอินโดนีเซียจะมีส่วนแบ่งตลาดการค้าส่งออกผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด
08 มากที่สุดก็ตาม แต่ก็มีอัตราการเติบโตเพียงร้อยละ 31.43 เป็นที่สอง รองจากการส่งออกไป

เวียดนาม นอกจากนี้อัตราการเติบโตของการส่งออกที่น่าจับตามองมี 4 ประเทศ ได้แก่ ลาว ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และมาเลเซีย โดยมีอัตราเติบโตที่ร้อยละ 13.93, 12.62, 9.87 และ 7.32 ตามลำดับ (ตารางที่ 3.1.2) จึงกล่าวได้ว่า ประเทศในกลุ่ม AEC ที่น่าสนใจมาก คือ อินโดนีเซีย และเวียดนาม ซึ่งมีแนวโน้มมูลค่าการส่งออกผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 เพิ่มขึ้น ในลักษณะเส้นโค้งแบบกะทะหงาย ดังภาพที่ 3.1.2

ตารางที่ 3.1.1 ปริมาณการส่งออกผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยไปประเทศในกลุ่ม AEC

หน่วย : กก.

ปี	2550	2551	2552	2553	2554	% 2554
อินโดนีเซีย	82,756,638	69,801,297	103,692,987	83,275,453	132,427,067	37.85
เวียดนาม	7,735,596	16,230,022	48,381,324	55,177,213	118,301,318	33.81
ลาว	16,497,033	13,627,191	16,188,161	40,314,835	40,372,878	11.54
สิงคโปร์	12,715,900	12,339,966	11,211,105	11,467,953	15,222,969	4.35
เมียนมาร์	21,178,551	18,164,790	14,991,030	17,481,331	9,698,420	2.77
มาเลเซีย	18,555,434	19,605,545	27,087,131	22,094,676	17,662,425	5.05
กัมพูชา	15,972,510	11,274,591	8,719,264	10,016,484	11,395,618	3.26
ฟิลิปปินส์	4,527,239	4,613,340	4,468,365	2,666,464	4,064,957	1.16
บรูไน	961,184	1,216,280	1,465,507	942,795	758,656	0.22
				รวม	349,904,308	100.00

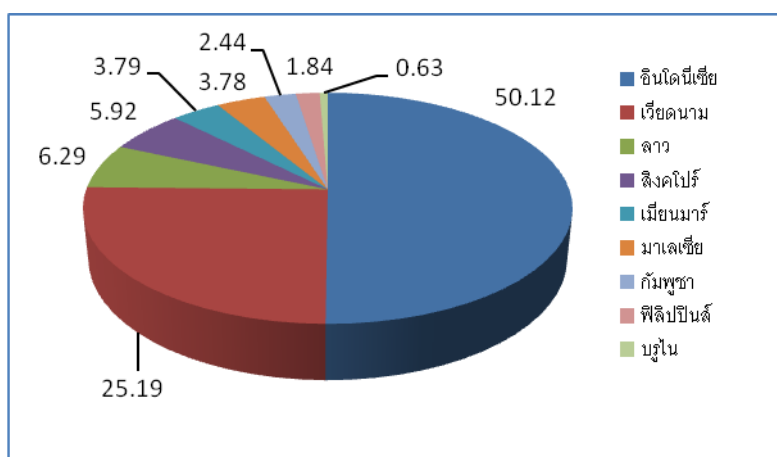
ที่มา : กรมศุลกากร. 2555.

ตารางที่ 3.1.2 มูลค่าการส่งออกผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยไปประเทศในกลุ่ม AEC

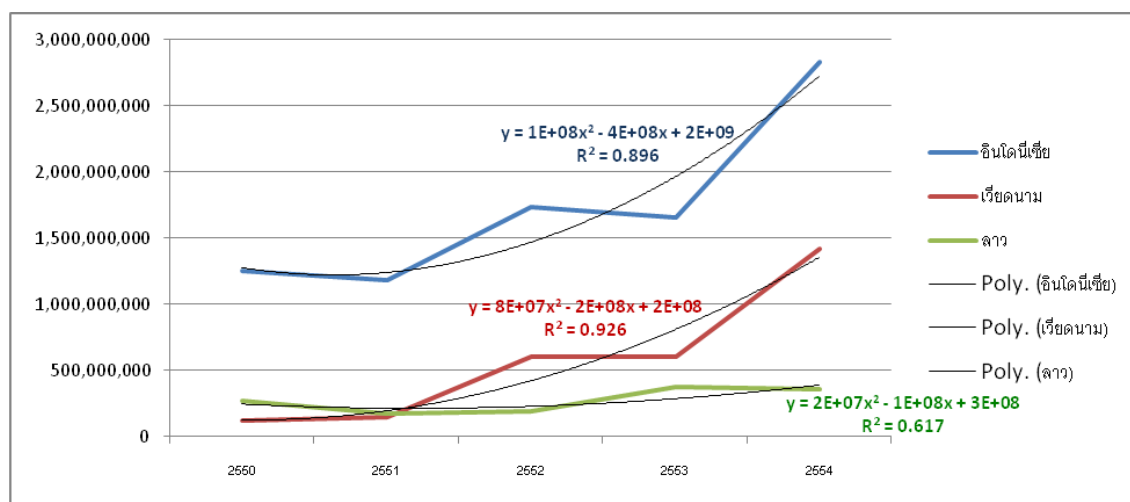
หน่วย : บาท

ปี	2550	2551	2552	2553	2554	% 2554	อัตราเติบโต
อินโดนีเซีย	1,258,114,392	1,185,726,689	1,737,422,099	1,658,980,248	2,832,802,520	50.12	31.43
เวียดนาม	120,655,318	149,052,962	608,117,843	608,233,447	1,423,595,127	25.19	98.16
ลาว	272,929,533	178,328,808	192,722,488	377,032,786	355,601,239	6.29	13.93
สิงคโปร์	236,231,413	281,997,665	234,645,762	245,914,335	334,563,356	5.92	9.87
เมียนมาร์	344,161,121	314,137,046	257,301,353	392,687,063	214,152,105	3.79	- 3.18
มาเลเซีย	166,345,367	166,040,280	236,589,050	212,377,210	213,934,053	3.78	7.32
กัมพูชา	157,414,352	113,587,565	87,594,026	118,953,243	138,029,034	2.44	0.71
ฟิลิปปินส์	71,273,274	94,281,192	90,072,898	64,181,318	104,090,097	1.84	12.62
บรูไน	37,294,338	55,958,671	63,389,489	41,271,818	35,396,724	0.63	2.96
				รวม	5,652,164,255	100.00	19.31

ที่มา : กรมศุลกากร. 2555.



ภาพที่ 3.1.1 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยไปประเทศในกลุ่ม AEC ที่มา : จากตารางที่ 3.1.2



ภาพที่ 3.1.2 แนวโน้มมูลค่าการส่งออกผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยไปยังกลุ่มประเทศ AEC จำแนกตามรายประเทศ 3 อันดับแรก

ที่มา : จากตารางที่ 3.1.2

ในประเด็นด้านการนำเข้าไม้ผลของไทยจากประเทศในกลุ่ม AEC ตามพิกัด HS จากข้อมูลกรมศุลกากร หมวด 8 ผลไม้สดและทำให้แห้ง พบว่า มีประเทศคู่ค้าสำคัญแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มตามมุมมองส่วนแบ่งตลาด โดยไม่พบข้อมูลกรณีการนำเข้าจากบรูไน (ตารางที่ 3.1.3 , 3.1.4 และภาพที่ 3.1.3) คือ

กลุ่มที่ 1 ไทยมีการนำเข้าจากกลุ่มประเทศนี้มากเป็นอันดับ 1 คือ เวียดนาม ในปี 2554 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 47.91 รองลงมา คือ อินโดนีเซีย มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 43.07

กลุ่มที่ 2 ไทยมีการนำเข้าจากกลุ่มประเทศนี้น้อย คือ ลาว และฟิลิปปินส์ ในปี 2554 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 3.30 และ 2.12 ตามลำดับ

กลุ่มที่ 3 ไทยมีการนำเข้าจากกลุ่มประเทศนี้น้อยมาก คือ เมียนมาร์ มาเลเซีย กัมพูชา และสิงคโปร์ ในปี 2554 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 1.74 , 1.35 , 0.49 และ 0.03 ตามลำดับ

ทั้งนี้ในช่วงปี 2550 – 2554 การนำเข้าของไทยจากประเทศในกลุ่ม AEC มีอัตราเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 309.44 (ไม่รวมกรณีการนำเข้าจากสิงคโปร์) แม้ว่าอินโดนีเซียจะมีส่วนแบ่งตลาดเป็นที่สองรองจากเวียดนาม แต่ก็มียอดนำเข้าสูงมากถึงร้อยละ 1,428.33 จึงกล่าวได้ว่าประเทศในกลุ่ม AEC ที่น่าสนใจมากในประเด็นด้านการนำเข้าไม้ผลของไทยจากประเทศในกลุ่ม AEC คือ อินโดนีเซีย และเวียดนาม ซึ่งมีแนวโน้มมูลค่าการนำเข้าผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 เพิ่มขึ้น ในลักษณะเส้นโค้งแบบกะทะหงาย ดังภาพที่ 3.1.4

ตารางที่ 3.1.3 ปริมาณการนำเข้าผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยจากประเทศในกลุ่ม AEC

หน่วย : กก.

ปี	2550	2551	2552	2553	2554	% 2554
เวียดนาม	16,415,250	17,538,845	13,157,161	18,966,111	22,258,187	14.28
อินโดนีเซีย	71,788	901,982	369,455	3,090,547	113,814,685	73.03
ลาว	8,616,410	24,331,360	12,287,503	17,027,717	13,593,540	8.72
ฟิลิปปินส์	437,968	378,378	642,738	814,011	816,051	0.52
เมียนมาร์	2,175,534	4,104,900	4,666,868	3,860,762	3,320,684	2.13
มาเลเซีย	747,597	316,226	219,185	65,542	537,022	0.34
กัมพูชา	41,105	404,000	340,000	500,000	1,463,290	0.94
สิงคโปร์	60	84,429	48,532	18,057	40,221	0.03
				รวม	155,843,680	100.00

ที่มา : กรมศุลกากร. 2555.

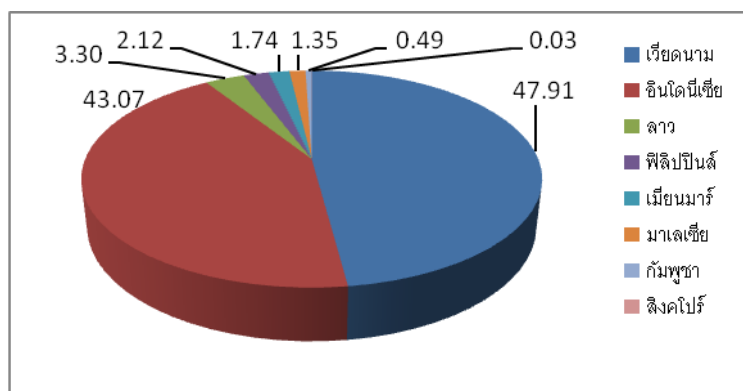
ตารางที่ 3.1.4 มูลค่าการนำเข้าผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยจากประเทศในกลุ่ม AEC

หน่วย : บาท

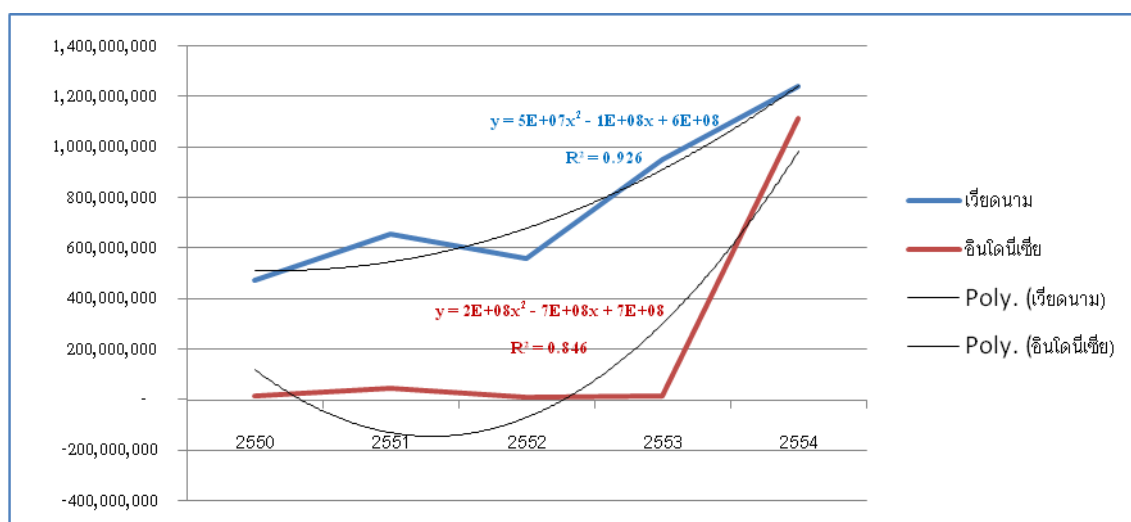
ปี	2550	2551	2552	2553	2554	% 2554	อัตราเติบโต
เวียดนาม	472,734,297	655,976,773	560,789,690	951,922,642	1,240,183,705	47.91	34.44
อินโดนีเซีย	15,619,031	43,800,931	10,679,259	15,823,839	1,114,883,938	43.07	1,428.33
ลาว	35,978,175	121,218,567	62,723,143	89,210,434	85,394,917	3.30	45.98
ฟิลิปปินส์	57,371,840	51,486,552	22,264,178	27,715,079	54,937,446	2.12	11.56
เมียนมาร์	57,214,138	244,942,239	70,453,686	61,513,322	45,046,662	1.74	43.83
มาเลเซีย	22,649,517	15,684,270	9,928,287	4,413,257	34,899,898	1.35	113.83
กัมพูชา	172,500	1,432,000	1,340,000	25,000,000	12,669,850	0.49	488.11
สิงคโปร์	8,272	14,049,405	1,020,004	1,416,208	812,796	0.03	33,929.29
				รวม	2,588,829,212	100.00	309.44 *

หมายเหตุ : * ไม่รวมเฉลี่ยอัตราเติบโตของสิงคโปร์

ที่มา : กรมศุลกากร. 2555.



ภาพที่ 3.1.3 สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยจากประเทศในกลุ่ม AEC
ที่มา : จากตารางที่ 3.1.4



ภาพที่ 3.1.4 แนวโน้มมูลค่าการนำเข้าผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยจากประเทศในกลุ่ม AEC จำแนกตามรายประเทศ 2 อันดับแรก

ที่มา : จากตารางที่ 3.1.4

3.1.2 ภาพรวมการส่งออกและนำเข้าไม้ผลระหว่างไทยและอินโดนีเซีย

ในกรณีของการค้าระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย ตามพิกัด HS จากข้อมูลกรมศุลกากร หมวด 8 ผลไม้สดและทำให้แห้ง พบว่า ชนิดผลไม้ที่ไทยส่งออกเป็นหลักให้กับอินโดนีเซียมีเพียง 2 ชนิด คือ ลำไยสด และทุเรียนสด จึงสามารถแบ่งตลาดออกเป็น 3 กลุ่มตามมุมมองส่วนแบ่งตลาด (ตารางที่ 3.1.5 , 3.1.6 และภาพที่ 3.1.5) คือ

กลุ่มที่ 1 ชนิดสินค้าที่ไทยส่งออกไปอินโดนีเซียมากเป็นอันดับ 1 คือ ลำไยสด ในปี 2554 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 74.38 รองลงมา คือ ทุเรียนสด มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 22.05 เฉพาะผลไม้สด 2 ชนิดนี้ได้ครอบครองส่วนแบ่งตลาดรวมกันถึงร้อยละ 96.43 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดจากไทยไปยังอินโดนีเซีย

กลุ่มที่ 2 ชนิดสินค้าที่ไทยส่งออกไปอินโดนีเซียน้อย โดยในปี 2554 ผลไม้แต่ละชนิดมีส่วนแบ่งตลาดน้อยกว่าร้อยละ 1.00 เรียงตามลำดับส่วนแบ่งตลาดจากมากไปน้อย ได้แก่ มะขามแห้ง/สด/เปียก ชมพู่ มะม่วง มะพร้าวสด/แห้ง ผลไม้และลูกนัทที่ทำไว้ไม่ให้เสียชั่วคราว ลิ้นจี่ ส้มเปลือกบาง ทุเรียน ส้มเกลี้ยง เงาะ น้อยหน่า ส้มแมนดาริน และส้มพันธุ์ผสมที่คล้ายกัน กล้วย มังคุด สับปะรด ลองกอง ฝรั่ง ส้มโอ ขนุน มะละกอ สตรอเบอร์รี่สด และองุ่นแห้ง

กลุ่มที่ 3 ชนิดสินค้าที่ไทยส่งออกไปอินโดนีเซีย ในบางปี และในปี 2554 ไม่พบว่ามี การส่งออก ซึ่งพบว่า ส่วนใหญ่เป็นผลไม้ประเภททำให้แห้งในหมวด 08 เช่น กล้วยแห้ง มะม่วงอบแห้ง/แช่เย็นจนแข็ง สับปะรดแช่เย็นจนแข็ง ลิ้นจี่แช่เย็นจนแข็ง เป็นต้น และมีผลไม้สดที่ไทยเคยส่งออกไปอินโดนีเซีย เช่น กล้วยหอม องุ่น แดงโม เป็นต้น

ตารางที่ 3.1.5 ปริมาณการส่งออกผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยไปยังอินโดนีเซีย รายชนิดผลไม้

หน่วย : กก.

พิกัด	ชนิดผลไม้	2550	2551	2552	2553	2554
08109010000	ลำไย สด	53,014,858	41,113,915	70,243,171	57,395,029	101,930,991
08106000000	ทุเรียน สด	20,911,598	24,071,043	27,819,834	21,897,290	26,305,376
08134020000	มะขาม แห้ง	124,935	227,186	207,471	221,536	757,721
08109090003	ชมพู่	139,533	34,734	58,557	220,360	336,287
08045020001	มะม่วง สด	523,235	491,551	546,349	567,987	516,968
08011900000	มะพร้าว สด/แห้งเอาเปลือกออกหรือไม่ก็ตาม	101,915	759,664	931,769	1,110,070	752,803
08129000000	ผลไม้และลูกนัทที่ทำไว้ไม่ให้เสียชั่วคราว	377,160				248,000
08109020000	ลิ้นจี่ สด	1,786,369	568,286	1,248,986	462,772	368,128
08051010090	ส้มเปลือกบางอื่น สด	1,211,516	541,810	318,910	220,047	309,648
08119000002	ทุเรียน แช่เย็นจนแข็ง	171,850	79,844	802,560	615,120	136,110
08109060000	มะขามสด	82,090	46,890	51,210	36,550	260,150
08051010001	ส้มเกลี้ยง สด	182,673	280,276	85,512	-	38,287
08109090005	มะขามเปียก	-	-	-	-	100,000
08109030000	เงาะ สด	13,242	13,020	8,530	4,880	129,430
08134090001	ทุเรียน อบแห้ง	815	1,656	4,004	1,400	1,284
08109090090	ผลไม้อื่น สด	512,821	317,553	357,773	82,811	50,059
08109090001	น้อยหน่า	2,850	61,472	77,842	5,420	71,110
08134010000	ลำไย แห้ง	46,989	74,796	1,390	1,924	22,571
08119000090	ผลไม้อื่น แช่เย็นจนแข็ง	188,169	-	-	34,200	2,962

ตารางที่ 3.1.5 (ต่อ)

พิกัด	ชนิดผลไม้	2550	2551	2552	2553	2554
08052000090	ส้มแมนดารินอื่น และส้มพันธุ์ผสมที่คล้ายกัน	843,283	573,204	316,870	33,130	33,513
08030090003	กล้วยอื่น สด	-	-	-	-	15,000
08045030000	มังคุด สด	71,092	-	56,474	42,930	21,465
08043000001	สับปะรด สด	1,500	8,910	200	-	7,663
08109090002	ลองกอง	6,415	8,590	5,202	5,490	3,010
08045010000	ฝรั่ง สด	14,840	200	200	211	1,739
08054000001	ส้มโอ	2,685	12,174	7,475	10,345	6,490
08109050000	ขนุน สด	-	-	163	100	252
08072090000	มะละกออื่น	-	-	60	-	50
08134090090	ผลไม้อื่น อบแห้ง	1,996	2,257	1,600	18,085	-
08101000000	สตอเบอรี่สด	953,477	-	-	-	-
08012100000	บราซิลนัต ทั้งเปลือก	197	-	-	-	-
08012200000	บราซิลนัต เอาเปลือกออก	3,050	5,944	-	-	-
08024000000	เมล็ดเกาลัด(ชนิดคาสตาเนีย)	900	-	-	-	-
08029090090	ลูกนัตอื่น	-	-	72,000	-	-
08030090001	กล้วยหอมสด	-	-	20	-	-
08030090004	กล้วยแห้ง	4,000	2,000	-	-	-
08041000000	อินทผลัม	-	8,640	-	-	-
08043000002	สับปะรด แห้ง	781	-	-	-	-
08045020002	มะม่วงอบแห้ง	17,514	-	-	-	-
08051020090	ส้มเปลือกบาง แห้ง	85,768	-	-	-	-
08052000001	ส้มเขียวหวาน	1,061,097	397,722	305,790	63,200	-
08059000000	ผลไม้จำพวกส้ม สดหรือแห้ง	46,000	41,102	640	-	-
08061000000	องุ่น สด	-	47,852	158,006	154,344	-
08071100000	แตงโม สด	-	-	19	-	-
08071900090	ผลไม้จำพวกแตงอื่น สด	-	35	4,400	22	-
08081000000	แอปเปิ้ล สด	1,380	-	-	-	-
08082000000	แพร์และควินซ์ สด	-	-	-	61,200	-
08092000000	เชอร์รี่ สด	683	-	-	-	-
	ราสเบอร์รี่/แบล็กเบอร์รี่/มัลเบอร์รี่ และ					
08102000000	โลแกนเบอร์รี่ สด	500	-	-	-	-
08105000000	กีวี่ฟรุต สด	13,200	-	-	-	-
08109080000	เคอร์แรนต์ดำ ขาวหรือแดงและบลูเบอร์รี่สด	510	-	-	-	-
08119000001	สับปะรด แช่เย็นจนแข็ง	209,080	-	-	-	-
08119000005	ลิ้นจี่ แช่เย็นจนแข็ง	21,879	-	-	-	-
08119000006	มะม่วง แช่เย็นจนแข็ง	-	3	-	-	-
08132000000	พ룬แห้ง	1,510	648	-	-	-
08135090000	ลูกนัตหรือผลไม้แห้งอื่น ผสมกัน	683	8,320	-	9,000	-

ที่มา : กรมศุลกากร. 2555.

ตารางที่ 3.1.6 มูลค่าการส่งออกผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยไปยังอินโดนีเซีย รายชนิดผลไม้

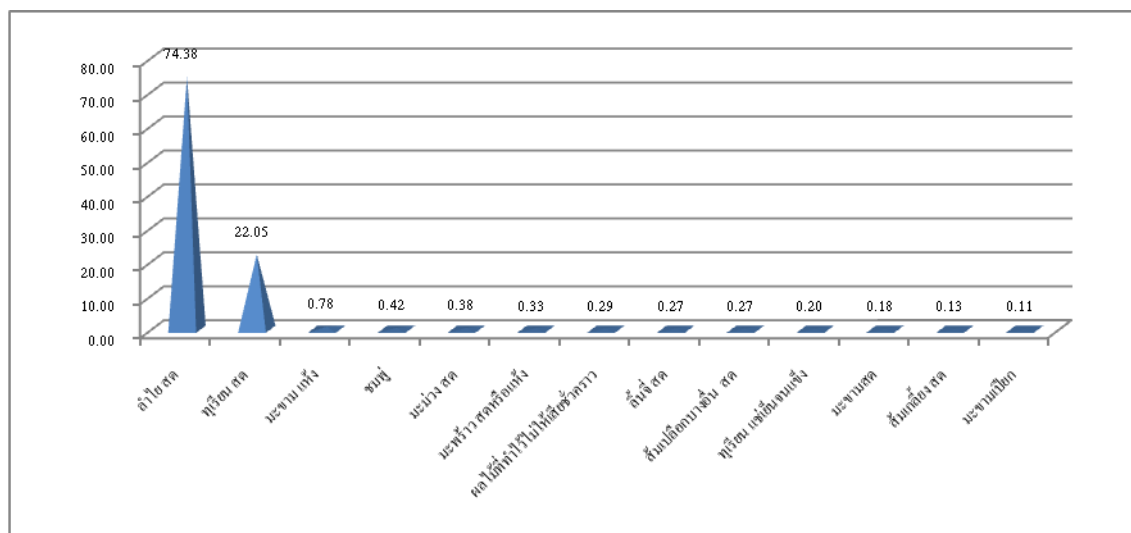
หน่วย : พันบาท

พิกัด	ชนิดผลไม้	2550	2551	2552	2553	2554	% ,2554
08109010000	ลำไย สด	737,145	647,923	1,048,872	1,096,455	2,107,050	74.38
08106000000	ทุเรียน สด	380,332	452,139	585,503	470,850	624,654	22.05
08134020000	มะขาม แห้ง	1,938	3,410	4,215	5,692	22,202	0.78
08109090003	ชมพู่	5,780	1,240	1,926	7,888	11,870	0.42
08045020001	มะม่วง สด	4,664	6,430	7,950	13,311	10,764	0.38
08011900000	มะพร้าว สด/แห้งเอาเปลือกออกหรือไม่ก็ตาม	941	10,499	14,829	17,180	9,253	0.33
08129000000	ผลไม้และลูกนัตที่ทำไว้ไม่ให้เสียชั่วคราว	2,757	-	-	-	8,234	0.29
08109020000	ลิ้นจี่ สด	25,467	14,371	25,444	7,888	7,532	0.27
08051010090	ส้มเปลือกบางอื่น สด	17,515	4,129	2,282	1,589	7,514	0.27
08119000002	ทุเรียน แห้งเช่นจนแข็ง	4,022	5,894	12,250	16,964	5,597	0.20
08109060000	มะขามสด	2,808	1,899	1,254	906	5,004	0.18
08051010001	ส้มเกลี้ยง สด	4,871	3,934	2,873	-	3,751	0.13
08109090005	มะขามเปียก	-	-	-	-	3,055	0.11
08109030000	เงาะ สด	511	501	265	130	1,381	0.05
08134090001	ทุเรียน อบแห้ง	630	1,267	1,648	1,224	1,066	0.04
08109090090	ผลไม้อื่น สด	8,571	7,217	5,352	1,567	1,003	0.04
08109090001	น้อยหน่า	114	2,345	2,891	188	894	0.03
08134010000	ลำไย แห้ง	1,263	1,589	258	23	709	0.03
08119000090	ผลไม้อื่น แห้งเช่นจนแข็ง	1,814	-	-	1,026	320	0.01
08052000090	ส้มแมนดารินอื่น และส้มพันธุ์ผสมที่คล้ายกัน	11,399	5,737	3,986	460	249	0.01
08030090003	กล้วยอื่น สด	-	-	-	-	180	0.01
08045030000	มังคุด สด	760	-	1,207	384	180	0.01
08043000001	สับปะรด สด	12	92	8	-	123	0.00
08109090002	ลองกอง	104	337	227	220	120	0.00
08045010000	ฝรั่ง สด	154	2	8	8	56	0.00
08054000001	ส้มโอ	64	331	154	57	31	0.00
08109050000	ขนุน สด	-	-	4	4	8	0.00
08072090000	มะละกออื่น	-	-	2	-	1	0.00
08134090090	ผลไม้อื่น อบแห้ง	392	691	342	8,380	0.07	0.00
08101000000	สตรอเบอรี่สด	15,516	-	-	-	0.03	0.00
08062000000	องุ่น แห้ง	-	-	-	-	0.01	0.00
08012100000	บราซิลนัต ทั้งเปลือก	4	-	-	-	-	-
08012200000	บราซิลนัต เอาเปลือกออก	17	60	-	-	-	-
08024000000	เมล็ดเกาลัด(ชนิดลาสดาเนีย)	27	-	-	-	-	-
08029090090	ลูกนัตอื่น	-	-	1,516	-	-	-
08030090001	กล้วยหอมสด	-	-	0.80	-	-	-
08030090004	กล้วยแห้ง	621	335	-	-	-	-
08041000000	อินทผาลัม	-	216	-	-	-	-
08043000002	สับปะรด แห้ง	160	-	-	-	-	-
08045020002	มะม่วงอบแห้ง	430	-	-	-	-	-
08051020090	ส้มเปลือกบาง แห้ง	1,238	-	-	-	-	-
08052000001	ส้มเขียวหวาน	22,301	11,633	9,505	2,402	-	-
08059000000	ผลไม้จำพวกส้ม สดหรือแห้ง	887	352	19	-	-	-

ตารางที่ 3.1.6 (ต่อ)

พิกัด	ชนิดผลไม้	2550	2551	2552	2553	2554	% ,2554
08061000000	อู๋น สด	-	861	2,399	3,247	-	-
08071100000	แตงโม สด	-	-	0.39	-	-	-
08071900090	ผลไม้จำพวกแตงอื่น สด	-	1	231	0.88	-	-
08081000000	แอปเปิ้ล สด	69	-	-	-	-	-
08082000000	แพร์และควินซ์ สด	-	-	-	840	-	-
08092000000	เชอร์รี่ สด	315	-	-	-	-	-
	ราสเบอร์รี่/แบล็กเบอร์รี่/มัลเบอร์รี่ และ						
08102000000	โลแกนเบอร์รี่ สด	13	-	-	-	-	-
08105000000	กีวี่ฟรุต สด	244	-	-	-	-	-
08109080000	เคอร์แรนต์ดำ ขาวหรือแดงและกุสเบอร์รี่สด	20	-	-	-	-	-
08119000001	สับปะรด แซ่เย็นจนแข็ง	1,560	-	-	-	-	-
08119000005	ลิ้นจี่ แซ่เย็นจนแข็ง	241	-	-	-	-	-
08119000006	มะม่วง แซ่เย็นจนแข็ง	-	0.09	-	-	-	-
08132000000	พ룬แห้ง	262	150	-	-	-	-
08135090000	ลูกนัตหรือผลไม้แห้งอื่น ผสมกัน	162	141	-	96	-	-
					รวม	2,832,801	100.00

ที่มา : กรมศุลกากร. 2555.



ภาพที่ 3.1.5 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยไปยังอินโดนีเซีย รายชนิดผลไม้ 13 อันดับแรก

ที่มา : จากตารางที่ 3.1.6

ในกรณีของการค้าระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย ตามพิกัด HS จากข้อมูลกรมศุลกากร หมวด 8 ผลไม้สดและทำให้แห้ง พบว่า ชนิดผลไม้ที่ไทยนำเข้าเป็นหลักจากอินโดนีเซียมีความชัดเจนอย่างยิ่งเพียง 1 ชนิด คือ มะพร้าว ทั้งนี้ในการวิเคราะห์สามารถแบ่งตลาดออกเป็น 3 กลุ่มตามมุมมองส่วนแบ่งตลาด (ตารางที่ 3.1.7 , 3.1.8 และภาพที่ 3.1.6) คือ

กลุ่มที่ 1 ชนิดสินค้าที่ไทยนำเข้าจากอินโดนีเซียมากเป็นอันดับ 1 คือ มะพร้าว สด หรือแห้งเอาเปลือกออกหรือไม่ก็ตาม และมะพร้าวทำให้แห้ง ในปี 2554 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 88.66 และ 6.87 ส่วนแบ่งตลาดรวมกันถึงร้อยละ 95.53 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดของไทยจากอินโดนีเซีย

กลุ่มที่ 2 ชนิดสินค้าที่ไทยนำเข้าจากอินโดนีเซียน้อย ซึ่งในช่วงปี 2550-2554 มีความแน่นอนและต่อเนื่อง ได้แก่ ผลไม้สด สตรอเบอร์รี่ ราสพ์เบอร์รี่ แบล็กเบอร์รี่ มัลเบอร์รี่ และโลแกนเบอร์รี่ เคอร์แรนต์ดำ ขาวหรือแดงและกุสเบอร์รี่ มีอัตราเติบโตในช่วงปี 2550-2554 เฉลี่ยที่ร้อยละ 20.29

กลุ่มที่ 3 ชนิดสินค้าที่ไทยนำเข้าจากอินโดนีเซีย ซึ่งในช่วงปี 2550-2554 มีความไม่แน่นอนและไม่ต่อเนื่อง ได้แก่ มะขาม สด/แห้ง/เปียก ผลไม้อื่น แช่เย็นจนแข็ง เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ ทั้งเปลือกและเอาเปลือกออก แครนเบอร์รี่ บูลเบอร์รี่ ตระกูลแวกซีเนียมสด กีวีฟรุตสด แอปเปิ้ลสด หนามแห้ง ผลไม้จำพวกแตงอื่นสด เคอร์แรนต์ชนิดดำ ขาว หรือแดง และกุสเบอร์รี่

ทั้งนี้ การนำเข้าของไทยจากอินโดนีเซีย ทั้งกลุ่ม 1 และกลุ่ม 2 มีแนวโน้มของมูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้น ในลักษณะเส้นโค้งแบบกะทะหงาย ดังภาพที่ 3.1.7

ตารางที่ 3.1.7 ปริมาณการนำเข้าผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยจากอินโดนีเซีย รายชนิดผลไม้

หน่วย : กก.

พิกัด	ชนิดผลไม้	2550	2551	2552	2553	2554
08011900000	มะพร้าว สด/แห้งเอาเปลือกออกหรือไม่ก็ตาม	50	273,276	10	2,926,983	111,520,075
08011100000	มะพร้าว ทำให้แห้ง	-	-	-	38,193	1,342,580
08134020000	มะขาม แห้ง	-	-	200,000	50,000	531,850
08109060000	มะขามสด	-	-	50,000	-	174,533
08101000000	สตรอเบอร์รี่สด	19,801	15,631	14,764	16,506	15,389
08119000090	ผลไม้แช่เย็นจนแข็ง	-	-	-	-	160,650
08029090090	ลูกนัตอื่น	-	-	-	36,600	36,000
08102000000	ราสพ์เบอร์รี่/แบล็กเบอร์รี่/มัลเบอร์รี่และโลแกนเบอร์รี่ สด	4,193	3,276	3,766	3,394	3,079
08013100000	เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ทั้งเปลือก	-	-	-	-	29,020
	แครนเบอร์รี่บลูเบอร์รี่และผลไม้ในตระกูลแวกซีเนียม					
08104000000	สด	-	-	380	153	1,066
08109080000	เคอร์แรนต์ชนิดดำ ขาวหรือแดงและกุสเบอร์รี่สด	-	388	510	303	436
08105000000	กีวีฟรุต สด	-	-	-	-	5
08081000000	แอปเปิ้ล สด	-	45,504	-	-	2
08013200000	เมล็ดมะม่วงหิมพานต์เอาเปลือกออก	47,629	131,007	-	10	-
08029010002	หนาม แห้ง	-	432,900	-	18,405	-
08071900090	ผลไม้จำพวกแตงอื่น สด	-	-	25	-	-
08109090005	มะขามเปียก	-	-	100,000	-	-

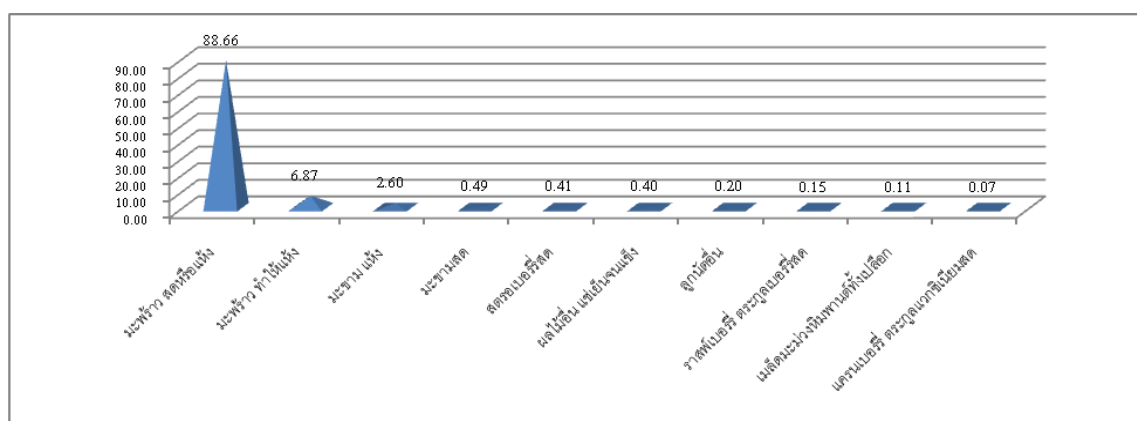
ที่มา : กรมศุลกากร, 2555.

ตารางที่ 3.1.8 มูลค่าการนำเข้าผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยจากอินโดนีเซีย รายชนิดผลไม้

หน่วย : บาท

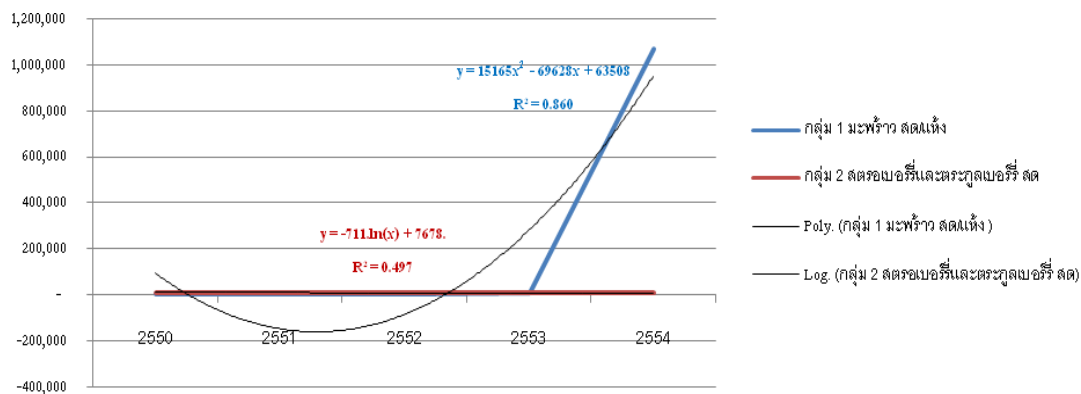
พิกัด	ชนิดผลไม้	2550	2551	2552	2553	2554	% 2554
08011900000	มะพร้าวสด/แห้งเอาเปลือกออกหรือไม่ก็ตาม	854	364,368	932	5,062,391	988,402,592	88.66
08011100000	มะพร้าว ทำให้แห้ง	-	-	-	1,498,301	76,626,197	6.87
08134020000	มะขาม แห้ง	-	-	1,724,219	647,523	28,983,642	2.60
08109060000	มะขามสด	-	-	456,254	-	5,460,176	0.49
08101000000	สตอเบอรี่สด	5,601,657	4,654,527	4,702,948	5,344,286	4,571,023	0.41
08119000090	ผลไม้อื่น แช่เย็นจนแข็ง	-	-	-	-	4,500,396	0.40
08029090090	ลูกนัตอื่น	-	-	-	686,237	2,219,601	0.20
	ราสเบอร์รี่/แบล็กเบอร์รี่/มัลเบอร์รี่และ						
08102000000	โลแกนเบอร์รี่ สด	2,339,474	1,948,988	2,148,209	1,948,334	1,727,208	0.15
08013100000	เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ทั้งเปลือก	-	-	-	-	1,200,106	0.11
08104000000	แครนเบอร์รี่/บิลเบอร์รี่ ตระกูลแวกซีเนียมสด	-	-	329,537	141,928	825,927	0.07
08109080000	เคอร์แรนต์ดำ ขาวหรือแดงและกุสเบอร์รี่สด	-	398,265	439,751	263,623	364,837	0.03
08105000000	กีวีฟรุต สด	-	-	-	-	2,172	0.00
08081000000	แอปเปิ้ล สด	-	1,177,165	-	-	61	0.00
08013200000	เมล็ดมะม่วงหิมพานต์เอาเปลือกออก	7,638,684	25,310,715	-	3,286	-	0
08029010002	หมาก แห้ง	-	9,946,903	-	227,930	-	0
08071900090	ผลไม้จำพวกแดงอื่น สด	-	-	5,770	-	-	0
08103000000	เคอร์แรนต์ดำ ขาว หรือแดง และกุสเบอร์รี่	-	-	-	-	-	0
08109090005	มะขามเปียก	-	-	871,639	-	-	0
รวม						1,114,883,938	100

ที่มา : กรมศุลกากร



ภาพที่ 3.1.6 สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยจากอินโดนีเซีย รายชนิดผลไม้ 10 อันดับแรก

ที่มา : จากตารางที่ 3.1.8



ภาพที่ 3.1.7 แนวโน้มมูลค่าการนำเข้าผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยจากอินโดนีเซีย จำแนกตามกลุ่มที่ 1 และ 2

ที่มา : จากตารางที่ 3.1.8

3.2 ข้อมูลพื้นฐานของอินโดนีเซีย

3.2.1 ข้อมูลทั่วไปของอินโดนีเซีย



ชื่อประเทศ ภาษาไทย : สาธารณรัฐอินโดนีเซีย

ชื่อประเทศ ภาษาอังกฤษ : Republic of Indonesia



สาธารณรัฐอินโดนีเซีย เป็น หนึ่งใน 10 ประเทศ สมาชิกของประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่มี ตำแหน่งที่ตั้งของประเทศ อยู่ บริเวณเส้นศูนย์สูตร เป็น ประเทศหมู่เกาะที่ใหญ่ที่สุดในโลก

ที่ตั้ง อยู่บริเวณตอนใต้ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ บริเวณเขตเส้นศูนย์สูตร มีลักษณะ พระจันทร์เสี้ยว อาณาเขตติดต่อ (วิทย์ บัณฑิตกุล.2555) ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดกับ รัฐซาราวักและรัฐซาบะห์ ประเทศมาเลเซีย
ทิศใต้	ติดกับ มหาสมุทรอินเดีย และทวีปออสเตรเลีย
ทิศใต้	ติดกับ ปาปัวนิวกินี และมหาสมุทรปาซิฟิก
ทิศใต้	ติดกับ มหาสมุทรอินเดีย

ทั้งนี้ อินโดนีเซีย มีพื้นที่ที่เป็นแผ่นดินทั้งหมด 2,027,087 ตารางกิโลเมตร และเป็นพื้นที่ทะเล 3,166,163 ตารางกิโลเมตร รวมเป็นพื้นที่ทั้งหมดของประเทศ 5,193,250 ตารางกิโลเมตร ซึ่งประกอบด้วยเกาะจำนวนทั้งสิ้น 17,508 เกาะ โดยแบ่งเป็นพื้นที่ 4 ส่วน (สำนักงานเกษตรต่างประเทศ สำนักงานกระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2554ก) ได้แก่ (ภาพที่ 3.2.1)

- (1) หมู่เกาะซุนดาใหญ่ ประกอบด้วยเกาะชวา สุมาตรา กาลิมันตัน (บอร์เนียว) และสุลาเวสี
- (2) หมู่เกาะซุนดาน้อย ประกอบด้วยเกาะขนาดเล็กที่ตั้งอยู่ทางตะวันออกของเกาะชวา มีเกาะบาหลี ลอมบอก ซุมบาวา ซุมบา ฟลอเรส และติมอร์
- (3) หมู่เกาะมาลุก หรือหมู่เกาะเครื่องเทศ ตั้งอยู่ระหว่างสุลาเวสี กับอิเรียนจาบาบ เกาะนิวกินี (เกาะปาปัว) และ
- (4) อิเรียนจาบา อยู่ทางทิศตะวันตกของปาปัวนิวกินี



ภาพที่ 3.2.1 แผนที่ตั้งประเทศสาธารณรัฐอินโดนีเซีย

หมายเหตุ : ★ เมืองหลักสำคัญของประเทศ

ที่มา : สำนักงานเกษตรต่างประเทศ สำนักงานกระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2554ก.

อย่างไรก็ตาม ตำแหน่งที่ตั้งของอินโดนีเซียนับได้ว่าเป็นตำแหน่งที่ตั้งที่มีความได้เปรียบทางด้านการค้าและการขนส่ง โดยอินโดนีเซียตั้งอยู่บนเส้นทางเชื่อมต่อระหว่างมหาสมุทรแปซิฟิกกับมหาสมุทรอินเดีย และเป็นสะพานเชื่อมระหว่างทวีปเอเชียกับออสเตรเลีย ทำให้อินโดนีเซียสามารถควบคุมเส้นทางการติดต่อระหว่างมหาสมุทรทั้งสอง ผ่านช่องแคบที่สำคัญต่างๆ ได้แก่ ช่องแคบมะละกา ช่องแคบซุนดา และช่องแคบลีอมบอก ซึ่งเป็นเส้นทางขนส่งน้ำมันจากตะวันออกกลางมายังประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเอเชียตะวันออก (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2555ก)

เมืองใหญ่ที่มีความสำคัญของอินโดนีเซีย มีอยู่ 8 เมืองหลักด้วยกัน (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2555ก) ได้แก่ (ภาพที่ 3.2.1)

(1) จาการ์ตา (Jakarta) หรือในอดีตชื่อ “ปัตตาเวีย” (Batavia) เป็นเมืองหลวงและเมืองใหญ่ที่สุดของอินโดนีเซีย ตั้งอยู่บริเวณชายฝั่งทะเลด้านตะวันตกเฉียงเหนือของเกาะชวา มีพื้นที่ 650 ตารางกิโลเมตร เป็นศูนย์กลางทั้งด้านการปกครองและเศรษฐกิจของประเทศ มีสนามบินนานาชาติ คือ Soekarno Hatta International Airport มีท่าเรือใหญ่ที่สุดของประเทศ คือ Tanjung Priok

(2) สุราบายา (Surabaya) เป็นเมืองใหญ่อันดับ 2 ของประเทศ อยู่บนเกาะชวา เป็นเมืองเก่าที่มีพ่อค้าวานิชหลากหลายเผ่าพันธุ์เข้ามาค้าขายตั้งแต่อดีต ทรัพยากรธรรมชาติสำคัญ คือ หินชอล์ก ทำให้จังหวัดนี้มีชื่อเสียงด้านอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ อีกทั้งยังมีหินอ่อน น้ำมัน และเกลือ มีสนามบินนานาชาติ คือ Juanda Airport และท่าเรือ Tanjung Perak

(3) ยอกยาคาร์ตา (Yogyakarta) หรือ ยอกยา (Jogja) อยู่บนเกาะชวา เป็นศูนย์กลางทั้งด้านศิลปะ และวัฒนธรรม นอกจากนั้นยอกยาคาร์ตา ยังเป็นที่ตั้งของบุโรพุทโธ (Borobudur) พุทธสถานที่ที่มีชื่อเสียงและสำคัญยิ่งแห่งหนึ่งในภูมิภาคนี้ รวมถึงหุบวิหารโบราณฮินดู คือ ปรามบานัน (Prambanan) สนามบินหลักคือ Adi Sucipto Airport

(4) เมดาน (Medan) เป็นเมืองหลวงและเมืองใหญ่ที่สุดของเกาะสุมาตรา เมดานเป็นแหล่งเพาะปลูกใหญ่ที่สุดของอินโดนีเซีย ทั้งปาล์มน้ำมัน ชา โกโก้ ยางพารา และยาสูบ นอกจากนั้น ยังมีแร่ธาตุสำคัญ อาทิ น้ำมัน และก๊าซ มีสนามบินนานาชาติ คือ Polonia Airport และท่าเรือ Belawan Port

(5) เรียว (Riau) อยู่บนเกาะสุมาตรา มีพื้นที่ 95 พันตารางกิโลเมตร พืชเศรษฐกิจสำคัญคือ มะพร้าว ยางพารา ชา และโกโก้ นอกจากนี้ ยังมีไม้มีค่าต่างๆ และน้ำมันปิโตรเลียม โดยสินค้าส่งออกสำคัญคือ น้ำมันปิโตรเลียม ผลิตภัณฑ์ไม้ สนามบินสำคัญ คือ Sultan Syarif Kasim II Airport ท่าเรือคือ Batu Ampar Port

(6) เจมบี (Jambi) อยู่บนเกาะสุมาตรา มีพื้นที่ 44.8 พันตารางกิโลเมตร พืชเศรษฐกิจหลัก ได้แก่ มะพร้าว โกโก้ และชา นอกจากนั้นยังมีแร่ธาตุอื่นๆ อาทิ น้ำมันปิโตรเลียม ถ่านหิน ทองแดง สินค้าส่งออกสำคัญคือ ผลิตภัณฑ์ไม้ ผลิตภัณฑ์จากป่า สนามบินหลัก คือ Sultan Thaha Airport

(7) ปาเลมบัง (Palembang) อยู่บริเวณสุมาตราใต้ พืชเศรษฐกิจหลัก ได้แก่ มะพร้าว ปาล์ม น้ำมัน ยางพารา กาแฟ พริกไทย ชา สินค้าส่งออกสำคัญคือ ยางพารา กาแฟ สนามบินหลัก คือ Sultan Baharudin II Airport ท่าเรือคือ Boom Baru Port

(8) เดนปาสาร์ (Denpasar) เป็นเมืองหลวงของเกาะบาหลี (Bali) อันเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงด้านความงดงามของธรรมชาติและชายหาดที่สวยงาม สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ปีละกว่า 1 ล้านคน สนามบินนานาชาติ คือ Gusti Ngurah Rai International Airport

ภูมิอากาศของอินโดนีเซีย จากลักษณะเป็นหมู่เกาะนั้น ทำให้สภาพของภูมิอากาศมีลักษณะผสมผสานและเปลี่ยนแปลงไปตามภูมิประเทศ โดยทั่วไปมีอากาศร้อนชื้นแบบศูนย์สูตร แบ่งเป็น 2 ฤดู คือ ฤดูแล้ง ระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงตุลาคม และ ฤดูฝน ระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงเมษายน โดยมีอุณหภูมิเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 21 – 33 องศาเซลเซียส

สภาพภูมิประเทศของอินโดนีเซียได้ชื่อว่าเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางธรรมชาติ ซึ่งบนตราแผ่นดินของอินโดนีเซียจะมีถ้อยคำกำกับไว้ว่า “ภินเนกา ตุงกา อิกะ” (Bhinneka Thuggialka) มีความหมายว่า “เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันบนความหลากหลาย” เป็นการอธิบายถึงสภาพอันแตกต่างของอินโดนีเซีย ทั้งทางด้านภูมิศาสตร์ สังคม และวัฒนธรรม มารวมกันอยู่ในประเทศเดียวกัน ซึ่งแต่ละท้องถิ่นมีความเหมาะสมในการผลิตสินค้าแตกต่างกันไป (วิทย์ บัณฑิตกุล.2555) ดังนี้

ก. เกษตรกรรม เช่น ปาล์มน้ำมัน ยางพารา โกโก้ ปลูกมากบนเกาะสุมาตรา ชาวอาเจะห์ กาลิมันตัน เป็นต้น

ข. อุตสาหกรรมสำคัญ ได้แก่ สิ่งทอ โรงงานประกอบรถยนต์ ปูนซีเมนต์ อาหารแปรรูป เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องจักรกล เครื่องหนัง เป็นต้น ส่วนใหญ่อยู่บนเกาะชวาและสุมาตรา

ค. การประมง แหล่งจับปลาทั่วประเทศ เนื่องจากภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นเกาะ มีชายฝั่งทะเลยาวมาก

ง. ทรัพยากรธรรมชาติ ที่สำคัญ ได้แก่ น้ำมันปิโตรเลียม ก๊าซธรรมชาติ อุตสาหกรรมป่าไม้ ถ่านหิน แร่ทองแดง แร่ดีบุก เป็นต้น

อินโดนีเซียมีจำนวนประชากรประมาณ 248,216,193 คน ค่าประมาณ ณ เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2555 (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2555ข.) โดยประชากรส่วนใหญ่อาศัยอยู่ที่เกาะชวา ประมาณกว่าร้อยละ 60 ของประชากรทั้งหมด (สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา, 2553) ซึ่งจากข้อมูลในปี พ.ศ. 2553 แบ่งเป็นประชากรผู้ที่อยู่ในภาคการบริการร้อยละ 48.9 ประชากรในภาคการเกษตรร้อยละ 38.3 และประชากรในภาคอุตสาหกรรมร้อยละ 12.8 (สำนักงานเกษตรต่างประเทศ สำนักงานกระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2554ข) โดยมีรายได้ต่อหัวประชากร (GDP per Capita) ประมาณ 4,700 ดอลลาร์สหรัฐ (ค่าประมาณ ณ ปี 2554) และมีอัตราเติบโตที่แท้จริงของ GDP ประมาณร้อยละ 6.4 (ค่าประมาณ ณ ปี 2554)

เนื่องจากอินโดนีเซีย กำลังพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับสูง มีประชาชนที่มีฐานะคืออยู่ประมาณร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด ที่มีกำลังซื้อสูงมาก มีความต้องการสินค้าโดยเฉพาะสินค้าทุนและสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น สินค้าอาหารและเครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องใช้ภายในบ้าน อาหารเสริม เครื่องสำอาง สิ่งทอ รองเท้าและเครื่องหนัง ผลไม้รถยนต์และรถจักรยานยนต์ เป็นต้น ซึ่งสินค้าไทยที่มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดอินโดนีเซีย คือ สินค้าอาหารทุกประเภท โดยเฉพาะผลไม้ไทย เช่น ทุเรียน ลำไย ลิ้นจี่ มะม่วง ส้มโอ ฝรั่ง และชมพู เนื่องจากผลไม้ไทยบางชนิดไม่สามารถปลูกได้ในอินโดนีเซีย หรือมีรสชาติแตกต่างจากผลไม้พื้นเมืองของอินโดนีเซีย ซึ่งสินค้าจากไทยในความรู้สึกรสชาติของชาวอินโดนีเซียจะเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2554)

3.2.2 ข้อมูลด้านการเกษตรของอินโดนีเซีย

อินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีหมู่เกาะจำนวนมาก มีอาณาเขตพื้นที่กว้างขวางมากเป็นลำดับต้นๆ ของโลก และมีจำนวนประชากรมากเป็นอันดับ 4 ของโลก ทำให้อินโดนีเซียให้ความสำคัญกับภาคเกษตรกรรม และอุตสาหกรรมอาหาร โดยรัฐบาลอินโดนีเซียได้ส่งเสริมภาคการเกษตรในประเทศ เพื่อให้ผลิตผลทางการเกษตรและอาหารในประเทศอินโดนีเซีย มีความเพียงพอต่อความต้องการของประชากรในอนาคต โดยประเทศอินโดนีเซียมีพื้นดินมากกว่าสองล้านตารางกิโลเมตร ซึ่งเป็นพื้นที่เกษตรกรรม 53,600 พันเฮกตาร์ (1 เฮกตาร์เท่ากับประมาณ 6.25 ไร่) ทำให้มีพื้นที่สำหรับการเพาะปลูกจำนวนมาก และมีศักยภาพสูงในการเพาะปลูก เนื่องจากมีสภาพดินฟ้าอากาศที่เหมาะสมแก่การเพาะปลูก โดยการเพาะปลูกส่วนใหญ่อยู่ที่เกาะชวา และเกาะสุมาตรา (สถาบันอาหาร, 2554)

ทั้งนี้ ประธานาธิบดีซูชิโล บัมบัง ยูโยโน ของอินโดนีเซียได้ประกาศยุทธศาสตร์ “เลี้ยงอินโดนีเซีย – จากนั้นเลี้ยงโลก” ซึ่งนับได้ว่าเป็นยุทธศาสตร์ทางการเกษตรที่สำคัญของอินโดนีเซีย เพื่อให้ประเทศกลายเป็น “ศูนย์กลางอาหารของโลก” โดยต้องการให้มีการผลักดันการพัฒนาที่ดิน

จำนวนมากในเขตพื้นที่ชนบทห่างไกลของประเทศ เช่น ในเขตจังหวัดปทุม และบนเกาะบอร์เนียว ให้กลายเป็นแหล่งผลิตพืชผลทางการเกษตรนานาชาติ ซึ่งจะทำให้อินโดนีเซียก้าวขึ้นมาเป็นหนึ่งในประเทศผู้ผลิตสินค้าเกษตรสำคัญ เช่น ข้าว ข้าวโพด น้ำตาล กาแฟ ปาล์มน้ำมัน รวมทั้งการเป็นแหล่งเลี้ยงกุ้งและผลิตเนื้อสัตว์รายใหญ่ที่สุด เพื่อทำหน้าที่เป็น “ครัวของโลก” ให้ได้ภายในปี 2573 เนื่องจากอินโดนีเซียยังมีที่ดินอุดมสมบูรณ์อีกเป็นจำนวนมากที่ยังไม่ถูกนำมาใช้ประโยชน์อย่างจริงจัง และยังมีทรัพยากรด้านการเกษตร ป่าไม้ และประมงจำนวนมากที่สามารถรองรับความต้องการด้านอาหารของประชากรโลกที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว (สำนักงานเกษตรต่างประเทศ สำนักงานกระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2554ข)

นอกจากนี้ ภาคการเกษตรของอินโดนีเซียนับได้ว่าเป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ในการเพิ่มผลผลิต รายได้ และการมีอาหารที่เพียงพอต่อความต้องการ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรและขยายอัตราเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ซึ่งหมายรวมถึงการลงทุนที่เป็นรูปธรรมในด้านสาธารณูปโภค เช่น ถนน ระบบชลประทาน และการทำวิจัยด้านการเกษตร เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลให้ภาคส่วนอื่นๆ เช่น การศึกษา และการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ได้รับการพัฒนาขึ้นไปด้วยเช่นกัน ซึ่งปัจจัยสำคัญที่กระทรวงเกษตรของอินโดนีเซียจะต้องดำเนินการ คือ การพัฒนาในด้าน 1) ทรัพยากรบุคคลและการประกอบการ 2) เงินทุนสำรอง 3) ผลผลิตทางการเกษตร 4) ธุรกิจเกษตร ระบบฟาร์ม และภาคส่วนอุตสาหกรรมในชนบท 5) การเติบโตและการเพิ่มขึ้นของผลผลิตจากระบบเศรษฐกิจ Non-Farm ในชนบท และ 6) การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ

อย่างไรก็ตาม ผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญของอินโดนีเซีย ได้แก่ ข้าว มันสำปะหลัง ถั่ว ยางพารา โกโก้ กาแฟ น้ำมันปาล์ม มะพร้าว อะโวคาโด มะม่วง กล้วย สับปะรด สัตว์น้ำ สัตว์ปีก โค สุกร และไข่ โดยมีรายละเอียดจาก สำนักงานเกษตรต่างประเทศ สำนักงานกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2554ข) ดังต่อไปนี้

1) ข้าว อินโดนีเซียเป็นประเทศผู้ผลิตข้าวรายใหญ่ 1 ใน 4 ของโลก รองจากจีน อินเดีย และไทย ผลผลิตส่วนใหญ่ปลูกมากที่เกาะชวา คิดเป็นร้อยละ 56 ของผลผลิตทั้งประเทศ สำหรับพืชผลเกษตรอื่นๆ ได้แก่ ยางพารา ปาล์มน้ำมัน ข้าวโพด และมันสำปะหลัง ก็ปลูกมากที่เกาะชวาเช่นกัน

2) น้ำมันปาล์ม ซึ่งเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญ โดยอินโดนีเซียเป็นผู้ผลิตรายใหญ่อันดับ 2 ของโลก รองจากมาเลเซีย ซึ่งผลผลิตน้ำมันปาล์มดิบของทั้ง 2 ประเทศรวมกันคิดเป็นสัดส่วนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 90 ของผลผลิตโลก อินโดนีเซียมีการปลูกปาล์มน้ำมันใน 17 จังหวัดทั่วประเทศ โดยพื้นที่

ที่ปลูกปาล์มน้ำมันได้ดีที่สุดอยู่ที่บริเวณเกาะสุมาตรา นอกจากนั้นยังมีพื้นที่อื่นๆ อีกที่มีการปลูกปาล์มน้ำมันกันมาก คือ อะเจห์ เรียว แจมบี และกะลิมันตัน

3) โกโก้ อินโดนีเซียเป็นประเทศผู้ผลิตเมล็ดโกโก้ (Cocoa Bean) มากเป็นอันดับ 3 ของโลกรองจากไอวอรีโคสต์ (Ivory Coast) และกานา (Ghana) มีผลผลิตโกโก้อยู่ที่ประมาณ 5 แสนตันต่อปี ผลผลิตส่วนใหญ่มาจากสุลาเวสี สุมาตรา กะลิมันตันตะวันออก และปาปัว ผลผลิตโกโก้ประมาณร้อยละ 80 มาจากฟาร์มขนาดเล็ก (มีพื้นที่ประมาณ 1-5 เฮกตาร์ต่อหน่วยการผลิต) ทำให้ผลผลิตต่อไร่ต่ำ

4) ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ กิจกรรมประมงในอินโดนีเซียมีศักยภาพสูงทั้งด้านการผลิตและส่งออก โดยเฉพาะกุ้งกุลาดำ พื้นที่เพาะเลี้ยงกุ้งแหล่งใหญ่ที่สุดของอินโดนีเซียอยู่ที่บริเวณเกาะกะลิมันตันกลาง (Central Kalimantan) ส่วนพื้นที่อื่นๆ ที่มีศักยภาพสูงเช่นกัน ได้แก่ บริเวณ West Kotawaringin, East Kotawaringin, Seruyan, Katingan และ Sukamara ซึ่งอินโดนีเซียเป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำรายใหญ่ 1 ใน 5 ของโลก ด้วยมูลค่าส่งออกมากกว่า 900 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อปี โดยประมาณครึ่งหนึ่งส่งออกไปญี่ปุ่น รองลงมา ได้แก่ สหรัฐอเมริกา มีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 25

3.2.3 ข้อมูลด้านนโยบายการเกษตรของอินโดนีเซีย

ก. นโยบายทางด้านการเกษตรระหว่างไทยกับอินโดนีเซียภายใต้กรอบทวิภาคี มีดังต่อไปนี้

1) คณะทำงานความร่วมมือว่าด้วยความร่วมมือด้านการเกษตร (MOU on Agricultural Cooperation between Thailand and Indonesia) โดยได้ลงนามไปเมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2548 ซึ่งอินโดนีเซียเป็นเจ้าภาพจัดการประชุม (4th JAWG) ในระหว่างวันที่ 29-30 มิถุนายน 2553 ณ เมือง Makassar และไทยเป็นเจ้าภาพจัดการประชุม JAWG ครั้งที่ 5 ในปี พ.ศ. 2554

2) คณะกรรมาธิการร่วมไทย-อินโดนีเซีย (Joint Commission: JC) ภายใต้กรอบความร่วมมือของกระทรวงการต่างประเทศ โดยทำงานความร่วมมือทางวิชาการ ไทย-อินโดนีเซีย (Technical Cooperation between Thailand and Indonesia) ภายใต้กรอบความร่วมมือของสำนักงานความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ ซึ่งอินโดนีเซียเป็นเจ้าภาพจัดการประชุม JC ครั้งที่ 7 ระหว่างวันที่ 1-2 กันยายน 2553 ณ เมืองบาห์ลี

3) คณะทำงานความร่วมมือทางวิชาการ (Technical Cooperation: TC) โดยอินโดนีเซียเป็นเจ้าภาพจัดการประชุม TC ครั้งที่ 3 ณ กรุงจาการ์ตา ระหว่างวันที่ 21-22 มิถุนายน 2554

ข. นโยบายทางการเกษตรระหว่างไทยกับอินโดนีเซียภายใต้กรอบพหุภาคี มีดังต่อไปนี้

1) คณะทำงานกลุ่มย่อยด้านการเกษตร (Working Group on Agricultural) ภายใต้กรอบ IMT-GT ประกอบด้วยประเทศสมาชิก 3 ประเทศ ได้แก่ ไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ซึ่งอินโดนีเซียเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมคณะทำงานกลุ่มย่อยด้านการเกษตรครั้งที่ 3 เมื่อวันที่ 19-21 มีนาคม 2553

2) ความร่วมมือภายใต้กรอบ ASEAN มีกฎระเบียบและความตกลงที่เกี่ยวข้องกับการค้า

3.2.4 ข้อมูลด้านความตกลงทางการค้าระหว่างไทย-อินโดนีเซีย

ความตกลงทางการค้าระหว่างไทย-อินโดนีเซีย เริ่มเมื่อวันที่ 2-3 มกราคม 2540 ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี พลเอกชวลิต ยงใจยุทธ (นายกรัฐมนตรี ณ ขณะนั้น) ได้เยือนอินโดนีเซียอย่างเป็นทางการ และมีความเห็นพ้องกับประธานาธิบดีของอินโดนีเซีย (ซูฮาร์โต) ที่จะทำความตกลงทางการค้า (Trade Agreement) ระหว่างกัน จากนั้นทั้งสองฝ่ายได้แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นร่างความตกลงฯ โดยผ่านการพิจารณาและปรับร่างจากทั้งสองฝ่าย จนกระทั่งเมื่อวันที่ 19 พฤศจิกายน 2553 ที่ประชุมคณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศ (กนศ) ได้เห็นชอบในหลักการต่อร่างความตกลงฯ และอินโดนีเซียได้เห็นชอบกับร่างสุดท้ายที่ไทยเสนอเมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2553 ซึ่งทางฝ่ายไทยโดยรัฐมนตรีกระทรวงพาณิชย์ ได้ลงนามในหนังสือเมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2554 ถึงเลขาธิการคณะรัฐมนตรี เพื่อนำเรียนให้พิจารณาความเห็นชอบความตกลงฯ และให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์เป็นผู้ลงนามในความตกลงฯ และนำเสนอเข้าสู่การพิจารณาของรัฐสภาเพื่อให้ความเห็นชอบต่อไป ตามขั้นตอนมาตรา 190 ของรัฐธรรมนูญฉบับปี 2550 (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2554)

ทั้งนี้สาระสำคัญของความตกลงทางการค้าระหว่างไทย-อินโดนีเซีย มีประเด็นสำคัญเกี่ยวกับ

1) ไทยและอินโดนีเซียจะให้การปฏิบัติเยี่ยงชาติที่ได้รับความอนุเคราะห์ยิ่ง (MFN : Most-Favoured-Nation Treatment) แก่อีกฝ่ายหนึ่ง โดยให้เป็นไปตามหลักการและกฎเกณฑ์ขององค์การการค้าโลก

2) การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ไทยและอินโดนีเซียจะให้ความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของอีกฝ่ายหนึ่ง ตามหลักเกณฑ์ของความตกลงว่าด้วยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวกับการค้า (Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของความตกลงรอบอุรุกวัย

3) ตกลงที่จะดำเนินการต่างๆ ในการส่งเสริมการจัดกิจกรรมทางการค้าและเศรษฐกิจ และการอำนวยความสะดวกทางการค้า เพื่อขยายและพัฒนาค้าระหว่างสองประเทศ

4) สามารถใช้มาตรการปกป้อง (Safeguard measures) ในลักษณะที่ไม่เลือกปฏิบัติ และใช้เพื่อวัตถุประสงค์ตามที่ได้ตกลงกันเท่านั้น เช่น เพื่อสุขอนามัยของคน พืช สัตว์ และเพื่อป้องกัน สมบัติ หรือวัตถุโบราณของชาติ เป็นต้น

5) การจัดตั้งคณะกรรมการร่วมทางการค้า (Joint Trade Committee : JTC) ในระดับ รัฐมนตรี โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ของไทย และรัฐมนตรีกระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าของอินโดนีเซียเป็นประธานร่วม หน้าที่ของ JTC รวมถึงการทบทวนพิจารณาการดำเนินการ ตามความตกลงทางการค้าฯ หามาตรการป้องกัน หรือแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินการตาม ความตกลง และหามาตรการในการขยายการค้าที่เป็นประโยชน์แก่ทั้งสองประเทศ

6) การระงับข้อพิพาท ถ้ามีข้อพิพาทเกิดขึ้นจากการดำเนินการตามความตกลง หรือ เกี่ยวข้องกับการดำเนินการ ทั้งสองประเทศจะดำเนินการระงับข้อพิพาทอย่างฉันทมิตรผ่านทางการ หารี หรือเจรจาตกลงกัน

7) หน่วยงานที่จะดูแลรับผิดชอบความตกลง รวมทั้งการดำเนินการตามความตกลง คือ กระทรวงพาณิชย์ของไทย และกระทรวงการค้าของอินโดนีเซีย

3.2.5 ข้อมูลด้านกฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ที่มีผลต่อการค้าของอินโดนีเซีย

ข้อมูลด้านกฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ที่มีผลต่อการค้าของอินโดนีเซียที่ควรทราบ ได้แก่

3.2.5.1 กฎระเบียบทางการค้าของอินโดนีเซีย

มีเงื่อนไขที่ควรพิจารณา คือ การขออนุญาตนำเข้า ... ผลไม้ และผลิตภัณฑ์สินค้า เกษตร ผู้นำเข้าจะต้องจดทะเบียนกับ Ministry of Trade and Industry หรือจดทะเบียนกับ Department of Health (BPOM) ของอินโดนีเซีย และระบุหมายเลขทะเบียน (ML No.) ลงในผลิตภัณฑ์ด้วย (กรม ส่งเสริมการค้าฯ กระทรวงพาณิชย์, 2555 หน้า 26)

3.2.5.2 กฎระเบียบกระทรวงการค้าสาธารณรัฐอินโดนีเซีย

กฎระเบียบกระทรวงการค้าสาธารณรัฐอินโดนีเซีย (ภาคผนวกที่ 1) เลขที่ 30/M-DAG/PER/5/2012 เรื่อง บทบัญญัติทั่วไปในการนำเข้าผลิตภัณฑ์จากพืชพฤษภาศาสตร์ (สำนักงาน ส่งเสริมการค้าฯ ณ กรุงจาการ์ตาร์, 2555) มีเงื่อนไขที่ควรพิจารณา คือ

1) ภายในกฎระเบียบนี้ “ผู้นำเข้าสินค้าที่ขึ้นทะเบียนการนำเข้าผลิตภัณฑ์จากพืช (ทั่วไป)” (Registered Importer) จะถูกแทนที่ด้วยคำว่า “RI-สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช” มีความหมายครอบคลุมถึงบริษัทที่ดำเนินการนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชเพื่อวัตถุประสงค์ของกิจกรรมทางธุรกิจทำการค้าต่อหรือถ่ายโอนไปยังบุคคลอื่น

2) มาตราที่ 9 (RI-สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช / ระบุการขอ RIPH แยกในมาตราที่ 11 / ระยะเวลาผลบังคับใช้ 2 ปี / ไม่อนุญาตทำการค้ากับผู้ค้าปลีกหรือผู้บริโภคโดยตรง)

3) มาตราที่ 10 (1) RI ซึ่งจะสามารถดำเนินการการนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช ดังกล่าวตามมาตราที่ 3 ต้องได้รับการอนุมัตินำเข้าจากรัฐมนตรี (2) รัฐมนตรีว่าการกระทรวง มอบหมายอำนาจแก่อธิบดีในการรับรองการนำเข้า

4) มาตราที่ 12 (RI / ผ่านตัวแทนจัดจำหน่าย (Distributor) เท่านั้น) a. จะสามารถทำการค้าเชิงกำไรหรือถ่ายโอนสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชกับตัวแทนจัดจำหน่าย (Distributor) เท่านั้น

5) มาตราที่ 13 (สินค้าจากพืช 3 ประเภท) a. สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชสดและสินค้าไม้คอกไม้ประดับ : ชื่อผลิตภัณฑ์ พืชพันธุ์ ชื่อวิทยาศาสตร์ ปริมาณ น้ำหนักสูงสุด เมืองแหล่งกำเนิดสินค้า เขตพื้นที่การจัดจำหน่าย สถานที่นำเข้าปลายทาง สถานที่ตั้งคลังสินค้า และระยะเวลาควรบริโภค

6) มาตราที่ 18 (เอกสาร SKPLBI- สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช ระยะเวลา 5 ปี (1) ธุรกิจการนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชตามที่อ้างในมาตราที่ 15 (การปิดฉลากสินค้า) มีหน้าที่ต้องส่งคำร้องเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อยื่นขอเอกสาร SKPLBI- สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช โดยส่งคำร้องผ่านผู้อำนวยการฝ่ายการส่งเสริมศักยภาพผู้บริโภค (Director of Consumer Empowerment) ถึงอธิบดีด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและมาตรฐาน (Director General of Standardization and Consumer Protection) ...

3.2.5.3 ความตกลงการค้าสินค้าของอาเซียน (อาทิก้า)

ความตกลงการค้าสินค้าของอาเซียน (อาทิก้า) มีเงื่อนไขที่ควรพิจารณา (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2555) คือ

1. ขอมรถึง ...ความตกลงในสาขาต่างๆ ที่อำนวยความสะดวกต่อการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างเสรีในภูมิภาค ...

2. ข้อ 1 วัตถุประสงค์ ...เพื่อให้ประสบผลในการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างเสรีภายในอาเซียนซึ่งเป็นหลักการสำคัญหลักการหนึ่งในการรวมตัวเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน...

3. ข้อ 2 คำนิยามทั่วไป ...สินค้าที่ได้ถิ่นกำเนิด หมายถึง สินค้าที่มีคุณสมบัติในการได้ถิ่นกำเนิดในประเทศสมาชิกตามบทบัญญัติของบทที่ 3 (กฎถิ่นกำเนิดสินค้า)

...การให้การปฏิบัติที่เป็นพิเศษทางภาษีศุลกากร หมายถึง การให้ข้อลดหย่อนทางภาษีให้กับสินค้าที่ได้ถิ่นกำเนิดตามที่แสดงโดยอัตราภาษีที่ใช้บังคับภายใต้ความตกลง....

4. ข้อ 4 สินค้าที่ครอบคลุม ความตกลงฉบับนี้ใช้กับสินค้าทุกรายการภายใต้ระบบพิกัดอัตราศุลกากรฮาร์โมนีของอาเซียน

5. ข้อ 22 การได้รับข้อลดหย่อน 1.สินค้าของประเทศสมาชิกผู้ส่งออกที่มีอัตราภาษีลดลงเหลืออัตราร้อยละ 20 หรือต่ำกว่า และเป็นไปตามข้อกำหนดของกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้าตามที่ได้ระบุไว้ในบทที่ 3 (กฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า) จะต้องได้รับข้อลดหย่อนจากประเทศสมาชิกผู้นำเข้าโดยอัตโนมัติ ตามที่ได้ระบุไว้ในบทบัญญัติของข้อ 19 (การลดหรือยกเลิกอากรขาเข้า)

6. ข้อ 32 การส่งมอบโดยตรง ข้อ 2 การดำเนินการต่อไปนี้ ถือเป็นการส่งมอบโดยตรงจากประเทศสมาชิกผู้ส่งออกไปยังประเทศสมาชิกผู้นำเข้า

ก. สินค้าที่ถูกขนส่งจากประเทศสมาชิกผู้ส่งออกไปยังประเทศสมาชิกผู้นำเข้า

ข. สินค้าที่ถูกส่งผ่านประเทศสมาชิกที่ไม่ใช่ประเทศสมาชิกผู้ส่งออกและประเทศสมาชิกผู้นำเข้าหนึ่งประเทศหรือมากกว่า หรือขนส่งผ่านประเทศที่มีได้เป็นสมาชิก โดยมีเงื่อนไขว่า

- 1) การผ่านแดนมีเหตุผลทางภูมิศาสตร์ที่สามารถอ้างได้ หรือโดยการพิจารณาที่เกี่ยวข้องกับข้อกำหนดทางด้านการขนส่งโดยเฉพาะ
- 2) สินค้านั้นไม่ได้นำเข้าไปสู่การค้าหรือบริโภคประเทศนั้น
- 3) สินค้านั้นไม่ได้ผ่านกระบวนการใดๆ นอกเหนือจากการขนถ่ายสินค้าลงและการขนถ่ายสินค้าขึ้น หรือการดำเนินการอื่นใดเพื่อถนอมรักษาสินค้านั้นให้อยู่ในสภาพดี

7) ข้อ 38 หนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า การอ้างสิทธิว่าสินค้านั้นมีคุณสมบัติที่จะได้รับการให้การปฏิบัติที่เป็นพิเศษทางภาษีศุลกากร ต้องได้รับการรับรองโดยหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า (ฟอร์มดี) ตามที่ระบุในภาคผนวก 7 ซึ่งออกโดยหน่วยงานราชการที่ได้รับมอบหมายโดยประเทศสมาชิกผู้ส่งออกและได้แจ้งให้ประเทศสมาชิกอื่นทราบแล้วตามระเบียบปฏิบัติในการออกหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าที่ได้ระบุไว้ในภาคผนวก 8 (OCP)

3.2.5.4 กฎกระทรวงเกษตรฉบับที่ 88/2011 ว่าด้วย Food Safety Control over the Import and Fresh Food of Plant Origin – FPPO

กฎหมายฉบับนี้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 19 เมษายน 2555 มีสาระสำคัญ สามารถสรุปได้ดังนี้

1) กำหนดระดับสูงสุดของการปนเปื้อนสารเคมี (MRL) ในสินค้าพืช ผักและผลไม้ จะต้องไม่เกินมาตรฐานที่ได้กำหนด

2) การควบคุมความปลอดภัยอาหารเกี่ยวกับการนำเข้าสินค้าพืช ผัก ผลไม้สามารถทำได้ดังนี้

ก. การตรวจสอบสินค้าพืช ผัก ผลไม้ที่มีการนำเข้าแบบปกติ

ข. การให้การยอมรับระบบการควบคุมความปลอดภัยของสินค้าพืช ผัก ผลไม้ของประเทศนั้นๆ (MRA)

ค. มีความตกลงด้านความเท่าเทียมกันของความปลอดภัยในสินค้าพืช ผัก ผลไม้ระหว่างอินโดนีเซียกับประเทศคู่ค้า (Equivalence)

ง. การยอมรับการควบคุมความปลอดภัยของพืช ผัก ผลไม้เฉพาะพื้นที่ผลิต (Zoning)

3) ขั้นตอนการนำเข้าสินค้าพืช ผัก ผลไม้

ก. สำหรับประเทศที่ยังไม่มี Recognition/Equivalence ต้องมี

(1) ใบรับรองสุขอนามัย หรือใบรับรองสุขอนามัยพืช

(2) รายละเอียดสินค้า

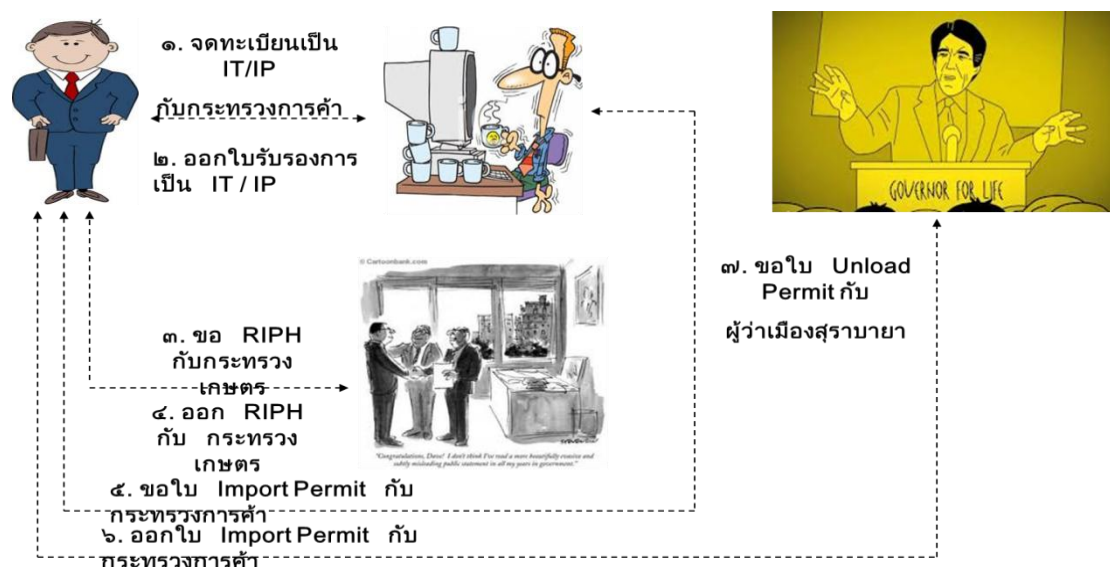
(3) Prior Notice

(4) Certificate of Analysis

- หากไม่มีเอกสาร สินค้าจะถูกกักไว้ และให้เวลา 14 วันในการยื่นเอกสารให้สมบูรณ์

- เมื่อเอกสารครบถ้วน สินค้าจะถูกตรวจสอบกับข้อมูลในเอกสารและสุ่มตรวจในห้องปฏิบัติการ

ข. ขั้นตอนการนำเข้าสินค้าพืช ผัก ผลไม้จากประเทศที่มีการทำ MRA กับอินโดนีเซีย สามารถส่งเอกสาร Prior Notice ให้กับด่านกักกันพืชเข้าอย่างเดียวได้ ทั้งนี้ขั้นตอนของผู้ประกอบการในการนำเข้าสินค้าพืชสวน ดังภาพที่ 3.2.2



ภาพที่ 3.2.2 ขั้นตอนของผู้ประกอบการในการนำเข้าสินค้าพืชสวน ตามกฎกระทรวงเกษตรฉบับที่ 88/2011

3.2.5.5 กฎกระทรวงเกษตรฉบับที่ 42/2012 ว่าด้วย Plant Quarantine Measures for Importation of Fresh Fruits and Fresh Fruit Vegetables into the Territory of the Republic of Indonesia

กำหนดให้ผักและผลไม้สด นำเข้าได้ที่ทำ ดังนี้ คือ

Type of FPPO	Entry Point
ส้มโอ	ท่าเรือ Tanjung Perak เมือง Surabaya
ลิ้นจี่	ท่าเรือ Belawan เมือง Medan
น้อยหน่า	สนามบิน Soekarna-Hatta กรุง Jakarta
ส้ม ฝรั่ง มะม่วง มังคุด มะละกอ	ท่าเรือ Makassar เมือง Makassar
ชมพู เงาะ	ชมพูกับเงาะส่วนใหญ่ส่งออกจากไทยไปอินโดนีเซียโดยเครื่องบิน
ทุเรียน ลำไย สับปะรด มะขาม	สามารถนำเข้าได้ทุกจุดนำเข้าทั่วประเทศ

3.2.5.6 กฎกระทรวงเกษตรฉบับที่ 43/2012 ว่าด้วย Plant Quarantine Measures for Importation of Fresh Vegetable Bulbs into the Territory of the Republic of Indonesia

มีสาระสำคัญ ดังนี้

- 1) สินค้าพืชชนิดหัวที่ส่งออกมายังอินโดนีเซียสามารถมาจากประเทศที่ไม่มี หรือ มีแมลงศัตรูพืชกักกันได้
- 2) ภาคนวของกฎระเบียบฉบับนี้แสดงรายการแมลงศัตรูพืชกักกันกับพืชชนิดหัว และมาตรการ Treatment สำหรับแมลงศัตรูพืชกักกันต่างๆ
- 3) สินค้านำเข้าจะต้องเข้าด่านที่รัฐบาลได้กำหนดไว้ ซึ่งมีดังต่อไปนี้
 - ก. Soekarno-Hatta เมือง Makassar
 - ข. Tanjung Perak เมือง Surabaya
 - ค. ท่าเรือ Belawan เมือง Medan
 - ง. ท่าอากาศยาน Soekarno-Hatta กรุงจาการ์ตา
 - จ. Free port areas
- 4) สินค้าพืชชนิดหัวห้ามมีการปนเปื้อนของราก ดิน และหุ้มติดใบ
- 5) สินค้านำเข้าจะต้องมีใบรับรองสุขอนามัยพืชจากประเทศผู้ส่งออก และหากมีการผ่านเข้าด่านของประเทศอื่นก่อนเข้าอินโดนีเซีย จะต้องมีการรับรองสุขอนามัยพืชออกจากระเทศนั้นๆ ด้วย
- 6) กรณีมาจากพื้นที่ที่มีแมลงศัตรูพืชกักกัน จะต้องทำการรมยาหรือฉายรังสี ซึ่งในใบรับรองสุขอนามัยพืชจะต้องมีข้อมูลเกี่ยวกับการทำ Treatment
- 7) การกำหนดด่านนำเข้า 4 ด่าน ไม่บังคับ ใช้กับประเทศที่ปลอดแมลงศัตรูพืชกักกัน หรือจากประเทศที่มีการรับรองระบบการควบคุมความปลอดภัยของสินค้าพืช ผัก และผลไม้จากกระทรวงเกษตรอินโดนีเซีย

3.2.5.7 กฎกระทรวงเกษตรฉบับที่ 60/Permentan/OT. 140/9/2012 ว่าด้วยการนำเข้าพืชสวน

มีสาระสำคัญมี 4 ส่วน คือ

- 1) ข้อกำหนดและขั้นตอนในการขอ RIPH
- 2) ข้อกำหนดสำหรับผู้มี RIPH
- 3) การควบคุม
- 4) บทลงโทษ

ทั้งนี้ RIPH : Import Recommendation of Horticulture Products คือ จดหมายการแนะนำการนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช หมายถึง ใบรับรองการนำเข้าตามข้อบังคับทางวิชาการ (ผลิตภัณฑ์จากพืช) ที่ออกโดยกระทรวงเกษตรของอินโดนีเซีย ให้กับผู้นำเข้าที่ขึ้นทะเบียน (Registered Importer)

กรณีที่เป็นสินค้าพืชสวนที่ไม่แปรรูป ผู้ส่งออกต้องจัดเตรียมข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการขอใบ RIPH ให้แก่ผู้นำเข้า ดังนี้

- 1) ข้อมูลการขึ้นทะเบียนของผู้ส่งออก (กรมวิชาการเกษตร)
- 2) ข้อมูลการขึ้นทะเบียนโรงคัดบรรจุใช้ในการส่งออก (Packing House Registration Number กวก.)
- 3) เอกสาร GAP (กวก.)
- 4) เอกสารยืนยันความพร้อมในการแสดงใบรับรองสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชเมื่อมีการนำเข้า
- 5) ช่วงเวลาการเก็บเกี่ยว
- 6) ข้อมูลโกดังเก็บสินค้า

โดยข้อมูลตามข้อ 1 ถึง 6 จะต้องเป็นภาษาอินโดนีเซีย

3.2.6 ผลกระทบของกฎระเบียบที่มีผลต่อการนำเข้าผลไม้สดไทย

จากกฎระเบียบ 3 ฉบับสำคัญ คือ 1.กฎกระทรวงเกษตรฉบับที่ 88/2011 ว่าด้วย Food Safety Control over the Import and Fresh Food of Plant Origin – FPPO 2.กฎกระทรวงเกษตรฉบับที่ 42/2012 ว่าด้วย Plant Quarantine Measures for Importation of Fresh Fruits and Fresh Vegetables into the Territory of the Republic of Indonesia และ 3. กฎกระทรวงเกษตรฉบับที่ 43/2012 ว่าด้วย Plant Quarantine Measures for Importation of Fresh Vegetable Bulbs into the Territory of the Republic of Indonesia ส่งผลกระทบต่อผู้ส่งออกไทยดังนี้

1) ทำให้การนำเข้าผลไม้สดสู่อินโดนีเซีย มีความยุ่งยากในการจัดการ กรณีที่ในหนึ่งผู้คอนเทนเนอร์สามารถขนส่งผลไม้สดหลายชนิดไปยังตลาดเป้าหมาย ต้องเปลี่ยนการจัดการให้ผลไม้สดชนิดนั้นๆ นำเข้าด่านให้ถูกต้องตามข้อกำหนด และเกิดการเพิ่มต้นทุนการจัดการเคลื่อนย้ายจากด่านนำเข้าไปยังตลาด แต่ผลไม้เป้าหมายในการศึกษายังได้รับการผ่อนปรนให้นำเข้าได้ทุกจุดอยู่

2) ทำให้เกิดความยุ่งยากต่อการนำเข้าสินค้าพืชสวนที่ทำเรือเมืองสุราบายา โดยเพิ่มภาระต่อผู้นำเข้าให้ต้องขอใบอนุญาตขนส่งสินค้าออกอันเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน โดยชนิดสินค้าพืชสวนดังกล่าวนี้มี 14 รายการ ได้แก่

- | | | |
|-------------------|------------------|--------------------|
| 1. ข้าวโพด | 2. ถั่วเหลือง | 3. อาหารถั่วเหลือง |
| 4. ถั่วลิสง | 5. ถั่วเขียว | 6. นม |
| 7. แป้ง | 8. เนื้อ | 9. แป้งข้าวโพด |
| 10. Feather Flour | 11. Fish Flour | 12. ปลา |
| 13. ปลาหมึก | 14. สินค้าพืชสวน | |

3) ทำให้เกิดความยุ่งยากต่อผู้ส่งออกจากการเพิ่มภาระด้านเอกสารให้ต้องจัดเตรียมเป็นภาษาอินโดนีเซีย โดยกำหนดรายการสินค้าที่จะต้องขอใบ RIPH (57 รายการ) เช่น

- ก. สินค้าสดกลุ่มพืช ได้แก่ หอมใหญ่ มัน กระเทียม หอมแดง พริก แครอท บร็อคโคลี่
- ข. สินค้าสดกลุ่มผลไม้ ได้แก่ กัลยัม มะม่วง สับปะรด ส้ม องุ่น มะละกอ ทูเรียน ลำไย แอปเปิ้ล เมล่อน
- ค. สินค้าสดกลุ่มดอกไม้ ได้แก่ กัลยัมไม้ (ตัดดอก) เบญจมาศ ดอกเฮลิโคเนีย และสินค้าแปรรูปอื่นๆ

3.2.7 ปัญหาและอุปสรรคในการค้ากับอินโดนีเซีย

ในการดำเนินการค้ากับอินโดนีเซีย พบว่า มีปัญหาและอุปสรรคในการค้า ที่สามารถสรุปได้ดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงจาการ์ตาร์, 2551)

1) รัฐบาลอินโดนีเซียกำหนดมาตรการทางการค้า ที่มีลักษณะเป็นการกีดกันทางการค้าในหลายมาตรการ ได้แก่ มาตรการที่เป็นการห้ามการนำเข้า มาตรการใบอนุญาตนำเข้า มาตรการขึ้นทะเบียน ออ. และมาตรการด้านสุขอนามัย รวมทั้งมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด และมาตรการ Safeguards

2) ระบบราชการของอินโดนีเซีย มีความซับซ้อน ยุ่งยาก มีหลายขั้นตอน โดยเฉพาะเรื่องการนำเข้าสินค้า การจำหน่ายสินค้านำเข้า โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับด้านศุลกากร ถือเป็นต้นทุนทางการค้าที่สูงมาก

3) กฎหมายและกฎระเบียบของอินโดนีเซียในหลายเรื่อง ไม่มีความชัดเจนและโปร่งใส เช่น กฎระเบียบเกี่ยวกับการนำเข้าข้าวจากต่างประเทศ ไม่มีกฎเกณฑ์ที่ชัดเจน และเกี่ยวข้องกับหน่วยงานรัฐหลายหน่วยงาน เช่น กระทรวงเกษตร กระทรวงสาธารณสุข และกระทรวงการค้า เป็นต้น

4) ข้อมูลทางการค้าและข้อมูลทางการตลาดหายาก และข้อมูลไม่ทันสมัย การศึกษาหาข้อมูลการค้าและข้อมูลการตลาดก่อนเข้ามาทำการค้ากับอินโดนีเซีย จึงใช้เวลานาน และอาจไม่ได้ข้อมูลรายละเอียด เช่น ข้อมูลนำเข้าของหน่วยงานรัฐจะล่าช้าหลังจากปัจจุบัน และข้อมูลที่เผยแพร่จะไม่มีข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลทางการตลาดของสินค้า เป็นต้น

5) การแข่งขันที่สูงขึ้นในตลาดอินโดนีเซีย เนื่องจากผู้บริโภครายกลุ่มนิยมสินค้าที่มีราคาถูก จึงมีการแข่งขันที่สูงขึ้นกับสินค้าราคาถูก โดยเฉพาะสินค้าที่มาจากจีน เวียดนาม และอินเดีย เป็นต้น

บทที่ 4 ใช้อุปทานไม้ผลเป้าหมายระหว่างไทยและอินโดนีเซีย

ภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

4.1 การกำหนดชนิดผลไม้สำคัญที่จะศึกษากรณีการค้าไทยและอินโดนีเซีย

เมื่อพิจารณาข้อมูลทางด้านสถิติของกรมศุลกากร (2555) ในด้านปริมาณการส่งออกผลไม้จากไทยสู่อินโดนีเซีย ตั้งแต่ปี 2550 จนถึงปี 2554 (ตารางที่ 4.1.1) พบว่า ตลอดช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมาผลไม้ที่มีปริมาณการส่งออกจากไทยไปสู่อินโดนีเซียมากที่สุดในแต่ละปี คือ ลำไย โดยในปี 2554 มีปริมาณการส่งออกสูงที่สุด คือ 101,930,991 ตัน ซึ่งมีปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ 77.59 จากปีก่อนหน้า

ส่วนผลไม้ที่มีปริมาณการส่งออกรองลงมาเป็นอันดับที่ 2 ตลอดช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา คือ ทุเรียน โดยในปี 2554 มีปริมาณการส่งออก 26,305,376 ตัน ซึ่งมีปริมาณเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 20.13 และจากข้อมูลในปี 2554 จะพบว่า มะพร้าวมีปริมาณการส่งออกเป็นอันดับที่ 3 คือ 752,803 ตัน ซึ่งลดลงจากปีก่อนหน้าร้อยละ 32.18 ส่วนผลไม้อื่นๆ ที่มีปริมาณการส่งออกสู่อินโดนีเซียติด 1 ใน 10 อันดับแรก ได้แก่ มะม่วง ลิ้นจี่ มะขาม เงาะ ส้มหวาน มังคุด และฝรั่งตามลำดับ

ตารางที่ 4.1.1 ปริมาณการส่งออกผลไม้จากไทยสู่อินโดนีเซีย ปี 2550 - 2554

หน่วย : ตัน

พิกัด	สินค้า	2550	2551	2552	2553	2554	Ranking by 2554
0810.9010.000	Longans (including mata kucing)	53,014,858	41,113,915	70,243,171	57,395,029	101,930,991	1
0810.6000.000	Durians Coconuts, Fresh Or	20,911,598	24,071,043	27,819,834	21,897,290	26,305,376	2
08011900000	Dried	101,915	759,664	931,769	1,110,070	752,803	3
0804.5020.001	Mangoes, fresh	523,235	491,551	546,349	567,987	516,968	4
0810.9020.000	Lychees	1,786,369	568,286	1,248,986	462,772	368,128	5
0810.9060.000	Tamarinds	82,090	46,890	51,210	36,550	260,150	6
0810.9030.000	Rambutan	13,242	13,020	8,530	4,880	129,430	7
0805.1010.001	Sweet oranges	182,673	280,276	85,512	0	38,287	8
0804.5030.000	Mangosteens	71,092	0	56,474	42,930	21,465	9
0804.5010.000	Guavas	14,840	200	200	221	1,739	10

ที่มา : กรมศุลกากร, 2555.

ในขณะเดียวกันหากพิจารณาข้อมูลทางด้านสถิติของกรมศุลกากร (2555) ในด้านมูลค่าการส่งออกผลไม้จากไทยสู่อินโดนีเซีย ตั้งแต่ปี 2550 จนถึงปี 2554 (ตารางที่ 4.1.2) พบว่า ผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุดตลอดช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา ยังคงเป็นลำไย ซึ่งในปี 2554 มีมูลค่าการส่งออก 2,107.05 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 92.17 และรองลงมาคือ ทุเรียน ที่มีมูลค่าการส่งออกเป็น 624.65 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 32.67 ส่วนผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกในอันดับที่ 3 และ 4 นั้นจะมีความแตกต่างไปจากอันดับในด้านปริมาณการส่งออก ทั้งนี้ เพราะขึ้นอยู่กับราคาของผลไม้แต่ละชนิด โดยในปี 2554 ผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกในอันดับที่ 3 คือ มะม่วง มีมูลค่าการส่งออก 10.76 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และอันดับต่อมา คือ มะพร้าว มีมูลค่าการส่งออก 9.25 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนผลไม้ในอันดับรองๆ ลงมา ได้แก่ ลิ้นจี่ มะขาม ส้มหวาน เงาะ มังคุด และฝรั่ง ตามลำดับ

ตารางที่ 4.1.2 มูลค่าการส่งออกผลไม้จากไทยสู่อินโดนีเซีย ปี 2550-2554

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ

พิกัด	สินค้า	2550	2551	2552	2553	2554	พิกัด	Ranking by 2554
0810.9010.000	Longans (including mata kucing	737,145	647,923	1,048,872	1,096,455	2,107,050	562,095	1
0810.6000.000	Durians	380,332	452,139	585,503	470,850	624,654	248,172	2
0804.5020.001	Mangoes, fresh	4,664	6,430	7,950	13,311	10,764	12,120	3
0801.1900.000	มะพร้าว สด/แห้งเอาเปลือกออก หรือไม่ก็ตาม	941	10,499	14,829	17,180	9,253		4
0810.9020.000	Lychees	25,467	14,371	25,444	7,888	7,532	22,523	5
0810.9060.000	Tamarinds	2,808	1,899	1,254	906	5,004	1,117	6
0810.9090.005	มะขามเปียก	0	0	0	0	872	0	
0805.1010.001	Sweet oranges	4,871	3,934	2,873	0	3,751	0	7
0810.9030.000	Rambutan	511	501	265	130	1,381	153	8
0804.5030.000	Mangosteens	760	0	1,207	384	180	764	9
0804.5010.000	Guavas	154	1.5	8	8	56	0	10

ที่มา : กรมศุลกากร. 2555.

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในด้านมูลค่าการส่งออกผลไม้จากอินโดนีเซียสู่ไทย ตั้งแต่ปี 2550 จนถึงปี 2554 (ตารางที่ 4.1.3) พบว่า ในปี 2554 ไทยมีมูลค่าการนำเข้าผลไม้จากอินโดนีเซีย ประเภทมะพร้าว ถั่วบราซิลและเม็ดมะม่วงหิมพานเป็นอันดับที่ 1 คิดเป็นมูลค่ากว่า 1,066.22 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมา คือ มะขาม มีมูลค่า 5.46 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตเป็นอย่างยิ่งว่าผลไม้ทั้งสองชนิดดังกล่าวนี้ เป็นผลไม้ที่ติดอันดับ 1 ใน 10 ของผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกจากไทยไปสู่อินโดนีเซียสูงที่สุดเช่นกัน ดังนั้นเมื่อพิจารณาเป็นรายชนิดสินค้าจะพบว่า ในปี 2554 แม้ว่าไทยจะมีมูลค่าการส่งออกผลไม้ประเภทมะพร้าวไปยังอินโดนีเซียถึง 9.25 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แต่กลับมี

มูลค่าการนำเข้าจากอินโดนีเซียสูงถึง 1,066.23 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่ผลไม้ประเภทมะขามประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกไปยังอินโดนีเซียสูงกว่า 5.00 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แต่กลับมีมูลค่าการนำเข้าจากอินโดนีเซีย 5.46 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ตารางที่ 4.1.3 มูลค่าการส่งออกผลไม้จากอินโดนีเซียสู่ไทย ปี 2550-2554

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ

พิกัด	สินค้า	2550	2551	2552	2553	2554	พิกัด	Ranking by 2554
08011900000	Coconuts, Brazil nuts and cashew nuts, fresh or dried, whether or not shelled or peeled.	7,640	25,675	0.932	6,564	1,066,229	238,891	1
0810.9060.000	Tamarinds	0	0	456	0	5,460	0	2
	Other nuts, fresh or dried, whether or not shelled or peeled.	0	9,947	0	914	2,220	0	3
0810.2000.	Raspberries, blackberries, mulberries and loganberries	1,339	202	2,148	1,948	1,727	616	4
0810.4000.000	Cranberries, bilberries and other fruits of the genus Vaccinium	0	0	49	142	826	236	5
0810.1000.	Strawberries	5,602	176	4,703	5,344	331	1,656	6
0810.5000.000	Kiwifruit	0	0	0	0	2	0	7
0808.1000.000	Apples	0	11,777	0	0	0.061	0	8
0810.3000.000	Black, white or red currants and gooseberries (KGM)	0	0	0	0	0	31	9

ที่มา : Statistics Indonesia. 2555.

จากข้อมูลปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้จากไทยสู่อินโดนีเซียที่ได้กล่าวมาในข้างต้นนี้ ผู้วิจัยจึงได้จัดประชุมระดมความคิดจากผู้ทรงคุณวุฒิ และได้ทำการกำหนดชนิดของผลไม้ส่งออกที่สำคัญ 4 ประเภทที่จะทำการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลำไย ทูเรียน มะพร้าว และมะขาม เนื่องจากเหตุผลสองประการด้วยกัน

ประการที่ 1 คือ ผลไม้ประเภทลำไยและทูเรียนเป็นผลไม้ส่งออกจากไทยสู่อินโดนีเซียที่มีปริมาณและมูลค่าสูงที่สุดตลอดระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าผลไม้ทั้งสองชนิดนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจและการค้าผลไม้ระหว่างไทยกับอินโดนีเซียเป็นอย่างยิ่ง และ

ประการที่ 2 คือ ผลไม้ประเภทมะพร้าวและมะขามซึ่งเป็นผลไม้ที่ไทยมีมูลค่าการนำเข้าจากอินโดนีเซียสูงที่สุดในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมาเช่นกัน อีกทั้งยังเป็นที่น่าสังเกตว่าในขณะเดียวกันผลไม้ทั้งสองชนิดนี้ก็ยังเป็นผลไม้ที่ติดอันดับ 1 ใน 10 ของผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกจากไทยไปสู่อินโดนีเซียด้วยเช่นกัน

4.2 โขอุปทานการค้าลำไยระหว่างไทยและอินโดนีเซีย



4.2.1 ตลาดการค้าลำไย ระหว่างไทยกับประเทศใน/นอกกลุ่ม AEC

4.2.1.1 ตลาดการค้าลำไย ระหว่างไทยกับประเทศในกลุ่ม AEC

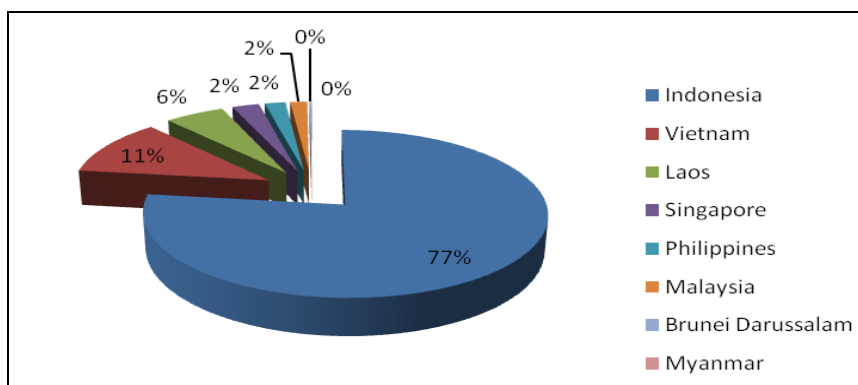
ประเทศคู่ค้าที่สำคัญในการส่งออกลำไยของไทยไปสู่ประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ ASEAN Economic Community (AEC) อันดับที่ 1 ตลอดช่วงระยะเวลาดังตั้งปี 2550 ถึง 2554 คือ อินโดนีเซีย ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกลำไย ตามพิกัดสินค้า 08109010000 ของกรมศุลกากร ในปี 2554 มีมูลค่าทั้งสิ้น 69,504,144 ดอลลาร์สหรัฐ (ตารางที่ 4.2.1) รองลงมา คือ เวียดนาม ลาว สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย รัฐบุรุษในดารุสซาลาม และเมียนมาร์ ตามลำดับ ซึ่งหากพิจารณาเฉพาะประเทศที่อยู่ในกลุ่ม AEC จะเห็นได้ว่าในปี 2554 ไทยมีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกลำไยไปยังอินโดนีเซียสูงที่สุด โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 77 (ภาพที่ 4.2.1)

ตารางที่ 4.2.1 มูลค่าการส่งออกลำไยของไทยไปประเทศในกลุ่ม AEC ปี 2550-2554

หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐ

ประเทศ	2550	2551	2552	2553	2554
World	75,708,175	79,322,511	106,353,622	111,001,560	203,538,293
Indonesia	23,255,984	19,446,236	30,819,002	34,634,401	69,504,144
Vietnam	839,396	497,692	4,325,047	2,819,640	10,176,825
Laos	292,731	671,950	939,505	2,680,162	4,987,309
Singapore	1,337,643	1,732,141	1,112,213	1,237,297	2,256,276
Philippines	1,084,238	1,309,906	1,679,082	1,049,878	1,719,596
Malaysia	1,027,854	558,131	1,636,276	980,889	1,421,301
Brunei Darussalam	96,949	117,885	245,226	234,078	153,404
Myanmar	11,660	14,559	48,117	36,671	12,139

ที่มา : กรมศุลกากร. 2555.



ภาพที่ 4.2.1 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกของไทยไปประเทศในกลุ่ม AEC ปี 2554

ที่มา : จากตารางที่ 4.2.1

4.2.1.2 ตลาดการค้าไทย ระหว่างประเทศไทยกับประเทศนอกกลุ่ม AEC

หากพิจารณาจากประเทศคู่ค้าในภาพรวมทั้งหมดที่ไทยทำการส่งออกไทย พบว่าช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา ไทยมีมูลค่าการส่งออกไทยไปยังจีนและฮ่องกงมากเป็นอันดับ 1 มีมูลค่าทั้งสิ้น 106,978,366 ดอลลาร์สหรัฐ ส่วนอันดับ 2 คือ อินโดนีเซีย และอันดับ 3 คือ เวียดนาม รองลงมาคือ ลาว แคนาดา สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ สหรัฐอเมริกา มาเลเซีย และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ตามลำดับ (ตารางที่ 4.2.2) อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาโดยละเอียดจะพบว่า ในปี 2554 ไทยมีมูลค่าการส่งออกไทยไปยังจีน 63,901,874 ดอลลาร์สหรัฐ และฮ่องกง 43,076,492 ดอลลาร์สหรัฐ ดังนั้นจึงทำให้อินโดนีเซียเป็นประเทศคู่ค้าที่ไทยทำการส่งออกไทยไปให้มากที่สุดในปีดังกล่าวนี้ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34 ของมูลค่าการส่งออกไทยทั้งหมดของประเทศไทย (ภาพที่ 4.2.2) นอกจากนี้ แนวโน้ม 2 อันดับแรกของประเทศคู่ค้า คือ จีนและฮ่องกง และอินโดนีเซีย เพิ่มขึ้นในลักษณะกะทะหงายดังภาพที่ 4.2.3

ตารางที่ 4.2.2 มูลค่าการส่งออกของไทยไปประเทศคู่ค้า ปี 2550-2554

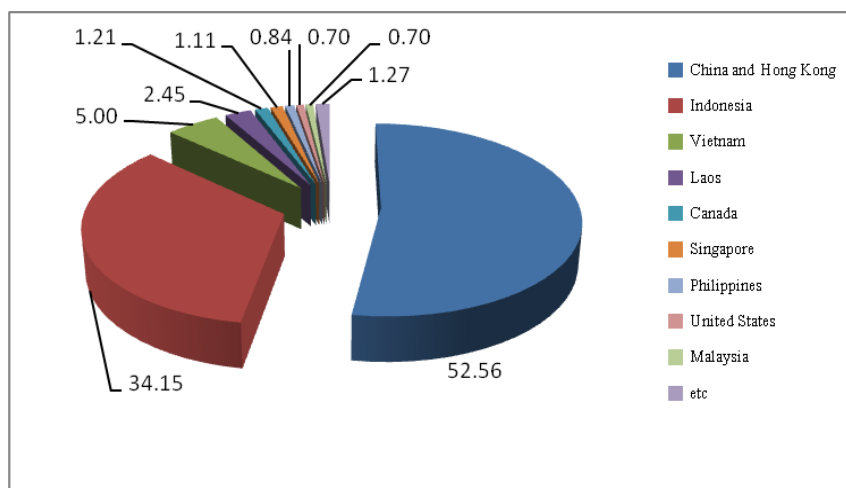
หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐ

ประเทศ	2550	2551	2552	2553	2554
World	75,708,175	79,322,511	106,353,622	111,001,560	203,538,293
China and Hong Kong	42,282,388	46,782,602	57,598,679	60,887,354	106,978,366
Indonesia	23,255,984	19,446,236	30,819,002	34,634,401	69,504,144
Vietnam	839,396	497,692	4,325,047	2,819,640	10,176,825
Laos	292,731	671,950	939,505	2,680,162	4,987,309
Canada	1,537,078	1,890,644	1,248,854	1,248,907	2,466,621
Singapore	1,337,643	1,732,141	1,112,213	1,237,297	2,256,276
Philippines	1,084,238	1,309,906	1,679,082	1,049,878	1,719,596
United States	280,405	2,955,887	3,768,186	2,807,160	1,433,985
Malaysia	1,027,854	558,131	1,636,276	980,889	1,421,301
United Arab Emirates	144,608	45,663	261,394	449,766	463,165
France	395,091	595,982	404,272	286,396	424,114

ตารางที่ 4.2.2 (ต่อ)

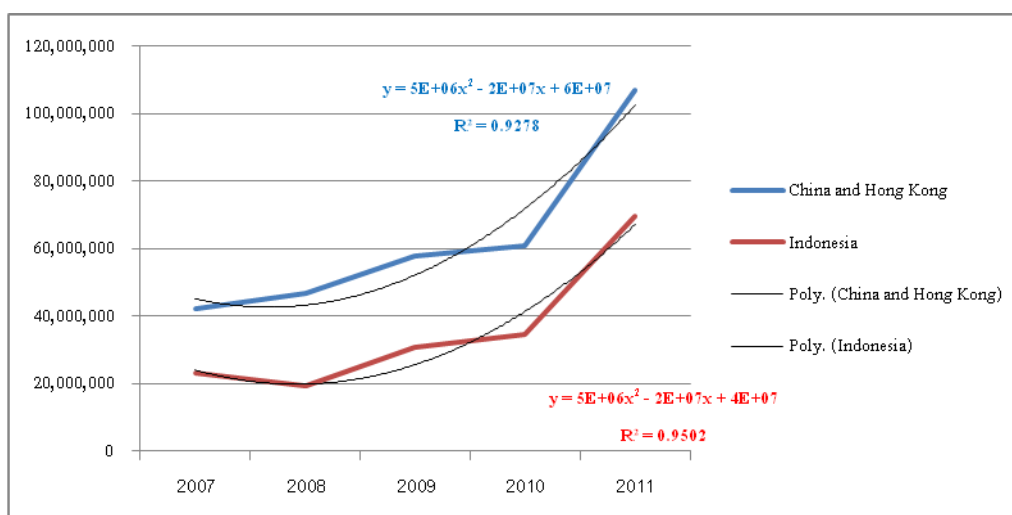
ประเทศ	2550	2551	2552	2553	2554
Netherlands	819,230	1,080,430	688,002	544,991	421,874
Australia	387,124	572,655	356,604	436,374	332,069
India	236,950	232,256	135,615	84,280	218,678
United Kingdom	862,396	497,367	458,626	288,495	186,088
Brunei Darussalam	96,949	117,885	245,226	234,078	153,404
New Zealand	194,812	31,754	179,551	55,593	148,933
Germany	97,067	126,477	95,441	76,399	62,303
Korea South	34,295	-	3,492	1,322	34,766
Bahrain	-	-	7,471	33,551	25,948
Italy	1,277	82,314	73,387	42,059	25,442
Spain	37,904	-	-	141	23,151
Iceland	196	-	-	-	15,772
Switzerland	33,761	18	11,271	5,738	13,227
Myanmar	11,660	14,559	48,117	36,671	12,139
Saudi Arabia	10,251	-	-	1,940	11,410
Kuwait	2,525	-	-	-	6,194
Russia	28,800	-	51	-	5,461
Denmark	3,323	84	-	-	3,977
Norway	1,675	5,768	10,162	12,565	1,924
Bangladesh	2,766	1,467	3,577	3,903	1,660
Qatar	9,611	15	-	49	1,608
Lebanon	-	-	-	-	506
Japan	191,107	20,233	889	27,040	46
Jordan	-	-	-	-	7
Taiwan	75,680	50,957	-	-	5
Maldives	22,573	768	2,878	2,255	-
Bahrain	20,977	671	-	-	-
South Africa	17,695	-	-	-	-
Sweden	2,006	-	-	-	-
Oman	18,062	-	-	-	-
Luxembourg	23	-	-	-	-
Macau	383	-	-	-	-
Belgium	772	-	-	-	-
Austria	7,936	-	18,643	-	-
Korea North	801	-	-	-	-
Mali	172	-	-	-	-
Czech Republic	-	-	57,457	32,266	-
Iran	-	-	164,652	-	-

ที่มา : กรมศุลกากร. 2555.



ภาพที่ 4.2.2 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกค้าขายทั้งหมด ของประเทศไทย ปี 2554

ที่มา : ตารางที่ 4.2.2



ภาพที่ 4.2.3 แนวโน้มมูลค่าการส่งออกค้าขายของไทยไปประเทศคู่ค้า 2 อันดับแรก

ที่มา : ตารางที่ 4.2.2

4.2.2 ตลาดการค้าค้าขาย ระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย

เมื่อพิจารณาข้อมูลจาก Statistics Indonesia (2555, <http://www.bps.go.id/>) พบว่า ตั้งแต่ปี 2552 ถึง 2554 อินโดนีเซียมีปริมาณมูลค่าการนำเข้าค้าขายสดจากไทยมากที่สุด โดยในปี 2554 อินโดนีเซียมีสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าค้าขายสดจากไทยมากถึงร้อยละ 98.91 ซึ่งมีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าถึงร้อยละ 79.75 นอกจากนั้นอินโดนีเซียได้นำเข้าค้าขายจากเวียดนามและจีน อีกร้อยละ 1.06 และ 0.03 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม อินโดนีเซียได้มีสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าค้าขายจากประเทศอื่นๆ อีก แต่มีมูลค่าไม่สูงนัก เช่น ในปี 2552 มีมูลค่าการนำเข้าค้าขายจากตูนิเซีย มาเลเซีย และสิงคโปร์ ในปี

2553 มีมูลค่าการนำเข้าลำไยจากมาเลเซีย นิวซีแลนด์ และสิงคโปร์ และในปี 2554 มีมูลค่าการนำเข้าลำไยจากสหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย (ตารางที่ 4.2.3)

ตารางที่ 4.2.3 มูลค่า สัดส่วนและเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้าลำไยสดของอินโดนีเซีย
ปี 2552-2554

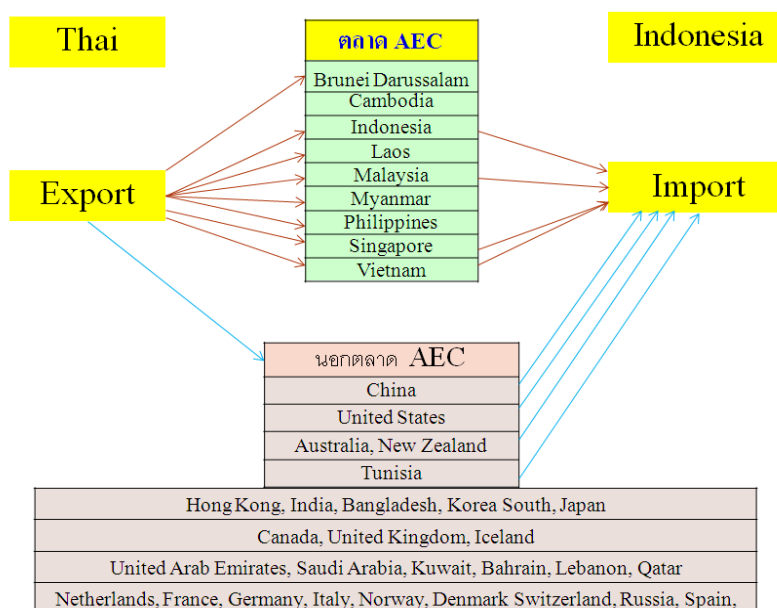
ประเทศ	ดอลลาร์สหรัฐ			% ส่วนแบ่งตลาด			% เปลี่ยนแปลง 2553-54
	2552	2553	2554	2552	2553	2554	
World	79,055,353	62,942,219	111,794,118	100.00	100.00	100.00	77.61
Thailand	78,530,910	61,516,446	110,573,471	99.34	97.73	98.91	79.75
Vietnam	321,185	1,272,187	1,185,416	0.41	2.02	1.06	- 6.82
China	116,518	78,115	31,257	0.15	0.12	0.03	- 59.99
United States	-	-	3,162	0.00	0.00	0.00	0.00
Australia	-	-	812	0.00	0.00	0.00	0.00
Tunisia	22,021	-	-	0.03	0.00	0.00	0.00
Malaysia	1,939	696	-	0.00	0.00	0.00	- 100.00
New Zealand	-	1,614	-	0.00	0.00	0.00	- 100.00
Singapore	62,780	73,161	-	0.08	0.12	0.00	- 100.00

ที่มา : Statistics Indonesia. 2555.

ดังนั้น จากการศึกษาภาพรวมของตลาดลำไยที่อยู่ในลักษณะของการค้าระหว่างประเทศจากไทยไปสู่อินโดนีเซีย สามารถสรุปได้ว่า เส้นทาง การส่งออกลำไยจากไทยไปสู่อินโดนีเซียมีตลาดการค้าระหว่างประเทศที่สำคัญ 2 ตลาดด้วยกัน ซึ่งสามารถสรุปความสัมพันธ์เหล่านี้ได้ดังภาพที่ 4.2.4 โดยตลาดดังกล่าว ได้แก่

1) ตลาดกลุ่มที่ 1 คือ ตลาดการค้าของประเทศในกลุ่ม AEC ซึ่งจะมีการค้าในส่วนที่ไทยส่งออกโดยตรงไปสู่อินโดนีเซีย และมีเส้นทาง การส่งออกที่ส่งผ่านประเทศอื่นๆ ในกลุ่ม AEC ซึ่งได้แก่ มาเลเซีย สิงคโปร์ และเวียดนาม โดยประเทศเหล่านี้จะทำการส่งออกลำไยไปสู่อินโดนีเซียต่อไป

2) ตลาดกลุ่มที่ 2 คือ ตลาดการค้าของประเทศที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่ม AEC ซึ่งไทยจะมีการส่งออกลำไยไปให้กับจีน สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และญี่ปุ่น โดยประเทศเหล่านี้จะดำเนินการส่งออกลำไยไปสู่อินโดนีเซีย



ภาพที่ 4.2.4 ตลาดการค้าระหว่างประเทศ จากไทยไปสู่อินโดนีเซีย

4.2.3 ข้อมูลทั่วไปของการเพาะปลูกลำไยในไทย

พื้นที่ปลูกลำไยแหล่งใหญ่ของไทยอยู่ทางภาคเหนือตอนบน บางสายพันธุ์ปลูกในภาคกลาง และตะวันออกเฉียงเหนือ (คลังข้อมูลสารสนเทศลำไยเชิงลึก, 2010) ซึ่งเมื่อพิจารณาข้อมูลจาก สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555) พบว่า ในปี 2554 (ตารางที่ 4.2.4) ไทยมีพื้นที่การปลูกลำไยยืนต้นทั้งหมด 1,028,432 ไร่ โดยส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ในภาคเหนือ 892,586 ไร่ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 86.79 ของพื้นที่การปลูกลำไยทั้งหมด รองลงมาคือภาคกลางมีพื้นที่การปลูกลำไยยืนต้นทั้งหมด 85,176 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 8.28 และในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีพื้นที่การปลูก 50,670 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 4.93 ของพื้นที่การปลูกลำไยทั้งหมดในไทย (ภาพที่ 4.2.5) อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในแง่ของผลผลิตต่อไร่จะพบว่าโดยเฉลี่ยแล้วไทยมีผลผลิตลำไย 798 กิโลกรัมต่อไร่ แต่หากพิจารณาเป็นรายภูมิภาคแล้วจะพบว่า การเพาะปลูกลำไยในภาคกลางจะให้ผลผลิตต่อไร่สูงสุด โดยเฉลี่ยแล้วจะได้ผลผลิต 2,365 กิโลกรัมต่อไร่ รองลงมาคือ ภาคเหนือได้ 696 กิโลกรัมต่อไร่ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้ผลผลิต 461 กิโลกรัมต่อไร่

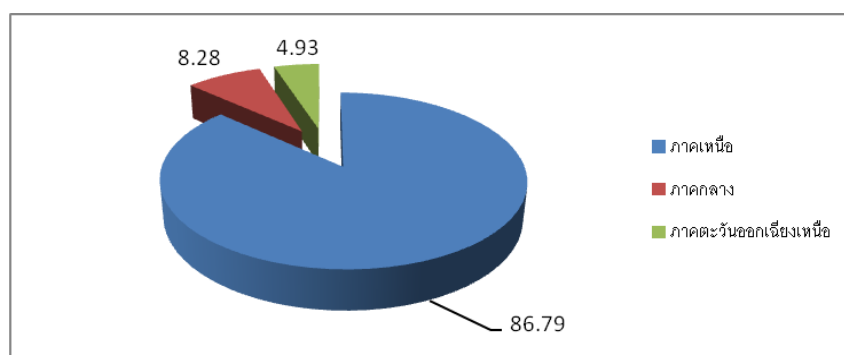
สำหรับพื้นที่เพาะปลูกลำไยในแต่ละภูมิภาคซึ่งแบ่งตาม สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555) หากพิจารณาในภาคเหนือพบว่าในปี 2554 นั้น จังหวัดที่มีพื้นที่การปลูกลำไยยืนต้นสูงที่สุดคือ จังหวัดเชียงใหม่ (309,438 ไร่) รองลงมา คือ จังหวัดลำพูน และ จังหวัดเชียงราย ตามลำดับ (ตารางที่ 4.2.5) ส่วนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือนั้น จังหวัดที่มีพื้นที่การปลูกลำไยยืนต้นสูงที่สุดคือ จังหวัดเลย (25,858 ไร่) รองลงมาคือ จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดหนองบัวลำภู ตามลำดับ (ตารางที่ 4.2.6) และในภาคกลางจังหวัดที่มีพื้นที่การปลูกลำไยยืนต้นสูง

ที่สุดคือ จังหวัดจันทบุรี (81,384 ไร่) รองลงมาคือ จังหวัดสระแก้ว และจังหวัดสุพรรณบุรี ตามลำดับ (ตารางที่ 4.2.7)

ตารางที่ 4.2.4 ลำไย: พื้นที่ขึ้นต้น พื้นที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ปี 2554 (แบ่งตามภูมิภาค)

จังหวัด	พื้นที่ขึ้นต้น (ไร่)	พื้นที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)
รวมทั้งประเทศ	1,028,432	967,772	772,099	798
ภาคเหนือ	892,586	852,765	593,439	696
ภาคกลาง	85,176	66,003	156,089	2,365
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	50,670	49,004	22,571	461

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555.



ภาพที่ 4.2.5 ร้อยละของพื้นที่การปลูกลำไยในประเทศไทย แบ่งตามภูมิภาค ปี 2554

ที่มา : ตารางที่ 4.2.4

ตารางที่ 4.2.5 ลำไย: พื้นที่ขึ้นต้น พื้นที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ปี 2554 (ภาคเหนือ)

จังหวัด	พื้นที่ขึ้นต้น (ไร่)	พื้นที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)
เชียงใหม่	309,438	304,770	265,456	871
ลำพูน	272,255	253,040	204,445	808
เชียงราย	125,593	121,430	48,693	401
พะเยา	61,195	56,603	20,377	360
น่าน	34,882	31,905	16,718	524
ลำปาง	26,672	26,672	4,694	176
ตาก	19,116	16,316	14,609	895
กำแพงเพชร	10,289	9,920	3,978	401
พิจิตร	8,326	8,042	3,651	454
อุตรดิตถ์	8,190	7,883	2,988	379
แพร่	7,509	7,437	3,681	495
สุโขทัย	6,311	6,101	2,569	421
แม่ฮ่องสอน	2,810	2,646	1,580	597

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555.

ตารางที่ 4.2.6 ลำไย : พื้นที่ขึ้นต้น พื้นที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ปี 2554 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

จังหวัด	พื้นที่ขึ้นต้น (ไร่)	พื้นที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)
เลย	25,858	25,172	12,259	487
อุดรธานี	5,821	5,418	1,896	350
หนองบัวลำภู	5,037	4,740	2,119	447
หนองคาย	4,263	4,110	2,018	491
ชัยภูมิ	2,998	2,929	1,046	357
ศรีสะเกษ	2,455	2,455	847	345
นครราชสีมา	2,095	2,014	1,323	657
อุบลราชธานี	1,635	1,635	907	555
ยโสธร	508	531	156	294

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555.

ตารางที่ 4.2.7 ลำไย: พื้นที่ขึ้นต้น พื้นที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ปี 2554 (ภาคกลาง)

จังหวัด	พื้นที่ขึ้นต้น (ไร่)	พื้นที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)
จันทบุรี	81,384	62,928	154,425	2,454
สระแก้ว	1,519	1,325	774	584
สุพรรณบุรี	1,018	1,018	561	551
สมุทรสาคร	878	364	166	456
นครปฐม	377	368	163	443

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555.

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบพื้นที่การปลูกลำไยขึ้นต้นและพื้นที่ให้ผล ระหว่างปี 2553 กับปี 2554 จะพบว่า ในปี 2554 โดยรวมแล้วไทยมีพื้นที่การปลูกลำไยขึ้นต้นลดลงจากปี 2553 ร้อยละ 0.63 โดยในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีพื้นที่ขึ้นต้นลดลงร้อยละ 1.32 และ 2.37 ตามลำดับ ในขณะที่ภาคกลางกลับมีพื้นที่ขึ้นต้นเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.47 ทั้งนี้จังหวัดในภาคเหนือที่มีพื้นที่การปลูกลำไยขึ้นต้นลดลงมากที่สุด คือ จังหวัดเชียงใหม่ โดยลดลงจากปีก่อนหน้าถึง 5,893 ไร่ ส่วนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ จังหวัดหนองบัวลำภู ที่ลดลง 497 ไร่ แต่ในส่วนของภาคกลางจังหวัดที่มีพื้นที่การปลูกลำไยขึ้นต้นเพิ่มขึ้นมากที่สุดคือ จังหวัดจันทบุรี โดยเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 6,887 ไร่

พื้นที่ให้ผลของการเพาะปลูกลำไยทั้งประเทศพบว่าพื้นที่ให้ผลเพิ่มขึ้นจากปี 2553 ร้อยละ 1.38 (ตารางที่ 4.2.8) ภาคกลางมีพื้นที่ให้ผลลำไยเพิ่มขึ้นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.13 จากปีก่อนหน้า ภาคเหนือมีพื้นที่ให้ผลเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.04 ส่วนภาคตะวันออกเฉียงเหนือกลับมีพื้นที่ให้ผลลดลง

ร้อยละ 3.19 ทั้งนี้จังหวัดในภาคกลางที่มีพื้นที่ให้ผลของการปลูกลำไยเพิ่มขึ้นมากที่สุดคือ จังหวัด จันทบุรี เพิ่มจากปี 2553 จำนวน 14,968 ไร่ (ตารางที่ 4.2.9) ส่วนภาคเหนือ คือ จังหวัดพะเยา เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 2,180 ไร่ (ตารางที่ 4.2.10) แต่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือจังหวัดที่มีพื้นที่ให้ผลลำไยลดลงมากที่สุดคือ จังหวัดหนองบัวลำภู ซึ่งลดลงจากปีก่อนหน้า 665 ไร่ (ตารางที่ 4.2.11)

ตารางที่ 4.2.8 ลำไย: เปรียบเทียบพื้นที่ขึ้นต้นและพื้นที่ให้ผล รวมทั้งประเทศและรายภาค ปี 2553 – 2554

ภาค	พื้นที่ขึ้นต้น (ไร่)				พื้นที่ให้ผล (ไร่)			
	ปี	ปี	ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)		ปี	ปี	ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)	
	2553	2554	ปริมาณ	ร้อยละ	2553	2554	ปริมาณ	ร้อยละ
รวมทั้งประเทศ	1,034,906	1,028,432	-6,474	-0.63	954,574	967,772	13,198	1.38
ภาคเหนือ	904,484	892,586	-11,898	-1.32	852,442	852,765	323	0.04
ภาคกลาง	78,524	85,176	6,652	8.47	51,511	66,003	14,492	28.13
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	51,898	50,670	-1,228	-2.37	50,621	49,004	-1,617	-3.19

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555.

ตารางที่ 4.2.9 ลำไย: เปรียบเทียบ พื้นที่ขึ้นต้น และพื้นที่ให้ผล ของจังหวัดในภาคกลาง ปี 2553 – 2554

ภาคกลาง	พื้นที่ขึ้นต้น (ไร่)				พื้นที่ให้ผล (ไร่)			
	ปี	ปี	ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)		ปี	ปี	ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)	
	2553	2554	ปริมาณ	ร้อยละ	2553	2554	ปริมาณ	ร้อยละ
จันทบุรี	74,497	81,384	6,887	9.24	47,960	62,928	14,968	31.21
นครราชสีมา	2,152	2,095	-57	-2.65	1,999	2,014	15	0.75
สระแก้ว	1,471	1,519	48	3.26	1,312	1,325	13	0.99
สุพรรณบุรี	1,535	1,018	-517	-33.68	1,535	1,018	-517	-33.68
สมุทรสาคร	653	878	225	34.46	336	364	28	8.33
นครปฐม	368	377	9	2.45	368	368	0	0.00

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555.

ตารางที่ 4.2.10 ลำไย: เปรียบเทียบ พื้นที่ขึ้นต้น และพื้นที่ให้ผล ของจังหวัดในภาคเหนือ ปี 2553 – 2554

ภาคเหนือ	พื้นที่ขึ้นต้น (ไร่)				พื้นที่ให้ผล (ไร่)			
	ปี	ปี	ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)		ปี	ปี	ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)	
	2553	2554	ปริมาณ	ร้อยละ	2553	2554	ปริมาณ	ร้อยละ
เชียงใหม่	315,331	309,438	-5,893	-1.87	303,783	304,770	987	0.32
ลำพูน	271,964	272,255	291	0.11	251,603	253,040	1,437	0.57
เชียงราย	125,336	125,593	257	0.21	121,971	121,430	-541	-0.44
พะเยา	64,241	61,195	-3,046	-4.74	54,423	56,603	2,180	4.01
น่าน	37,142	34,882	-2,260	-6.08	34,165	31,905	-2,260	-6.61
ลำปาง	26,979	26,672	-307	-1.14	26,979	26,672	-307	-1.14
ตาก	19,116	19,116	0	0.00	16,316	16,316	0	0.00
กำแพงเพชร	10,272	10,289	17	0.17	10,017	9,920	-97	-0.97
อุดรดิตถ์	8,837	8,190	-647	-7.32	8,530	7,883	-647	-7.58
พิษณุโลก	8,412	8,326	-86	-1.02	8,128	8,042	-86	-1.06
แพร่	7,759	7,509	-250	-3.22	7,687	7,437	-250	-3.25
สุโขทัย	6,371	6,311	-60	-0.94	6,255	6,101	-154	-2.46
แม่ฮ่องสอน	2,724	2,810	86	3.16	2,585	2,646	61	2.36

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555.

ตารางที่ 4.2.11 ลำไย: เปรียบเทียบ พื้นที่ขึ้นต้น และพื้นที่ให้ผล ของจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2553 – 2554

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	พื้นที่ขึ้นต้น (ไร่)				พื้นที่ให้ผล (ไร่)			
	ปี	ปี	ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)		ปี	ปี	ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)	
	2553	2554	ปริมาณ	ร้อยละ	2553	2554	ปริมาณ	ร้อยละ
เลย	25,724	25,858	134	0.52	25,391	25,172	-219	-0.86
อุดรธานี	5,892	5,821	-71	-1.21	5,604	5,418	-186	-3.32
หนองบัวลำภู	5,516	5,037	-479	-8.68	5,405	4,740	-665	-12.30
หนองคาย	4,351	4,263	-88	-2.02	4,198	4,110	-88	-2.10
ชัยภูมิ	3,418	2,998	-420	-12.29	3,349	2,929	-420	-12.54
ศรีสะเกษ	2,455	2,455	0	0.00	2,334	2,455	121	5.18
อุบลราชธานี	1,767	1,635	-132	-7.47	1,767	1,635	-132	-7.47
ยโสธร	623	508	-115	-18.46	574	531	-43	-7.49

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555.

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบผลผลิตและผลผลิตต่อไร่ของการเพาะปลูกลำไย ระหว่างปี 2553 กับ 2554 พบว่า ในปี 2554 ไทยมีผลผลิตลำไยโดยรวมเพิ่มขึ้นจากปี 2553 ถึง 246,869 ตัน คิดเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 47 โดยในภาคเหนือมีปริมาณผลผลิตลำไยเพิ่มขึ้นมากที่สุด ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 199,187 ตัน (เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 50.52) รองลงมาคือ ภาคกลาง เพิ่มขึ้น 44,209 ตัน (เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 39.51) และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพิ่มขึ้น 3,473 ตัน (เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 18.19) ในขณะที่ผลผลิตลำไยต่อไร่ในปี 2554 โดยเฉลี่ยมีปริมาณเพิ่มขึ้น 248 กิโลกรัมต่อไร่ คิดเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 45.09 โดยในภาคเหนือมีปริมาณผลผลิตลำไยต่อไร่เพิ่มขึ้นมากที่สุด ซึ่งเพิ่มขึ้น 234 กิโลกรัมต่อไร่ (เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 50.65) รองลงมาคือ ภาคกลาง มีปริมาณผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้น 193 กิโลกรัมต่อไร่ (เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 22.28) และภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีปริมาณผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้น 84 กิโลกรัมต่อไร่ (เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 22.28) มีรายละเอียดดังตารางที่ 4.2.12

ทั้งนี้ ในปี 2554 จังหวัดในภาคเหนือที่มีผลผลิตเพิ่มขึ้นจากปี 2553 มากที่สุด คือ จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีผลผลิตเพิ่มขึ้นทั้งหมด 113,110 ตัน คิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 74.25 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า หากแต่จังหวัดที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นของผลผลิตต่อไร่มากที่สุด คือ จังหวัดลำปาง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 282.61 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า (ตารางที่ 4.2.13) ส่วนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดที่มีผลผลิตเพิ่มขึ้นมากที่สุด คือ จังหวัดเลย ซึ่งมีผลผลิตเพิ่มขึ้น 2,687 ตัน คิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.07 เมื่อเทียบกับปี 2553 อีกทั้งจังหวัดเลยยังเป็นจังหวัดที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นของผลผลิตต่อไร่มากที่สุด ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยคิดเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 29.18 (ตารางที่ 4.2.14) และในภาคกลางพบว่าจังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดที่มีผลผลิตเพิ่มขึ้นมากที่สุด โดยเพิ่มขึ้นทั้งหมด 44,357 ตัน คิดเป็นร้อยละ 40.03 จากปีก่อนหน้า หากแต่จังหวัดที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นของผลผลิตต่อไร่ที่สุดในภาคกลาง คือ จังหวัดสระแก้ว ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.75 จากปีก่อนหน้า (ตารางที่ 4.2.15)

ตารางที่ 4.2.12 ลำไย : เปรียบเทียบ ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ รวมทั้งประเทศและรายภาค ปี 2553 – 2554

ภาค/จังหวัด	ผลผลิต (ตัน)				ผลผลิตต่อไร่ (กก.)			
	ปี	ปี	ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)		ปี	ปี	ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)	
	2553	2554	ปริมาณ	ร้อยละ	2553	2554	ปริมาณ	ร้อยละ
รวมทั้งประเทศ	525,230	772,099	246,869	47.00	550	798	248	45.09
ภาคเหนือ	394,252	593,439	199,187	50.52	462	696	234	50.65
ภาคกลาง	111,880	156,089	44,209	39.51	2,172	2,365	193	8.89
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	19,098	22,571	3,473	18.19	377	461	84	22.28

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555.

ตารางที่ 4.2.13 ลำไย : เปรียบเทียบ ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ของจังหวัดในภาคเหนือ ปี 2553 – 2554

ภาคเหนือ	ผลผลิต (ตัน)				ผลผลิตต่อไร่ (กก.)			
	ปี	ปี	ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)		ปี	ปี	ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)	
	2553	2554	ปริมาณ	ร้อยละ	2553	2554	ปริมาณ	ร้อยละ
เชียงใหม่	152,346	265,456	113,110	74.25	501	871	370	73.85
ลำพูน	136,341	204,445	68,104	49.95	542	808	266	49.08
เชียงราย	46,609	48,693	2,084	4.47	382	401	19	4.97
พะเยา	16,250	20,377	4,127	25.40	299	360	61	20.40
น่าน	12,324	16,718	4,394	35.65	361	524	163	45.15
ตาก	13,310	14,609	1,299	9.76	816	895	79	9.68
ลำปาง	1,253	4,694	3,441	274.62	46	176	130	282.61
กำแพงเพชร	3,376	3,978	602	17.83	337	401	64	18.99
แพร่	2,800	3,681	881	31.46	364	495	131	35.99
พิจิตรโลก	3,146	3,651	505	16.05	387	454	67	17.31
อุตรดิตถ์	2,678	2,988	310	11.58	314	379	65	20.70
สุโขทัย	2,483	2,569	86	3.46	397	421	24	6.05
แม่ฮ่องสอน	1,336	1,580	244	18.26	517	597	80	15.47

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555.

ตารางที่ 4.2.14 ลำไย: เปรียบเทียบ ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ของจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ปี 2553 – 2554

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ผลผลิต (ตัน)				ผลผลิตต่อไร่ (กก.)			
	ปี	ปี	ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)		ปี	ปี	ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)	
	2553	2554	ปริมาณ	ร้อยละ	2553	2554	ปริมาณ	ร้อยละ
เลย	9,572	12,259	2,687	28.07	377	487	110	29.18
หนองบัวลำภู	2,103	2,119	16	0.76	389	447	58	14.91
หนองคาย	1,814	2,018	204	11.25	432	491	59	13.66
อุดรธานี	1,597	1,896	299	18.72	285	350	65	22.81
นครราชสีมา	1,171	1,323	152	12.98	586	657	71	12.12
ชัยภูมิ	1,088	1,046	-42	-3.86	325	357	32	9.85
อุบลราชธานี	885	907	22	2.49	501	555	54	10.78
ศรีสะเกษ	714	847	133	18.63	306	345	39	12.75
ยโสธร	154	156	2	1.30	268	294	26	9.70

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555.

ตารางที่ 4.2.15 ลำไย : เปรียบเทียบ ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ของจังหวัดในภาคกลาง ปี 2553 – 2554

ภาคกลาง	ผลผลิต (ตัน)				ผลผลิตต่อไร่ (กก.)			
	ปี 2553	ปี 2554	ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)		ปี 2553	ปี 2554	ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)	
			ปริมาณ	ร้อยละ			ปริมาณ	ร้อยละ
จันทบุรี	110,068	154,425	44,357	40.30	2,295	2,454	159	6.93
สระแก้ว	705	774	69	9.79	537	584	47	8.75
สุพรรณบุรี	809	561	-248	-30.66	527	551	24	4.55
สมุทรสาคร	143	166	23	16.08	426	456	30	7.04
นครปฐม	155	163	8	5.16	421	443	22	5.23

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555.

หากพิจารณาในด้านราคาของการค้าขายลำไยจะพบว่าในตารางที่ 4.2.16 ซึ่งเป็นข้อมูลของสำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555) จะให้เห็นว่า ปี 2550 ถึง 2554 ราคาลำไยสดที่เกษตรกรขายได้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยราคาลำไยสดเกรด AA ลำไยสดเกรด A และลำไยสดชนิดคละ เพิ่มขึ้นจากราคา กิโลกรัมละ 20.18, 16.06 และ 10.08 บาท ตามลำดับ ในปี 2550 เป็นราคา กิโลกรัมละ 29.01, 24.31 และ 23.06 บาท ในปี 2554 ตามลำดับ ในส่วนของราคาลำไยอบแห้งที่เกษตรกรขายได้ในปี 2550 ถึง 2554 ก็มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นกัน โดยราคาลำไยอบแห้งเกรด AA ลำไยอบแห้งเกรด A และลำไยอบแห้งเกรด B ในปี 2550 อยู่ที่ กิโลกรัมละ 42.82, 29.21 และ 18.95 บาท ตามลำดับ ซึ่งในปี 2554 ได้เพิ่มขึ้นเป็น 78.37, 42.10 และ 25.13 บาท ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ในปี 2554 ราคาลำไยสดเกรด AA และลำไยสดเกรด A มีราคาลดลงจากปีก่อนหน้า โดยลดลงจากราคา กิโลกรัมละ 32.10 และ 29.22 บาท เป็นราคา กิโลกรัมละ 29.01 และ 24.31 บาท หรือลดลงร้อยละ 9.63 และ 16.80 ตามลำดับ (ภาพที่ 4.2.6)

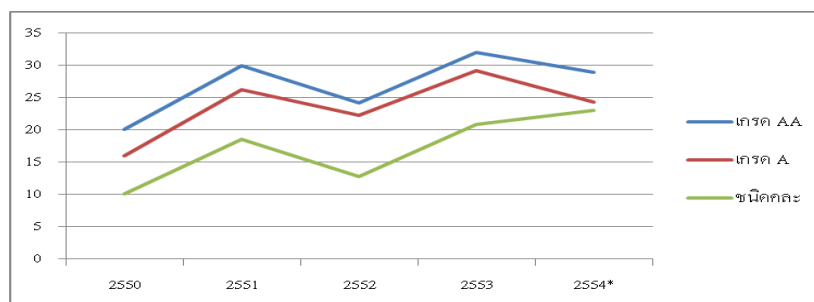
ตารางที่ 4.2.16 ราคาลำไยสดและลำไยอบแห้งที่เกษตรกรขายได้ ปี 2550-2554

หน่วย : บาท/กิโลกรัม

ปี	ลำไยสด			ลำไยอบแห้ง		
	เกรด AA	เกรด A	ชนิดคละ	เกรด AA	เกรด A	เกรด B
2550	20.18	16.06	10.08	42.82	29.21	18.95
2551	30.01	26.25	18.61	55.07	40.05	23.32
2552	24.22	22.26	12.84	62.22	41.99	22.88
2553	32.10	29.22	20.83	68.26	47.83	27.24
2554*	29.01	24.31	23.06	78.37	42.10	25.13
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	8.26	9.82	19.34	15.30	9.51	7.46

หมายเหตุ : * ประมาณการ

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555.



ภาพที่ 4.2.6 การเคลื่อนไหวราคาลำไยสดที่เกษตรกรขายได้ ในปี 2550-2554

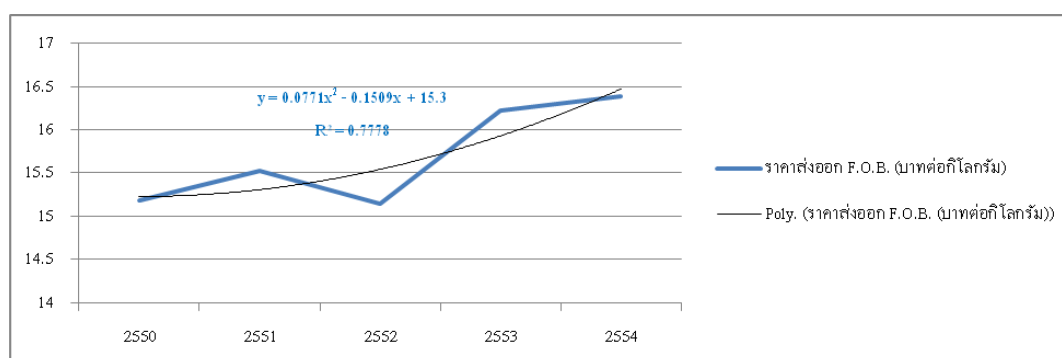
ที่มา : ตารางที่ 4.2.16

สำหรับราคาส่งออก F.O.B. ของลำไยสด ลำไยอบแห้ง ลำไยกระป๋อง และลำไยแช่แข็ง ในปี 2550 ถึง 2554 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.99, 27.84, 6.94 และ 12.76 ต่อปี ตามลำดับ โดยเพิ่มขึ้นจาก 15.18, 17.89, 36.19 และ 59.48 บาทต่อกิโลกรัม ในปี 2550 เป็น 16.39, 50.73, 40.00 และ 86.21 บาทต่อกิโลกรัมในปี 2554 ตามลำดับ โดยทั้งนี้ในปี 2554 ราคาส่งออก F.O.B. ของลำไยสด ลำไยอบแห้ง ลำไยกระป๋อง และลำไยแช่แข็ง เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า ร้อยละ 0.99, 74.87, 11.02 และ 11.08 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.2.17)

ตารางที่ 4.2.17 ราคาส่งออก F.O.B. ของลำไยสด ลำไยอบแห้ง ลำไยกระป๋อง และลำไยแช่แข็ง ปี 2550-2554

ปี	ราคาส่งออก F.O.B. (บาทต่อกิโลกรัม)			
	ลำไยสด	ลำไยอบแห้ง	ลำไยกระป๋อง	ลำไยแช่แข็ง
2550	15.18	17.89	36.19	59.48
2551	15.53	20.01	22.51	49.05
2552	15.15	17.96	22.85	63.21
2553	16.23	29.01	36.03	77.61
2554 (ประมาณการ)	16.39	50.73	40.00	86.21
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	1.99	27.84	6.94	12.76

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร และกรมศุลกากร. 2555.



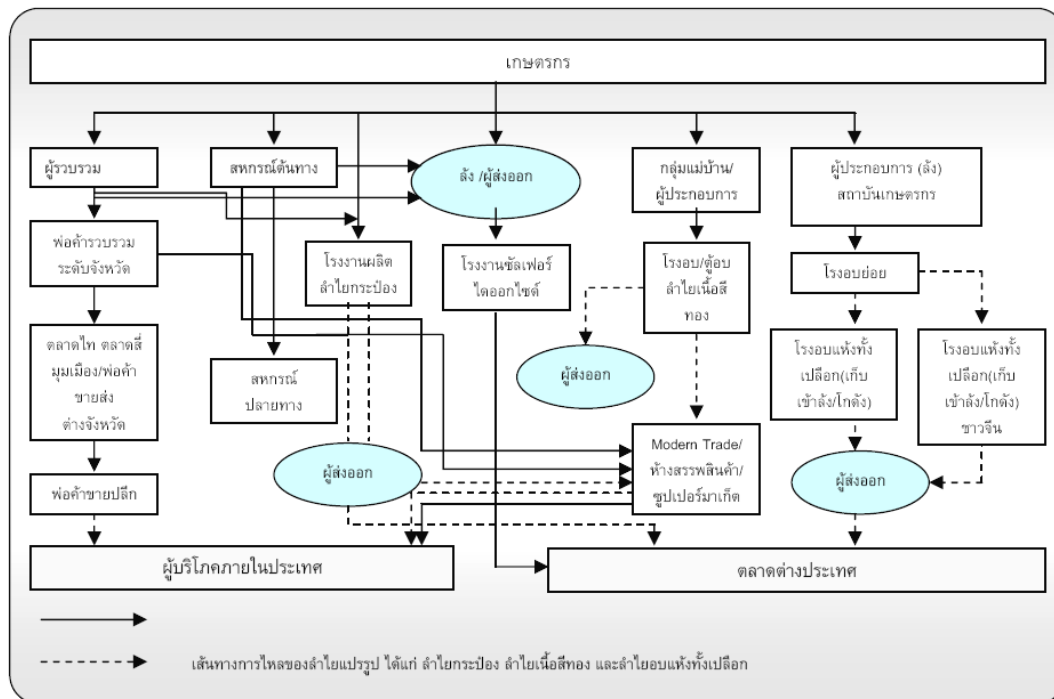
ภาพที่ 4.2.7 การเคลื่อนไหวราคาส่งออก F.O.B. ลำไยสด ในปี 2550-2554

ที่มา : ตารางที่ 4.2.17

4.2.4 ความสัมพันธ์ของโซ่อุปทานต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

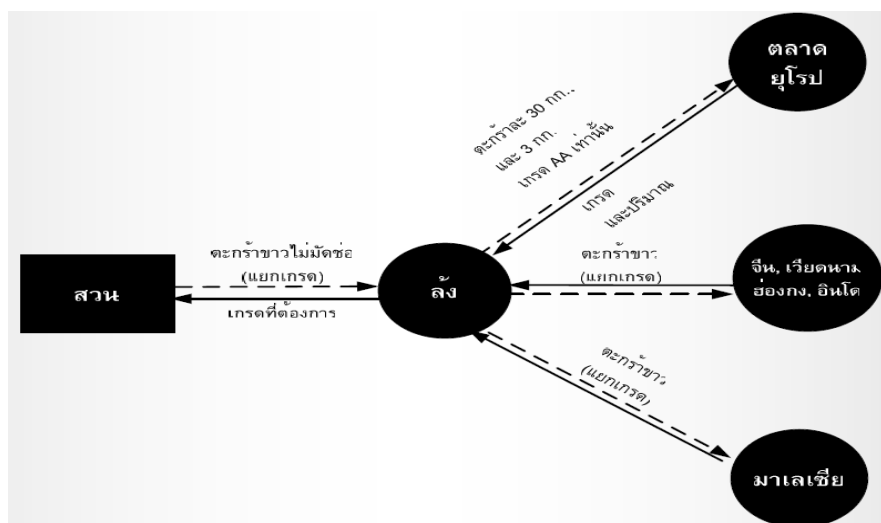


ระบบโซ่อุปทานลำไยสดในประเทศไทย โดยรวมสามารถสรุปได้ดังภาพที่ 4.2.8 และโซ่อุปทานของลำไยสดที่ส่งออกไปต่างประเทศได้ดังภาพที่ 4.2.9



ภาพที่ 4.2.8 ระบบโซ่อุปทานของลำไยสดในประเทศไทยโดยรวม

ที่มา : อภิชาติ โสภาแดง และคณะ. 2551.



ภาพที่ 4.2.9 โซ่อุปทานของลำไยสดที่ส่งออกไปต่างประเทศ

ที่มา : อภิชาติ โสภาแดง และคณะ. 2551.

กล่าวคือ การใช้ประโยชน์ของลำไย มีทั้งเพื่อการบริโภคสด และการแปรรูปเป็นลำไยแห้งแบบทั้งลูก และแบบแกะเนื้อ และลำไยกระป๋อง โดยมีตลาดทั้งในประเทศและส่งออก ทั้งนี้ในกรณีที่เป็นลำไยสดส่งออก โซ่อุปทานจะมีระยะทางสั้นที่สุด คือ ผลลำไยสดของเกษตรกรจากต้นน้ำ ขยายให้ถึงผู้รวบรวม/โรงรมลำไยที่อยู่กลางน้ำเพื่อการบรรจุตู้คอนเทนเนอร์ และส่งต่อไปให้ผู้ส่งออกที่ปลายน้ำ ดำเนินการส่งออกต่อไป จากการรวบรวมข้อมูลและสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานลำไย สามารถสรุปประเด็นสำคัญที่น่าสนใจในแต่ละระดับโซ่อุปทานได้ดังนี้

4.2.4.1 โซ่อุปทานต้นน้ำ

สายพันธุ์ลำไยที่เกษตรกรนิยมปลูกกันมาก ได้แก่ พันธุ์อีดอ รองลงมาคือ พันธุ์สีชมพูและเบ๊ยวเขียว ส่วนพันธุ์อื่นๆ ได้แก่ พันธุ์เหั่วและเพชรสาคร ซึ่งมีลักษณะพันธุ์ที่เด่นแตกต่างกันและตลาดมีความต้องการมาก สามารถสรุปได้ดังนี้ (<http://it.doa.go.th/vichakan/print.php?newsid=4>) คือ

1) พันธุ์อีดอ เป็นพันธุ์เบา ทำให้เป็นที่นิยมปลูกมากที่สุด เจริญเติบโตดี ยอดอ่อนมีทั้งยอดสีเขียวและสีแดงลำต้นแข็งแรงเปลือกผลหนา ออกดอกติดผลค่อนข้างสม่ำเสมอ ทรงผลกลมแป้นและเบ๊ยวยกบ่าข้างเดียว ผิวผลสีน้ำตาล มีกระหรือตาห่าง เนื้อค่อนข้างเหนียว สีขาวขุ่น เมล็ดใหญ่ปานกลาง

2) พันธุ์สีชมพู เป็นพันธุ์กลางทรงพุ่มสูง โปรง กิ่งเปราะหักง่าย ออกดอกง่าย แต่ติดผลไม่สม่ำเสมอ ทรงผลค่อนข้างกลม ผิวสีน้ำตาลอมแดง เนื้อหนาปานกลาง นุ่มและกรอบ สีชมพูเรื่อๆ รสหวานและหอม เมล็ดค่อนข้างเล็ก

3) พันธุ์เบ๊ยวเขียว เป็นพันธุ์หนัก เจริญเติบโตดี ทนแล้งได้ดี แต่อ่อนแอต่อโรค ออกดอกยากและมักเว้นปี สามารถแบ่งเป็นเบ๊ยวเขียวก้านแข็งและก้านอ่อน ผลมีขนาดใหญ่ ทรงผลกลมแบน เบ๊ยวมาก เปลือกสีเขียวอมน้ำตาลและหนา เนื้อหนา กรอบและล่อน รสหวานแหลมและหอม เมล็ดค่อนข้างเล็ก

4) พันธุ์เหั่ว เป็นพันธุ์หนักเจริญเติบโตดีมากยอดอ่อนมีทั้งสีแดงและสีเขียว ผลขนาดใหญ่ ทรงผลกลมและเบ๊ยว ฐานผลนูน เปลือกสีน้ำตาล และหนา เนื้อหนา กรอบและล่อน รสหวานแหลมและหอม เมล็ดค่อนข้างเล็ก

5) พันธุ์เพชรสาคร เป็นพันธุ์ทะวายคือออกดอกมากกว่าหนึ่งครั้งต่อปี ใบมีขนาดเล็ก และเรียวยาวแหลม ผลกลม เปลือกบาง เนื้อสีขาวฉ่ำน้ำ และรสหวาน

การดำเนินงานของเกษตรกร เมื่อเก็บลำไยสดแล้วจะบรรจุในตระกร้าพลาสติก ซึ่งน้ำหนักรวมของผลลำไยประมาณ 11.50 กิโลกรัม เมื่อรวมตระกร้าแล้วจะมีน้ำหนักประมาณ 12-12.50

กิโลกรัมต่อหนึ่งตะกร้า โดยมีการคัดแยกออกเป็น 3 เกรด คือ เกรด AA เกรด A และเกรด B เท่านั้น ซึ่งในการกำหนดสัญลักษณ์ และเกรดของลำไยแต่ละตระกร้าขึ้นอยู่กับการตกลงระหว่างผู้รับตระกร้าว่า พ่อค้าคนกลางเป็นผู้กำหนดหรือชาวสวนเป็นผู้กำหนด ซึ่งรศ.ระบะ (ปีคัพ) 1 กัน สามารถบรรจุได้ประมาณ 2 ตัน (อภิชาติ โสภาแดง และคณะ. 2551)

ทั้งนี้ ลำไยที่ส่งออกไปอินโดนีเซียโดยมากจะมาจากภาคเหนือของไทย เนื่องจากลำไยที่ผลิตในภาคตะวันออกมีต้นทุนสูงกว่า

ปัญหาที่ควรพิจารณาในระดับต้นน้ำ คือ เรื่องการขาดแคลนแรงงานในการเก็บเกี่ยวลำไย และผลผลิตกระจุกตัวออกสู่ตลาดพร้อมกันในช่วงเวลาอันสั้น ส่งผลให้ราคาตกต่ำในช่วงดังกล่าว

4.2.4.2 โซ่อุปทานกลางน้ำ

การดำเนินการของล้งและพ่อค้าคนกลางเพื่อขายลำไยสดในประเทศและส่งออกมี 6 ขั้นตอน (อภิชาติ โสภาแดง และคณะ. 2551) คือ (ภาพที่ 4.2.10)



ภาพที่ 4.2.10 ขั้นตอนการดำเนินงานของล้งและพ่อค้าคนกลาง

ที่มา : อภิชาติ โสภาแดง และคณะ. 2551.

ขั้นตอนที่ 1 ยี่ป้าหรือพ่อค้าคนกลางเตรียมตะกร้าเพื่อให้เจ้าของสวน เกษตรกร หรือผู้รับเหมามารับตะกร้าเพื่อบรรจุลำไย

ขั้นตอนที่ 2 ยี่ปั่วหรือพ่อค้าคนกลางมารับตะกร้าในช่วงเย็น

ขั้นตอนที่ 3 ผู้รับซื้อทำการตรวจสอบคุณภาพและขนาดผลลำไยอีกครั้ง จากนั้นทำการติดสติ๊กเกอร์ เพื่อบ่งบอกขนาดและราคา ซึ่งราคาของแต่ละขนาดจะแตกต่างกันออกไป โดยแต่ละตะกร้าจะติดบาร์โค้ดเพื่อบอกวันที่รับสินค้าและแหล่งผลิต โดยสติ๊กเกอร์แบ่งเป็นช่วงในฤดู (ก.ค.-ส.ค.) ส่วนใหญ่แล้วผู้รับซื้อจะเปิดให้บริการตั้งแต่ 15.00 น. ถึง 04.00 น.

ขั้นตอนที่ 4 ผู้รับซื้อนำตะกร้าลำไยสดเข้าไปเรียงไว้ในห้องอบกัมมะถัน เป็นเวลา 1.10 – 1.30 ชั่วโมง เพื่อการส่งออกลำไยผลสด

ขั้นตอนที่ 5 นำตะกร้าลำไยที่ผ่านการอบแล้วขึ้นรถบรรทุกสับล้อเป็นล้อต

ขั้นตอนที่ 6 เมื่อบรรทุกลำไยเต็มคันรถบรรทุก แล้วก็ดำเนินการขนส่งไปยังตลาดกลางปลายทางในประเทศ หรือขนส่งไปยังท่าเรือเพื่อการส่งออกต่างประเทศ

ปัญหาที่ควรพิจารณาในระดับกลางน้ำ คือ เรื่องปริมาณการตกค้างของสารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ที่ใช้ในการรมลำไยสามารถควบคุมได้ยาก เนื่องจากขึ้นอยู่กับอุณหภูมิและสภาพอากาศ ก่อให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกและส่งผลกระทบต่อราคา นอกจากนี้ยังพบว่าในปัจจุบันได้มีล้งคนจีนเข้ามารวบรวมลำไยแข่งกับล้งของคนไทย โดยใช้วิธีเหมาสวน/จองสวน ด้วยการวางเงินมัดจำจำนวนหนึ่ง เพื่อจัดซื้อและดำเนินการทำการส่งออกป็น อินโดนีเซีย และอื่นๆ ซึ่งพบการแข่งขันกันมาก ทั้งในแหล่งผลิตที่ภาคเหนือและภาคตะวันออก

4.2.4.3 โซ่อุปทานปลายน้ำ

1) ลักษณะตลาดผู้บริโภคของอินโดนีเซีย พบว่า อินโดนีเซียเป็นตลาดที่บริโภคลำไยเกรดรองจากจีน เน้นสินค้าที่มีราคาถูกกว่า มีรสชาติหวานและคุณภาพดี ซึ่งตลาดอินโดนีเซียมีความต้องการและขึ้นชอบการบริโภคลำไยจากไทยอย่างต่อเนื่องเป็นจำนวนมาก และเริ่มมีการบริโภคสินค้าเกรดพรีเมียมมากขึ้น

2) ลักษณะสินค้าขายที่ต้องการของตลาดอินโดนีเซีย พบว่า ต้องการลำไยเกรดรองจากที่ส่งออกป็น หรือที่กล่าวได้ว่า “ที่ส่งไปจีนไม่ได้” ชอบลำไยที่มีเนื้อหนา เมล็ดเล็ก มีก้านประมาณ 1 เซนติเมตร และรสชาติหวานอร่อย

3) วิธีการค้าในระดับปลายน้ำ พบว่า การดำเนินการของผู้ส่งออกจะต้องมีขั้นตอนที่แน่นอน เนื่องจากจะต้องติดต่อกับบริษัทเรือที่เป็นผู้ขนส่ง และผู้นำเข้าในต่างประเทศ โดยจะต้องมีการวางแผนการจัดตารางการรับส่งสินค้า และการติดต่อกับสายเดินเรือที่ค่อนข้างแน่นอน ต้อง

วางแผนการจอร์วางบรรทุกสินค้าไว้ล่วงหน้า ซึ่งสำหรับการขนส่งทางทะเลนั้นจะใช้ตู้คอนเทนเนอร์ในการขนส่งเท่านั้น ซึ่งขั้นตอนการดำเนินการของผู้ส่งออก มี 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 รับสินค้าจากแหล่งต้นน้ำ/กลางน้ำ

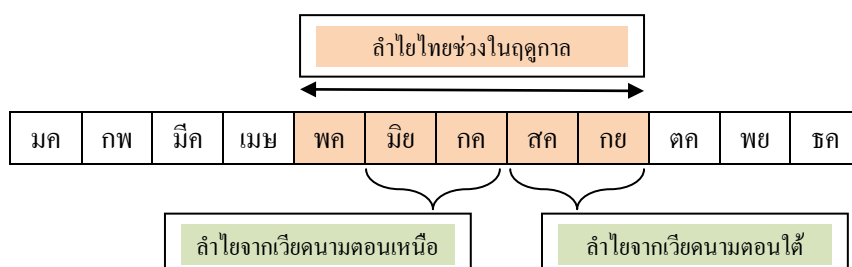
ขั้นตอนที่ 2 ทำการบรรจุสินค้าเข้าตู้คอนเทนเนอร์

ขั้นตอนที่ 3 ส่งตู้คอนเทนเนอร์ขึ้นเรือขนส่งระหว่างประเทศ ซึ่งได้มีการติดต่อกับบริษัทเรือไว้เรียบร้อยแล้ว ส่วนวันที่ทำการยกตู้ขึ้นไปบนเรือ บริษัทจะทำการติดต่อเอเยนต์เรือให้ทำการยกตู้ขึ้นไปบนเรือ ซึ่งเป็นอันสิ้นสุดหน้าที่ของผู้ส่งออกในกรณีขายด้วยราคา F.O.B. ซึ่งผู้นำเข้าจะมารับสินค้าเองที่ทำเรือ

ทั้งนี้ ผู้ส่งออกลำไยของไทย จากการรวบรวมข้อมูลรายชื่อผู้ส่งออกลำไยของไทยครั้งล่าสุดเมื่อเดือนธันวาคม ปี 2553 โดยคลังข้อมูลสารสนเทศลำไยเชิงลึก พบว่า มีบริษัทผู้ส่งออกลำไยทั้งหมด 39 ราย (<http://www.arda.or.th/kasetinfo/longan/>) ดังแสดงในภาคผนวกที่ 2

ในกรณีการค้ากับอินโดนีเซีย พบว่า เป็นการค้าแบบขายขาด มีการตกลงซื้อขาย ราคา กันอย่างแน่นชัด โดยผู้ซื้อทางอินโดนีเซียจะเสนอราคาและปริมาณที่ต้องการมาให้กับผู้ส่งออกไทยก่อน เมื่อการเจรจาเป็นที่ตกลงกันได้ ก็จะดำเนินการต่อไป

อย่างไรก็ตามเป็นที่สังเกตได้ว่า การค้าลำไยกับอินโดนีเซีย สามารถทำได้เกือบทั้งปี โดยมีแหล่งให้รวบรวมลำไย 2 แหล่งหลักดังกล่าว คือ จากภาคเหนือ และภาคตะวันออก ซึ่งไทยสามารถส่งออกลำไยในฤดูกาลได้มากในช่วงเดือน พฤษภาคม – กันยายน แต่มีคู่แข่งในช่วงฤดูกาล คือ ลำไยจากเวียดนาม ส่วนในช่วงเดือน กรกฎาคม-เมษายน และตุลาคม – ธันวาคม เป็นลำไยนอกฤดูที่ไทยสามารถส่งออกไปยังอินโดนีเซียได้ (ภาพที่ 4.2.11)



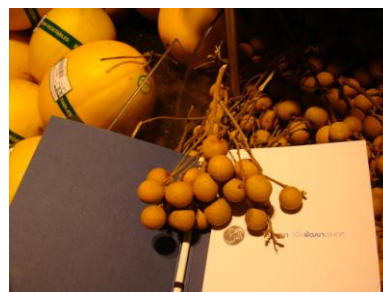
ภาพที่ 4.2.11 ช่วงเวลาการเก็บเกี่ยวผลผลิตและการจัดหาแหล่งลำไยเพื่อการส่งออก

ที่มา : จากการสำรวจ

นอกจากนี้ จากการไปรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลำไย ที่อินโดนีเซียของทีมวิจัย มีข้อมูลที่น่าสนใจ ที่ควรทราบ ดังนี้

1) ลักษณะลำไยที่เป็นที่ต้องการของชาวอินโดนีเซีย คือ ราคาถูก รสหวาน เปลือกหนา และไม่ชอบเนื้อมาก อายุวางจำหน่ายได้นาน 1 สัปดาห์ โดยปกติคุณภาพลำไยส่วนใหญ่ที่ส่งมาอินโดนีเซียจะต่ำกว่าที่ส่งออกไปจีน

2) เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2556 รัฐให้โควตานำเข้าลำไย 25,000 กก. (1 ตู้คอนเทนเนอร์บรรจุได้ 25 ตัน นำเข้าได้วันละ 10 ตู้) ผลจากการมีข้อจำกัดด้านโควตาดำเนินการนำเข้าผลไม้สดไปอินโดนีเซีย จึงทำให้ลำไยไม่เพียงพอต่อความต้องการ ส่งผลให้ราคาสูงขึ้น และลำไยที่ใช้บริโภคที่พบตอนสำรวจ เป็นลำไยจากแหล่งปลูกภายในอินโดนีเซีย ซึ่งมีผลขนาดเล็ก (ภาพที่ 4.2.12) และเก็บได้ไม่นานเพียงแค่ 1-2 วัน ก็เสื่อมคุณภาพ หรือ เรียกว่าหมดอายุในการวางขายบนชั้นจำหน่าย แต่ปัญหานี้ของอินโดนีเซีย ได้ทราบในเบื้องต้นว่า ในช่วงเดือนมีนาคม-เมษายน 2556 ผู้ประกอบการอินโดนีเซียพยายามขอรับการถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการอบลำไยจากนักวิชาการ/อาจารย์มหาวิทยาลัยของไทยที่ทิววิจัยด้านนี้ เพื่อให้ผลผลิตลำไยในอินโดนีเซียมีช่วงอายุในการวางขายได้นานขึ้น เช่นเดียวกับลำไยจากไทย แต่ผลการเจรจายังไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากผู้ประกอบการอินโดนีเซียยังไม่ตกลงในอัตราค่าสิทธิทางปัญญาที่ต้องจ่ายให้กับการค้นพบของไทย



ลำไยอินโดนีเซียวางเทียบกับเหรียญ 1 บาท

ภาพที่ 4.2.12 ลำไยอินโดนีเซียที่วางขายในซูเปอร์มาร์เกต (วันที่ 19 มีนาคม 2556)

ที่มา : จากการสำรวจ

3) ส่วนลำไยของอินโดนีเซียเอง ปลูกมากที่ตอนกลางของจาวา (เกาะชวา) ซึ่งการขนส่งมาขายยังกรุงจาการ์ราค่อนข้างลำบากและต้นทุนสูง (ใช้เวลาการขนส่งประมาณ 10 ชั่วโมง) แหล่งผลิตลำไยที่จาวาตอนกลาง ผลมีขนาดเล็กมาก รสหวาน ช่วงเก็บเกี่ยวนาน 2-3 สัปดาห์เก็บผลผลิตหมด ผลสดมีอายุอยู่ได้ 1-2 วัน แต่ถ้าผ่านกระบวนการที่ไม่มีการควบคุมอุณหภูมิระหว่างรมจะอยู่ได้ 1 สัปดาห์ แต่ถ้ากระบวนการมีการควบคุมจะอยู่ได้ 3 สัปดาห์เช่นเดียวกับลำไยจากไทย

4) การซื้อลำไยจากเวียดนาม จะทำเมื่อเป็นช่วงนอกฤดูของลำไยไทย เพราะมีราคาแพง โดยเฉพาะในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงธันวาคม แต่ลำไยเวียดนามคุณภาพยังสู้ไทยไม่ได้ เพราะเนือบาง และมีเมล็ดใหญ่

5) การค้าในระดับค้าส่งจะเน้นที่ตราสินค้าของผู้ส่งออกรายใดเป็นสำคัญ แต่ในกรณี Modern trade ไม่เน้นตรา สินค้าลำไยมีเกรดแบ่งออกเป็น 6 เกรด คือ จัมโบ้ red, blue, green, white ซึ่ง 3 เกรดแรก เป็นที่ต้องการของตลาดค้าส่ง

6) ลักษณะการขายปลีกลำไยโดยมากจะเทใส่ลังแล้วให้ผู้ซื้อหยิบใส่ถุงเพื่อชั่งน้ำหนัก ยกเว้นที่ร้านเฉพาะสำหรับผักและผลไม้ (ร้านผลไม้/ Friut shop) จะมีการบรรจุลำไยใส่ถุงตาข่ายถุงละ 1 กิโลกรัม

7) วิธีการกำหนดราคาขายปลีก เช่น ต้นทุนสินค้า 10 จะขายปลีก 25 ในกรณีการค้าสมัยใหม่ที่มีการจําหน่ายการค้าราคาพิเศษ ราคาขายปลีกจะขายที่ 15 ทั้งนี้ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคา ได้แก่ ต้นทุนสินค้า การบวกเพิ่ม (mark up จะประมาณร้อยละ 20) ความต้องการของตลาด และสถานการณ์อื่นๆในขณะนั้น

4.2.5 โอกาสและอุปสรรคการค้าลำไยระหว่างไทยและอินโดนีเซีย

1) โอกาสทางการค้าของไทย คือ

(1) ไทยมีพื้นที่ปลูกลำไยกระจายเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว แหล่งปลูกลำไยที่สำคัญ คือ จังหวัดภาคเหนือตอนบน ได้แก่ เชียงใหม่ ลำพูน เชียงราย ลำปาง แพร่ น่าน และตาก นอกนั้นปลูกในภาคอื่นๆ เช่น เลย จันทบุรี และสระแก้ว

(2) ไทยเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ที่สุดในการส่งออกลำไยสดไปฮ่องกง อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ ซึ่งตลาดอินโดนีเซียเป็นตลาดใหญ่ของไทย เป็นตลาดที่รองรับลำไยเกรดรองได้จำนวนมาก และ ผู้บริโภคชื่นชอบรสชาติลำไยจากไทย

2) อุปสรรคทางการค้าของไทย

(1) ปริมาณการตกค้างของสารฆ่าเชื้อโรคที่ใช้ในการรมลำไยยังควบคุมได้ยาก เนื่องจากขึ้นอยู่กับอุณหภูมิและสภาพอากาศ ก่อให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกและส่งผลกระทบต่อถึงราคา

(2) การออกดอกออกผลของต้นลำไยไม่สม่ำเสมอ ทำให้ผลผลิตไม่แน่นอนในแต่ละปี เป็นผลมาจากสภาพอากาศ

(3) ขาดแคลนแรงงานในการเก็บเกี่ยว

(4) ผลผลิตกระจุกตัวออกสู่ตลาดพร้อมกันในระยะเวลานั้น ส่งผลให้ราคาตกต่ำในช่วงดังกล่าว

(5) คุณภาพของผลผลิตบางส่วนไม่ได้มาตรฐานส่งออก

(6) ประเทศที่สามารถผลิตลำไยได้และเป็นคู่แข่งของไทย คือ อินโดนีเซีย เวียดนาม สาธารณรัฐประชาชนจีน และได้หวัน และพบว่าอินโดนีเซียเองภายใน 3 ปี การพัฒนาการผลิตลำไยภายในประเทศจะปรากฏผลของการพัฒนาที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ต่อตลาดส่งออกของไทย

(7) ลำไยของไทยมี GAP ไม่ครบทุกสวน ซึ่งเป็นเงื่อนไขการส่งออกสำคัญที่อินโดนีเซียกำหนด

(8) ปัจจุบันมีล้งคนจีนเข้ามารวบรวมลำไยแข่งกับล้งคนไทย และทำการส่งออกไปประเทศจีน อินโดนีเซีย และอื่นๆ

(9) ผู้ส่งออกลำไยของไทยจะต้องมีต้นทุนเพิ่มขึ้นจากการขนส่ง ในกรณีที่ลำไยต้องไปขึ้นท่าเรือที่สุราบายา หรือท่าเรือตามข้อจำกัดของนโยบายจากรัฐบาลอินโดนีเซีย

4.2.6 ผลกระทบที่มีต่อโซ่อุปทานการค้าลำไยระหว่างไทยและอินโดนีเซีย

1) ผลกระทบเชิงบวกต่อไทย

โซ่อุปทานต้นน้ำ คือ การผลิตจะได้ผลักดันให้มีการทำ GAP อย่างเป็นทางการ และทั่วถึงในทุกพื้นที่โดยภาครัฐและเอกชนจะถูกบีบให้เกิดความร่วมมือกันในการดำเนินการ เพราะจะเป็นเรื่องสำคัญในเงื่อนไขของการส่งออกตามบริบทของการกีดกันที่ไม่ใช่ระบบภาษี และสร้างความเหนือชั้น/ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของคุณภาพการผลิตกับประเทศคู่แข่ง

2) ผลกระทบเชิงลบต่อไทย

มีความยุ่งยากในการส่งออกมากขึ้นจากกฎระเบียบที่อินโดนีเซียกำหนดเพิ่มขึ้น

4.2.7 ข้อเสนอแนะต่อการค้าลำไยระหว่างไทยและอินโดนีเซีย

1) ภาครัฐควรมีบทบาทในการส่งเสริม จับคู่กับธุรกิจ ผู้นำเข้าส่งออก สร้างความคุ้นเคยระหว่างกัน

2) ในช่วงการเปลี่ยนแปลงผู้นำของอินโดนีเซียก็จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ดังนั้นทั้งผู้ส่งออกและเกษตรกรของไทยควรมีการประสานงานกันอย่างต่อเนื่อง

3) ในกรณีการส่งออกควรบังคับใช้กฎอย่างจริงจังกับเกษตรกรและผู้ประกอบการ มีผู้ดูแลในเรื่องการทำ GAP และ GMP อย่างจริงจัง

4.3 ไข่อุปทานการค้าทุเรียนระหว่างไทยและอินโดนีเซีย



4.3.1 ตลาดการค้าทุเรียน ระหว่างไทยกับประเทศใน/นอกกลุ่ม AEC

4.3.1.1 ตลาดการค้าทุเรียน ระหว่างไทยกับประเทศในกลุ่ม AEC

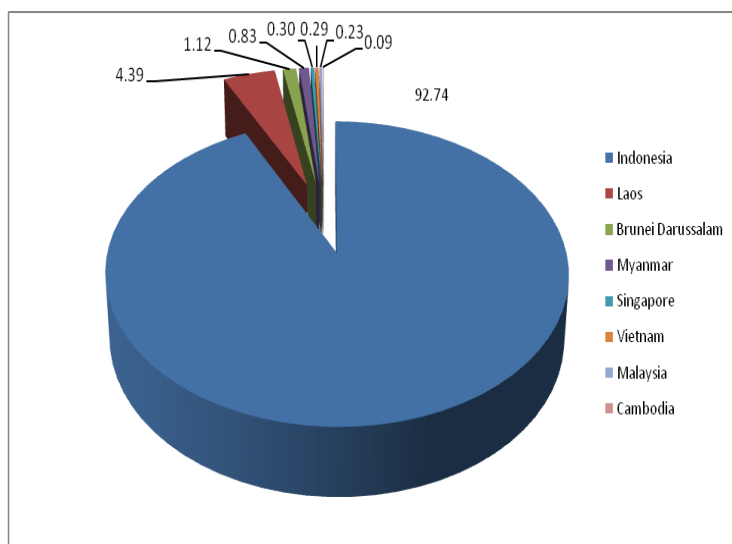
ตลอดช่วงเวลา 5 ปีที่ผ่านมา นับตั้งแต่ปี 2550 ถึง 2554 ประเทศคู่ค้าที่สำคัญในการส่งออกทุเรียนสดของไทยไปสู่ประเทศในกลุ่ม AEC อันดับที่ 1 คือ อินโดนีเซีย ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกทุเรียนสดตามข้อมูลของกรมศุลกากร โดยในปี 2554 มีมูลค่าทั้งสิ้น 20,657,281 ดอลลาร์สหรัฐ (ตารางที่ 4.3.1) ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 92.74 ของประเทศในกลุ่ม AEC ทั้งหมด รองลงมาคือ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (ร้อยละ 4.39) รัฐบาลบรูไนดารุสซาลาม (ร้อยละ 1.12) สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ (ร้อยละ 0.83) สาธารณรัฐสิงคโปร์ (ร้อยละ 0.30) เวียดนาม (ร้อยละ 0.29) มาเลเซีย (ร้อยละ 0.23) และกัมพูชา (ร้อยละ 0.09) ตามลำดับ (ภาพที่ 4.3.1)

ตารางที่ 4.3.1 มูลค่าการส่งออกทุเรียนสดของไทยไปประเทศในกลุ่ม AEC ปี 2550-2554

หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐ

ประเทศ	2549	2550	2551	2552	2553	2554
World	71,864,105	79,831,550	95,906,656	119,859,580	115,815,741	154,171,156
Indonesia	7,256,133	11,866,456	13,765,282	17,127,975	14,750,091	20,657,281
Laos	25,097	43,751	57,914	40,333	241,016	978,763
Brunei Darussalam	124,858	128,806	676,536	666,814	482,937	250,225
Myanmar	85,434	35,171	103,094	326,670	386,249	184,462
Singapore	50,219	82,591	74,501	31,850	35,700	66,400
Vietnam	11,104	21,177	33,810	22,466	48,340	65,314
Malaysia	651,443	25,761	18,874	-	41,406	52,018
Cambodia	1,565	-	128,492	10,305	-	20,158
Philippines	-	-	1,569	-	-	-

ที่มา : กรมศุลกากร. 2555.



ภาพที่ 4.3.1 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกทุเรียนสดของไทยไปประเทศในกลุ่ม AEC ปี 2554
ที่มา : ตารางที่ 4.3.1

4.3.1.2 ตลาดการค้าทุเรียน ระหว่างไทยกับประเทศนอกกลุ่ม AEC

หากพิจารณาจากประเทศคู่ค้าในภาพรวมทั้งหมดที่ไทยทำการส่งออกทุเรียนไปให้ จะพบว่า ตลอดช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา ไทยมีมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปยังจีนมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 โดยมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในทุกๆปี ซึ่งในปี 2554 มีมูลค่าการส่งออกทุเรียนสดทั้งสิ้น 154,171,156 ดอลลาร์สหรัฐ ส่วนอันดับที่ 2 คือ ส่องกง (40,546,310 ดอลลาร์สหรัฐ) และอันดับที่ 3 คือ ไต้หวัน (5,883,110 ดอลลาร์สหรัฐ) รองลงมาจนถึงลำดับที่สิบ คือ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ฝรั่งเศส เยอรมันนี และนิวซีแลนด์ ตามลำดับ (ตารางที่ 4.3.2) อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเป็นสัดส่วนการส่งออกทุเรียนไปยังประเทศต่างๆ ที่นอกเหนือจากประเทศในกลุ่ม AEC พบว่า ในปี 2554 ไทยมีมูลค่าการส่งออกไปยังจีนคิดเป็นร้อยละ 53.61 ของมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปสู่ประเทศคู่ค้านอกกลุ่ม AEC ทั้งหมด รองลงมา คือ ส่องกงร้อยละ 26.30 ไต้หวันร้อยละ 3.82 และสหรัฐอเมริกา ร้อยละ 1.02 (ภาพที่ 4.3.2)

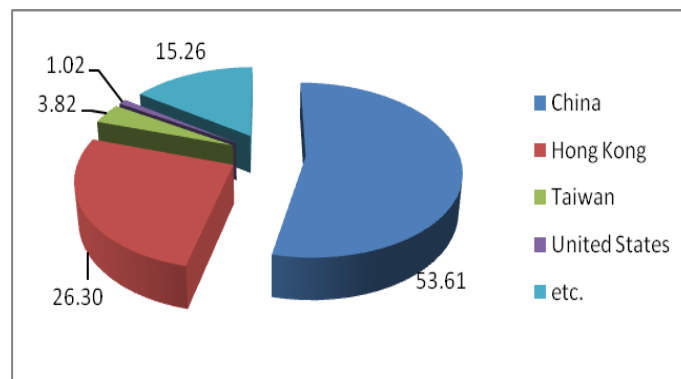
นอกจากนี้แนวโน้ม 2 อันดับแรกของประเทศคู่ค้าของไทย คือ จีนและฮ่องกง และอินโดนีเซีย เพิ่มขึ้นในลักษณะกะทะหงายดังภาพที่ 4.3.3 แต่จะเห็นได้ชัดว่าตลาดหลักของทุเรียนไทยอยู่ที่ตลาดจีนและฮ่องกง แม้ว่าอินโดนีเซียจะเป็นประเทศผู้นำเข้าอันดับที่ 2 ก็ตาม ก็ยังห่างกันอยู่มากอย่างเห็นได้ชัด

ตารางที่ 4.3.2 มูลค่าการส่งออกทุเรียนของไทยไปสู่ประเทศคู่ค้าในกลุ่ม AEC ปี 2549-2554

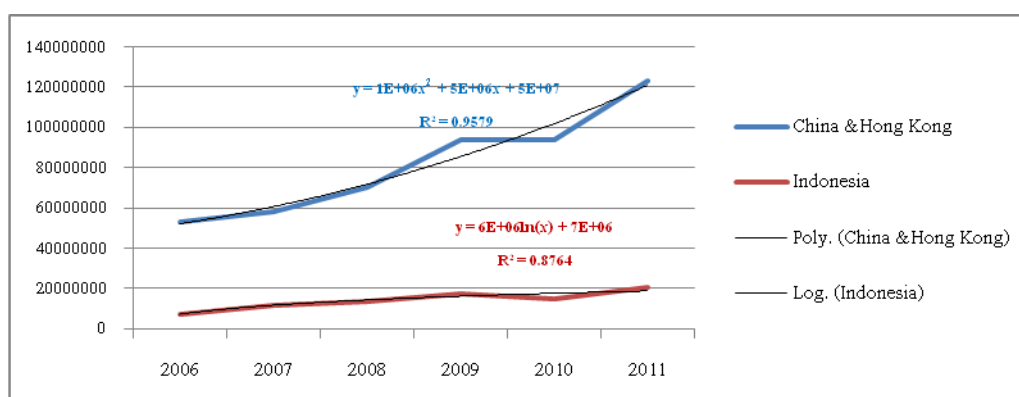
หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐ

ประเทศ	2549	2550	2551	2552	2553	2554
World	71,864,105	79,831,550	95,906,656	119,859,580	115,815,741	154,171,156
China	35,755,854	41,801,623	47,501,101	59,450,158	69,873,833	82,645,317
Hong Kong	17,222,875	16,627,232	22,512,962	34,316,249	23,896,031	40,546,310
Taiwan	8,901,472	7,048,102	7,997,442	5,657,833	3,405,055	5,883,110
United States	859,909	1,403,115	2,093,482	1,378,044	1,788,264	1,567,570
Australia	48,245	63,373	344,303	104,211	153,968	360,856
Japan	507,599	315,232	360,737	336,908	349,601	306,094
Korea South	23,492	45,942	19,956	82,188	76,181	211,112
France	20,571	9,170	20,084	46,830	125,047	108,442
Germany	336	37,227	13,688	71,291	65,331	82,798
New Zealand	-	-	18,663	97,646	71,978	74,046
Denmark	9,035	18,347	-	-	9,971	29,601
Canada	220,293	116,954	149,695	66,540	5,118	21,318
Saudi Arabia	-	-	-	-	-	15,877
Norway	2,601	4,190	-	-	-	15,475
Sweden	-	-	-	-	257	9,770
Switzerland	50	159	-	4,844	2,096	9,661
United Kingdom	49,771	52,553	8,009	-	6,365	4,808
Bahrain	-	427	-	-	-	1,979
Qatar	-	-	-	-	47	1,367
Kuwait	-	-	-	-	-	682
Russia	-	-	-	-	-	229
Jordan	-	-	-	-	-	68
Bangladesh	-	54	147	636	607	24
United Arab Emirates	559	13,327	6,266	-	1	23
Philippines	-	-	1,569	-	-	-
Maldives	-	-	47	-	-	-
Netherlands	-	7,968	4	1,735	-	-
Belgium	127	-	-	-	-	-
Turkey	-	-	-	15,201	-	-
Swaziland	-	-	-	-	251	-
Oman	-	-	-	1,054	-	-
Italy	-	-	-	1,799	-	-
Morocco	-	43,457	-	-	-	-
Korea North	35,461	19,383	-	-	-	-

ที่มา : กรมศุลกากร. 2555.



ภาพที่ 4.3.2 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกทุเรียนของไทยไปยังประเทศต่างๆ นอกกลุ่มประเทศใน AEC ปี 2554
ที่มา : ตารางที่ 4.3.2



ภาพที่ 4.3.3 แนวโน้มมูลค่าการส่งออกทุเรียนของไทยไปประเทศคู่ค้า 2 อันดับแรก
ที่มา : ตารางที่ 4.3.2

4.3.2 ตลาดการค้าทุเรียน ระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย

เมื่อพิจารณาข้อมูลจาก Statistics Indonesia (2555, <http://www.bps.go.id/>) พบว่า ตั้งแต่ปี 2552 ถึง 2554 อินโดนีเซียมีปริมาณมูลค่าการนำเข้าทุเรียนสดจากไทยมากที่สุด โดยในปี 2554 อินโดนีเซียมีสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าทุเรียนสดจากไทยมากถึงร้อยละ 98.59 ซึ่งมีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปี 2553 ร้อยละ 10.22 นอกจากนั้นอินโดนีเซียได้นำเข้าทุเรียนจากมาเลเซีย อีกร้อยละ 1.14 อย่างไรก็ตาม อินโดนีเซียได้มีสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าทุเรียนจากประเทศอื่นๆ อีก แต่มีมูลค่าไม่สูงนัก เช่น ในปี 2552 มีมูลค่าการนำเข้าทุเรียนจากสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และจีน และในปี 2553 มีมูลค่าการนำเข้าทุเรียนจากจีน (ตารางที่ 4.3.3)

ตารางที่ 4.3.3 มูลค่า สัดส่วนและเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้าทุเรียนสดของอินโดนีเซีย
ในปี 2552-2554

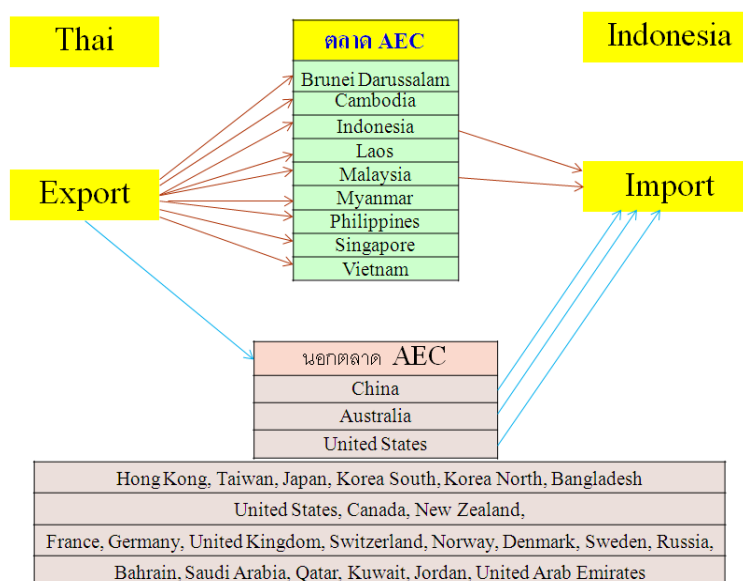
ประเทศ	ดอลลาร์สหรัฐ			% ส่วนแบ่งตลาด			%เปลี่ยนแปลง 2553/54
	2552	2553	2554	2552	2553	2554	
World	35,955,390	34,704,684	38,192,411	100.00	100.00	100.00	10.05
Thailand	35,569,990	34,160,624	37,652,831	98.93	98.43	98.59	10.22
Malaysia	299,324	496,454	539,580	0.83	1.43	1.41	8.69
United States	31,510	-	-	0.09	0.00	0.00	0.00
Australia	7,142	-	-	0.02	0.00	0.00	0.00
China	47,424	47,606	-	0.13	0.14	0.00	- 100.00

ที่มา : Statistics Indonesia. 2555.

ดังนั้น จากการศึกษาภาพรวมของตลาดทุเรียนที่อยู่ในลักษณะของการค้าระหว่างประเทศจากไทยไปสู่อินโดนีเซีย สามารถพิจารณาได้ตามตลาดการส่งออกหลัก 2 ตลาดด้วยกัน ซึ่งสามารถสรุปความสัมพันธ์เหล่านี้ได้ดังภาพที่ 4.3.4 โดยตลาดดังกล่าว ได้แก่

1) ตลาดแรกคือ ตลาดการค้าของประเทศในกลุ่ม AEC ซึ่งจะมีการค้าในส่วนที่ไทยส่งออกทุเรียนโดยตรงไปสู่อินโดนีเซีย นอกจากนั้นไทยยังมีการส่งออกทุเรียนเข้าสู่มาเลเซีย และมาเลเซียจะทำการส่งออกทุเรียนไปยังอินโดนีเซียอีกต่อหนึ่ง

2) ตลาดที่สองคือ ตลาดการค้าของประเทศที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่ม AEC ซึ่งไทยจะมีการส่งออกทุเรียนไปให้กับจีน ออสเตรเลีย และสหรัฐอเมริกา ซึ่งอินโดนีเซียก็จะมีการนำเข้าทุเรียนจากประเทศดังกล่าวนี้ด้วยเช่นกัน



ภาพที่ 4.3.4 ตลาดการค้าทุเรียนระหว่างประเทศ จากไทยไปสู่อินโดนีเซีย

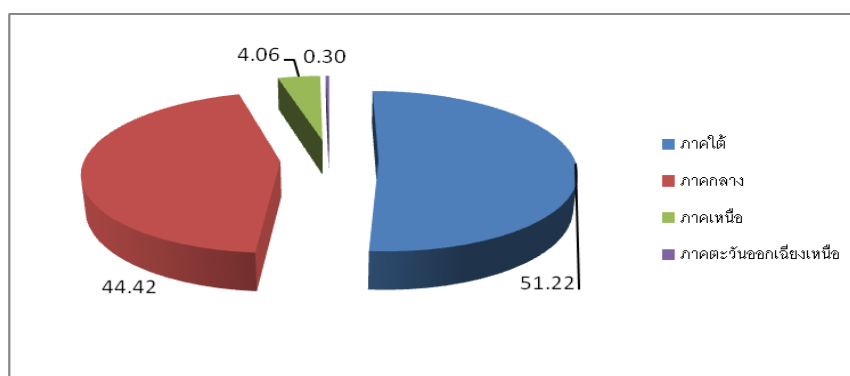
4.3.3 ข้อมูลทั่วไปของการเพาะปลูกทุเรียนในประเทศไทย

พื้นที่เพาะปลูกทุเรียนส่วนใหญ่อยู่ทางภาคใต้และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเมื่อพิจารณาข้อมูลจากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555) พบว่า ในปี 2554 (ตารางที่ 4.3.4) ไทยมีพื้นที่การปลูกทุเรียนทั้งหมด 662,070 ไร่ โดยส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ในภาคใต้ 339,111 ไร่ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 51.22 ของพื้นที่ยืนต้น การปลูกทุเรียนทั้งหมด รองลงมา คือ ภาคกลางมีพื้นที่การปลูกทุเรียนทั้งหมด 294,082 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 44.42 ส่วนในภาคเหนือมีพื้นที่การปลูกทุเรียนทั้งหมด 26,863 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 4.06 และในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีพื้นที่การปลูก 2,014 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 0.30 ของพื้นที่การปลูกทุเรียนทั้งหมด ในไทย (ภาพที่ 4.3.5) อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในแง่ของผลผลิตต่อไร่ พบว่าโดยเฉลี่ยแล้วไทยมีผลผลิตทุเรียน 929 กิโลกรัมต่อไร่ แต่หากพิจารณาเป็นรายภูมิภาคแล้วจะพบว่า การเพาะปลูกทุเรียนในภาคกลางจะให้ผลผลิตต่อไร่สูงสุด โดยเฉลี่ยแล้วจะได้ผลผลิต 1,220 กิโลกรัมต่อไร่ รองลงมา คือ ภาคใต้ 712 กิโลกรัมต่อไร่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้ผลผลิต 599 กิโลกรัมต่อไร่ และภาคเหนือได้ผลผลิตทุเรียน 569 กิโลกรัมต่อไร่

ตารางที่ 4.3.4 ทุเรียน: พื้นที่ยืนต้น พื้นที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ปี 2554 (แบ่งตามภูมิภาค)

ภาค	พื้นที่ยืนต้น (ไร่)	พื้นที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อพื้นที่ให้ผล (กิโลกรัม)
รวมทั้งประเทศ	662,070	611,206	568,067	929
ภาคใต้	339,111	316,017	224,893	712
ภาคกลาง	294,082	269,135	328,300	1,220
ภาคเหนือ	26,863	24,451	13,914	569
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	2,014	1,603	960	599

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555.



ภาพที่ 4.3.5 สัดส่วนพื้นที่การปลูกทุเรียนในไทย แบ่งตามภูมิภาค ปี 2554

ที่มา : ตารางที่ 4.3.4

สำหรับพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนในแต่ละภูมิภาคซึ่งแบ่งตาม สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555) หากพิจารณาในภาคใต้พบว่าในปี 2554 นั้น จังหวัดที่มีพื้นที่การปลูกทุเรียนสูงที่สุด คือ จังหวัดชุมพร (111,912 ไร่) รองลงมาคือ จังหวัดยะลา (53,631 ไร่) และ จังหวัดสุราษฎร์ธานี (43,052 ไร่) ตามลำดับ (ตารางที่ 4.3.5) ส่วนในภาคกลาง จังหวัดที่มีพื้นที่การปลูกทุเรียนสูงที่สุดคือ จังหวัดจันทบุรี (184,412 ไร่) รองลงมา คือ จังหวัดระยอง (75,341 ไร่) และ จังหวัดตราด (26,491 ไร่) ตามลำดับ (ตารางที่ 4.3.6) ส่วนในภาคเหนือพื้นที่ที่มีการปลูกทุเรียนมี 2 จังหวัด คือ จังหวัดสุโขทัยและจังหวัดอุตรดิตถ์ และในภาคกลางตะวันออกเฉียงเหนือมีพื้นที่การปลูกทุเรียนใน 2 จังหวัดเช่นกัน ได้แก่ จังหวัดศรีสะเกษและจังหวัดนครราชสีมา (ตารางที่ 4.3.7)

ตารางที่ 4.3.5 ทุเรียน: พื้นที่ขึ้นต้น พื้นที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ปี 2554 (ภาคใต้)

จังหวัด	พื้นที่ขึ้นต้น (ไร่)	พื้นที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อพื้นที่ให้ผล (กิโลกรัม)
ชุมพร	111,912	109,307	66,131	605
ยะลา	53,631	49,303	39,196	795
นครศรีธรรมราช	43,052	42,211	40,396	957
สุราษฎร์ธานี	36,436	30,926	32,101	1,038
นราธิวาส	33,611	29,128	15,001	515
สงขลา	15,903	13,614	5,309	390
ปัตตานี	10,365	9,380	5,253	560
ระนอง	9,208	9,058	7,029	776
พังงา	7,425	7,116	4,711	662
กระบี่	4,745	4,606	2,188	475
สตูล	3,848	2,984	1,868	626
พัทลุง	3,602	3,482	2,928	841
ตรัง	2,945	2,640	1,782	675
ภูเก็ต	2,428	2,262	1,000	442

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555.

ตารางที่ 4.3.6 ทุเรียน: พื้นที่ขึ้นต้น พื้นที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ปี 2554 (ภาคกลาง)

จังหวัด	พื้นที่ขึ้นต้น (ไร่)	พื้นที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อพื้นที่ให้ผล (กิโลกรัม)
จันทบุรี	184,412	171,088	210,890	1,233
ระยอง	75,341	67,239	83,780	1,246
ตราด	26,491	24,242	28,703	1,184
ประจวบคีรีขันธ์	4,085	3,922	2,753	702
ปราจีนบุรี	1,853	1,584	1,625	1,026
นนทบุรี	1,647	824	373	453
ชลบุรี	253	236	176	746

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555.

ตารางที่ 4.3.7 ทุเรียน: พื้นที่ขึ้นต้น พื้นที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ปี 2554 (ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

จังหวัด	พื้นที่ขึ้นต้น (ไร่)	พื้นที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อพื้นที่ให้ผล (กิโลกรัม)
สุโขทัย	7,991	6,800	4,277	629
อุดรดิตถ์	18,872	17,651	9,637	546
ศรีสะเกษ	1,941	1,560	942	604
นครราชสีมา	73	43	18	419

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555.

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบพื้นที่การปลูกทุเรียนและพื้นที่ให้ผล ระหว่างปี 2553 กับปี 2554 พบว่า ในปี 2554 โดยรวมแล้วไทยมีพื้นที่การปลูกทุเรียนลดลงจากปี 2553 ร้อยละ 2.77 โดยในภาคกลางและภาคใต้มีพื้นที่การปลูกทุเรียนลดลงร้อยละ 2.28 และ 3.66 ตามลำดับ ในขณะที่ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือกลับมีพื้นที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.50 และ 13.91 ตามลำดับ นอกจากนี้ ในส่วนของพื้นที่ให้ผลของการเพาะปลูกทุเรียนทั่วประเทศ พบว่า มีพื้นที่ให้ผลลดลงจากปี 2553 ร้อยละ 2.71 โดยในภาคกลางมีพื้นที่ให้ผลทุเรียนลดลงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.98 จากปีก่อนหน้า และภาคใต้มีพื้นที่ให้ผลลดลงร้อยละ 3.98 ส่วนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือกลับมีพื้นที่ให้ผลเพิ่มขึ้นมากที่สุด ร้อยละ 34.37 ของปีก่อนหน้า ส่วนภาคเหนือมีพื้นที่ให้ผลเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.80 จากปีก่อนหน้า (ตารางที่ 4.3.8)

ตารางที่ 4.3.8 ทุเรียน : เปรียบเทียบ พื้นที่ขึ้นต้น และพื้นที่ให้ผล รวมทั้งประเทศและรายภาค ปี 2553 - 2554

ภาค	พื้นที่ขึ้นต้น (ไร่)				พื้นที่ให้ผล (ไร่)			
	ปี		ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)		ปี		ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)	
	2552	2553	ปริมาณ	ร้อยละ	2552	2553	ปริมาณ	ร้อยละ
รวมทั้งประเทศ	680,927	662,070	-18,857	-2.77	628,244	611,206	-17,038	-2.71
ภาคใต้	351,996	339,111	-12,885	-3.66	323,211	316,017	-7,194	-2.23
ภาคกลาง	300,955	294,082	-6,873	-2.28	280,285	269,135	-11,150	-3.98
ภาคเหนือ	26,208	26,863	655	2.50	23,555	24,451	896	3.80
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1,768	2,014	246	13.91	1,193	1,603	410	34.37

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555.

เมื่อพิจารณาการปลูกทุเรียนในแต่ละภาคจะพบว่า ในปี 2553 จังหวัดในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีพื้นที่การปลูกทุเรียนเพิ่มขึ้นมากที่สุด คือจังหวัดอุดรดิตถ์ โดยเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 359 ไร่ และจังหวัดที่มีพื้นที่ให้ผลของการปลูกทุเรียนเพิ่มขึ้นมากที่สุด คือ จังหวัดอุดรดิตถ์

โดยเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 840 ไร่ (ตารางที่ 4.3.9) ส่วนภาคกลาง จังหวัดที่มีพื้นที่การปลูกทุเรียนลดลงมากที่สุด คือ จังหวัดระยอง ในปี 2553 มีพื้นที่ลดลงจากปี พ.ศ. 2552 ทั้งหมด 4,118 ไร่ เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ให้ผลลดลงมากที่สุด เป็นจำนวน 6,058 ไร่ (ตารางที่ 4.3.10) และในภาคใต้จังหวัดที่มีพื้นที่การปลูกทุเรียนลดลงมากที่สุด คือ จังหวัดชุมพร โดยมีพื้นที่ลดลงจากปีก่อนหน้า 3,341 ไร่ แต่จังหวัดที่มีพื้นที่ให้ผลลดลงมากที่สุดในภาคใต้ คือ จังหวัด กระบี่ โดยลดลงไป 2,625 ไร่ (ตารางที่ 4.3.11)

ตารางที่ 4.3.9 ทุเรียน: เปรียบเทียบ พื้นที่ขึ้นต้น และพื้นที่ให้ผล ของจังหวัดในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2553 - 2554

จังหวัด	พื้นที่ขึ้นต้น (ไร่)				พื้นที่ให้ผล (ไร่)			
	ปี	ปี	ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)		ปี	ปี	ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)	
	2552	2553	ปริมาณ	ร้อยละ	2552	2553	ปริมาณ	ร้อยละ
อุดรดิตถ์	18,513	18,872	359	1.94	16,811	17,651	840	5.00
สุโขทัย	7,695	7,991	296	3.85	6,744	6,800	56	0.83
ศรีสะเกษ	1,725	1,941	216	12.52	1,150	1,560	410	35.65
นครราชสีมา	43	73	30	69.77	43	43	0	0.00

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555.

ตารางที่ 4.3.10 ทุเรียน: เปรียบเทียบ พื้นที่ขึ้นต้น และพื้นที่ให้ผล ของจังหวัดในภาคกลาง ปี 2553 - 2554

จังหวัด	พื้นที่ขึ้นต้น (ไร่)				พื้นที่ให้ผล (ไร่)			
	ปี	ปี	ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)		ปี	ปี	ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)	
	2552	2553	ปริมาณ	ร้อยละ	2552	2553	ปริมาณ	ร้อยละ
จันทบุรี	183,551	184,412	861	0.47	172,376	171,088	-1,288	-0.75
ระยอง	79,459	75,341	-4,118	-5.18	73,297	67,239	-6,058	-8.27
ตราด	29,869	26,491	-3,378	-11.31	27,709	24,242	-3,467	-12.51
ประจวบคีรีขันธ์	4,112	4,085	-27	-0.66	3,875	3,922	47	1.21
ปราจีนบุรี	1,807	1,853	46	2.55	1,654	1,584	-70	-4.23
นนทบุรี	1,538	1,647	109	7.09	779	824	45	5.78
ชลบุรี	584	253	-331	-56.68	560	236	-324	-57.86
ฉะเชิงเทรา	35	-	-	0.00	35	-	-	-

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555.

ตารางที่ 4.3.11 ทุเรียน: เปรียบเทียบ พื้นที่ขึ้นต้น และพื้นที่ให้ผล ของจังหวัดในภาคใต้ ปี 2553 - 2554

จังหวัด	พื้นที่ขึ้นต้น (ไร่)				พื้นที่ให้ผล (ไร่)			
	ปี	ปี	ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)		ปี	ปี	ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)	
	2552	2553	ปริมาณ	ร้อยละ	2552	2553	ปริมาณ	ร้อยละ
ชุมพร	115,253	111,912	-3,341	-2.90	111,616	109,307	-2,309	-2.07
ยะลา	56,281	53,631	-2,650	-4.71	49,784	49,303	-481	-0.97
นครศรีธรรมราช	44,247	43,052	-1,195	-2.70	41,588	42,211	623	1.50
สุราษฎร์ธานี	37,778	36,436	-1,342	-3.55	30,772	30,926	154	0.50
นราธิวาส	30,854	33,611	2,757	8.94	27,174	29,128	1,954	7.19
สงขลา	16,183	15,903	-280	-1.73	13,579	13,614	35	0.26
ปัตตานี	10,590	10,365	-225	-2.12	9,501	9,380	-121	-1.27
ระนอง	9,208	9,208	0	0.00	9,058	9,058	0	0.00
พังงา	7,500	7,425	-75	-1.00	7,200	7,116	-84	-1.17
กระบี่	7,390	4,745	-2,645	-35.79	7,231	4,606	-2,625	-36.30
พัทลุง	5,656	3,602	-2,054	-36.32	5,260	3,482	-1,778	-33.80
ตรัง	4,568	2,945	-1,623	-35.53	4,294	2,640	-1,654	-38.52
สตูล	3,968	3,848	-120	-3.02	3,788	2,984	-804	-21.22
ภูเก็ต	2,520	2,428	-92	-3.65	2,366	2,262	-104	-4.40

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555.

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบผลผลิตและผลผลิตต่อไร่ของการเพาะปลูกทุเรียน ระหว่างปี 2552 กับ 2553 พบว่า ในปี 2553 ไทยมีผลผลิตทุเรียนโดยรวมลดลงจากปี 2552 ถึง 93,598 ตัน คิดเป็นอัตราการลดลงร้อยละ 14.15 โดยในภาคใต้มีปริมาณผลผลิตทุเรียนลดลงมากที่สุด ซึ่งลดลงจากปีก่อนหน้า 74,302 ตัน (ลดลงจากปีก่อนหน้าร้อยละ 24.83) และรองลงมาคือ ภาคกลาง ลดลง 20,635 ตัน (ลดลงจากปีก่อนหน้าร้อยละ 5.91) ในขณะที่ผลผลิตทุเรียนต่อไร่ในปี 2553 โดยเฉลี่ยมีปริมาณลดลง 124 กิโลกรัมต่อไร่ คิดเป็นอัตราการลดลงร้อยละ 11.78 โดยในภาคใต้มีปริมาณผลผลิตทุเรียนต่อไร่ลดลงมากที่สุด ซึ่งลดลง 214 กิโลกรัมต่อไร่ (ลดลงจากปีก่อนหน้าร้อยละ 23.11) มีรายละเอียดดังตารางที่ 4.3.12

อย่างไรก็ตาม ในปี 2553 จังหวัดในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีผลผลิตเพิ่มขึ้นจากปี 2552 มากที่สุด คือ จังหวัดอุดรธานี โดยมีผลผลิตเพิ่มขึ้นทั้งหมด 862 ตัน คิดเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.82 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า หากแต่จังหวัดที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นของผลผลิตต่อไร่มากที่สุด คือ จังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 16.83 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า (ตารางที่ 4.3.13)

ในทางกลับกันภาคกลางกลับมีผลผลิตลดลง โดยจังหวัดที่มีผลผลิตลดลงมากที่สุดคือ จังหวัดระยอง โดยมีผลผลิตลดลงไป 9,747 ตัน คิดเป็นอัตราการลดลงร้อยละ 10.42 เมื่อเทียบกับปี 2552 ส่วน จังหวัดในภาคกลางที่มีผลผลิตต่อไร่ลดลงมากที่สุดคือ จังหวัดปราจีนบุรี โดยลดลงไป 99 กิโลกรัมต่อไร่ คิดเป็นอัตราการลดลงร้อยละ 8.80 จากปีก่อนหน้า (ตารางที่ 4.3.14) ในขณะที่เดียวกันภาคใต้ก็มี ปริมาณผลผลิตลดลง โดยจังหวัดที่มีผลผลิตทุเรียนลดลงมากที่สุดในปี 2553 คือ จังหวัดชุมพร ลดลง ไป 56,647 ตัน คิดเป็นร้อยละ 46.14 ของปีก่อนหน้า เป็นจังหวัดที่มีผลผลิตต่อไร่ลดลงมากที่สุดใน ภาคใต้ โดยลดลงถึง 495 กิโลกรัมต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 45 จากผลผลิตต่อไร่ในปี 2552 (ตารางที่ 4.3.15)

ตารางที่ 4.3.12 ทูเรียน: เปรียบเทียบ ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ รวมทั้งประเทศและรายภาค ปี 2552 - 2553

ภาค	ผลผลิต (ตัน)				ผลผลิตต่อเนื้อที่ให้ผล (กิโลกรัม)			
	ปี		ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)		ปี		ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)	
	2552	2553	ปริมาณ	ร้อยละ	2552	2553	ปริมาณ	ร้อยละ
รวมทั้งประเทศ	661,665	568,067	-93,598	-14.15	1,053	929	-124	-11.78
ภาคกลาง	348,935	328,300	-20,635	-5.91	1,245	1,220	-25	-2.01
ภาคใต้	299,195	224,893	-74,302	-24.83	926	712	-214	-23.11
ภาคเหนือ	12,923	13,914	991	7.67	549	569	20	3.64
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	612	960	348	56.86	513	599	86	16.76

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555.

ตารางที่ 4.3.13 ทูเรียน: เปรียบเทียบ ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ของจังหวัดในภาคเหนือและภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2552 - 2553

ภาค/จังหวัด	ผลผลิต (ตัน)				ผลผลิตต่อเนื้อที่ให้ผล (กิโลกรัม)			
	ปี		ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)		ปี		ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)	
	2552	2553	ปริมาณ	ร้อยละ	2552	2553	ปริมาณ	ร้อยละ
อุดรดิตถ์	8,775	9,637	862	9.82	522	546	24	4.60
สุโขทัย	4,148	4,277	129	3.11	615	629	14	2.28
ศรีสะเกษ	595	942	347	58.32	517	604	87	16.83
นครราชสีมา	17	18	1	5.88	385	419	34	8.83

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555.

ตารางที่ 4.3.14 ทุเรียน: เปรียบเทียบ ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ของจังหวัดในภาคกลาง ปี 2552 - 2553

ภาค/จังหวัด	ผลผลิต (ตัน)				ผลผลิตต่อเนื้อที่ให้ผล (กิโลกรัม)			
	ปี	ปี	ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)		ปี	ปี	ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)	
	2552	2553	ปริมาณ	ร้อยละ	2552	2553	ปริมาณ	ร้อยละ
จันทบุรี	217,194	210,890	-6,304	-2.90	1,260	1,233	-27	-2.17
ระยอง	93,527	83,780	-9,747	-10.42	1,276	1,246	-30	-2.35
ตราด	32,752	28,703	-4,049	-12.36	1,182	1,184	2	0.17
ประจวบคีรีขันธ์	2,809	2,753	-56	-1.99	725	702	-23	-3.17
ปราจีนบุรี	1,861	1,625	-236	-12.68	1,125	1,026	-99	-8.80
นนทบุรี	341	373	32	9.38	438	453	15	3.42
ชลบุรี	424	176	-248	-58.49	758	746	-12	-1.58
ฉะเชิงเทรา	27	-	-	-	782	-	-	-

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555.

ตารางที่ 4.3.15 ทุเรียน: เปรียบเทียบ ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ของจังหวัดในภาคใต้ ปี 2552 - 2553

ภาค/จังหวัด	ผลผลิต (ตัน)				ผลผลิตต่อเนื้อที่ให้ผล (กิโลกรัม)			
	ปี	ปี	ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)		ปี	ปี	ผลต่าง (+เพิ่ม-ลด)	
	2552	2553	ปริมาณ	ร้อยละ	2552	2553	ปริมาณ	ร้อยละ
ชุมพร	122,778	66,131	-56,647	-46.14	1,100	605	-495	-45.00
นครศรีธรรมราช	41,463	40,396	-1,067	-2.57	997	957	-40	-4.01
ยะลา	40,823	39,196	-1,627	-3.99	820	795	-25	-3.05
สุราษฎร์ธานี	36,096	32,101	-3,995	-11.07	1,173	1,038	-135	-11.51
นราธิวาส	17,092	15,001	-2,091	-12.23	629	515	-114	-18.12
ระนอง	7,636	7,029	-607	-7.95	843	776	-67	-7.95
สงขลา	6,369	5,309	-1,060	-16.64	469	390	-79	-16.84
ปัตตานี	5,226	5,253	27	0.52	550	560	10	1.82
พังงา	5,299	4,711	-588	-11.10	736	662	-74	-10.05
พัทลุง	3,645	2,928	-717	-19.67	693	841	148	21.36
กระบี่	4,700	2,188	-2,512	-53.45	650	475	-175	-26.92
สตูล	3,015	1,868	-1,147	-38.04	796	626	-170	-21.36
ตรัง	3,560	1,782	-1,778	-49.94	829	675	-154	-18.58
ภูเก็ต	1,493	1,000	-493	-33.02	631	442	-189	-29.95

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555.

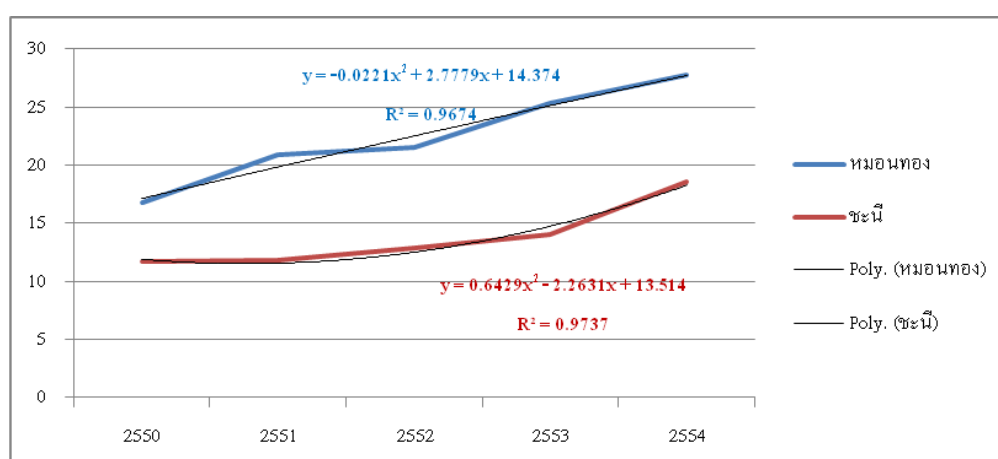
หากพิจารณาในด้านราคาของทุเรียนที่เกษตรกรขายได้ โดยอ้างอิงข้อมูลจากสำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555) พบว่า ในปี 2550 ถึง 2554 เกษตรกรสามารถขายทุเรียนได้ราคาเพิ่มขึ้น โดยทุเรียนพันธุ์หมอนทองผละเพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 16.75 บาท ในปี 2550 เป็นกิโลกรัมละ 27.76 บาท ในปี 2554 หรือเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 12.78 ต่อปี ส่วนราคาทุเรียนพันธุ์ชะนีผละเพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 11.72 บาท เป็นกิโลกรัมละ 18.57 บาท หรือเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 11.72 ต่อปี ทั้งนี้ในปี 2554 ราคาที่เกษตรกรขายได้สำหรับทุเรียนพันธุ์หมอนทองผละและพันธุ์ชะนีผละเพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 25.36 และ 14.02 บาทของปี 2553 คิดเป็นร้อยละ 9.46 และ 32.45 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.3.16 และภาพที่ 4.3.6)

ตารางที่ 4.3.16 ราคาทุเรียนที่เกษตรกรขายได้ ปี 2550-2554

หน่วย : บาท/กิโลกรัม

ปี	หมอนทอง	ชะนี
2550	16.75	11.72
2551	20.93	11.78
2552	21.52	12.89
2553	25.36	14.02
2554	27.76	18.57
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	12.778	11.57

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555.



ภาพที่ 4.3.6 การเคลื่อนไหวราคาทุเรียนที่เกษตรกรขายได้ ปี 2550-2554

ที่มา : ตารางที่ 4.3.16

สำหรับราคาทุเรียนส่งออก พบว่า ราคาส่งออกทุเรียนสด ทุเรียนแช่แข็ง และทุเรียนกวน เพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 16.31 32.70 และ 45.01 บาทในปี 2550 เป็นกิโลกรัมละ 17.00 40.00 และ 75.00 บาทในปี 2554 หรือเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 2.28 7.84 และ 12.48 ต่อปี ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ในปี 2554 ราคาส่งออกทุเรียนสด ลดลงจากกิโลกรัมละ 17.78 ของปี 2553 หรือลดลงร้อยละ 4.39 เนื่องจากในช่วงต้นฤดูมีการส่งออกผลผลิตที่ไม่ได้คุณภาพ (ทุเรียนอ่อน) ประกอบกับในช่วงฤดูกาลมีฝนตกชุกในแหล่งผลิตทำให้ทุเรียนติดเชื้อไฟทอปเธอราทำให้ผลเน่า ไม่เป็นที่ต้องการของตลาด ส่วนทุเรียนแช่แข็งและทุเรียนกวนเพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 36.31 และ 68.55 บาทของ ปี 2553 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.16 และ 9.41 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.3.17 และภาพที่ 4.3.7)

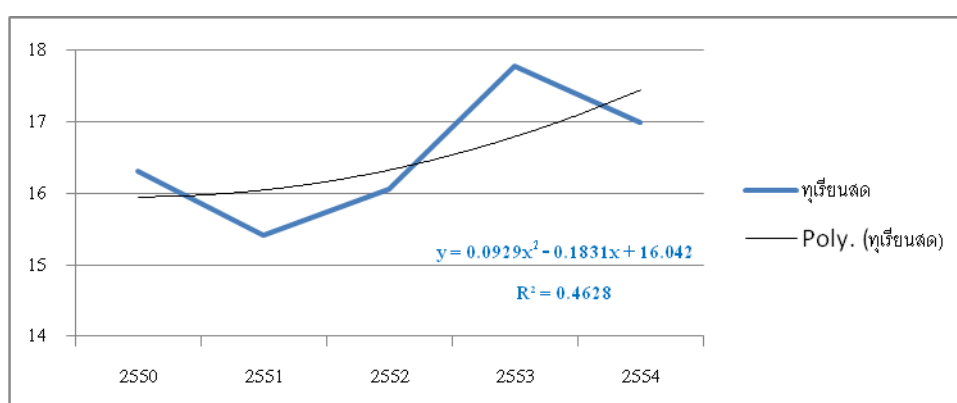
ตารางที่ 4.3.17 ราคาส่งออกทุเรียนสด ทุเรียนแช่แข็ง และทุเรียนกวน ปี 2550-2554

หน่วย : บาท/กิโลกรัม

ปี	ทุเรียนสด	ทุเรียนแช่แข็ง	ทุเรียนกวน
2550	16.31	32.70	45.01
2551	15.42	25.55	58.72
2552	16.06	25.82	58.15
2553	17.78	36.31	68.55
2554*	17.00	40.00	75.00
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	2.28	7.84	12.48

หมายเหตุ : * ประมาณการ

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555.



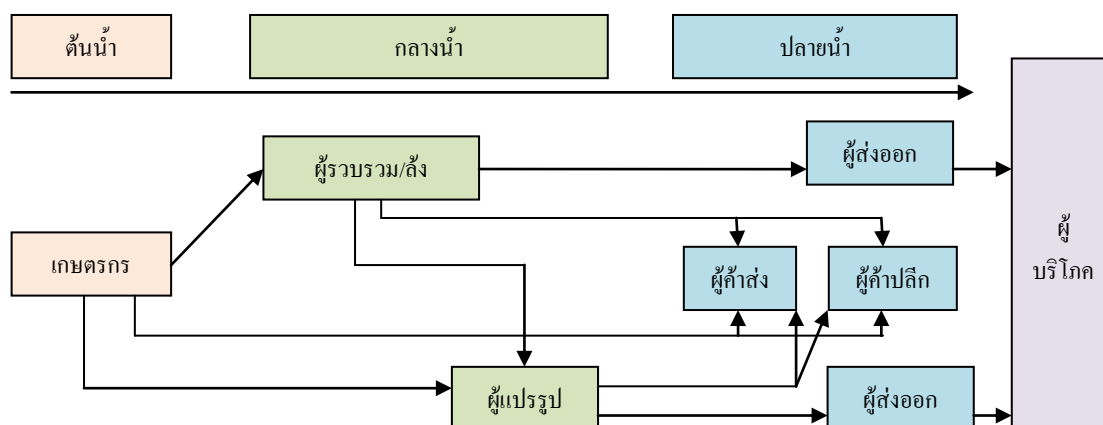
ภาพที่ 4.3.7 การเคลื่อนไหวราคาส่งออก ทุเรียนสด ปี 2550-2554

ที่มา : ตารางที่ 4.2.17

4.3.4 ความสัมพันธ์ของโซ่อุปทานต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ



ระบบโซ่อุปทานทุเรียนในประเทศไทย โดยรวมสามารถสรุปได้ดังภาพที่ 4.3.8



ภาพที่ 4.3.8 ระบบโซ่อุปทานของทุเรียนในประเทศไทยโดยรวม

4.3.4.1 โซ่อุปทานต้นน้ำ

ในการดำเนินการของเกษตรกร พบว่า ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำสวนไม้ผลมานาน และทำเป็นอาชีพหลัก จึงมีทักษะ และความชำนาญสูงในการปลูกทุเรียน เพราะทุเรียนเป็นพืชที่จัดว่าต้องอาศัยความชำนาญสูง เพราะมีความอ่อนไหวทางด้านพื้นที่เพาะปลูกและสภาพอากาศที่ส่งผลต่อคุณภาพทุเรียนเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะด้านภูมิปัญญาประจำถิ่นที่เกษตรกรมีอยู่สูงมาก แต่ด้วยสภาพการแข่งขันทางการผลิตและผลกระทบที่มาจากด้านการแข่งขันทางการตลาด ได้ทำให้มีเกษตรกรบางราย ที่ไม่มีจริยธรรมในการค้า จึงก่อให้เกิดปัญหาด้านต่างๆ ในระดับต้นน้ำ และส่งผลต่อโซ่อุปทานทุเรียนโดยรวม เช่น

1) มีการขายทุเรียนไม่มีคุณภาพ โดยเฉพาะการขายทุเรียนอ่อน เพราะกลัวการตกต่ำของราคาในช่วงที่ผลผลิตออกมาก ทำให้เกษตรกรเร่งการเก็บเกี่ยวผลผลิตถึงแม้ว่ายังไม่ได้คุณภาพ คือ มีความสุกไม่ถึงร้อยละ 75-80 ทั้งนี้การคำนวณระยะเวลาการเก็บเกี่ยวที่เหมาะสมตามเปอร์เซ็นต์ความสุกสามารถดำเนินการได้ แต่ต้องใช้ความซื่อสัตย์ของผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานทุกระดับด้วย

2) มีปัญหาด้านสารตกค้างในทุเรียน เนื่องจากการฉีดพ่นสารเคมี เกษตรกรไม่รอกว่า สารเคมีที่ฉีดพ่นไปจะหมดฤทธิ์ก่อนเก็บเกี่ยวผลผลิต

3) การใช้สารเร่งความสุก ที่ทำให้ทุเรียนอ่อนที่ความสุกร้อยละ 60-70 ก็สามารถสุกได้ แต่รสชาติใช้ไม่ได้

4) เกษตรกรไม่สนใจในการทำใบรับรอง GAP ที่จำเป็นต้องมีในการส่งออก ทั้งที่ในช่วงแรกพื้นที่ปลูกในจังหวัดระยองและจันทบุรี กรมวิชาการเกษตรมาดำเนินการจัดทำ GAP ให้ถึงในพื้นที่ แต่เมื่อเอกสารใบ GAP หมดอายุ เกษตรกรไม่สนใจที่จะไปดำเนินการต่อเอกสารใบ GAP จากการวิจัยของภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร (2551) ในจังหวัดจันทบุรี พบว่า เกษตรกรร้อยละ 21.74 สามารถปฏิบัติตามมาตรฐาน GAP ได้ 100% ที่ร้อยละ 39.13 ปฏิบัติตามได้มากกว่า 50% ที่ร้อยละ 15.94 ได้ต่ำกว่า 50% และที่ร้อยละ 23.19 ไม่ได้ปฏิบัติตามมาตรฐาน GAP เลย

5) เกษตรกรอิสระจะมีแนวโน้มน้อยลง การค้าของคั้นน้ำจะมีลักษณะที่เป็นขาประจำกัน (แต่ยังมีความยืดหยุ่นทางการค้าที่สามารถเปลี่ยนไปขายให้รายอื่นได้) และการขายของสวนแบบเหมา กับล้งผู้รับซื้อทั้งล้งคนจีนและคนไทย

6) ทุเรียนเป็นพืชที่มีความอ่อนไหวทางด้านพื้นที่เพาะปลูก และสภาพอากาศที่ส่งผลต่อคุณภาพทุเรียนเป็นอย่างมาก จึงต้องมีการดูแลเอาใจใส่สูง ดังนั้นเมื่อมีการส่งถ่ายสวนไม้ผลให้เกษตรกรรุ่นต่อไป ทำให้มีผู้คาดคะเนว่าเกษตรกรรุ่นต่อไป หากไม่อดทน และมีความสามารถสูงงานหนักได้ สวนไม้ผลที่มีอยู่ก็จะหมดไป หรือเกิดการถ่ายเปลี่ยนมือไปสู่คนต่างชาติ จากการเปิดการค้าภายใต้กรอบ AEC ที่กำลังจะมาถึง ในปี 2558 นี้

4.3.4.2 โซ่อุปทานกลางน้ำ

มีการแข่งขันสูงในระหว่างผู้รับซื้อทุเรียนในไทย จากการที่มีผู้รับซื้อคนจีนเข้ามารับซื้อมากขึ้น แต่ผู้รับซื้อของไทยยังได้เปรียบทั้งทางด้านความเชื่อใจ และมีความชำนาญในการเลือกสินค้ามากกว่า แม้ว่าจะมีล้งจีนเข้ามาแย่งซื้อผลไม้ในภาคตะวันออกมาก เรียงลำดับดังนี้คือ ทุเรียน ลำไย มังคุด กัลลวยไข่ และขนุน แต่ก็ไม่มีปัญหาทะเลาะกัน เพราะนอกจากจะมีการซื้อทุเรียนจากผู้ปลูกแล้ว ยังมีการซื้อขายกันในระหว่างล้งต่อล้งด้วยกันเองด้วย

ล้งจีน นิยมใช้วิธีการจองสวน ทำให้ราคาของทุเรียนเพิ่มขึ้นได้จากการที่มีการขายเหมาสวน ซึ่งล้งจะซื้อในราคาที่สูงกว่าราคาตลาดเพื่อให้มีสินค้าไว้ขาย แต่เมื่อราคาที่เหมาไว้สูงกว่าความเป็นจริง ก็มีความเป็นไปได้ ที่ล้งจะไม่รับสินค้าเมื่อถึงเวลาที่กำหนด และยอมเสียเงินค่าจองสวนไป แต่ถ้าต่างกันไม่มากเกินไปนักก็จะทำการซื้อต่อเพื่อรักษาโอกาสในการซื้อปีต่อไป

ในการจองสวน ก่อให้เกิดปัญหาด้านคุณภาพทุเรียน คือ ทำให้มีทุเรียนที่นำมาค้า 3 ระดับคุณภาพ ได้แก่ ทุเรียนอ่อน ทุเรียนพอดี และทุเรียนแก่ ทั้งนี้ทุเรียนที่จะทำการซื้อขายจะเป็นทุเรียนมีคุณภาพหรือไม่ ก็ขึ้นอยู่กับจริยธรรมของผู้รวบรวมด้วย

4.3.4.3 โซ่อุปทานปลายน้ำ

1) ลักษณะตลาดผู้บริโภคของอินโดนีเซีย พบว่า ผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียนิยมทุเรียนไทย และยอมรับว่าทุเรียนไทยมีรสชาติดีและมีคุณภาพมากที่สุดในตลาด ทุเรียนจึงอยู่ในตลาด Premium ราคาค่อนข้างดีของตลาดอินโดนีเซีย แม้ว่าจะเป็นทุเรียนเกรดรองในส่วนที่เงินไม่ต้องการซื้อก็ตาม

ผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียต้องการซื้อทุเรียนราคาถูก ดังนั้นตลาดทุเรียนส่งออกไปอินโดนีเซียจึงเป็นตลาดที่บริโภคทุเรียนเกรดรองจากจีน หรือกล่าวได้ว่าเป็นตลาดรองรับทุเรียนในส่วนที่เงินไม่ต้องการซื้อ จึงสามารถส่งไปขายที่อินโดนีเซียได้ ทั้งนี้ประมาณการว่าการบริโภคของตลาดอินโดนีเซียอยู่ในราวร้อยละ 5 ของการบริโภคในตลาดจีน โดยมีการแบ่งตลาดทุเรียนส่งออกเป็น 3 เกรด ดังนี้

ระดับเกรด	ทุเรียนส่วนใหญ่ส่งออกไปยังประเทศ
เกรด A	ญี่ปุ่น ได้หวัน จีน
เกรด B	จีน อินโดนีเซีย มาเลเซีย เวียดนาม
ตกเกรด	กัมพูชา

อย่างไรก็ตาม ในช่วงฤดูที่ผลผลิตทุเรียนพื้นเมืองในอินโดนีเซียออกสู่ตลาด ภาครัฐของอินโดนีเซียจะออกมาตรการที่มีผลต่อการกีดกันมาากัดกันสินค้าทุเรียนที่นำเข้ามาจากไทย เพื่อเปิดพื้นที่ให้กับทุเรียนที่ผลิตได้ภายในประเทศ

2) ลักษณะสินค้าขายที่ต้องการของตลาดอินโดนีเซีย พบว่า พันธุ์ทุเรียนส่งออก ส่วนใหญ่เป็นพันธุ์หมอนทอง และพันธุ์อื่นๆ ประมาณสัดส่วนที่ 80:20 พันธุ์อื่นๆ ได้แก่ ชะนี ก้านยาว พวงมณี และกระดุม ถ้าหากทุเรียนหมอนทองออกสู่ตลาดเมื่อใด ตลาดอินโดนีเซียจะซื้อทุเรียนชะนี และกระดุมน้อยลง โดยแบ่งกลุ่มพันธุ์ทุเรียนที่ทำการค้าหลักกับตลาดอินโดนีเซีย ดังนี้

กลุ่มที่ 1 มีปริมาณการค้ามากที่สุด คือ ทุเรียนพันธุ์หมอนทอง ซึ่งเกรดที่นำเข้าอินโดนีเซียส่วนใหญ่เป็น เกรด B มีน้ำหนักประมาณ 2 - 3 กก./ผล พูเนื่อมี 2 พูครึ่ง ราคารับซื้อของ

ผู้ค้าในประเทศต่ำกว่าเกรด A ประมาณ 8-10 บาท/กก. โดยเกรด A มีราคารับซื้อของผู้ค้าในประเทศประมาณ 35-40 บาท/กก. (มีน้ำหนักประมาณ 2 ½ - 5 ½ กก./ผล พูเน่มี 3 พูเต็มกับอีก 1 เม็ด)

กลุ่มที่ 2 เป็นกลุ่มทุเรียนตลาด High-end ได้แก่พันธุ์ก้านยาว และพวงมณี เป็นตลาดเล็กเพราะสินค้าน้อย ราคาสูง

กลุ่มที่ 3 เป็นกลุ่มที่แทรกตลาดในช่วงที่ทุเรียนหมอนทองยังมีของน้อย ได้แก่ พันธุ์ชะนี ราคารับซื้อของผู้ค้าในประเทศประมาณ 14-20 บาท/กก. มีปัญหาเรื่องไส้ซึมเมื่อเจอฝน และพันธุ์กระดุม ราคารับซื้อของผู้ค้าในประเทศประมาณ 20-24 บาท/กก. มีปัญหาด้านปริมาณสินค้ามีไม่มากสามารถส่งของได้ 1-2 Shipment ก็หมดแล้ว

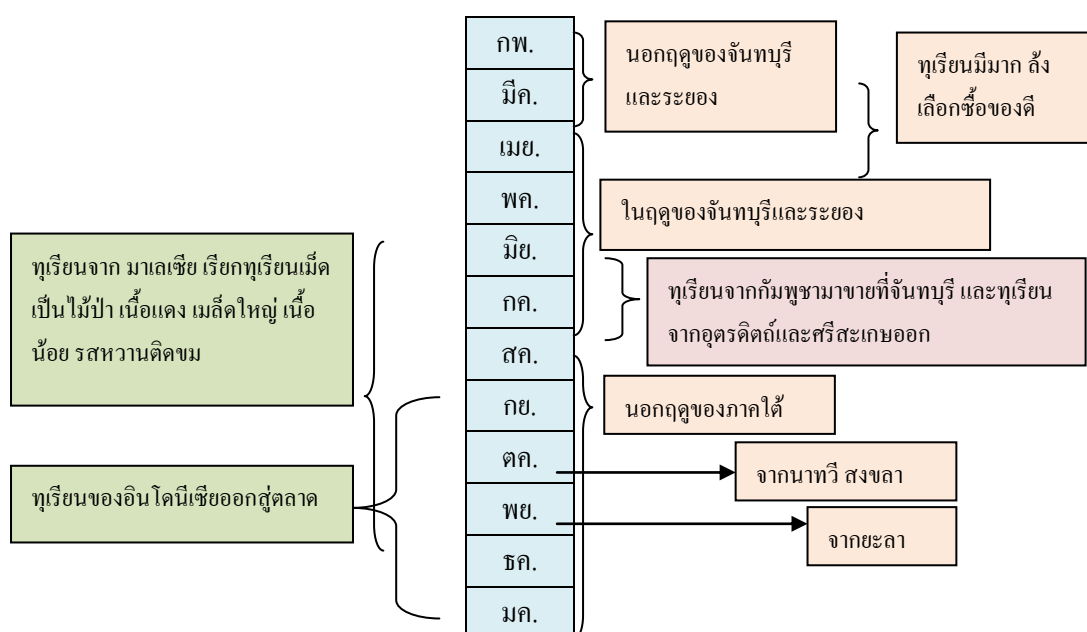
คนอินโดนีเซียชอบบริโภคทุเรียนผลทรงกลม เนื้อสีเหลืองทอง หนา หวาน และนุ่ม ทุเรียนส่งออกจึงต้องเก็บเกี่ยวที่ความสุกประมาณ 75-80% โดยต้องคำนวณช่วงเวลาทั้งหมดในการค้าทุเรียนเพื่อให้ทุเรียนไปสุกพอดี (ไม่เป็นทุเรียนที่ยังดิบอยู่ หรือสุกจนกันแตก เนื้อเละ) ที่เมืองท่าของผู้นำเข้าในอินโดนีเซีย นั่นคือ ครอบคลุมเวลาการเดินทาง 7 วัน การจัดการสินค้านำเข้า 2-3 วัน และใช้เวลาในการขายอีกประมาณ 10-12 วัน

3) วิธีการค้าในระดับปลายน้ำ การค้าทุเรียนของไทยที่ส่งไปขายในอินโดนีเซีย มี 2 รูปแบบการค้า คือ การค้าแบบขายขาด และการค้าแบบฝากขาย ซึ่งคาดว่าแนวโน้มของการใช้วิธีแบบฝากขายจะมีมากขึ้น เพราะผลผลิตทุเรียนออกมาในช่วงเวลาพร้อมกันตามฤดูกาล ทำให้มีการแข่งขันสูง ผู้นำเข้าของอินโดนีเซียจึงต้องการซื้อในลักษณะของการฝากขาย เพื่อให้ราคาที่ต่อจ่ายชำระเป็นไปตามกลไกตลาดและคุณภาพสินค้าที่ขายในรอบการซื้อขายนั้นๆ ทั้งนี้ ลักษณะของการฝากขาย ผู้ขายจะไม่สนใจต้นทุนสินค้าขาย เพราะในการค้าผู้ขายได้รับเป็นค่า commission จากราคาขาย ซึ่งผู้ส่งออกรายใหญ่ของไทยหลายรายมีการส่งออกไปอินโดนีเซียในลักษณะนี้

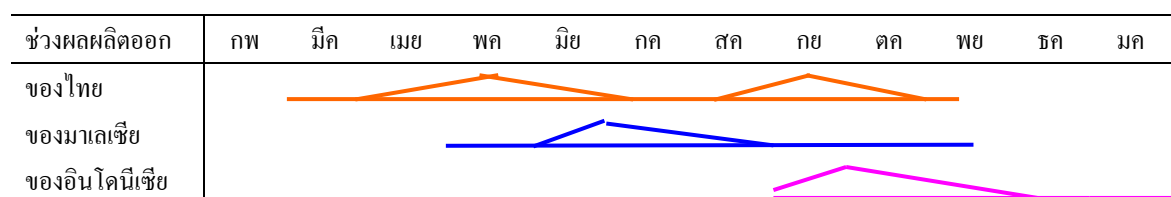
ทั้งนี้ ผู้ส่งออกทุเรียนของไทย จากการรวบรวมข้อมูลรายชื่อผู้ส่งออกทุเรียนของไทย โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ (<http://www.depthai.go.th/>) พบว่า มีบริษัทผู้ส่งออกลำไยทั้งหมด 37 ราย ดังแสดงในภาคผนวกที่ 2

คู่แข่งในการค้า มีผู้คาดว่ากัมพูชาอาจสามารถแข่งขันได้ในอนาคตประมาณ 4 ปี คือช่วงหลังการเปิด AEC ในปี 2558 และอินโดนีเซียเริ่มมีการส่งเสริม การผลิตทุเรียนพันธุ์พื้นเมืองมากขึ้น แม้จะยังไม่เป็นที่นิยม แต่ทุเรียนหมอนทองมีวางขายในตลาดมากขึ้นแล้ว

เนื่องจากไทยสามารถส่งออกทุเรียนได้ทั้งปี เพราะสามารถรวบรวมทุเรียนทั้งในช่วงในและนอกฤดู จากแหล่งผลิตสำคัญทั้งจากภาคตะวันออกและภาคใต้ อย่างไรก็ตามแหล่งผลิตทุเรียนตามฤดูกาลเก็บเกี่ยวของไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และกัมพูชา ที่เข้าสู่ตลาด มักเป็นช่วงที่ไทยมีผลผลิตน้อย ซึ่งเป็นผลผลิตที่ส่วนใหญ่ส่งขายตลาดจีนที่มีความต้องการสูงมาก ช่วงเวลาเก็บเกี่ยวผลผลิตทุเรียนของไทย ที่เก็บได้เกือบตลอดทั้งปีนั้น โดยในช่วงเดือน กุมภาพันธ์ – มีนาคม เป็นทุเรียนนอกฤดูของจังหวัดจันทบุรี ช่วงเดือน เมษายน – กรกฎาคม เป็นทุเรียนในฤดูของจังหวัดจันทบุรีและระยอง ช่วงเดือน สิงหาคม – มกราคม เป็นทุเรียนนอกฤดูของภาคใต้ ส่วนใหญ่มาจากสงขลาและยะลา ส่วนอินโดนีเซียมีผลผลิตทุเรียนออกมากในช่วงเดือนกันยายน-ธันวาคม มาเลเซียมีผลผลิตออกในช่วงเดือนมิถุนายน – พฤศจิกายน กัมพูชาเป็นทุเรียนที่ออกในช่วงเดือนมิถุนายน – กรกฎาคม ในระยะเวลาสั้นๆและมีส่งขายเข้ามาในไทย และเวียดนามนับว่าเป็นประเทศที่ต้องมีการจับตามองต่อไปในเรื่องของการผลิตทุเรียนสู่ตลาด AEC ต่อไปในอนาคต (ภาพที่ 4.3.9 และ 4.3.10)



ภาพที่ 4.3.9 ช่วงเวลาการเก็บเกี่ยวผลผลิตและการจัดหาแหล่งทุเรียนเพื่อการส่งออก
ที่มา : จากการสำรวจ



ภาพที่ 4.3.10 ช่วงเก็บเกี่ยวผลผลิตทุเรียนออกสู่ตลาด ของไทย มาเลเซียและอินโดนีเซีย
ที่มา : จากการสำรวจ

ปัญหาการค้าที่สำคัญในระดับปลายน้ำของโซ่อุปทานทุเรียน คือ

1) ปัญหาด้านการขนส่ง ในการค้าทุเรียนจะเกิดปัญหามาก หากการขนส่งใช้เวลาเกิน 7 วัน จะเกิดความเสียหายในตัวสินค้า ปกติความล่าช้าในการขนส่งทุเรียนจะอยู่เฉลี่ยประมาณ 3-4 วัน แต่ค่าลากจะเพิ่มอัตราค่าจ้างเพิ่มขึ้นมากเป็นเท่าตัว ซึ่งขณะนี้ผู้ส่งออกต้องเน้นศักยภาพทางด้านเงินลงทุนที่เสียไปเพื่อต้นทุนการขนส่ง และค่าขนส่งสินค้ามากที่สุด ในการลำเลียงทุเรียนลงสู่ควบคุมอุณหภูมิ เพื่อไม่ให้สุกเร็ว

ทั้งนี้ เส้นทางขนส่งสินค้า ใช้ท่าเรือหลัก คือ ท่าเรือจาร์ตัม และท่าเรือสุราบายา ข้อจำกัดของทุเรียนในการขนส่งไปอินโดนีเซีย คือ ต้องขนส่งทางเรือ เส้นทางตรงไปที่จาร์ตัมมีเที่ยวเรือจำกัด คือ มี 2 เที่ยวต่อสัปดาห์ โดยเรือออกจากไทยวันพฤหัสบดีถึงอินโดนีเซียในวันอังคาร และออกวันอาทิตย์ถึงวันศุกร์ ซึ่งพบปัญหาไม่มีเรือ และเรือออกล่าช้ากว่ากำหนด ทำให้การคำนวณเวลาการขนส่ง เพื่อให้ทุเรียนที่ตัดมาจากสวนไปสุกพอดีที่เมืองท่าผู้นำเข้า เป็นเรื่องที่ยากมากในการทำการค้าทุเรียนส่งออก

แม้ว่าจะมีเมืองท่าอื่นๆ อีกหลายแห่งในอินโดนีเซียแต่การทำการค้าทุเรียนส่งออก ผู้ส่งออกและผู้นำเข้ามักจะเป็นเจ้าประจำกัน เพราะมีความเชื่อถือกันอยู่ ประกอบกับอำนาจซื้อของผู้บริโภคในแต่ละเมืองของอินโดนีเซียมีความแตกต่างกัน การส่งออกทุเรียนไปขึ้นเมืองท่าใดๆ ก็ได้ของอินโดนีเซียจึงเป็นเรื่องที่ไม่ดำเนินการกัน

2) ปัญหาด้านข้อกำหนด ระเบียบของภาครัฐ ของอินโดนีเซีย ได้แก่

2.1 การขายสินค้าจำเป็นต้องผ่านตัวแทนจำหน่ายของอินโดนีเซียเท่านั้น ตามกฎระเบียบของภาครัฐในอินโดนีเซีย นอกจากนี้ยังมีระบบการกำหนดโควตาในการนำเข้าทุเรียนจากไทย และผู้นำเข้าต้องมีการลงทะเบียนอย่างเป็นทางการก่อนด้วย

2.2 หนังสือการนำเข้าสินค้าเมื่อถึงท่าเรือ ปกติจะสามารถล่าช้าหรือมาก่อนได้ 3 วัน แต่หลังจากที่ออกกฎให้ต้องดำเนินการในวันเวลาที่กำหนดเท่านั้น ในกรณีที่สินค้าทุเรียนส่งไปถึงเกินวันที่กำหนดจากปัจจัยต่างๆ ก็จำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมจากเดิม เพื่อที่จะสามารถขนส่งสินค้าขึ้นท่าเรือได้

2.3 มีกฎที่จะต้องตรวจสอบเคมีบางตัวที่จะต้องตรวจสอบก่อนที่จะเข้าอินโดนีเซีย แม้ว่าไทยได้ยกเลิกการใช้สารเคมีตัวนี้ไปแล้ว

2.4 ระเบียบขั้นตอนการนำเข้าผลไม้ของอินโดนีเซียมีกฎที่ไม่ชัดเจน และการส่งข่าวสาร การสื่อสารมีความทั่วถึงน้อยมาก เป็นปัญหาต่อการนำเข้าสินค้าของผู้นำเข้าอินโดนีเซียแล้วส่งผลกระทบต่อการค้าเนงานของผู้ส่งออกไทย

2.5 ผู้ส่งออกไทยต้องมีใบ GAP ของสินค้าที่ส่งออก และต้องมีเจ้าหน้าที่ survey ตามได้รับอนุญาตของอินโดนีเซียรับรอง และมีตัวแทนในการกระจายสินค้าซึ่งเป็นบริษัทของอินโดนีเซีย มีเพียงบริษัทเดียว คือ บริษัท SGS

2.6 ปัญหาการปิดท่าเรือ ที่ท่าเรือจาการ์ต้า สินค้าไทยจึงจำเป็นต้องไปขึ้นที่ท่าเรือสุราบายาโดยความเป็นจริงการปิดท่าเรือไม่ได้ปฏิบัติจริงโดยเคร่งครัดแต่เป็นการบีบบังคับในการนำเข้าสินค้าจากประเทศต่างๆ ผู้นำเข้าต้องปฏิบัติตาม Regulations ที่ตรงกับมาตรการของอินโดนีเซีย ในกรณีเส้นทางอื่นที่ไม่ใช่ทางตรงผู้ส่งออกต้องเร่งรัดเวลา เพราะอายุการเก็บรักษาทุเรียนมีจำกัด บางกรณีที่สามารถขึ้นท่าเรือที่จาการ์ต้าได้แต่ต้องไปขึ้นที่เรือที่สุราบายา จึงทำให้มีค่าใช้จ่ายต้นทุนการเก็บรักษาเพิ่มขึ้นด้วย

นอกจากนี้ จากการไปรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับทุเรียน ที่อินโดนีเซียของทีเอ็มวีจี มีข้อมูลที่น่าสนใจ ที่ควรทราบ ดังนี้

1) ราคาทุเรียน 60.997 IDR ต่อ 0.452 กก. (คิดเป็น 587.03 บาท /1 กก. อัตราแลกเปลี่ยน 0.00435 IDR = 1 บาท) หรือ ประมาณราคาทุเรียนจากไทย 1.5-1.6 \$ / 1 กก. ส่วนราคาทุเรียนในประเทศจากสุมาตรา 3\$/ 1 กก.(ราคารวมค่าขนส่งทางเครื่องบิน 1-3 \$/ 1 กก.) ถ้าทุเรียนจากจาวา ราคา 1.3-1.5 \$/ 1 กก. (รวมค่าขนส่ง 0.65-0.70 \$ / 1 กก.)

2) การค้าส่งในช่วงที่ขายดี ในปีที่ผ่านมา ผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่งสามารถขายได้ 4-5 ตู้คอนเทนเนอร์ต่อสัปดาห์ แต่เมื่อมีปัญหาด้านนโยบายเกิดขึ้น คือ การกำหนดโควตาการนำเข้า ทำให้ราคาทุเรียนทั้งที่นำเข้าและจากการผลิตในประเทศมีราคาเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 30 ส่วนร้านผลไม้แห่งหนึ่งที่สัมภาษณ์ กล่าวว่าในช่วงต้นปีที่ผ่านมา ร้านผลไม้ที่ผู้ให้สัมภาษณ์มีอยู่ 7 สาขา ปกติต้องการทุเรียนมาขายประมาณ 50-100 ตัน ต่อสัปดาห์ ปรากฏว่าสามารถหาซื้อได้เพียง 14 ตัน/สัปดาห์ และขายในราคา 3.7- 4.8 \$ /กก. โดยปกติร้านผลไม้จะจัดที่วางจำหน่ายทุเรียนจากไทยโดยเฉพาะ และให้พื้นที่วางในสัดส่วนสูงสุดของการจัดวางผลไม้ขาย ผลจากการกำหนดโควตานำเข้า ทำให้ร้านขายผลไม้หลายแห่งที่จัดพื้นที่ให้ทุเรียนไทย ต้องปล่อยให้ว่างลง แม้ว่าจะมีทุเรียนที่เก็บเกี่ยวได้ในประเทศมาวางขายก็ตาม แต่ผลผลิตยังมีน้อยอยู่ เก็บเกี่ยวในลักษณะสุกเต็มที่ จึงมีอายุวางขายได้ไม่นาน เพราะสุกและ (ภาพที่ 4.3.11)



ภาพที่ 4.3.11 ชั้นวางขายทุเรียนจากไทย ซึ่งว่างเปล่า ในร้านผลไม้ (วันที่ 19 มีนาคม 2556)

ที่มา : จากการสำรวจ

3) ปัญหาไทยส่งออกทุเรียนอ่อน เสียชื่อเสียงและความเชื่อถือในคุณภาพสินค้าไทย จากการสัมภาษณ์ผู้นำเข้า มักพบว่า ใน 1 กล่องบรรจุ (5-6 ลูก) จะพบทุเรียนอ่อนปนมา ประมาณ 1-2 ลูก ซึ่งผู้ขายปลีกจะขายแบบลดราคาลง แล้วทำการต่อว่าเป็นทอดๆ ไป หากพบปัญหาน้อยก็จะเปลี่ยนรายผู้ส่งออกที่ติดต่อด้วย

4) เปรียบเทียบคุณภาพทุเรียนที่ชาวอินโดนีเซียชอบ

ทุเรียนไทย ชาวอินโดนีเซียที่กรุงจาการ์ตาชอบมากที่สุด รสชาติอร่อย ช่วงการขายประมาณ 5-7 วัน เมื่อเปิดตู้คอนเทนเนอร์แล้ว สายพันธุ์ที่นิยม คือ หมอนทอง ก้านยาว ชะนี พวงมณี กระดุม ซึ่งพันธุ์หลัก คือ หมอนทอง

ทุเรียนมาเลเซีย เป็นทุเรียนสุกจัด ที่เรียกว่าเก็บหล่น แต่ก็ยังพบว่าใน 1 ลูกมีทั้งสุกและดิบปนกันจึงยากต่อการจัดการ รสชาติหวาน ปนขม กลิ่นแรง ราคาแพงมาก ลักษณะภายนอกดูเหมือนทุเรียนท้องถิ่นของอินโดนีเซีย

ทุเรียนอินโดนีเซีย สุกจัด ผลแตกง่าย ต้องขายให้หมดใน 3 วัน แต่ก็มีทุเรียนเกรดระดับคุณภาพดี และเป็นพันธุ์หมอนทองพันธุ์เดียวกันกับของไทย จึงมีรูปทรงแบบทุเรียนหมอนทองไทย ซึ่งสามารถวางขายได้ช่วงเวลานานถึง 4-5 วัน แม้ผลแตกยังวางขายได้อีก 1-2 วัน

ทุเรียนเวียดนาม การเก็บแบบเดียวกับมาเลเซียและอินโดนีเซีย หากเป็นทุเรียนต้นราดสารช่วงการเก็บเกี่ยวผลจะตรงกับช่วงการเก็บเกี่ยวทุเรียนจันทบุรี อย่างไรก็ตามทุเรียนเวียดนามเมื่อตัดแล้วใช้เวลาขนส่งทางรถเพียง 2 วัน ก็เข้าไปขายที่จีนได้ ประกอบกับการหาเรือจากเวียดนามมาอินโดนีเซียยังมีความยุ่งยากอยู่ และการผลิตยังไม่มีเทคโนโลยีที่ดี จึงนับว่าปริมาณผลผลิตที่มีอยู่ในปัจจุบันยังไม่เป็นคู่แข่งไทยส่งออกปอินโดนีเซีย และนับว่าผู้ประกอบการชาวอินโดนีเซีย ยังไม่มีการรับรู้ทุเรียนจากเวียดนามเท่าใดนัก

5) การบริโภค นิยมรับประทานสดมากกว่าที่สุด แต่ก็ยังมีผลิตภัณฑ์อื่นๆ อีก ได้แก่ ทูเรียนแช่แข็ง (มาจากมาเลเซีย ไม่เป็นที่นิยมมากเท่าใดนัก เพราะรสชาติสู้รับประทานสดไม่ได้ ราคาแพง จะขายได้ดีในช่วงที่ไม่มีของสด) ทูเรียนกวน แพนเค้กทูเรียน (ภาพที่ 4.3.12)



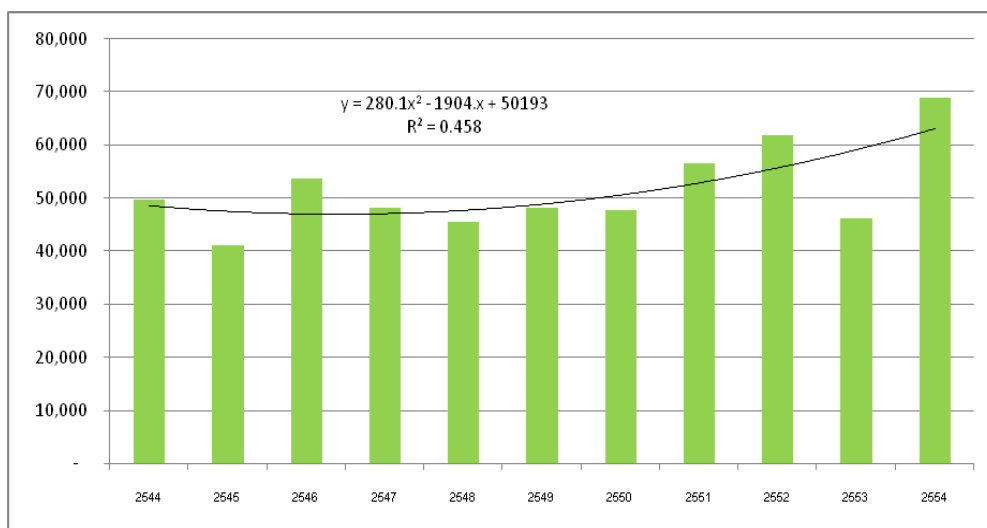
ภาพที่ 4.3.12 ผลิตภัณฑ์ทูเรียนต่างๆ ที่วางขายในร้านผลไม้ที่อินโดนีเซีย (วันที่ 19 มีนาคม 2556)
ที่มา : จากการสำรวจ

6) ลักษณะการขายปลีกทูเรียนโดยมากจะขายเป็นลูก แต่ทางผู้ค้าปลีกมีบริการปอกทูเรียนให้ผู้ซื้อตามความต้องการ ในบางครั้งทางร้านค้าปลีกโดยเฉพาะซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านเฉพาะผักและผลไม้จะมีขายทูเรียนที่แพ็คใส่ถาดโฟมและห่อด้วยพลาสติกใส เพื่อเป็นการโชว์เนื้อทูเรียน (ภาพที่ 4.3.13)



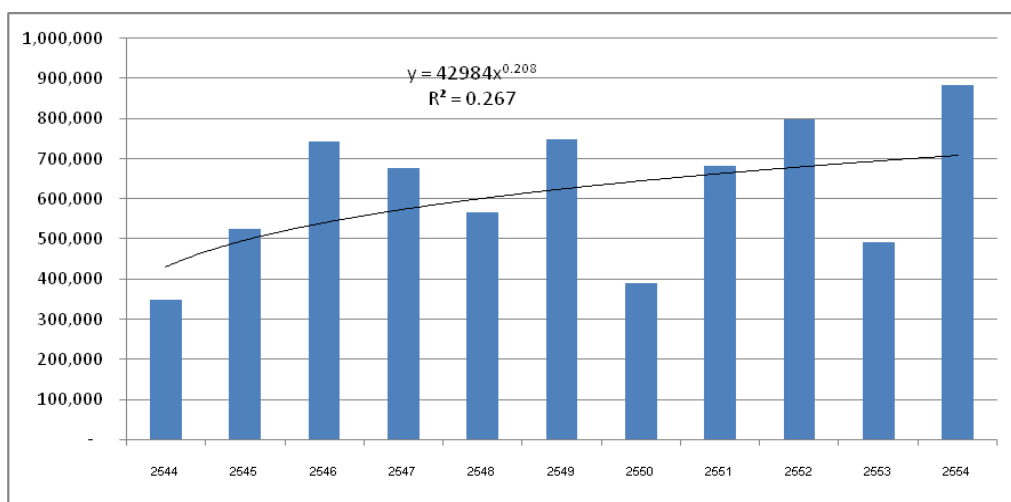
ภาพที่ 4.3.13 ทูเรียนสดที่วางขายในซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านผลไม้ที่อินโดนีเซีย (วันที่ 19 มีนาคม 2556)
ที่มา : จากการสำรวจ

7) อนาคตการผลิตทูเรียนเองของอินโดนีเซีย ประเมินการได้ว่าใน 4 ปีข้างหน้าอุปทานในประเทศจะสามารถสนองตอบอุปสงค์ทูเรียนของชาวอินโดนีเซียได้เอง ในช่วงเดือนธันวาคมถึงเมษายน โดยอาศัยแหล่งปลูกที่ จาวา บาห์ลีตะวันตกและตะวันออก ลำปุง สุมาตรา เมดาน (สุมาตราตอนเหนือ) และกะลิมันตัน อาศัยการขนส่งทั้งทางรถบรรทุกที่อาจใช้เวลา 10-12 ชั่วโมง และทางเรือระหว่างเกาะประมาณเที่ยวละ 5 วัน อย่างไรก็ตามทูเรียนจากแต่ละแหล่งก็มีคุณภาพต่างกันด้วย ที่อร่อยและยอมรับให้แทนที่ทูเรียนหอมทองจากไทยได้ คือที่บาห์ลี ตลาดมีความต้องการมาก แต่ประมาณเดือนมกราคมผลผลิตก็หมดแล้ว ส่วนทูเรียนจากเมดาน และสุมาตรา จะดีรสขม และแหล่งทูเรียนที่จาวาคาดว่าอีก 4-5 ปีก็สามารถทดแทนทูเรียนหอมทองของไทยได้ ทั้งนี้ การผลิตทูเรียนของอินโดนีเซีย มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ทั้งพื้นที่เพาะปลูกและปริมาณผลผลิตที่เก็บเกี่ยวได้ โดยเฉพาะในปี 2554 (ภาพที่ 4.3.14 และ 4.3.15)



ภาพที่ 4.3.14 แนวโน้มพื้นที่ปลูกทุเรียนในอินโดนีเซีย ปี 2544-2554

ที่มา : จากการสำรวจ



ภาพที่ 4.3.15 แนวโน้มผลผลิตทุเรียนในอินโดนีเซีย ปี 2544-2544

ที่มา : จากการสำรวจ

เนื่องจากสภาพภูมิประเทศของอินโดนีเซีย ที่มีสภาพแวดล้อมเป็นเกาะ ที่มีสภาพแวดล้อมภูมิอากาศที่เอื้ออำนวย โดยมีการกระจายฝนที่ต่างกัน ทำให้การผลิทุเรียนสามารถออกได้ทุกช่วง รัฐบาลอินโดนีเซียจึงมีโครงการส่งเสริมการผลิตทุเรียนพื้นเมืองพันธุ์ดี โดยเฉพาะทุเรียนพันธุ์ “ดีรง” เป็นพันธุ์ที่พบบนเกาะทางตะวันตกของกาลิมันตัน ที่มีการกล่าวว่าเป็นพันธุ์ที่ตรงตามความต้องการของคนอินโดนีเซียมากที่สุด เพราะมีเนื้อหวาน นุ่มละลายในปาก เนื้อสีเหลืองทอง ผลมีขนาดเล็ก และผลผลิตสูง นอกจากนี้ยังมีพันธุ์ที่ถือเป็นพันธุ์ดีและมีราคา คือ พันธุ์ Hepe ดังนั้น

ตั้งแต่ปี 2547 กระทรวงเกษตรของอินโดนีเซีย ได้ประกาศอย่างเป็นทางการว่า มีการขึ้นทะเบียนพันธุ์ทุเรียนไว้ทั้งหมด 67 สายพันธุ์ และมีที่ยังไม่ขึ้นทะเบียนอีกมากกว่า 200 สายพันธุ์ ส่วนทุเรียนพันธุ์หมอนทองของไทย ได้มีการนำไปปลูกในอินโดนีเซียมาก เพราะสามารถเข้ากับสภาพภูมิอากาศในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี และผลผลิตที่ได้มีคุณภาพไม่แตกต่างกันมากกับของไทย (สุปราณี ณ สงขลา. 2553)

พื้นที่ปลูกทุเรียน แหล่งที่น่าสนใจคือ ที่เกาะสุมาตรา กาลิมันตัน และบาหลี ทั้งนี้พื้นที่ปลูกในเชิงพาณิชย์แห่งหนึ่ง คือ ที่ ลำปุง เป็นจังหวัดหนึ่งทางตอนใต้ของเกาะสุมาตรา ลำปุงเป็นเกาะใหญ่ มีประชากรไม่หนาแน่น สภาพภูมิอากาศตอนปลายเดือนตุลาคมเป็นช่วงฤดูแล้ง อากาศร้อนชื้น และเป็นฤดูของผลไม้ท้องถิ่น ได้แก่ มะม่วง ทุเรียน เมล็ดอินโยหรือเหลียง (เปรม ณ สงขลา. 2552)

การผลิตทุเรียนที่ลำปุง พบว่า มีสวนใหญ่พื้นที่ประมาณ 100 ไร่ เป็นสวนทุเรียนหมอนทองมีอายุประมาณ 15 ปี จำนวน 800 ต้น ให้ผลผลิตปีละ 50-70 ตัน/ปี ราคาขายจากสวนประมาณ 60 บาท/กิโลกรัม ระบบการขายจะส่งเข้าเมืองจาการ์ตาผ่านตัวแทน (Agent) เจ้าประจำคุณภาพทุเรียนหมอนทองเหมือนกับของไทยไม่มีผิดเพี้ยน เนื่องจากมีสภาพแวดล้อมใกล้เคียงกับไทย เช่น สภาพภูมิอากาศ แร่ธาตุในดิน สภาพสวนค่อนข้างจะเป็นแบบพึ่งพาธรรมชาติ การจัดการดูแลโรคและแมลงมีการดำเนินการเท่าที่จำเป็น (เปรม ณ สงขลา. 2553)

ปัญหาการผลิตทุเรียนของอินโดนีเซียที่น่าสนใจ คือ

1) ข้อจำกัดด้านสภาพแวดล้อมทางสังคม (เปรม ณ สงขลา. 2553) กล่าวคือสวนไม้ผลจะต้องกั้นบริเวณด้วยรั้วคอนกรีต เพื่อป้องกันการบุกรุกของคนในพื้นที่บริเวณนั้นเข้าไปละเมิดสิทธิเก็บเกี่ยวผลผลิตกันเอง แม้ว่าจะมีการปกป้องด้วยอาวุธร้ายแรงก็ไม่สามารถต้านทานการละเมิดสิทธิของคนในพื้นที่ได้ ทำให้การลงทุนทำสวนไม้ผลเชิงพาณิชย์เป็นเรื่องที่ค่อนข้างยากในอินโดนีเซีย

2) ปัญหาการผลิตทุเรียนนอกฤดูกาลของอินโดนีเซีย อันเนื่องมาจากแหล่งน้ำ ยังคงเป็นปัญหาใหญ่ในการลงทุนที่อินโดนีเซีย (เปรม ณ สงขลา. 2552)

ประเด็นที่ควรพิจารณาในการส่งเสริมการผลิตทุเรียนของรัฐบาลอินโดนีเซีย ที่กล่าวว่ามีจุดประสงค์เพื่อกำจัดทุเรียนพันธุ์พื้นเมืองที่มีคุณภาพค่อนข้างต่ำที่วางขายในท้องตลาด ไม่ใช่เพื่อการแข่งขันกับทุเรียนที่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะนำเข้าจากไทยมากกว่าร้อยละ 90 และจากแหล่งอื่นๆ เช่น มาเลเซีย สหรัฐอเมริกา จีน ซิลี และออสเตรเลีย (สุปราณี ณ สงขลา. 2553) แต่ตั้งแต่ปี 2555 จะเห็นกฎ ระเบียบ และมาตรการต่างๆของรัฐบาลอินโดนีเซีย ที่มีความต้องการลดการนำเข้าผลไม้

จากต่างประเทศลงให้ได้อ้อยละ 70 เพื่อเปิดส่วนแบ่งตลาดให้กับผลไม้ที่ผลิตได้เองในประเทศ แม้ว่า คุณเปรม ฤ สงขลา (2553) จะเคยตั้งคำถามว่าอินโดนีเซียจะมีโอกาสผลิตทุเรียนพอกินจนไม่ต้องนำเข้าจากไทยอีกต่อไปหรือไม่ จึงตอบได้ว่า จากการสำรวจตลาดที่เมืองจาการ์ต้า เมื่อวันที่ 18-20 มีนาคม 2556 เป็นช่วงที่ทุเรียนไทยไม่สามารถนำเข้าไปวางขายได้ เพราะติดเงื่อนไขโควตาการนำเข้า ซึ่งวางขายทุเรียนไทยว่างเปล่า ตลาดนำเสนอแต่ทุเรียนที่ผลิตได้ในประเทศ แม้ว่าส่วนใหญ่ คือ พันธุ์ หมอนทอง ที่ผลิตได้เองในอินโดนีเซีย แต่ผู้บริโภคก็ยังบอกว่าคิดถึงทุเรียนหมอนทองของไทย ทว่า ถ้าไม่มีมาขายก็ไม่เป็นไร ปรับตัวได้กับทุเรียนที่มีขายอยู่

จึงกล่าวได้ว่า ปัญหาใหญ่ของทุเรียนไทย คือ การเผชิญกับการปรับตัวของผู้บริโภค หาก ผู้บริโภคยอมรับทุเรียนที่ผลิตได้เองในประเทศ บวกกับการส่งเสริม/รณรงค์การบริโภคสินค้าที่ผลิต ได้เองในประเทศ เท่ากับว่า สินค้าของไทยจะอยู่ได้ต้องใช้กลยุทธ์ด้านคุณภาพของตัวสินค้า และการ นำเสนอสินค้าเป็นหลัก

4.3.5 โอกาสและอุปสรรคการค้าทุเรียนระหว่างไทยและอินโดนีเซีย

1) โอกาสทางการค้าของไทย

(1) ผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียชื่นชอบทุเรียนของไทยมาก และไทยยังเป็นผู้ครอง ส่วนแบ่งตลาดทุเรียนรายใหญ่แต่ผู้เดียวในตลาดอินโดนีเซีย และทุเรียนที่ขายในอินโดนีเซียมีราคาที่ดีพอสมควร ถึงแม้จะเป็นเกรดรองจากจีน แต่ทุเรียนในตลาดอินโดนีเซียจัดเป็นสินค้า Premium

(2) ผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียที่มีฐานะดีจะนิยมบริโภคทุเรียนก้านยาวมากที่สุด โดยทุเรียนหมอนทองจะเป็นทุเรียนที่ขายดีและเป็นที่ยอมรับมากที่สุด

(3) โอกาสที่ดีของการส่งทุเรียนไปอินโดนีเซีย คือ ตลาดอินโดนีเซียเป็นตลาด ใหญ่ รับสินค้าเกรดรอง ชอบบริโภคทุเรียน และทุเรียนที่ผลิตได้เองในอินโดนีเซียเป็นพันธุ์ที่ไม่ สามารถสู้กับรสชาติทุเรียนของไทยที่มีรสชาติดีกว่าได้

(4) ไทยจะได้รับผลกระทบน้อยเนื่องจากความแตกต่างทางด้านภูมิอากาศ มีภูมิ ประเทศที่ทำให้ได้เปรียบในด้านการปลูก

2) อุปสรรคทางการค้าของไทย

(1) อุปสรรคในเขตการค้าส่วนใหญ่ (พิเศษ ฐ เหมทอง, 2543) เนื่องมาจากการผลิต และสินค้ามีลักษณะคล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะสินค้าเกษตร และประเทศสมาชิกบางประเทศยังเป็นผู้ แข่งขันกับประเทศไทยในตลาดโลก ทุเรียนก็เป็นผลไม้ที่มีอุปสรรคทางการค้าในลักษณะนี้

(2) ข้อจำกัดทางด้านธรรมชาติ มีผลต่อการพยากรณ์ด้านผลผลิต ทำให้เกิดความยากต่อการประมาณการอุปทาน และช่วงเวลาที่ผลผลิตจะออกสู่ตลาดจึงมีความคลาดเคลื่อนค่อนข้างมาก เช่นกรณีช่วงเวลา กล่าวได้ว่าอาจคลาดเคลื่อนได้ในระดับ ± 1 เดือน เนื่องจากลักษณะทางธรรมชาติของทุเรียน ซึ่งเป็นผลไม้ที่ต้องอาศัยความชำนาญในการดูแลรักษา และเก็บเกี่ยว อีกทั้งยังมีความอ่อนไหวทางด้านสภาพอากาศที่ส่งผลต่อคุณภาพทุเรียนและราคา

(3) คู่แข่งทางการค้า ได้แก่ มาเลเซีย ได้มีการนำเสนอทุเรียนพันธุ์พูซาน ว่าเป็นทุเรียนที่อร่อยที่สุดในโลก เมื่อสองปีที่ผ่านมา ซึ่งนับว่าเป็นก้าวสำคัญของผู้ทำเชิงความเป็นผู้นำตลาดทุเรียนของไทย นอกจากนี้ยังมีประเทศคู่แข่งที่ต้องจับตามองต่อไปในช่วง 5 ปีข้างหน้า ได้แก่ เวียดนามและกัมพูชา ส่วนอินโดนีเซียน่าจับตามองในลักษณะของนโยบายภาครัฐที่มีผลต่อการลดการนำเข้าผลไม้จากต่างประเทศ และส่งเสริมการบริโภคผลไม้ที่ผลิตได้เองในประเทศให้มากขึ้น

(4) ข้อจำกัดของทุเรียน คือ การขนส่ง เนื่องจากทุเรียนมีการขนส่งทางเรือ เส้นทางตรงไปที่ท่าการท่ามิเหียวเรือจำกัด ในกรณีเส้นทางอื่นที่ไม่ใช่ทางตรงผู้ส่งออกต้องเร่งรัดเวลาเพราะอายุการเก็บรักษาทุเรียนมีจำกัด

(5) หน่วยงานภาครัฐของไทยความจริงจังและต่อเนื่องในเรื่องของการทำใบรับรอง GAP ซึ่งจะต้องใช้เป็นเอกสารสำคัญประกอบการส่งออกตามเงื่อนไขของประเทศผู้นำเข้า เช่นในกรณีของอินโดนีเซีย ประกอบกับการส่งออกต้องทำงานประสานกันกับหลายหน่วยงานนั้น กระบวนการติดต่อการทำเอกสารต่างๆ ในการส่งออกยังยุ่งยาก ขาดการรวมศูนย์การบริการ (One stop services) ที่ดี

(6) นโยบายของรัฐบาลอินโดนีเซีย เป็นอุปสรรคของการส่งออกทุเรียนไทย กล่าวคือ

6.1 การขายสินค้าจำเป็นต้องผ่านตัวแทนจำหน่ายของอินโดนีเซียเท่านั้น ตามกฎระเบียบ แต่เนื่องจากตัวแทนจำหน่ายของอินโดนีเซียเองยังขึ้นทะเบียนไม่เรียบร้อย เพราะขาดความชัดเจนของขั้นตอนดำเนินการทำให้เกิดการชะงักงันทางการค้า และการค้าตกอยู่ในกลุ่มผู้ค้าในอินโดนีเซียเพียงกลุ่มเดียว อาจมีผลต่อการต่อรองโดยเฉพาะการหดตัวของการค้าแบบขายขาด เป็นการค้าแบบฝากขาย ที่ผู้ส่งออกไทยจะต้องรับความเสี่ยงมากขึ้นในตลาดอินโดนีเซีย

6.2 จากการกำหนดโควตาในการนำเข้าทุเรียนและลำไยของไทยที่จะส่งเข้าอินโดนีเซีย แต่ต้องมีการลงทะเบียนอย่างเป็นทางการก่อน เป็นอุปสรรคในปริมาณการส่งออกของไทย ซึ่งการขอโควตาจากกระทรวงพาณิชย์มีปริมาณการนำเข้าได้น้อยลงมาจากมาตรการการลดการนำเข้าสินค้าเกษตรจากต่างประเทศลงร้อยละ 70 ส่งผลกระทบกับผู้ส่งออกของไทย โดยเฉพาะผู้ส่งออกรายใหญ่

6.3 กฎที่ประเทศอินโดนีเซียตั้งขึ้นมา จะกระทบกับการส่งออกของประเทศ ปีที่ผ่านมาเกษตรกรบริเวณระยอง จันทบุรี มีการส่งเสริม และการทำใบรับรองแล้ว แต่ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างต่อเนื่องจึงทำให้หมดอายุไป และเกษตรกรไม่ไปติดต่อเพื่อต่ออายุ

6.4 มีการกำหนดการขึ้นของสินค้าว่าสินค้าใดขึ้นที่ทำเรือใด จึงทำให้เป็นการเพิ่มต้นทุนการเก็บรักษาผลไม้บางชนิดที่ต้องมีการขนส่งไปขึ้นที่ทำเรือ เช่น ปัญหาการปิดท่าเรือจากมาตรการให้สินค้าต้องไปขึ้นที่ทำเรือสุราบายา ทำให้ต้นทุนของผู้ส่งออกในการเดินทางเพิ่มขึ้น และต้นทุนการเก็บรักษาที่ต้องเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

6.5 อินโดนีเซียขาดความชัดเจนในการออกกฎเรื่องความปลอดภัยด้านอาหารซึ่งมีผลบังคับใช้กับพืชผัก และผลไม้ มีข้อบังคับทั้งทางสารเคมีป้องกันและกำจัดแมลง สารตกค้างมีการกำหนดการใช้ และมีการบังคับใช้ GAP และ GMP ที่ไทยต้องทำเพิ่มขึ้นจากเดิมที่ปกติไทยไม่เคยในการส่งสินค้าออกไปอินโดนีเซีย

6.6 ในการประกาศชี้แจงแจ้งกฎต่างๆ ที่ประกาศใช้ของอินโดนีเซีย ไม่มีการประสานงานกันระหว่างผู้ส่งออกและผู้ปฏิบัติ และมีความไม่พร้อมในการปฏิบัติงานตามกฎที่ประกาศใช้

4.3.6 ผลกระทบที่มีต่อโซ่อุปทานการค้าทุเรียนระหว่างไทยและอินโดนีเซีย

1) ผลกระทบเชิงบวกต่อไทย

(1) โซ่อุปทานต้นน้ำ คือ การผลิตในฟาร์ม/สวนไม้ผล จะได้รับความใส่ใจในการผลักดันให้มีการทำ GAP อย่างเป็นทางการและทั่วถึงในทุกพื้นที่มากขึ้น โดยภาครัฐและเอกชนจะถูกบีบให้เกิดความร่วมมือกันในการดำเนินการ เพราะจะเป็นเรื่องสำคัญในเงื่อนไขของการส่งออกตามบริบทของการกีดกันที่ไม่ใช่ระบบภาษี และสร้างความเหนือชั้น/ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของคุณภาพการผลิตกับประเทศคู่แข่ง

(2) ทำให้เกิดการสร้างสายโซ่อุปทานของสินค้าที่มีความแข็งแกร่งในแต่ละสายธุรกิจสินค้า เพราะการส่งออกต่อไปในอนาคตจะต้องตอบโจทย์ความต้องการของผู้ซื้อในต่างประเทศ รวมทั้งเงื่อนไขต่างๆ เพื่อการปกป้องดูแลประชาชนของภาครัฐในประเทศนั้นๆ จึงจะมีการส่งผ่านเงื่อนไขต่างๆ เหล่านี้จากปลายน้ำลงมาถึงกลางน้ำ และต้นน้ำในที่สุด ผลที่เกิดขึ้นจึงทำให้เกิดการรวมพลังตามเส้นโซ่อุปทานโดยสมัครใจ และจะมีการดูแลในระหว่างกันและกันมากขึ้น เพราะหากระดับใดในโซ่อุปทาน ไม่สามารถดำรงซึ่งการดำเนินงานตามเงื่อนไขได้ ก็จะไม่สามารถส่งออกสินค้าเกษตรนั้นๆ ได้ต่อไป

2) ผลกระทบเชิงลบต่อไทย

(1) พืชผลของไทยจะได้รับความเสียหายเปรียบมาก เนื่องจากประเทศต่างๆสามารถส่งสินค้าเข้าประเทศไทยได้อย่างเสรีมากที่สุด ซึ่งมาตรการการกีดกันทางการค้าในการนำเข้าสินค้าของไทยไม่เข้มงวดมากเหมือนอินโดนีเซีย เข้าข่ายในลักษณะที่เรียกว่า “เข้าง่ายออกยาก” หรือ “ถนัดเสียเงินมากกว่าทำเงิน”

(2) การขยายตัวของสิ่งเงินที่ไม่สามารถควบคุมให้มีจริยธรรมทางการค้าได้ จะส่งผลให้สินค้าส่งออกของไทยโดยเฉพาะทุเรียน ต้องประสบปัญหาด้านคุณภาพไม่ดี มีการส่งออกทุเรียนอ่อน นำมาซึ่งความเสียหายของชื่อเสียงประเทศโดยรวม

4.3.7 ข้อเสนอแนะต่อการค้าทุเรียนระหว่างไทยและอินโดนีเซีย

1) เกษตรกรควรมีจรรยาบรรณในการขายสินค้าของตนเพื่อรักษาคุณภาพ และความน่าเชื่อถือ ให้กับตนเองและประเทศชาติ เพื่อธุรกิจผลไม้ส่งออกจะดำเนินต่อไปได้อย่างยั่งยืน

2) ควรมีมาตรการบังคับ/สร้างแรงจูงใจการทำ GAP และ GMP ที่เข้มงวด มีผู้ดูแลในเรื่องการทำ GAP และ GMP อย่างจริงจัง และมีบทลงโทษที่ถ้าไม่ปฏิบัติตามเป็นการกระดุนเกษตรกร และผู้ส่งออกควรมีความตื่นตัวในการทำใบรับรองมากยิ่งขึ้น หากภาครัฐไม่สามารถดำเนินการเองได้ทัน ควรมีการจัดตั้งภาคเอกชนเข้ามาทำหน้าที่รับผิดชอบทางด้านการทำใบรับรอง GAP โดยตรง

3) ควรตั้งเป็นชุดการเจรจาในการค้ากับอินโดนีเซียที่มีการเจรจาอย่างต่อเนื่อง เพราะเนื่องจากนิสัยส่วนตัวของชาวเอเชียเน้นเรื่องการไว้น้ำใจเชื่อใจกันมาก ซึ่งผู้ออกกฎ ผู้เจรจา และปฏิบัติควรมีการติดต่อประสานงานกันในการทำงานมากยิ่งขึ้น เพื่อประโยชน์ในทางปฏิบัติที่จะสามารถปฏิบัติได้จริง โดยเฉพาะในช่วงการเปลี่ยนแปลงผู้นำของอินโดนีเซียก็จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ดังนั้นควรมีการประสานงานกันอย่างต่อเนื่อง

4.4 ไขอุปทานการค้ามะพร้าวระหว่างไทยและอินโดนีเซีย

4.4.1 ตลาดการค้ามะพร้าวระหว่างไทยกับประเทศใน/นอกกลุ่ม AEC

4.4.1.1 ตลาดการค้ามะพร้าวระหว่างไทยกับประเทศในกลุ่ม AEC

ในปี 2554 ไทยมีมูลค่าการนำเข้ามะพร้าว ถั่วบราซิล และเมล็ดมะม่วงหิมพานต์จากต่างประเทศสูงที่สุดนับตั้งแต่ปี 2549 เป็นต้นมา ซึ่งจากข้อมูลการนำเข้าของไทยที่รวบรวมโดยกรมศุลกากร (2555) ชี้ให้เห็นว่า ในปี 2554 สินค้าดังกล่าวมีมูลค่าการนำเข้าสูงถึง 76,384,504 ดอลลาร์

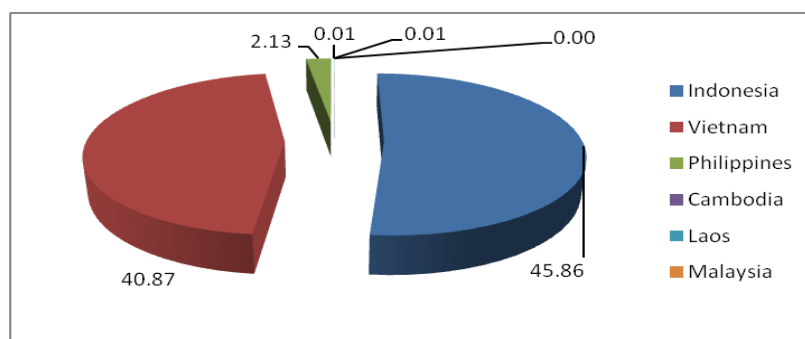
สหรัฐ โดยร้อยละ 45.86 ของมูลค่าทั้งหมดในการนำเข้าสินค้าเหล่านี้ เป็นการนำเข้ามาจาก อินโดนีเซีย คิดเป็นมูลค่า 35,031,162 ดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาเป็นการนำเข้าจากเวียดนาม ร้อยละ 40.87 คิดเป็นมูลค่า 31,222,024 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งมูลค่าการนำเข้ามะพร้าว ถั่วบราซิล และเมล็ดมะม่วงหิมพานต์จากทั้งสองประเทศดังกล่าวนี้ทำให้ตลาดหลักในการนำเข้ามะพร้าวของไทย คือ ตลาดของประเทศในกลุ่ม AEC นอกจาก 2 ประเทศดังกล่าวนี้แล้วนับตั้งแต่ปี 2549 เป็นต้นมา ไทยก็ ยังมีการนำเข้าสินค้าประเภทมะพร้าว ถั่วบราซิล และเมล็ดมะม่วงหิมพานต์จากประเทศอื่นๆ ในกลุ่ม AEC ด้วย ได้แก่ ฟิลิปปินส์ กัมพูชา ลาว มาเลเซีย เมียนมาร์ และสิงคโปร์ ดังแสดงในตารางที่ 4.4.1 แม้ว่าสัดส่วนการนำเข้าจากอินโดนีเซียจะมีมากกว่าจากเวียดนาม แต่ความแน่นอนและต่อเนื่องจาก เวียดนามจะสูงกว่า ในขณะที่จากอินโดนีเซียมีความแปรปรวนสูง อย่างไรก็ตามสัดส่วนการนำเข้าจาก ทั้ง 2 แหล่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในลักษณะกะทะหงาย (ภาพที่ 4.4.1 , 4.4.2 และ 4.4.3)

ตารางที่ 4.4.1 มูลค่าการนำเข้ามะพร้าว ถั่วบราซิล และเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ของไทยจากประเทศในกลุ่ม AEC ปี 2549-2554

หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐ

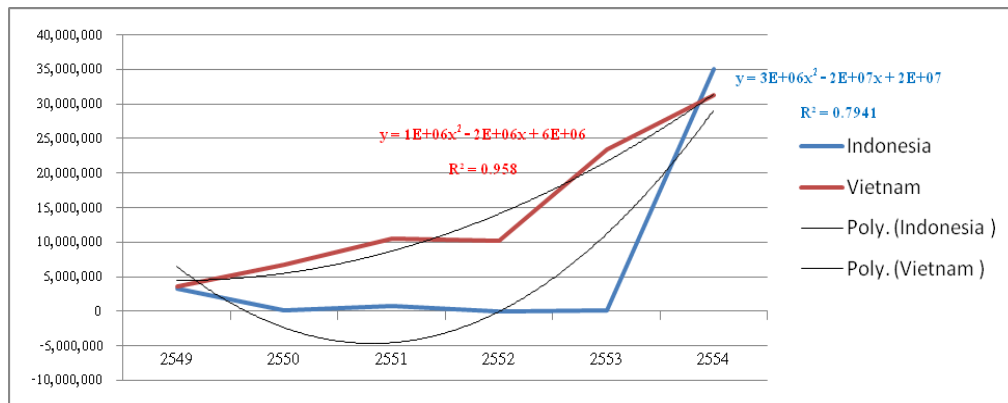
ประเทศ	2549	2550	2551	2552	2553	2554
World	8,034,531	8,522,333	21,005,416	17,422,750	30,857,497	76,384,504
Indonesia	3,283,576	223,291	799,898	28	210,526	35,031,162
Vietnam	3,512,040	6,731,367	10,451,760	10,192,385	23,412,755	31,222,024
Philippines	250,268	362,618	510,910	493,889	653,876	1,624,915
Cambodia	102,474	3,477	35,586	25,497	772,516	9,821
Laos	-	-	-	2,077	55,018	8,863
Malaysia	132,269	9,001	6,117	-	4,064	1,005
Myanmar	216,885	1,119,686	6,424,784	580,436	473,452	-
Singapore	-	-	-	12	-	-

ที่มา : กรมศุลกากร. 2555.



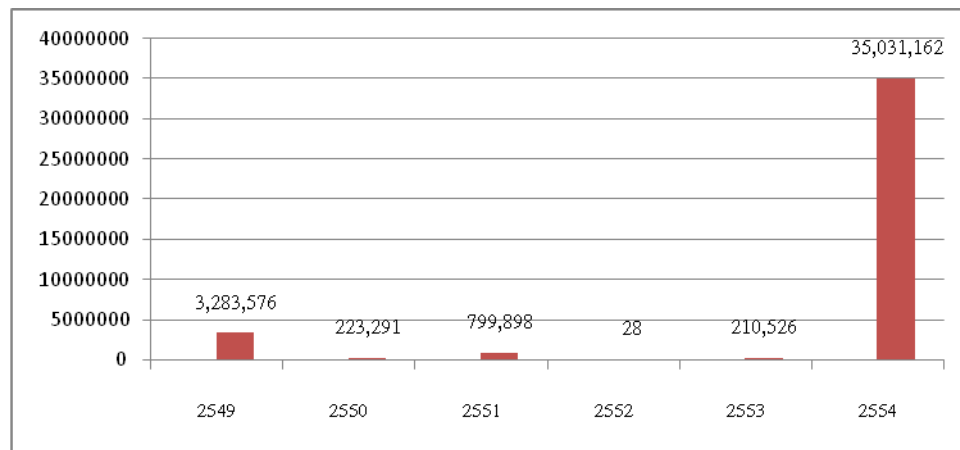
ภาพที่ 4.4.1 สัดส่วนมูลค่าการนำเข้ามะพร้าว ถั่วบราซิล และเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ของไทยจากประเทศในกลุ่ม AEC ปี 2554

ที่มา : ตารางที่ 4.4.1



ภาพที่ 4.4.2 แนวโน้มมูลค่าการนำเข้ามะพร้าว ถั่วบราซิล และเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ของไทยจากอินโดนีเซีย และเวียดนาม

ที่มา : ตารางที่ 4.4.1



ภาพที่ 4.4.3 แนวโน้มมูลค่าการนำเข้ามะพร้าว ถั่วบราซิล และเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ของไทยจากอินโดนีเซีย ปี 2549 - 2554 (หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐ)

ที่มา : ตารางที่ 4.4.1

4.2.1.2 ตลาดการค้ามะพร้าวระหว่างประเทศไทยกับประเทศนอกกลุ่ม AEC

นอกเหนือจากการนำเข้ามะพร้าวจากตลาดของประเทศในกลุ่ม AEC แล้ว ในปี 2554 ไทยยังมีการนำเข้าสินค้าประเภทมะพร้าว ถั่วบราซิล และเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ จากอินเดีย โดยมีมูลค่าการนำเข้า 8,296,472 ดอลลาร์สหรัฐ สหรัฐอเมริกา มีมูลค่าการนำเข้า 129,009 ดอลลาร์สหรัฐ และประเทศอื่นๆ ที่มีมูลค่าการนำเข้าไม่สูงนัก เช่น จีน อิตาลี อังกฤษ จาไมกา เยอรมันนี และออสเตรเลีย (ตารางที่ 4.4.2)

ตารางที่ 4.4.2 มูลค่าการนำเข้ามะพร้าว ถั่วบราซิล และเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ของไทยจากประเทศคู่ค้าในกลุ่ม AEC ปี 2549-2554

หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐ

ประเทศ	2549	2550	2551	2552	2553	2554
World	8,034,531	8,522,333	21,005,416	17,422,750	30,857,497	76,384,504
India	68,440	-	2,459,801	5,983,867	5,078,806	8,296,472
United States	2,628	24,764	41,912	117,338	116,224	129,009
China	2,027	10,673	19,005	24,991	69,699	49,302
Italy	1,309	2,309	2,973	190	4,061	2,074
United Kingdom	-	164	1,827	1,970	1,168	1,020
Jamaica	-	-	-	-	-	135
Germany	-	-	85	42	54	28
Australia	-	401	1,526	30	1,127	9

ที่มา : กรมศุลกากร. 2555.

4.4.2 ตลาดการค้ามะพร้าวระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย

เมื่อพิจารณาข้อมูลจาก Statistics Indonesia (2555, <http://www.bps.go.id/>) พบว่า ในปี 2554 อินโดนีเซียมีมูลค่าการส่งออกมะพร้าวเข้าสู่ไทยคิดเป็น 1,945,736 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งคิดเป็นเพียงร้อยละ 1.81 ของมูลค่าการส่งออกมะพร้าวทั้งหมดของอินโดนีเซีย โดยประเทศในกลุ่ม AEC ที่อินโดนีเซียมีมูลค่าการส่งออกมะพร้าวไปให้มากที่สุด ก็คือ สิงคโปร์ มีมูลค่า 4,924,891 ดอลลาร์สหรัฐ นอกจากนั้นอินโดนีเซียยังได้มีการส่งออกมะพร้าวไปสู่มาเลเซียและเวียดนาม (ตารางที่ 4.4.3)

ตารางที่ 4.4.3 มูลค่าการส่งออกมะพร้าว จากอินโดนีเซียไปสู่ประเทศในกลุ่ม AEC ปี 2549-2554

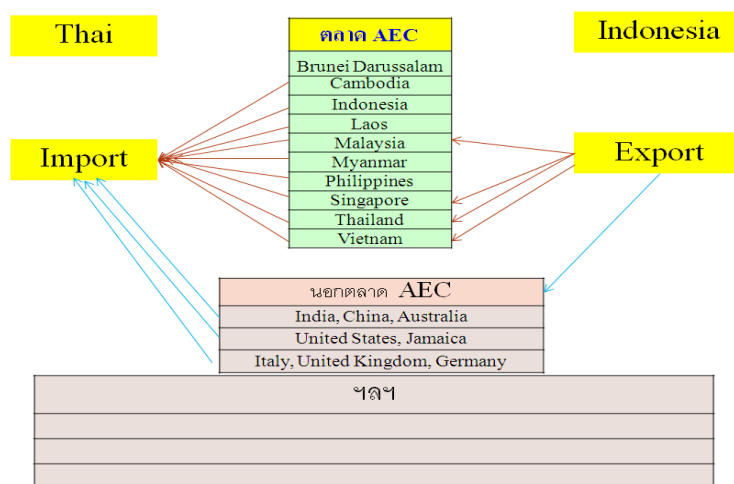
หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐ

ประเทศ	2549	2550	2551	2552	2553	2554
World	36,885,406	46,446,384	48,253,032	36,607,791	48,238,283	107,364,061
Singapore	19,193,705	21,002,987	17,226,137	11,893,115	15,174,848	4,924,891
Thailand	-	-	126,400	-	41,748	1,945,736
Malaysia	686,841	967,722	204,830	493,002	421,970	761,034
Vietnam	-	-	-	-	20,320	2,800

ที่มา : Statistics Indonesia. 2555. (<http://www.bps.go.id/>)

ดังนั้น จากการศึกษาภาพรวมของตลาดมะพร้าว ถั่วบราซิล และเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ ที่อยู่ในลักษณะของการค้าระหว่างประเทศของไทย และเส้นทางการส่งออกของอินโดนีเซีย สามารถสรุปได้ว่า อินโดนีเซียมีการส่งออกมะพร้าวไปยังประเทศในกลุ่ม AEC ซึ่งได้แก่ มาเลเซีย สิงคโปร์ ไทย

และเวียดนาม และส่งออกไปยังประเทศที่อยู่นอกกลุ่ม AEC อีกเป็นจำนวนมาก ในขณะที่เดียวกันไทยได้มีการนำเข้ามะพร้าว ถั่วบราซิล และเมล็ดมะม่วงหิมพานต์จากแทบทุกประเทศที่อยู่ในกลุ่ม AEC ยกเว้นบรูไน และมีการนำเข้าจากประเทศที่อยู่นอกกลุ่ม AEC ได้แก่ อินเดีย สหรัฐอเมริกา จีน อิตาลี อังกฤษ จาไมกา เยอรมันนี และออสเตรเลีย ดังภาพที่ 4.4.4



ภาพที่ 4.4.4 ตลาดการค้ามะพร้าว ถั่วบราซิล และเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ ระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย

4.4.3 ข้อมูลทั่วไปของการเพาะปลูกมะพร้าวในไทย

พื้นที่เพาะปลูกมะพร้าวส่วนใหญ่อยู่ทางภาคใต้และภาคกลางของไทย มีบางสายพันธุ์ที่ปลูกในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเมื่อพิจารณาข้อมูลจากสำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555) พบว่า ในปี 2553 ไทยมีพื้นที่การปลูกมะพร้าวทั้งหมด 1,449,807 ไร่ โดยส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ในภาคใต้ 755,179 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 52.09 ของพื้นที่การปลูกมะพร้าวทั้งหมด รองลงมาคือภาคกลางมีพื้นที่การปลูกมะพร้าวทั้งหมด 650,181 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 44.85 ส่วนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีพื้นที่การปลูกมะพร้าวทั้งหมด 25,796 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 1.78 และในภาคเหนือมีพื้นที่การปลูก 18,651 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 1.28 ของพื้นที่การปลูกมะพร้าวทั้งหมดในไทย (ตารางที่ 4.4.4 และภาพที่ 4.4.5)

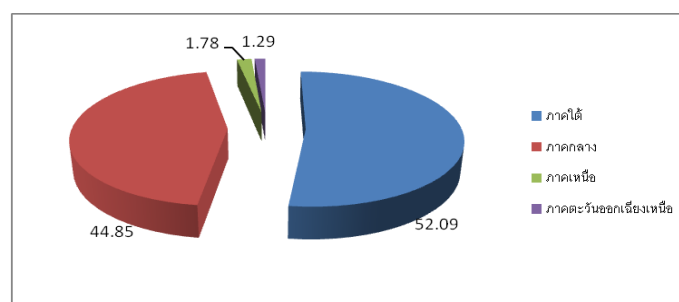
อย่างไรก็ตาม แม้ว่าภาคกลางจะมีพื้นที่ให้ผลในการปลูกมะพร้าวน้อยกว่าทางภาคใต้ หากแต่ว่าผลผลิตของมะพร้าวที่ได้จากภาคกลางกลับมีปริมาณมากกว่าในภาคใต้ โดยในปี 2553 ภาคกลางมีผลผลิตมะพร้าวทั้งหมด 649,351 ตัน โดยมีผลผลิตต่อไร่เท่ากับ 1,007 กิโลกรัมต่อไร่ ส่วนในภาคใต้มีผลผลิตทั้งหมด 605,882 ตันและมีผลผลิตมะพร้าวต่อไร่ต่ำกว่าทุกๆ ภูมิภาค โดยภาคใต้มีผลผลิตต่อไร่เท่ากับ 803 กิโลกรัมต่อไร่ สำหรับภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีผลผลิตมะพร้าวทั้งหมด

23,279 ตัน มีผลผลิตต่อไร่ 903 กิโลกรัมต่อไร่ และในภาคเหนือซึ่งเป็นภาคที่มีผลผลิตน้อยที่สุด คือ 19,635 ตัน ในขณะที่ภาคเหนือกลับเป็นภูมิภาคที่มีผลผลิตมะพร้าวต่อไร่สูงที่สุด คือ 1,053 กิโลกรัมต่อไร่ ทั้งนี้ภาพรวมของพื้นที่และผลผลิตของมะพร้าว พบว่า มีแนวโน้มลดลง (ภาพที่ 4.4.5 และ 4.4.6)

ตารางที่ 4.4.4 มะพร้าว: พื้นที่ขึ้นต้น พื้นที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ จำแนกตามภูมิภาค ปี 2553

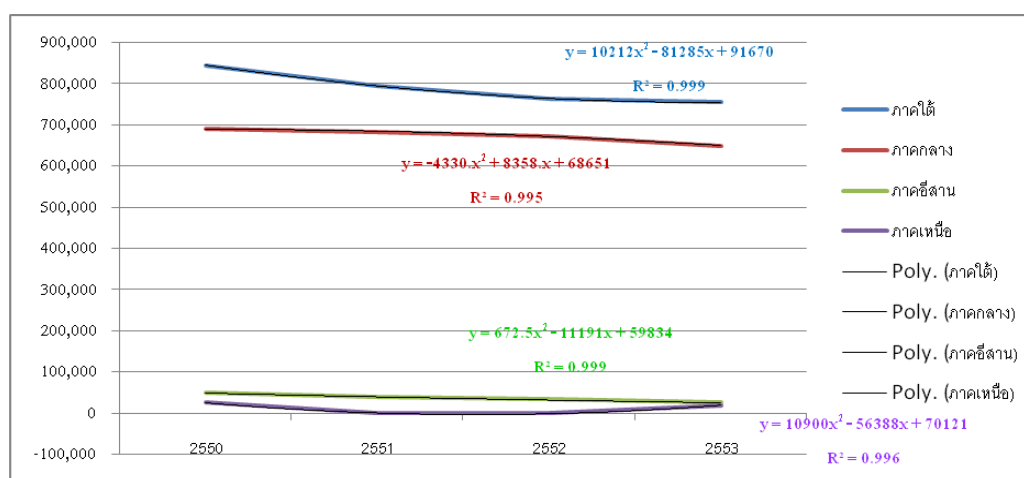
ภาค	2550	2551	2552	2553			
	พื้นที่ขึ้นต้น (ไร่)	พื้นที่ขึ้นต้น (ไร่)	พื้นที่ขึ้นต้น (ไร่)	พื้นที่ขึ้นต้น (ไร่)	พื้นที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)
รวมทั้งประเทศ	1,610,739	1,542,566	1,493,369	1,449,807	1,443,439	1,298,147	899
ภาคใต้	845,412	795,642	764,100	755,179	754,472	605,882	803
ภาคกลาง	691,028	684,459	674,071	650,181	644,540	649,351	1,007
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	49,351	40,038	32,419	25,796	25,776	23,279	903
ภาคเหนือ	24,948	22,417	19,779	18,651	18,651	19,635	1,053

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555.



ภาพที่ 4.4.5 สัดส่วนพื้นที่การปลูกมะพร้าวของประเทศไทย จำแนกตามภูมิภาค ปี 2553

ที่มา : ตารางที่ 4.4.4



ภาพที่ 4.4.6 แนวโน้มพื้นที่การปลูกมะพร้าวของประเทศไทย จำแนกตามภูมิภาค ปี 2550-2553

ที่มา : ตารางที่ 4.4.4

สำหรับพื้นที่เพาะปลูกมะพร้าวในแต่ละภูมิภาคซึ่งแบ่งตามสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555) หากพิจารณาในภาคใต้พบว่าในปี 2553 นั้น จังหวัดที่มีพื้นที่การปลูกมะพร้าวขึ้นต้นมากที่สุด คือ จังหวัดชุมพร (210,382 ไร่) รองลงมา คือ จังหวัดสุราษฎร์ธานี (209,272 ไร่) และจังหวัด นครศรีธรรมราช (100,217 ไร่) ตามลำดับ ส่วนจังหวัดที่มีผลผลิตต่อไร่สูงที่สุดในภาคใต้ คือ จังหวัด ชุมพร (1,024 กิโลกรัมต่อไร่) รองลงมาคือ จังหวัดภูเก็ต (985 กิโลกรัมต่อไร่) และจังหวัดกระบี่ (970 กิโลกรัมต่อไร่) รายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.4.5

ตารางที่ 4.4.5 มะพร้าว: พื้นที่ขึ้นต้น พื้นที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ของภาคใต้ ปี 2553

จังหวัด	พื้นที่ขึ้นต้น(ไร่)	พื้นที่ให้ผล(ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่(กก.)
ชุมพร	210,382	210,382	215,399	1,024
สุราษฎร์ธานี	209,272	209,272	128,074	612
นครศรีธรรมราช	100,217	100,217	90,960	908
ปัตตานี	83,205	83,106	55,165	664
นราธิวาส	54,890	54,595	37,235	682
พังงา	20,625	20,625	16,201	786
สงขลา	17,054	16,873	12,447	738
ตรัง	11,864	11,864	10,998	927
ยะลา	11,309	11,208	6,889	615
พัทลุง	10,867	10,867	8,764	806
ภูเก็ต	9,650	9,650	9,505	985
กระบี่	9,463	9,463	9,178	970
ระนอง	3,369	3,369	2,989	887
สตูล	3,012	2,981	2,078	697

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555.

ส่วนในภาคกลาง จังหวัดที่มีพื้นที่การปลูกมะพร้าวสูงสุด คือ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (432,261 ไร่) รองลงมาคือ จังหวัดชลบุรี (69,615 ไร่) และจังหวัดสมุทรสงคราม (57,963 ไร่) ส่วน จังหวัดที่มีผลผลิตต่อไร่สูงที่สุดในภาคกลาง คือ จังหวัดชลบุรี (1,694 กิโลกรัมต่อไร่) รองลงมา คือ จังหวัดอยุธยา (1,627 กิโลกรัมต่อไร่) และจังหวัดนครปฐม (1,316 กิโลกรัมต่อไร่) รายละเอียดแสดง ในตารางที่ 4.4.6

ตารางที่ 4.4.6 มะพร้าว: พื้นที่ขึ้นต้น พื้นที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ของภาคกลาง ปี 2553

จังหวัด	พื้นที่ขึ้นต้น (ไร่)	พื้นที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต(ตัน)	ผลผลิตต่อไร่(กก.)
ประจวบคีรีขันธ์	432,261	427,689	420,948	984
ชลบุรี	69,615	69,615	117,932	1,694
สมุทรสงคราม	57,963	57,049	42,181	739
ระยอง	15,674	15,674	10,982	701
เพชรบุรี	13,003	13,003	8,867	682
จันทบุรี	11,403	11,403	5,899	517
ฉะเชิงเทรา	11,188	11,188	7,527	673
ราชบุรี	10,538	10,383	9,490	914
ตราด	6,507	6,507	4,994	767
สมุทรสาคร	5,998	5,998	2,891	482
สมุทรปราการ	4,613	4,613	4,251	922
สระบุรี	1,976	1,976	2,384	1,206
นครนายก	1,868	1,868	2,348	1,257
นนทบุรี	1,164	1,164	1,273	1,094
ชัยนาท	1,039	1,039	1,101	1,060
อยุธยา	1,051	1,051	1,710	1,627
สุพรรณบุรี	998	998	1,052	1,054
กาญจนบุรี	952	952	996	1,046
ปราจีนบุรี	902	902	833	924
ปทุมธานี	895	895	938	1,048
นครปฐม	573	573	754	1,316

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555.

ส่วนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจังหวัดที่มีพื้นที่การปลูกมะพร้าวสูงสุดคือ จังหวัด นครราชสีมา (4,110 ไร่) รองลงมาคือ จังหวัดศรีสะเกษ (2,736 ไร่) และจังหวัดบุรีรัมย์ (2,200 ไร่) ส่วนจังหวัดที่มีผลผลิตต่อไร่สูงสุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ จังหวัดบุรีรัมย์ (1,356 กิโลกรัมต่อไร่) รองลงมาคือ จังหวัดศรีสะเกษ (1,230 กิโลกรัมต่อไร่) และจังหวัดมุกดาหาร (1,056 กิโลกรัมต่อไร่) รายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.4.7

ตารางที่ 4.4.7 มะพร้าว : พื้นที่ขึ้นต้น พื้นที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2553

จังหวัด	พื้นที่ขึ้นต้น (ไร่)	พื้นที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่(กก.)
นครราชสีมา	4,110	4,110	3,789	922
ศรีสะเกษ	2,736	2,736	3,365	1,230
บุรีรัมย์	2,200	2,200	2,983	1,356
กาฬสินธุ์	1,945	1,945	1,698	873
มหาสารคาม	1,906	1,906	1,441	756
ร้อยเอ็ด	1,824	1,824	1,122	615
นครพนม	1,800	1,800	1,400	778
สุรินทร์	1,714	1,714	1,594	930
ชัยภูมิ	1,529	1,529	1,321	864
ขอนแก่น	1,164	1,164	666	572
ยโสธร	1,072	1,072	661	617
มุกดาหาร	900	900	950	1,056
หนองคาย	900	900	860	956
อุบลราชธานี	830	830	654	788
เลย	565	545	390	716
อุดรธานี	301	301	210	698
สกลนคร	300	300	175	583

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555.

ส่วนในภาคเหนือจังหวัดที่มีพื้นที่การปลูกมะพร้าวสูงสุด คือ จังหวัดตาก (5,871 ไร่) รองลงมาคือ จังหวัดเพชรบูรณ์ (5,740 ไร่) และจังหวัดนครสวรรค์ (4,010 ไร่) ส่วนจังหวัดที่มีผลผลิตต่อไร่สูงที่สุดในภาคเหนือ คือ จังหวัดพิจิตร (1,430 กิโลกรัมต่อไร่) รองลงมา คือ จังหวัดพิษณุโลก (1,168 กิโลกรัมต่อไร่) และจังหวัดตาก (1,084 กิโลกรัมต่อไร่) รายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.4.8

ตารางที่ 4.4.8 มะพร้าว: พื้นที่ขึ้นต้น พื้นที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ของภาคเหนือ ปี 2553

จังหวัด	พื้นที่ขึ้นต้น (ไร่)	พื้นที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่(กก.)
ตาก	5,871	5,871	6,364	1,084
เพชรบูรณ์	5,740	5,740	5,801	1,011
นครสวรรค์	4,010	4,010	3,846	959
พิษณุโลก	2,707	2,707	3,162	1,168
พิจิตร	323	323	462	1,430

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555.

หากพิจารณาด้านราคามะพร้าวผลแห้งทั้งเปลือกขนาดใหญ่ที่เกษตรกรขายได้ที่สวนเฉลี่ยทั้งประเทศ พบว่า ในปี 2553 และปี 2554 ถึงต้นปี 2555 มีความผิดปกติของราคารับซื้อเนื่องจาก ในปี 2553 ได้เกิดภาวะวิกฤตของมะพร้าว กล่าวคือ ผลผลิตมะพร้าวลดลงไม่เพียงพอกับความต้องการ ราคามะพร้าวปรับตัวสูงขึ้น จนทำให้ผลิตภัณฑ์จากมะพร้าว เช่น กะทิ หรือน้ำมันมะพร้าวมีภาวะขาดแคลนและมีการปรับราคาสูงขึ้น เนื่องจากความต้องการทั้งในด้านการบริโภคในตลาดสด และเป็นวัตถุดิบเพื่อการอุตสาหกรรมมีมากขึ้น ทั้งนี้การลดลงของผลผลิตมะพร้าวเกิดจากปัญหาเกี่ยวกับ

(1) การระบาดของทำลายของแมลงค้ำหนามและด้วงซึ่งการระบาดของแมลงค้ำหนาม แม้มีอาการไม่รุนแรง แต่ส่งผลให้ผลผลิตลดลง มะพร้าวสามารถฟื้นตัวได้ แต่ใช้ระยะเวลาหลายเดือน ส่วนการระบาดของด้วงนั้น ส่วนใหญ่มะพร้าวที่โคนด้วงกินยอดจะหยุดให้ผลผลิต และมีแนวโน้มที่จะตายยืนต้น

(2) เกิดภาวะความแห้งแล้งที่ยาวนานขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากสภาพอากาศที่แปรปรวนและเปลี่ยนแปลง เมื่อมะพร้าวขาดน้ำ หรือประสบกับภาวะความแห้งแล้งมีผลทำให้ผลผลิตลดลง และ

(3) มีการนำพื้นที่ปลูกมะพร้าวไปทำการเกษตรอย่างอื่น เช่น ยางพารา ปาล์มน้ำมัน เป็นต้น

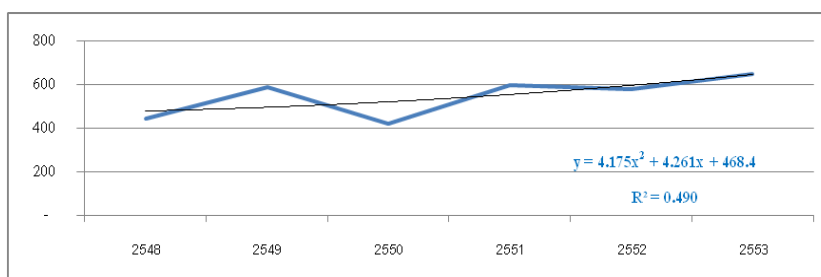
ผลจากภาวะวิกฤตดังกล่าว ทำให้ราคาของมะพร้าวผลแห้งทั้งเปลือกขนาดใหญ่ที่เกษตรกรขายได้ที่สูงขึ้น จึงมีการนำเข้ามะพร้าวจากต่างประเทศ และเมื่อภาวะวิกฤตลดลง ราคาก็ลดลง แต่มีแนวโน้มที่ราคาจะเพิ่มมากขึ้น และราคามีความเป็นฤดูกาลด้วย คือเปลี่ยนแปลงไปตามผลผลิตที่เก็บเกี่ยวได้ในแต่ละเดือน (ตารางที่ 4.4.9 ภาพที่ 4.4.7 และ 4.4.8)

ตารางที่ 4.4.9 ราคามะพร้าวผลแห้งทั้งเปลือกขนาดใหญ่ที่เกษตรกรขายได้ที่สวนเฉลี่ยทั้งประเทศ ปี 2548-2555

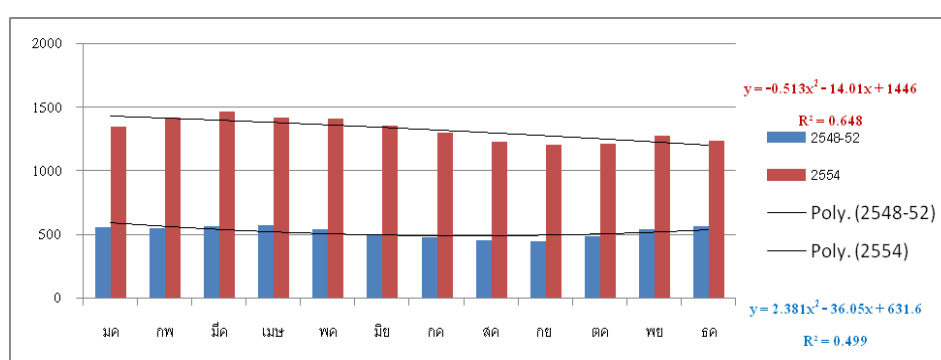
ปี	มค	กพ	มีค	เมษ	พค	มิย	กค	สค	กย	ตค	พย	ธค	เฉลี่ย
2548	439	458	457	443	428	402	390	392	381	433	506	621	446
2549	696	701	729	709	626	573	516	438	432	476	586	557	587
2550	550	542	478	453	424	386	355	325	332	361	407	450	422
2551	445	447	551	608	628	611	592	613	618	647	694	699	596
2552	673	636	635	654	641	562	547	532	507	529	528	527	581
2553	522	531	576	588	572	582	565	572	619	654	815	1190	649
2554	1348	1420	1473	1426	1415	1363	1304	1230	1207	1216	1278	1245	1327
2555	1283	1245	1046	859	621	421	321	315	338	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
เฉลี่ยปี 2548-52	561	557	570	573	549	507	480	460	454	489	544	571	526

หมายเหตุ : n.a. หมายถึง ไม่มีข้อมูล

ที่มา : สหกรณ์เครดิตยูเนียนพัฒนาชุมชนบ้านพุตะแบก จำกัด



ภาพที่ 4.4.7 แนวโน้มราคามะพร้าวผลแห้งทั้งเปลือกขนาดใหญ่ที่เกษตรกรขายได้ที่สวน ปี 2548 - 2553
ที่มา : ตารางที่ 4.4.9



ภาพที่ 4.4.8 แนวโน้มของมะพร้าวผลแห้งทั้งเปลือกขนาดใหญ่ที่เกษตรกรขายได้ที่สวน เปรียบเทียบราคาเฉลี่ยรายเดือน ปี 2548 – 2552 กับ ปี 2554
ที่มา : ตารางที่ 4.4.9

4.4.4 โซ่อุปทาน กรณีการนำเข้ามะพร้าวของไทย

4.4.4.1 ลักษณะตลาดของไทย พบว่า ตลาดมะพร้าวของไทย ส่วนใหญ่เป็นตลาดมะพร้าวแก่ ความต้องการในประเทศมีสูงมากเพื่อใช้ในการบริโภคตามการค้าในตลาดสด และเพื่อการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กะทิสำเร็จรูป และสกัดเป็นน้ำมันมะพร้าว ซึ่งในปัจจุบันอุปทานมะพร้าวภายในประเทศ กล่าวได้ว่าไม่เพียงพอต่ออุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์มะพร้าว หรือถ้าราคาภายในประเทศสูงกว่าราคานำเข้า ตลาดมะพร้าวของไทยจึงเป็นตลาดผู้นำเข้ามะพร้าวมาเป็นวัตถุดิบ ส่วนตลาดส่งออกมีทั้งในรูปมะพร้าวทั้งผลและผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้กรณีส่งออกทั้งผลมีความไม่แน่นอนขึ้นกับปริมาณอุปทานภายในประเทศ ราคา และความต้องการใช้ภายในประเทศ

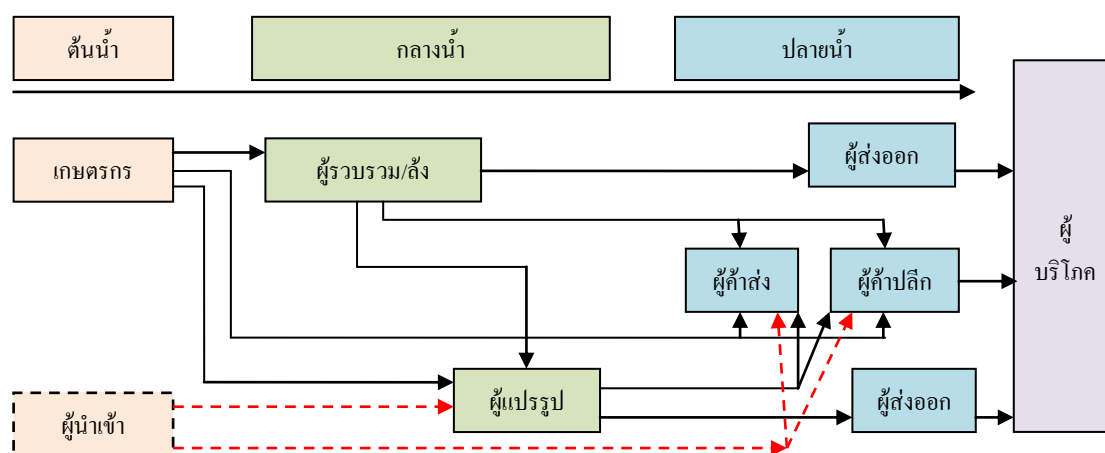
4.4.4.2 ลักษณะสินค้าขายที่ต้องการของไทย ขึ้นอยู่กับลักษณะความต้องการใช้ประโยชน์ของมะพร้าวภายในประเทศ สามารถจำแนกตามลักษณะสินค้าที่ต้องการได้ 2 ลักษณะ ดังนี้

1) มะพร้าวผลแก่ เพื่อการบริโภคตามการค้าในตลาดสด สำหรับการประกอบอาหารและทำขนม และขายให้กับโรงงานแปรรูป เพื่อทำเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ส่วนใหญ่จะทำเป็นกะทิสำเร็จรูป ดังนั้นลักษณะที่ต้องการ คือ คุณภาพของเนื้อมะพร้าวต้องสด และสะอาด

2) มะพร้าวแห้ง เป็นความต้องการของโรงงานอุตสาหกรรมน้ำมันพืช เพื่อสกัดเป็นน้ำมันมะพร้าว ที่เรียกกันว่า “หีบร้อน” ลักษณะที่ต้องการ คือ คุณภาพของเนื้อมะพร้าวแห้งต้องสะอาด

4.4.4.3 ความสัมพันธ์ของโซ่อุปทานต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

ระบบโซ่อุปทานของมะพร้าวในประเทศไทยโดยรวม สามารถสรุปได้ดังภาพที่ 4.4.9



ภาพที่ 4.4.9 ระบบโซ่อุปทานของมะพร้าวในประเทศไทยโดยรวม

1) โซ่อุปทานต้นน้ำ

ต้นน้ำของโซ่อุปทานมะพร้าว พบว่ามาจาก 2 แหล่ง คือ การผลิตเองภายในประเทศ และการนำเข้าจากต่างประเทศ

(1) การผลิตเองในประเทศ พบว่าการปลูกมะพร้าวมีทั้งแบบปลูกมะพร้าวเพียงอย่างเดียว และปลูกเป็นส่วนผสมคละเคล้ากันไปกับพืชอื่นๆ เช่น เงาะ ลำไย สาลี่ พริกไทย กาแฟ และโกโก้ เป็นต้น นอกจากนั้นยังปลูกกระจายกันตามบริเวณรอบๆ บ้าน (ปรีชาวรรณ งามมัย, 2531) พันธุ์ที่ใช้ปลูกส่วนใหญ่เป็นพันธุ์พื้นเมืองซึ่งให้ผลผลิตไม่มากนัก แต่ก็มีมีการนำพันธุ์ที่มีการปรับปรุงให้มีผลผลิตสูงขึ้น เช่น สวี 1 มาปลูกทดแทนสวนเก่า ในการผลิตมีเกษตรกรที่มักไม่ค่อยให้การดูแลรักษา

หรือใส่ปุ๋ย เนื่องจากเกษตรกรมีอายุมากและสวนมะพร้าวส่วนใหญ่มักเป็นสวนที่มีอายุมากด้วย การปลูกทดแทนต้นเก่าจึงมีน้อย

(2) การนำเข้ามะพร้าวจากต่างประเทศ เนื่องจากผลผลิตมะพร้าวไม่เพียงพอต่อความต้องการ ทำให้ต้องมีการนำเข้ามะพร้าวจากต่างประเทศ ทั้งจากประเทศในกลุ่ม AEC ได้แก่ อินโดนีเซีย เวียดนาม และฟิลิปปินส์ และนอกกลุ่ม AEC คือ จากอินเดีย ซึ่งความต้องการส่วนใหญ่เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมแปรรูป มีทั้งการนำเข้าแบบเป็นผลเพื่อใช้ประโยชน์จากเนื้อสด จะนำเข้ามะพร้าวทั้งผล และนำเข้าแบบเนื้อแห้งเพื่อการสกัดทำน้ำมันมะพร้าว การนำเข้าทั้งผลมีหลายลักษณะ ได้แก่ มะพร้าวทั้งผลแบบเอาเปลือกเขียวออกเหลือเปลือกนํ้า จะมีอายุเก็บได้ 1 เดือน แบบเอาเปลือกนํ้าออกเก็บได้ 15 วัน และแบบทั้งผลเต็มเก็บได้ 4-5 เดือน (นานกว่านี้จะโตขึ้นหนองออกออกมา)

ลักษณะการซื้อขายมะพร้าวของเกษตรกรผู้ปลูกมะพร้าวทั่วไป แบ่งเป็นการซื้อขายในรูปแบบของมะพร้าวผล และเนื้อมะพร้าวแห้ง (ศักดิ์สิทธิ์ ศรีวิชัย, 2544)

(1) การขายมะพร้าวผลแก่ คือ ขายโดยไม่มีการลอกเปลือกให้แก่พ่อค้า หรือเจ้าของคอกมะพร้าว เกษตรกรขายให้พ่อค้าที่เข้าไปซื้อถึงสวน โดยวิธีการรับซื้อนั้นจะแบ่งราคาตามขนาดของผล คือ เล็ก กลาง ใหญ่ ราคาของมะพร้าวกลาง และใหญ่นั้นส่วนใหญ่จะใกล้เคียงหรือเท่ากัน แต่สำหรับมะพร้าวเล็กราคาจะต่างจากมะพร้าวกลาง ใหญ่ประมาณ 4 – 5 บาท แต่อาจจะไม่แน่นอนซึ่งจะขึ้นอยู่กับราคามะพร้าวในแต่ละช่วง โดยหลักการจะให้ราคา ผลเล็ก 2 ผลเท่ากับผลใหญ่ 1 ผล วิธีการขายมะพร้าวผลนั้นแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ ขายบนปลาย และขายบนดิน หรือขายที่หน้ากอง การขายบนปลายราคาที่ได้จะถูกกว่า เพราะผู้ซื้อจะทำการเก็บผลและขนกองรวมเอง และราคาที่เจ้าของสวนได้รับนั้นเป็นราคาที่ผู้ซื้อได้คิดหักในส่วนของการเก็บผลมะพร้าวบนดินและค่าขนรวมกองแล้ว ส่วนการขายบนดิน คือ ผู้ซื้อเพียงนำรถมารับซื้อ ในส่วนของการเก็บผลและขนกองรวมจะเป็นหน้าที่ของเจ้าของสวนเอง การขายบนดินราคาจึงดีกว่าการขายบนปลาย แต่เจ้าของสวนที่เลือกการขายบนปลายนั้นจะมีเหตุผลในเรื่องของความสะดวก และลดภาระในเรื่องของแรงงาน

(2) การขายมะพร้าวแห้ง วิธีนี้จะน้อยกว่าการขายมะพร้าวผล ส่วนใหญ่การทำมะพร้าวแห้ง ก็คือการนำมะพร้าวที่คัดออกจากการขายมะพร้าวผล ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นมะพร้าวขนาดเล็ก เพราะราคามะพร้าวผลของมะพร้าวขนาดเล็กต่ำกว่าราคามะพร้าวขนาดกลางและใหญ่กว่าครึ่ง หรือในช่วงราคาดี เกษตรกรมักขายทั้งผล แต่ถ้าราคาตกต่ำ มักคัดผลขนาดเล็กมาทำแห้งขาย จะทำให้ได้ราคาสูงกว่า หรือมะพร้าวที่ผลแตกมาทำมะพร้าวแห้ง โดยการทำมะพร้าวแห้งมี 2 วิธีที่ทำกัน คือ ย่างรมควัน และการตากแดด พ่อค้าจะนำมะพร้าวแห้งที่รับซื้อส่งเข้าโรงงานสกัดน้ำมันมะพร้าวต่อไป

ปัญหาทางด้านการผลิตและการจำหน่ายของมะพร้าวในโซ่อุปทานระดับต้นน้ำของเกษตรกรผู้ผลิตมะพร้าวภายในประเทศ (สุภาพรณั์ คงจินดา, 2554) มีดังนี้ คือ

(1) ผลผลิตมะพร้าวโดยเฉลี่ยต่อไร่ ยังอยู่ในระดับต่ำ เป็นเหตุให้ต้นทุนการผลิตสูง ทั้งนี้เนื่องจากมะพร้าวที่ปลูกส่วนใหญ่เป็นมะพร้าวพันธุ์พื้นเมืองซึ่งให้ผลผลิตต่อไร่ต่ำ ประกอบกับสวนมะพร้าวบางแห่งมีอายุนานหลายปี และขาดการดูแลเอาใจใส่ดูแลที่ดี ทำให้ผลผลิตต่ำ เกษตรกรส่วนใหญ่มักจะมีความเข้าใจและเชื่อว่าการปลูกมะพร้าวนั้นไม่จำเป็นที่จะต้องดูแลรักษามากนัก เพียงแต่คอยถางสวนไม่ให้รกมากก็เพียงพอแล้ว ส่วนใหญ่แล้วเกษตรกรมักจะปล่อยให้เติบโตตามธรรมชาติแทบจะไม่มีการใส่ปุ๋ยบำรุง และบางท้องที่การปลูกมะพร้าวมักจะปลูกเป็นพืชหัวไร่ปลายนา มากกว่าปลูกเป็นสวนมะพร้าวเพื่อการค้าอย่างจริงจัง ผลผลิตที่ได้จึงต่ำ

(2) เกษตรกรขาดแคลนเงินทุนในการปรับปรุงสวนมะพร้าว เพราะการปรับปรุงโดยปลูกมะพร้าวใหม่ทดแทน และการดูแลรักษาใส่ปุ๋ยต้องใช้เงินจำนวนมาก

(3) ขาดแคลนพันธุ์มะพร้าวที่ให้ผลผลิตสูง แม้ว่ากระทรวงเกษตรและสหกรณ์จะได้ศึกษาวิจัยพันธุ์มะพร้าวลูกผสม “สวี 1 หรือ มาวา” ซึ่งเป็นพันธุ์มะพร้าวที่ให้ผลเร็วและดกกว่าพันธุ์พื้นเมือง ออกจำหน่ายให้แก่เกษตรกร แต่ก็ยังไม่เป็นที่แพร่หลาย

(4) เกษตรกรขาดอำนาจการต่อรองราคา โดยราคาซื้อขายจะถูกกำหนดขึ้นจากพ่อค้าซึ่งเป็นฝ่ายทราบความเคลื่อนไหวของตลาดแต่เพียงฝ่ายเดียว ประกอบกับเกษตรกรยังไม่มีกรรวมกลุ่มเพื่อสร้างอำนาจต่อรองราคา นอกจากนี้เกษตรกรบางรายยังเป็นลูกหนี้ ของพ่อค้าขายกันอยู่เป็นเจ้าประจำ ทำให้ไม่มีโอกาสเลือกขายมะพร้าวให้แก่พ่อค้ารายอื่นได้

(5) ราคามะพร้าวตกต่ำ มักจะเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นประจำทุกปีโดยเฉพาะช่วงฤดูผลผลิตมะพร้าว ซึ่งในขณะนี้ปริมาณมะพร้าวจะมีเข้าสู่ตลาดเกินความต้องการของตลาด เป็นเหตุให้ราคามะพร้าวตกต่ำ

ปัญหาทางด้านการนำเข้ามะพร้าวในโซ่อุปทานระดับต้นน้ำ พบว่า คุณภาพมะพร้าวทั้งผลที่นำเข้าจากอินโดนีเซียค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ ผลเล็ก กะลาและเนื้อมะพร้าวกะทิจากเนื้อมันสุ่มะพร้าวไทยไม่ได้ การนำเข้ามีความเสียหายค่อนข้างสูง จากการที่มะพร้าวกะลาแตก และเนื้อมะพร้าวเสียหาย หากกล่าวถึงคุณภาพ มะพร้าวที่นำเข้าจากเวียดนามยังเป็นที่ยอมรับว่ามีคุณภาพดีกว่าของอินโดนีเซีย แต่ทั้งนี้การตัดสินใจนำเข้าจากแหล่งใด จะขึ้นอยู่กับราคา และช่วงเวลาที่ต้องการใช้ แหล่งใดส่งมอบสินค้าได้ตามเวลาที่ต้องการ ส่วนมะพร้าวแห้ง มักพบปัญหานี้ไม่แห้ง และใช้มะพร้าวไม่มีคุณภาพมาทำเนื้อแห้ง

2) โซ่อุปทานกลางน้ำ

โดยปกติผู้รวบรวมจะซื้อมะพร้าวทั้งผลจากสวนมาขายต่อให้พ่อค้าส่งตามตลาดต่างๆ หรือขายให้กับโรงงานแปรรูป เพื่อทำเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ส่วนใหญ่จะทำเป็นกะทิสำเร็จรูป ส่วนมะพร้าวแห้งจะส่งขายให้โรงงานสกัดน้ำมันมะพร้าว นอกจากการซื้อมะพร้าวทั้งผลแล้ว โรงงานบางแห่งซื้อแบบกะเนื่อสดแช่เย็น อายุจะอยู่ได้เพียง 1 วัน มักจะเป็นมะพร้าวที่ผลิตในประเทศ โรงงานแปรรูปที่เป็นผู้สั่งซื้อจะสั่งให้ผู้รวบรวม/ตัวแทนจัดซื้อไปจัดการกะเนื่อสดให้เสร็จและส่งเข้าโรงงานวันต่อวัน

การใช้ประโยชน์จากมะพร้าวของอุตสาหกรรมในระดับกลางน้ำ กล่าวได้ว่า ส่วนแบ่งตลาดหลักอยู่ที่ผลิตภัณฑ์กะทิสำเร็จรูป และรองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์น้ำมันมะพร้าว ซึ่งทั้ง 2 ส่วนแบ่งตลาดนี้กล่าวได้ว่ามีแนวโน้มโดยรวมสูงขึ้น ซึ่งโซ่อุปทานในระดับต้นน้ำ ที่เป็นวัตถุดิบที่ผลิตภายในประเทศไม่สามารถผลิตได้เพียงพอกับความต้องการใช้ในอุตสาหกรรมแปรรูป ประกอบกับมะพร้าวเป็นผลผลิตทางการเกษตรที่มีความชัดเจนของความเป็นฤดูกาล (การให้ผลผลิตในแต่ละเดือนมีความแตกต่างกัน) ผลผลิตต่อไร่อ่อนไหวต่อภัยแล้ง เป็นต้น

ดังนั้นความต้องการวัตถุดิบมะพร้าวที่โซ่อุปทานในระดับกลางน้ำ จึงเป็นตัวกำหนดสำคัญต่อการนำเข้ามะพร้าวจากต่างประเทศ ดังได้กล่าวมาแล้ว คือ จากประเทศในกลุ่ม AEC ได้แก่ อินโดนีเซีย เวียดนาม และฟิลิปปินส์ และนอกกลุ่ม AEC คือ จากอินเดีย

3) โซ่อุปทานปลายน้ำ

ผลจากการดำเนินการของอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการในระดับกลางน้ำ จะส่งผลกระทบต่อระดับปลายน้ำ ดังจะยกตัวอย่างข้อมูลที่แสดงถึงผลกระทบที่ในที่สุดไปถึงผู้บริโภค 2 กรณีตัวอย่าง คือ ตัวอย่างของ ผลิตภัณฑ์กะทิสำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์น้ำมันมะพร้าว

กรณีตัวอย่างที่ 1 ผลิตภัณฑ์กะทิสำเร็จรูป

นายเกรียงศักดิ์ เทพผดุงพร กรรมการผู้จัดการ บริษัท อำพลฟู้ดส์ โพรเซสซึ่งจำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายกะทิสำเร็จรูป "ชาวเกาะ" กล่าวว่า “ปัญหามะพร้าวขาดแคลนและราคาปรับตัวสูงขึ้น 3-4 เท่าตัว ทำให้บริษัทต้องลดกำลังการผลิตถึง 50-60 จากปกติมีมะพร้าวเข้าสู่กระบวนการผลิต 4-5 แสนลูก/วัน ตอนนี้เหลือ 1 แสนลูก/วัน ผลกระทบคือสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ จาก การสำรวจตามซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านสะดวกซื้อในย่านถนนงามวงศ์วาน และประจักษ์ศิลปาคมพบว่า บางแห่งไม่มีกะทิสำเร็จรูปวางจำหน่าย ไม่ว่าจะเป็นชาวเกาะหรืออ้อยยดี บางแห่งก็ปิดป้ายประกาศว่า "สินค้าหมดชั่วคราว" จากการสอบถาม พนักงาน ได้

รับคำชี้แจงว่า สิ้นค้าขาดตลาดมาระยะหนึ่งแล้ว ราคาจะติดตามตลาดสด ขณะนี้ปรับไปถึงกิโลกรัมละ 60 บาท จาก 35-40 บาท ขณะที่เนื้อมะพร้าวราคากิโลกรัมละ 52-53 บาท ส่วนมะพร้าวลูกราคา 29-30 บาท จากเดิมลูกละ 8-10 บาท นอกจากนี้มีน้ำมันมะพร้าวสกัดบริสุทธิ์ที่นำมาใช้ทาผิวและบำรุงเส้นผม ก็ทยอยปรับขึ้นราคาไปแล้ว” (<http://www.biothai.net/news/6583>, 2554)

กรณีตัวอย่างที่ 2 ผลิตภัณฑ์น้ำมันมะพร้าว

นางพัฒนัชดา เลิศสิทธิพันธ์ ประธานวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์สปาสมุนไพร “คุณยาย” จ.ประจวบคีรีขันธ์ ได้เปิดเผยว่า “มีความเดือดร้อนไม่สามารถหาซื้อมะพร้าวได้ หลังจากที่หาทั่วจังหวัดประจวบฯแล้ว ตอนนี้อยากสั่งซื้อไล่ขึ้นมาจากเพชรบุรีจนถึงราชบุรี แต่ราคาก็แพงจนน่าตกใจ จากที่เคยซื้อลูกละ 10 บาท ได้ขยับสูงถึง 30 บาทแล้ว แล้วเชื่อว่าหาซื้อได้ง่ายๆ หาซื้อทองยังง่ายกว่า ออร์เดอร์ที่ลูกค้าสั่งเข้ามาล่วงหน้าขณะนี้มืออยู่ราวหนึ่งล้านบาท แต่จากปัญหามะพร้าวที่ยังขาดแคลนต่อเนื่อง ทำให้ชุมชนฯ ส่งสินค้าได้จำกัด ส่งผลให้ขาดรายได้ แทนที่จะส่งให้ลูกค้าได้ เร็วก็กลับล่าช้าออกไป” (<http://www.biothai.net/news/6583>, 2554)

4.4.4.4 ข้อมูลพื้นฐานด้านการผลิตมะพร้าวของอินโดนีเซีย

ในกรณีการนำเข้าจากอินโดนีเซีย เป็นประเด็นสำคัญของการวิจัยครั้งนี้ ดังนั้นจึงขอนำเสนอข้อมูลพื้นฐานด้านการผลิตมะพร้าวของอินโดนีเซียโดยสรุปดังนี้ คือ

อินโดนีเซียมีพื้นที่และสภาพภูมิอากาศเหมาะกับการปลูกมะพร้าว และมีความต้องการบริโภคภายในประเทศสูงมาก เพราะเป็นพืชที่มีความสำคัญต่อวิถีการบริโภคของคนอินโดนีเซีย คาดว่า ในแต่ละปีอินโดนีเซียมีผลผลิตมะพร้าวมากกว่า 17 ล้านผล

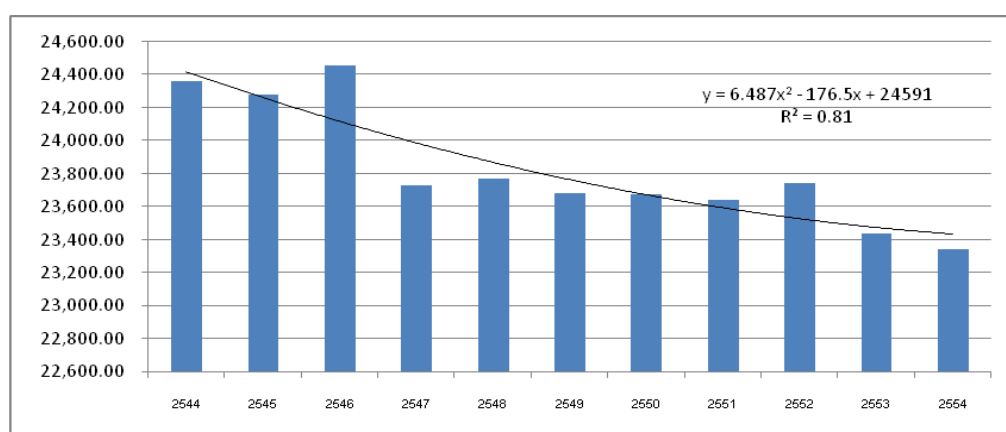
ทั้งนี้การประเมินปริมาณการผลิตมะพร้าวที่แท้จริงของอินโดนีเซียทำได้ยาก แม้แต่ข้อมูลอย่างเป็นทางการของภาครัฐก็เป็นข้อมูลเบื้องต้นเท่านั้น จากการประเมินปริมาณผลผลิตมะพร้าวแก่ของอินโดนีเซีย ของกระทรวงเกษตรแห่งสหรัฐอเมริกา(USDA) ในปี 2554 อินโดนีเซียมีพื้นที่เก็บเกี่ยว 3.735 ล้านเฮกแตร์ (23.34 ล้านไร่) ลดลงจาก 2 ปีที่ผ่านมา ขณะที่ปริมาณผลผลิต 3.465 ล้านตัน USDA คาดว่าปริมาณผลผลิตมะพร้าวของอินโดนีเซียในอีก 1-2 ปีข้างหน้าจะมีแนวโน้มทรงตัวถึงลดลง เนื่องจากพื้นที่เก็บเกี่ยวที่ลดลง เพราะไม่มีการปลูกเพิ่มและขาดการดูแลใส่ปุ๋ยเพื่อบำรุงดินเดิม ในอินโดนีเซียต้นมะพร้าวเหมือนเป็นต้นไม้ประจำครัวเรือนของแต่ละบ้าน ซึ่งจะมีกันบ้านละ 20-50 ต้น ขณะที่เกษตรกรที่ปลูกมะพร้าวแบบเชิงการค้ามีพื้นที่เล็กๆ เพียง 3-5 เฮกแตร์(18-31 ไร่) พื้นที่เพาะปลูกที่สำคัญ ได้แก่ Gorontalo สุลาเวสีเหนือ สุมาตราเหนือ East Java และ Riau (<http://fic.nfi.or.th>) อย่างไรก็ตามข้อมูลจาก Indonesia Oilseeds and Products Annual, Gain Report,

FAS USDA เกี่ยวกับพื้นที่ปลูก และผลผลิตที่เก็บเกี่ยวได้ของมะพร้าวแกงในอินโดนีเซีย ในช่วงปี 2544-2554 พบว่า มีแนวโน้มลดลง โดยพื้นที่ปลูกมีอัตราการลดลงเฉลี่ยร้อยละ 0.42 ต่อปี แต่ผลผลิตรวมยังเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 0.40 ต่อปี และผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 0.57 ต่อปี (ตารางที่ 4.4.10 และภาพที่ 4.4.10 และ 4.4.11)

ตารางที่ 4.4.10 พื้นที่ปลูกมะพร้าวของอินโดนีเซีย ในช่วงปี 2544-2554

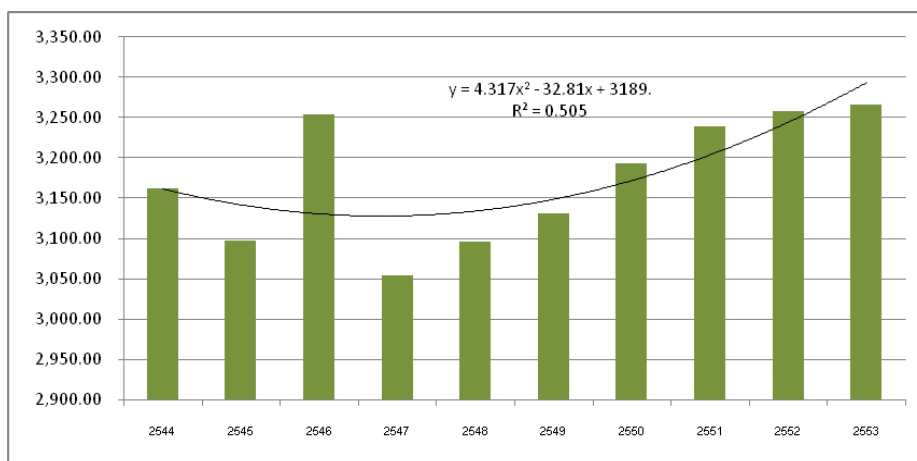
ปี	พื้นที่ปลูก (1,000 ไร่)	ผลผลิต (1,000 ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม/ไร่)
2544	24,359.17	3,163.02	129.85
2545	24,280.94	3,098.50	127.61
2546	24,457.06	3,254.85	133.08
2547	23,731.28	3,054.51	128.71
2548	23,772.59	3,096.85	130.27
2549	23,680.58	3,131.16	132.22
2550	23,674.93	3,193.27	134.88
2551	23,644.21	3,239.67	137.02
2552	23,744.53	3,257.97	137.21
2553	23,437.50	3,266.45	139.37
2554	23,343.75	n.a.	n.a.
อัตราเติบโตเฉลี่ย	- 0.42 %	0.40 %	0.57 %

ที่มา : Indonesia Oilseeds and Products Annual, Gain Report, FAS USDA.



ภาพที่ 4.4.10 แนวโน้มพื้นที่ปลูกมะพร้าวของอินโดนีเซีย ปี 2544-2554

ที่มา : ตารางที่ 4.4.10



ภาพที่ 4.4.11 แนวโน้มผลผลิตมะพร้าวของอินโดนีเซียที่เก็บเกี่ยวได้ ปี 2544-2553

ที่มา : ตารางที่ 4.4.10

การใช้ประโยชน์มะพร้าวในอุตสาหกรรมของอินโดนีเซีย จากแหล่งปลูกในประเทศ พบว่าส่วนใหญ่จะใช้มะพร้าวเพื่อทำเนื้อมะพร้าวแห้ง (copra) คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 43 ของมะพร้าวทั้งหมด ถือเป็นผลผลิตหลักจากมะพร้าว คือ น้ำมันมะพร้าว อีกร้อยละ 21 ใช้บริโภคโดยตรง ร้อยละ 8 ใช้ทำกะทิสำเร็จรูป และที่เหลือร้อยละ 28 ใช้ในอุตสาหกรรมอาหารอื่นๆ ซึ่งคาดว่า การนำมะพร้าวสดมาใช้จะขยายตัวเพิ่มขึ้นในอีก 1-2 ปีข้างหน้า เพราะการขยายตัวของการผลิตกะทิสำเร็จรูป (instant coconut milk) ของผู้ผลิตรายใหญ่ 2 ราย คือ Palau Sambu และ Cocomas ทำให้เกษตรกรขายมะพร้าวสดให้แก่โรงงานมากขึ้น ส่วนที่จะนำไปทำเนื้อมะพร้าวแห้งจะลดลง (<http://fic.nfi.or.th>)

ทั้งนี้ในอินโดนีเซียมี The Palau Sambu Group เป็นผู้ผลิตที่ใหญ่ที่สุดในโลกในอุตสาหกรรมมะพร้าวแบบครบวงจร มี 3 โรงงาน คือ PT Pulau Sambu Kuala Enok, PT Pulau Sambu Guntung และ PT Riau Sakti United Plantations ในระยะแรกสินค้าหลักที่โรงงานผลิตคือ หัวกะทิ (coconut cream) แปรนด์ Kara และเนื้อมะพร้าวอบแห้ง โดยเป็นผู้จัดส่งให้บริษัทผู้ผลิตขนมขบเคี้ยวและช็อกโกแลตที่มีชื่อเสียงทั้งในยุโรป สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ตะวันออกกลาง และจีน จากความสำเร็จของธุรกิจทำให้บริษัทขยายสายการผลิตเนื้อมะพร้าว น้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สำหรับอุตสาหกรรมยา ถ่านจากกะลามะพร้าว น้ำมันมะพร้าวภายใต้แบรนด์ Kara Ases และผลิตภัณฑ์แบบสเปรย์ทราย โดยมี การคาดว่ามีการใช้มะพร้าวถึงปีละ 60 ล้านผล และจากการประเมินการผลิตในแต่ละปีของอินโดนีเซีย ประมาณว่ามีผลผลิตมะพร้าวมากกว่า 17 ล้านผล (<http://fic.nfi.or.th>) ซึ่งน่าจะเป็นผลให้ในอนาคตอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์มะพร้าวของอินโดนีเซียต้องอาศัยความเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ตอบโจทย์ความต้องการใช้ต่อไป

ดังนั้น สภามะพร้าวอินโดนีเซีย ซึ่งก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2551 ได้ยื่นข้อเสนอแก่รัฐบาลอินโดนีเซีย เพื่อขอให้เริ่มโปรแกรมฟื้นฟูมะพร้าวในปี 2554 ซึ่งโปรแกรมนี้อาจเริ่มตั้งแต่การกระจายมะพร้าวพันธุ์ดี การส่งเสริมการเพาะปลูกใหม่ การฟื้นฟูการเพาะปลูก และการสร้างผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มจากมะพร้าว

4.4.5 โซ่อุปทาน กรณีการส่งออกมะพร้าวอ่อนของไทย

1) ลักษณะตลาดผู้บริโภคของอินโดนีเซีย พบว่า มะพร้าวอ่อนนำเข้าไปบริโภคสด และแปรรูปตามเมนูอาหารต่างๆ การรับรู้ของผู้บริโภคในกรณีมะพร้าวอ่อนบริโภคสด ต้องลูกโตๆ ผิวสวย และเป็นมะพร้าวน้ำหอม ขยายให้ผู้บริโภคในตลาดบนที่มีอำนาจซื้อ

2) ลักษณะสินค้าขายที่ต้องการของตลาดอินโดนีเซีย พบว่า ลักษณะของมะพร้าวอ่อนส่งออกที่เรียกว่า Brown coconut เป็นมะพร้าวอ่อนน้ำหอมที่เก็บเกี่ยวผลผลิตที่ให้เนื้อสองชั้น จัดเป็นมะพร้าวอ่อนที่ได้คุณภาพ และน้ำมะพร้าวหอมหวาน โดยการส่งออกผลมะพร้าวสดมี 2 ลักษณะ คือ

(1) แบบกะลา (Polished) มีอายุเก็บรักษาได้ 30 วัน และมีค่าขนส่งเฉลี่ยต่อลูกต่ำกว่า โดยบรรจุลังละ 30-40 ลูก (ภาพที่ 4.4.12) และ

(2) แบบทรงเพชร (Diamond shape หรือเรียกทรงเจดีย์) มีอายุเก็บรักษาได้ 60 วัน และการขนส่งจะบรรจุได้แค่ลังละ 9 หรือ 12 ลูก เป็นรูปทรงที่ผู้บริโภคนิยมบริโภค (ภาพที่ 4.4.13)



(ก) มะพร้าวอ่อนไทย



(ข) มะพร้าวอ่อนเวียดนาม

ภาพที่ 4.4.12 ลักษณะของมะพร้าวอ่อนส่งออก รูปทรงแบบกะลา

ที่มา : (ก) (www.21food.com)

(ข) (www.ecw.com)

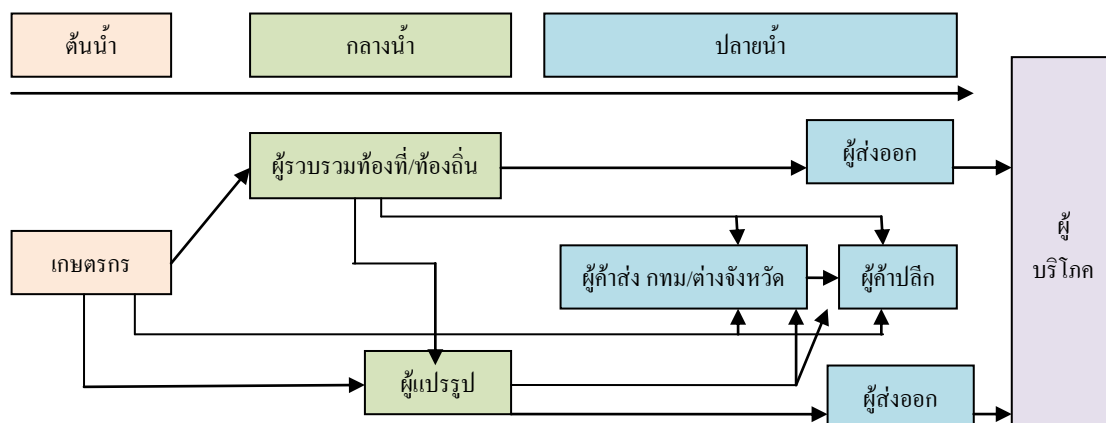


ภาพที่ 4.4.13 ลักษณะของมะพร้าวอ่อนส่งออก รูปทรงแบบทรงเพชร หรือทรงเจดีย์

ที่มา : (thaifoodandtravel.com)

3) ความสัมพันธ์ของโซ่อุปทานต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

ระบบโซ่อุปทานมะพร้าวอ่อนในประเทศไทย โดยรวมแสดงได้ดังภาพที่ 4.4.14



ภาพที่ 4.4.14 ระบบโซ่อุปทานของมะพร้าวอ่อนในประเทศไทยโดยรวม

1) โซ่อุปทานต้นน้ำ

ประเทศไทยปลูกมะพร้าวอ่อนในเชิงเศรษฐกิจ ซึ่งมะพร้าวน้ำหอมของไทย เป็นมะพร้าวที่กลายพันธุ์มาจากมะพร้าวพันธุ์ต้นเตี้ยสีเขียว ที่เรียกว่า หมูสีเขียว จากการทดลองปลูกที่อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม จากมะพร้าวหมูสีเขียวได้กลายพันธุ์เป็นมะพร้าวน้ำหอม ซึ่งเป็นสายพันธุ์เดียวในโลก มีลักษณะเด่น คือ ความหอม และน้ำมีรสชาติดหวาน ทำให้มะพร้าวอ่อนของไทยมีความได้เปรียบจากแหล่งอื่น โดยมีพื้นที่ปลูกที่เหมาะสมอยู่ในภาคกลาง บริเวณจังหวัดนครปฐม สมุทรสาคร ฉะเชิงเทรา ราชบุรี และสมุทรสงคราม ได้มีผู้นำไปปลูกในที่อื่น พบว่า ความหอมจะหายไปหรือมีความหอมลดน้อยลง (<http://variety.teenee.com/foodforbrain/38910.html>)

การจัดการสวนมะพร้าวอ่อน การปลูกใน 1 รอบวัฏจักร (Life cycle) คือ เมื่อปลูกได้ถึงปีที่ 4 เริ่มออกผลผลิตครั้งแรก จนถึงปีที่ 7 ก็จะตัดทิ้งเพื่อปลูกใหม่ ในการให้ผลผลิตโดยปกติมะพร้าวจะออกช่อดอกทุกๆ 20 วัน หลังจากนั้นอีก 6 เดือน ตัดผลลงมาจะได้ผลที่มีเนื้อ 1 ชั้น ระยะนี้เป็นที่ต้องการของตลาดภายในประเทศ ใช้เวลาตัดจากต้นทุก 20 วันครั้ง แต่ถ้าตัดหลังจากช่อดอกออกมาจากกาบหุ้ม 7 เดือน ผลจะมีเนื้อสองชั้น ระยะนี้เหมาะสำหรับนำไปเผาขาย และส่งออก เป็นระยะที่มีความหวานพอเหมาะ เนื้ออ่อนนุ่ม และหนาพอสมควรมีเนื้อเต็มผลพอดี ซึ่งใช้เวลาตัดจากต้น 25 วันต่อครั้ง (สุพจน์ ตั้งจิตพร.2543)

ทั้งนี้ คุณภาพตามที่ตลาดอินโดนีเซียต้องการ คือ มีเนื้อ 2 ชั้น หากตัดมะพร้าวอ่อนอายุน้อย กะลามะพร้าวจะนิ่ม เวลาเจียรขึ้นรูปทรงเพชรจะแตกง่าย ในความเป็นจริง เกษตรกรทราบได้ว่ามะพร้าวที่ตัดมาได้เป็นมะพร้าวที่ได้คุณภาพหรือไม่ เช่น ช้ำ หรือมีอายุผลที่ให้เนื้อสองชั้นหรือไม่ โดยดูจากกายภาพของผลผลิต ซึ่งผู้ทำสวนมะพร้าวที่มีประสบการณ์แล้วดูออกได้ ไม่ต้องนับวันอายุผลก็ได้ เช่น ดูที่สีผิว สีหางหนู เป็นต้น อย่างไรก็ตามวิธีที่นิยมปฏิบัติ คือ การนับอายุผล โดยต้องคำนึงถึงฤดูกาล และแหล่งเพาะปลูกด้วย ที่เป็นปัจจัยทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ (สำนักพิมพ์ส่งเสริมอาชีพธุรกิจ เพชรกระรัต. 2550) อย่างไรก็ตามเกษตรกรบางรายต้องการเงิน หรือแรงงานรับจ้างตัดมะพร้าวตัดอ่อนที่เนื้อยังไม่เป็นสองชั้นมาแล้ว จึงเลยตามเลยเอามาปนขายด้วย

ปัญหาทางด้านการผลิตในโซ่อุปทานระดับต้นน้ำของเกษตรกรผู้ผลิตมะพร้าวอ่อนภายในประเทศ มีดังนี้ คือ

- 1) การทำการผลิตแบบมีสัญญาล่วงหน้ากับเกษตรกรทำได้ยาก เพราะเกษตรกรกลัวเรื่องการทำเอกสาร พอใจที่จะใช้ระบบเชื่อใจกันมากกว่า
- 2) การรวมกลุ่มกันผลิตมะพร้าวอ่อน มีโอกาสค่อนข้างต่ำ เพราะพื้นที่ปลูกมีไม่มาก ผู้ซื้อรายใดให้ราคาดีกว่า เกษตรกรก็ขายให้แล้ว
- 3) ปริมาณผลผลิตมะพร้าวอ่อนจัดการได้ยากมาก เพราะการให้ผลผลิตมีความผันผวนสูง สาเหตุเพราะ

- (1) การดูแลจัดการต้นมะพร้าวของเกษตรกรบางส่วนทำได้ไม่ดี ทำให้ต้นมะพร้าวโทรม และให้ผลผลิตต่อต้นต่ำ ทั้งที่วงจรอายุมะพร้าวยาวนานถึง 25 ปี
- (2) สวนมะพร้าวเดิมที่มีอยู่ มีอายุปลูกมาหลายปี หากเกษตรกรไม่มีการจัดการเพื่อวางแผนในการปลูกทดแทนให้ทันเวลา จะทำให้ผลผลิตขาดช่วงไม่เพียงพอต่อความต้องการในอนาคตได้

(3) ปัญหาจากภัยธรรมชาติต่าง ๆ ได้แก่ ปัญหาน้ำท่วม ปัญหาการระบาดของด้วงมะพร้าวที่ทำให้ต้นมะพร้าวยืนต้นตาย เป็นต้น

(4) ปัญหารอยช้ำบนเปลือกซึ่งเกิดจากการเก็บ และการขนย้ายที่ขาดการจัดการที่ดี อาการช้ำนี้จะเห็นเป็นจุดสีน้ำตาลที่เปลือกขาว ที่สามารถสังเกตเห็นได้ตอนแต่งผล ซึ่งจะปรากฏเป็นรอยดำหนิ และอาจเป็นแหล่งทำให้เกิดโรคได้

(5) การปฏิบัติการหลังเก็บเกี่ยวไม่ถูกวิธี/ไม่เหมาะสม ตั้งแต่อายุการเก็บที่เหมาะสม การใช้สารยับยั้งการเกิดเชื้อรา การใช้ฟิล์มที่เหมาะสมต่อการเก็บรักษาให้ยาวนาน และการเสื่อมคุณภาพของน้ำและเนื้อมะพร้าว (<http://www.nsda.or.th>) ปัญหาที่พบบ่อย คือ กะลาร้าว ซึ่งเป็นความเสียหายที่ไม่สามารถมองเห็นได้จากภายนอก หรือเมื่อแต่งผลแล้วก็ตาม อาจมีผลให้คุณภาพภายในของผลมะพร้าวเสียไป ได้แก่ น้ำเกิดกลิ่นหมัก เหม็นเปรี้ยว หรือเนื้อมะพร้าวเสีย

2) โซ่อุปทานกลางน้ำ

วิธีการซื้อขาย ผู้รวบรวมท้องที่/ท้องถิ่น จะเป็นผู้ติดต่อรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร เนื่องจากมะพร้าวอ่อนสามารถเก็บเกี่ยวได้ตลอดปี และมีระยะเวลาการเก็บเกี่ยวที่แน่นอน เกษตรกรจึงมักขายให้กับผู้รวบรวมเจ้าประจำ โดยการนัดหมายวันที่เก็บผลผลิตล่วงหน้า บางรายมีการตกลงกันด้วยว่าใครจะเป็นผู้เก็บผลผลิต ถ้าเกษตรกรเก็บผลผลิตเอง ผู้รวบรวมก็จะนัดหมายด้านการส่งมอบว่าให้เข้าไปรับผลผลิตที่สวนของเกษตรกร หรือกำหนดสถานที่นัดหมายเพื่อส่งมอบ หรือเกษตรกรไปส่งให้ที่สถานที่ประกอบการของผู้รวบรวม ซึ่งมักจะเป็นล้งคัดแต่งคัดบรรจุ

การซื้อขายโดยปกติผู้รวบรวมจะแจ้งราคามะพร้าวน้ำหอมก่อนตัด 3 วัน ถ้าตกลงกันกับเกษตรกรได้ก็จะตัดมะพร้าวขายให้ ทั้งนี้ เกษตรกรจะยังไม่ตัดขายก็ได้ เพราะมะพร้าวน้ำหอมสามารถเลยกำหนดตัดได้ถึง 10 วัน อย่างไรก็ตามราคามะพร้าวอ่อนจะเคลื่อนไหวตามภาวะตลาด ซึ่งมักจะเป็นช่วง (<http://poonitafarm.blogspot.com>) สามารถแบ่งได้เป็น 3 ช่วง คือ

ช่วงเดือน มกราคม – เมษายน ราคาประมาณ 4-5 บาท/ผล ถือว่ามีราคาปานกลาง

ช่วงเดือน เมษายน – กรกฎาคม ราคาประมาณ 5-6 บาท/ผล ถือว่ามีราคาสูง

ช่วงเดือน กรกฎาคม – ธันวาคม ราคาประมาณ 3.50 บาท/ผล ถือว่ามีราคาต่ำ

มีผู้รวบรวมที่เป็นเจ้าประจำกัน แต่ถ้าเป็นสวนใหญ่ เกษตรกรบางรายจะไม่ผ่านผู้รวบรวม แต่จะนำไปขายโดยตรงกับโรงคัดบรรจุเอง ซึ่งการรวบรวมผลผลิตมีการแข่งขันสูงขึ้น เพราะมีล้งจีน (ไต้หวัน) มาเปิดโรงคัดบรรจุมะพร้าวน้ำหอมที่ดำเนินสะดวก

ผู้รวบรวมมีตลาดมะพร้าวอ่อนอยู่ 2 ตลาดหลัก คือ ตลาดบริเวณภายในประเทศ กับ ตลาดส่งออก เพราะทั้ง 2 ตลาดมีความต้องการคุณภาพที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ในกรณีตลาดในประเทศจะเป็นมะพร้าวอ่อนอายุผลน้อย ลักษณะเนื้อมะพร้าวจะบางและเป็นวันๆ ส่วนคุณภาพส่งออกต้องเป็นมะพร้าวที่มี ลักษณะเนื้อหนา ที่เรียกว่าเนื้อ 2 ชั้น และมีคุณภาพน้ำที่หอมร่อยกว่า

ดังนั้น จึงมีการแข่งขันการรับซื้อค่อนข้างสูง ใน 2 ลักษณะ คือ

ก.แหล่งตลาด แข่งซื้อป้อนเข้าสู่ตลาดในประเทศและส่งออก แต่ทั้ง 2 ตลาดนี้มีความต้องการในคุณภาพมะพร้าวอ่อนต่างกัน

ข.กลุ่มผู้ซื้อ มีทั้งล้งไทย และล้งจีนที่เข้ามาเริ่มธุรกิจแข่งขันจัดหามะพร้าวอ่อน ในพื้นที่เดียวกัน

ปัญหาทางด้านการค้าในโซ่อุปทานระดับกลางน้ำ เกิดขึ้นในกรณีที่ผู้รวบรวมและเกษตรกรไม่มีจริยธรรม จะตัดมะพร้าวที่มีอายุผลไม่ถึงตามกำหนด มาขายโรงคัดบรรจุ เพื่อได้รับเงินเร็วขึ้น และรอบสัณค้าในสวนสั้นลง

3) โซ่อุปทานปลายน้ำ

วิธีการซื้อขาย จะเป็นการค้าแบบขายขาด โดยเมื่อสินค้าถึงเมืองท่าและผู้ซื้อตรวจรับของแล้ว ผู้ซื้อจะโอนเงินค่าสินค้าให้ โดยในการจัดหามะพร้าวอ่อนเพื่อการส่งออก ผู้ส่งออก/โรงคัดบรรจุ นิยมใช้ตัวแทนจัดซื้อทำหน้าที่รวบรวมและคัดคุณภาพให้ เพราะพื้นที่การผลิตมะพร้าวอ่อนมีไม่มาก แหล่งสำคัญกระจุกตัวที่พื้นที่บ้านแพ้ว และดำเนินสะดวก ซึ่งเป็นแหล่งมะพร้าวน้ำหอม (มะพร้าวน้ำหวานไม่นิยมมาทำการค้าโดยเฉพาะการส่งออก เพราะมีรสชาติหวานเกินไป และคุณภาพความหวานไม่สม่ำเสมอ มีความแตกต่างสูง ทำให้ได้ตามมาตรฐานตามความต้องการของผู้ซื้อได้ยาก)

ทั้งนี้ คุณภาพการส่งออกต้องเป็นไปตามมาตรฐาน มก.อช. ตามมาตรฐาน Q ของไทย ซึ่งโรงคัดบรรจุ/ผู้ส่งออก มีความเคร่งครัดต่อคุณภาพสินค้าส่งออกเป็นอย่างยิ่ง เพราะเป็นชื่อเสียงของกิจการที่จะได้รับความไว้วางใจจากผู้ซื้อ ซึ่งเป็นเรื่องอ่อนไหวทางการค้า จะละเลยไม่ได้โดยเด็ดขาด

ในกรณีมะพร้าวอ่อนส่งออกในลักษณะผลทรงเพชร ผู้ส่งออกจะต้องเก็บรักษาสินค้าที่อุณหภูมิ 4 องศาเซลเซียส จะเก็บได้นาน 4 สัปดาห์ แต่ถ้าแต่งผลโดยเอาเปลือกเขียวออกบางส่วน ต้องเก็บรักษาที่อุณหภูมิที่ 10 องศาเซลเซียส เพื่อป้องกันความเสียหายจากความเย็น ทำให้เป็นจุดสีน้ำตาลเล็กๆ กระจายอยู่ทั่วไปตามผลมะพร้าว

คู่แข่งมะพร้าวอ่อนของไทย คือ เวียดนาม และฟิลิปปินส์ แต่คุณภาพมะพร้าวน้ำหอม และการจัดการยังไม่ดีเท่าประเทศไทย และจากการรวบรวมข้อมูลรายชื่อผู้ส่งออกมะพร้าวของไทย โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ (<http://www.dep.thai.go.th/>) พบว่า มีบริษัทผู้ส่งออกมะพร้าวทั้งหมด 30 ราย ดังแสดงในภาคผนวกที่ 2

ปัญหาทางด้านการค้าในโซ่อุปทานระดับปลายทาง มีดังนี้

(1) ในการจัดการสินค้าเพื่อส่งออก พบว่า ถ้ามะพร้าวอ่อนที่ตัดไม่ได้คุณภาพตามอายุผลที่ต้องการ เวลาเจริญทรงผล ลูกจะแตก หรือไปแตกที่ผู้ซื้อในต่างประเทศ เช่น ในกรณี อินโดนีเซีย เมื่อสินค้าถึงท่าเรือจะมีการเปิดตู้คอนเทนเนอร์ หากพบกล่องบรรจุใดเปื่อย เปื่อยถึงระดับกล่องยุบตัว ขึ้นเชื้อรา เนื่องจากผลมะพร้าวอ่อนกะลาแตก ผู้นำเข้าจะแจ้งบริษัทผู้ตรวจสอบ (Inspector) ก็จะทำการเปิดตรวจทุกถัง นอกจากตรวจผลแตกแล้วจะตรวจเปลือกชำและตำหนิต่างๆ ที่พบ ซึ่งโดยปกติจะไม่พบตอนดำเนินการที่โรงคัดบรรจุ ความเสียหายที่พบ ผู้นำเข้าจะแจ้งเรียกร้องการชดเชย (Claim) ค่ากำจัดทิ้ง ค่าใช้จ่ายผู้ตรวจสอบ และความเสียหายอื่นๆ ที่มีรายจ่ายเกิดขึ้น ให้ผู้ส่งออกต้องเป็นผู้รับภาระการชดเชย

(2) การค้าส่งออกกับอินโดนีเซีย มีปัญหาค่อนข้างมากจาก กฎ ระเบียบ ข้อบังคับของรัฐบาลอินโดนีเซีย เช่น การปิดท่าเรือที่จาการ์ต้า ทำให้มีต้นทุนในการเก็บรักษาในท้องถิ่นที่ผู้ส่งออกเป็นผู้รับผิดชอบที่จะต้องนำสินค้าไปขึ้นท่าเรือที่สุราบายา จนกว่าจะมีการตรวจรับสินค้าแล้ว จึงเป็นภาระของผู้นำเข้าอินโดนีเซียต่อไป ซึ่งทำให้เกิดการเสียเวลาในการนำเข้าสินค้า ทำให้ระยะเวลาของอายุสินค้าในช่วงการขายสั้นลง แม้นับจากวันที่ออกจากโรงคัดบรรจุต้นทางที่ไทย จนถึงวันขายได้จะมีอายุเก็บรักษาได้ 60 วันก็ตาม แต่กระบวนการขนส่งทางเรือ การจัดการนำเข้าในอินโดนีเซีย การกระจายสินค้า จนถึงวันที่ขายสินค้าได้ ก็ใช้เวลานานซึ่งมีผลให้ตัวสินค้ามีความเสียหายทางกายภาพได้

ทั้งนี้ข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับมะพร้าวอ่อนไทยในตลาดผู้บริโภคที่อินโดนีเซีย จากการไปสำรวจตลาดที่กรุงจาการ์ต้า ของทีมนักวิจัยเมื่อวันที่ 18-20 มีนาคม 2556 (ภาพที่ 4.4.15) สรุปประเด็นได้ดังนี้ คือ

(ก) ราคามะพร้าวอ่อนไทย 14.950 IDR ต่อลูก (คิดเป็น 65 บาท /ลูก ที่อัตราแลกเปลี่ยน 0.00435 IDR = 1 บาท)

(ข) มะพร้าวอ่อนของไทยมีคุณภาพดี แต่ผู้บริโภคแยกไม่ออกกับของไทยในประเทศ แต่ราคาของมะพร้าวอ่อนในประเทศถูกกว่า

(ค) นอกจากรับประทานมะพร้าวอ่อนแบบสดแล้ว ยังมีผลิตภัณฑ์อื่นมะพร้าวอ่อนบรรจุในผลมะพร้าวทั้งลูก

(ง) ความต้องการบริโภคมีตลอดปี และช่วงที่มีความต้องการบริโภคสูงซึ่งมีผลต่อการค้าส่ง คือ ช่วงถือบวชของผู้นับถือศาสนาอิสลาม



ภาพที่ 4.4.15 การจัดจำหน่ายมะพร้าวอ่อนจากไทยในร้านผลไม้ที่อินโดนีเซีย
ที่มา : จากการสำรวจ

4.4.6 โอกาสและอุปสรรคการค้ามะพร้าวระหว่างไทยและอินโดนีเซีย

1) โอกาสทางการค้าของไทย

(1) ตลาดผู้บริโภคในอินโดนีเซียมีขนาดใหญ่ มีผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อจำนวนมาก อีกทั้งมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการคั้นน้ำมะพร้าวเพื่อสุขภาพมีมากขึ้น

(2) ผู้บริโภคในอินโดนีเซียมีความนิยมและชอบมะพร้าวอ่อนของไทยมาก ถือว่าเป็นสินค้าตลาดบน เพื่อการบริโภคน้ำมะพร้าวสด และเพื่อการนำไปประกอบอาหาร จัดทำเป็นของหวานในภัตตาคารมากขึ้น

(3) ภูมิประเทศของไทยมีความเหมาะสมในการปลูกมะพร้าวอ่อนน้ำหอม ซึ่งสามารถปลูกได้ดีโดยเฉพาะพื้นที่แถวสมุทรสาคร และเป็นประเทศเดียวที่มีมะพร้าวน้ำหอม

2.อุปสรรคทางการค้าของไทย

(1) ปัญหาจากภัยธรรมชาติต่าง ๆ ได้แก่ ปัญหาน้ำท่วม ปัญหาการระบาดของด้วงมะพร้าวที่ทำให้ต้นมะพร้าวยืนต้นตาย เป็นต้น ทำให้การพยากรณ์ปริมาณผลผลิตมะพร้าวอ่อนจัดการได้ยากมาก เพราะการให้ผลผลิตมีความผันผวนสูง

(2) อุปสรรคจากการกีดกันทางการค้าของอินโดนีเซีย

4.4.7 ผลกระทบที่มีต่อโซ่อุปทานการค้ามะพร้าวระหว่างไทยและอินโดนีเซีย

1) ผลกระทบเชิงบวกต่อไทย

กรณีมะพร้าวแก่ ราคาดมะพร้าวแก่ที่เกษตรกรจะได้รับจะสูงขึ้น เนื่องจากความต้องการใช้ในประเทศจากอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์มะพร้าว โดยเฉพาะการผลิตกะทิ และการสกัดน้ำมันมะพร้าวคุณภาพสูงเกรดอุตสาหกรรมยาและเครื่องสำอาง ในขณะเดียวกันความต้องการใช้ของตลาดอินโดนีเซียจะทำให้ผลผลิตมะพร้าวตอบสนองตลาดในประเทศมากขึ้น อย่างไรก็ตามก็ยังต้องพิจารณาแหล่งอุปทานอื่นด้วย โดยเฉพาะจากเวียดนาม

กรณีมะพร้าวอ่อน คาดว่าการนำเข้ามะพร้าวอ่อนผลสดของต่างประเทศ ในอนาคตจะเปลี่ยนเป็นการนำเข้าน้ำมันมะพร้าวกระป๋องมากขึ้น ทำให้ปัญหาเกี่ยวกับการส่งออกมะพร้าวอ่อนผลสดจะลดลง แต่คาดว่า การบริโภคน้ำมันมะพร้าวอ่อนแบบผลสด เป็นรูปแบบ (style) ที่เป็นวัฒนธรรมและความสุนทรีย์ในการบริโภค จะคาดว่าทักษะในการผลิตมะพร้าวอ่อนผลสดของไทย จะทำให้ไทยยังคงมีความได้เปรียบในเชิงการค้าอยู่ต่อไป

2) ผลกระทบเชิงลบต่อไทย พบเฉพาะในกรณีมะพร้าวอ่อน ดังนี้ คือ

(1) การผลิตน้ำมันมะพร้าวกระป๋อง ธุรกิจข้ามชาติ เช่น บริษัทโคล จะเป็นผู้มีความได้เปรียบในธุรกิจมากกว่าคนไทย

(2) การแข่งขันในการจัดหามะพร้าวอ่อนจะสูงขึ้น ระหว่างผู้ประกอบการคนไทย คนจีน และธุรกิจข้ามชาติของชาวตะวันตก เนื่องจากไม่มีการขยายตัวของพื้นที่ผลิต และการจัดการปลูกทดแทนสวนเดิม

4.4.8 ข้อเสนอแนะต่อการค้ามะพร้าวระหว่างไทยและอินโดนีเซีย

1) กรณีการนำเข้ามะพร้าวผลแก่ รัฐบาลไทยควรมีการควบคุมสุขอนามัยของสินค้าเกษตรนำเข้าให้มากขึ้น เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่สะอาดและมีความปลอดภัยต่อการนำไปแปรรูปต่อไป

2) กรณีการส่งออกมะพร้าวอ่อน มะพร้าวอ่อนเป็นผลไม้ไทยที่มีความเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่ยอมรับของชาวอินโดนีเซีย เกษตรกรและผู้ส่งออกควรมีคุณธรรมจริยธรรมในการขายสินค้า เพื่อรักษาชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของประเทศไทย ซึ่งตลาดอินโดนีเซียเป็นตลาดที่มะพร้าวยังสามารถขยายได้อีกในระยะยาว

4.5 ไขอุปทานการค้ามะขามระหว่างไทยและอินโดนีเซีย

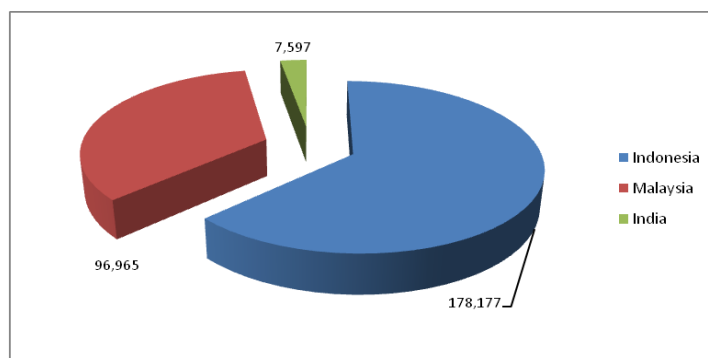
4.5.1 ตลาดการค้ามะขาม ระหว่างไทยกับต่างประเทศ

จากข้อมูลการนำเข้ามะขามของไทยที่รวบรวมโดยกรมศุลกากร (2555) จะเห็นได้ว่า ไทยมีมูลค่าการนำเข้ามะขามที่ไม่ค่อยแน่นอนนัก โดยในปี 2551 มีมูลค่าการนำเข้ามะขามในจำนวนที่มากกว่าปีอื่นๆ โดยนำเข้ามาจากลาวเพียงประเทศเดียว และต่อมาในปี 2552 ก็เริ่มมีการนำเข้ามะขามจากอินโดนีเซียและสเปน ส่วนในปี 2554 ไทยไม่มีการนำเข้ามะขามจากลาว แต่มีมูลค่าการนำเข้ามะขามจากอินโดนีเซียจำนวน 178,177 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 63.02 ของมูลค่าการนำเข้ามะขามทั้งหมด นอกจากนั้นในปี 2554 ยังมีมูลค่าการนำเข้ามะขามจากมาเลเซียและอินเดีย โดยมีมูลค่าการนำเข้า 96,965 และ 7,597 ดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 34.29 และ 2.69 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.5.1 และภาพที่ 4.5.1)

ตารางที่ 4.5.1 มูลค่าการนำเข้ามะขามของไทยจากประเทศต่างๆ ปี 2550- 2554

ประเทศ	ดอลลาร์สหรัฐ					% ส่วนแบ่ง		
	2550	2551	2552	2553	2554	2552	2553	2554
โลก	6,051	508,982	14,065	25	282,738	100.00	100.00	100.00
อินโดนีเซีย	-	-	13,416	-	178,177	95.39	0.00	63.02
มาเลเซีย	-	-	-	-	96,965	0.00	0.00	34.29
อินเดีย	-	-	-	-	7,597	0.00	0.00	2.69
ลาว	6,051	508,982	135	-	-	0.96	0.00	0.00
สเปน	-	-	514	-	-	3.65	0.00	0.00
ชูดาน	-	-	-	25	-	0.00	100.00	0.00

ที่มา : กรมศุลกากร. 2555.



ภาพที่ 4.5.1 สัดส่วนมูลค่าการนำเข้ามะขามของไทยจากประเทศต่างๆ ปี 2554

ที่มา : ตารางที่ 4.5.1

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาข้อมูลจาก Statistics Indonesia (2555, <http://www.bps.go.id/>) พบว่า ในปี 2554 อินโดนีเซียมีมูลค่าการส่งออกมะขามเข้าสู่มาเลเซียมากที่สุด โดยมีมูลค่าเท่ากับ 278,274 ดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 49.79 ของมูลค่าการส่งออกมะขามทั้งหมดของอินโดนีเซียในปี 2554 รองลงมา คือ การส่งออกมะขามเข้าสู่ไทยคิดเป็น 197,509 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 35.34 ของมูลค่าการส่งออกมะขามทั้งหมด นอกจากนั้นก็ยังีมีมูลค่าการส่งออกไปยังอินเดีย ร้อยละ 6.81 เวียดนาม ร้อยละ 6.31 ปากีสถาน ร้อยละ 1.54 และซาอุดีอาระเบีย ร้อยละ 0.20 (ตารางที่ 4.5.2)

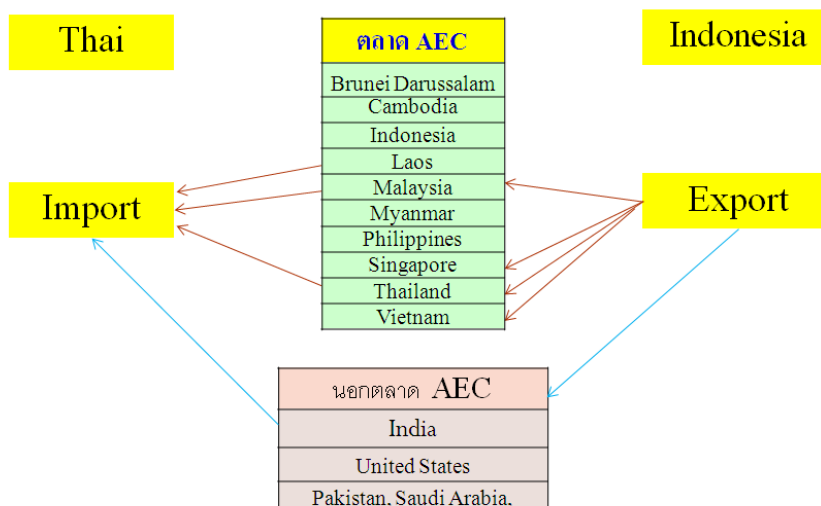
ตารางที่ 4.5.2 มูลค่าการส่งออกมะขามจากอินโดนีเซียไปสู่ประเทศต่างๆ ปี 2552-2554

ประเทศ	ดอลลาร์สหรัฐ			% ส่วนแบ่ง		% การเปลี่ยนแปลง	
	2552	2553	2554	2552	2553	2554	2553/54
รวม	266,979	469,681	558,891	100.00	100.00	100.00	18.99
มาเลเซีย	199,874	383,661	278,274	74.87	81.69	49.79	- 27.47
ไทย	19,450	-	197,509	7.29	0.00	35.34	0.00
อินเดีย	-	-	38,075	0.00	0.00	6.81	0.00
เวียดนาม	19,484	7,900	35,260	7.30	1.68	6.31	346.33
ปากีสถาน	28,150	65,370	8,628	10.54	13.92	1.54	- 86.80
ซาอุดีอาระเบีย	-	3,500	1,145	0.00	0.75	0.20	- 67.29
สิงคโปร์	-	9,250	-	0.00	1.97	0.00	- 100.00
สหรัฐอเมริกา	21	-	-	0.01	0.00	0.00	0.00

ที่มา : Statistics Indonesia. 2555. (<http://www.bps.go.id/>)

จากการศึกษาภาพรวมเส้นทางการนำเข้ามะขามของไทย และเส้นทางการส่งออกของอินโดนีเซีย พบว่าอินโดนีเซียมีการส่งออกมะขามไปยังประเทศในกลุ่ม AEC ซึ่งได้แก่ มาเลเซีย สิงคโปร์ ไทย และเวียดนาม และส่งออกไปยังประเทศที่อยู่นอกกลุ่ม AEC ได้แก่ ปากีสถาน

ซาอุดีอาระเบีย และสหรัฐอเมริกา ในขณะที่เดียวกัน ไทยได้มีการนำเข้ามะขาม จากประเทศที่อยู่ในกลุ่ม AEC ได้แก่ อินโดนีเซีย ลาว และมาเลเซีย และมีการนำเข้าจากประเทศที่อยู่นอกกลุ่ม AEC ได้แก่ อินเดีย ดังแสดงในภาพที่ 4.5.2



ภาพที่ 4.5.2 ตลาดการค้ามะขาม ระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย

4.5.2 โซ่อุปทาน กรณีการส่งออกมะขามหวานของไทย

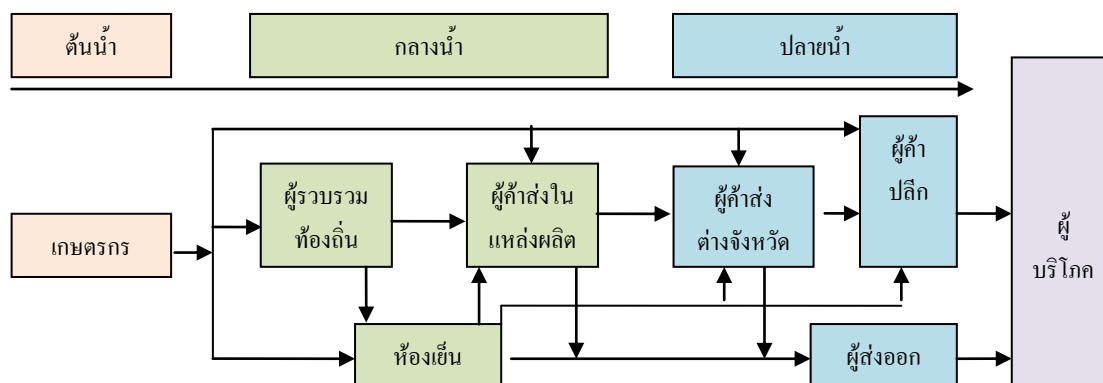


4.5.2.1 ลักษณะตลาดผู้บริโภคของอินโดนีเซีย พบว่า เป็นตลาดที่เน้นที่ราคาเป็นหลัก แม้ว่าผู้บริโภคจะมีความนิยมในมะขามของไทย เนื่องจากคุณภาพดีกว่าของอินโดนีเซีย เพราะสีสวย และมีสิ่งเจือปนน้อย อย่างไรก็ตามราคาของอินโดนีเซียต่ำกว่าของไทยมาก

4.5.2.2 ลักษณะสินค้าขายที่ต้องการของตลาดอินโดนีเซีย พบว่า มะขามหวานจากไทยที่เป็นที่ต้องการ จะเน้นมะขามหวานคุณภาพ และขายในตลาดพรีเมียม หรือตลาดบน

4.5.2.3 ความสัมพันธ์ของโซ่อุปทานต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

ระบบโซ่อุปทานของมะขามหวานในประเทศไทยโดยรวม สามารถสรุปได้ดังภาพที่ 4.5.3



ภาพที่ 4.5.3 ระบบโซ่อุปทานของมะขามหวานในประเทศไทยโดยรวม

1) โซ่อุปทานต้นน้ำ

สายพันธุ์มะขามหวานมีหลายสายพันธุ์ แต่ที่เด่นและเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค ตลาดมีความต้องการ ได้แก่ พันธุ์หมื่น พันธุ์สีทอง พันธุ์ศรีชมพู พันธุ์ขันตี พันธุ์อินทผลัม พันธุ์น้ำผึ้ง พันธุ์ประกายทอง พันธุ์แจ่ม เป็นต้น

ช่วงฤดูกาลที่ผลิตมะขามหวานเริ่มออกสู่ตลาด ตั้งแต่เดือนปลายเดือนพฤศจิกายน-ต้นธันวาคม เป็นช่วงที่จะขายได้ดี เพราะเป็นช่วงเทศกาลปีใหม่ และเทศกาลต่างๆ ซึ่งจะมีการซื้อมะขามหวานให้เป็นของขวัญกัน จึงขายได้ราคาดี แต่ผลผลิตที่ออกมาในช่วงกุมภาพันธ์ถึงมีนาคม ราคาจะลดลงมาก เพราะมีผลผลิตคงค้างในสต็อกมากและผู้ซื้อมีความต้องการลดลง ในการขายมะขามหวานของผู้ปลูก พบว่า มีการกระจายได้ 4 ช่องทาง (กฤตยพร บุญแข็ง, 2543) คือ

- (1) ส่วนใหญ่จะขายผลผลิตให้กับผู้รวบรวมในท้องถิ่น ซึ่งจะมารับซื้อที่สวน โดยผู้รับซื้อบางรายจะมีคนงานเข้ามาเก็บผลผลิตเอง และมักจะเป็นผู้ค้าขาประจำที่มีความคุ้นเคยกัน
- (2) การขายเหมาสวน พบในกลุ่มผู้ปลูกมะขามหวานที่ไม่มีเวลามาดูแลสวนเอง รวมถึงในรายที่ไม่มีเวลา/แรงงานเก็บผลผลิต ก็จะขายเหมาสวนให้ผู้รวบรวมและผู้ค้าส่ง โดยผู้ซื้อจะตีราคา จากการคาดว่าจะเก็บเกี่ยวผลผลิตทั้งสวนได้ประมาณเท่าใด กำหนดราคาแบบกะ ทั้งฝักเล็กและใหญ่
- (3) การขายส่งให้กับผู้ค้าส่งในแหล่งผลิต ห้องเย็น และผู้ค้าส่งต่างจังหวัด เช่น ที่ตลาดไท

(4) การขายปลีก พบว่า มีผู้ปลูกมะขามหวานบางรายมีการขายปลีกเอง ทั้งที่ขายในท้องถิ่น และไปขายตามตลาดนัดในจังหวัดอื่นๆ ที่มีการจัดงานตามเทศกาล เป็นต้น

ปัญหาด้านการผลิตที่ผู้ปลูกมะขามหวานประสบ (วิทยา ไชยปัญญา, 2545) ได้แก่ ปัญหาดังต่อไปนี้

(1) ปัญหาภัยธรรมชาติ ทำให้ผลผลิตต่อไร่ต่ำ และคุณภาพผลผลิตด้อยลง โดยเฉพาะกับต้นมะขามที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป พบว่า ธรรมชาติผลผลิตจะเปลี่ยนไป ทำให้ราคาที่ได้รับจะแตกต่างกันไปด้วย

(2) ปัญหาด้านต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ทั้งค่าปุ๋ยเคมี สารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืช ตลอดจน ค่าแรงงานสูง ที่ต้องใช้แรงงานมากในช่วงเก็บเกี่ยวผลผลิต

2) โซ่อุปทานกลางน้ำ

ผู้รวบรวมในท้องถิ่น จะเป็นผู้รับซื้อมะขามหวานในสัดส่วนที่มาก โดยเมื่อรวบรวมแล้ว จะขายต่อทั้งภายในจังหวัดที่เป็นแหล่งผลิตที่รวบรวมผลผลิตได้ และมีการขนส่งไปให้ผู้ค้าส่งในจังหวัดอื่นๆ ด้วย ซึ่งมีทั้งผู้ค้าจากกรุงเทพ จากภาคเหนือ ภาคตะวันออก ภาคใต้ และภายในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยจะมีผลผลิตที่ส่งเข้ากรุงเทพฯ ที่ตลาดไท และตลาดสี่มุมเมือง ก่อนขายต่อไปให้ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกในจังหวัดต่างๆ ต่อไป

ส่วนการซื้อขายมะขามหวานของกิจการห้องเย็น พบว่าห้องเย็นจะซื้อจากผู้ปลูกมะขามหวานและผู้รวบรวมในท้องถิ่น มาแช่เย็นเพื่อรอการจำหน่าย โดยเฉพาะช่วงเดือนกุมภาพันธ์ และ มีนาคม เป็นช่วงที่ราคามะขามหวานลดลง และผลผลิตเก็บเกี่ยวหมดฤดูกาลแล้ว หลังจากนั้นห้องเย็นก็จะทยอยขายให้กับผู้ค้าส่งในจังหวัดแหล่งผลิต และขายให้ผู้ค้าส่งจังหวัดอื่นๆ ตลอดจนขายให้ผู้ค้าปลีก และมีบางรายที่ทำการค้าปลีกเอง ทั้งนี้กิจการห้องเย็นเข้ามามีบทบาทในธุรกิจนี้ เพราะการเก็บรักษามะขามโดยการอบไอน้ำและการอบแห้ง จะทำให้รสชาติและคุณภาพเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม และเก็บไว้ได้ไม่นาน จึงเกิดการใช้วิธีการเก็บรักษาในอุณหภูมิต่ำโดยนำไปเก็บไว้ในห้องเย็น เป็นวิธีที่สามารถรักษารสชาติและคุณภาพให้ใกล้เคียงกับที่เก็บเกี่ยวมาได้ใหม่ๆ เป็นวิธีที่ทำให้เก็บไว้ได้นาน ช่วยลดความชื้น สามารถฆ่ามอด และทำให้ราหยุดการเจริญเติบโตได้ด้วย

3) โซ่อุปทานปลายน้ำ

การกระจายมะขามหวานในโซ่อุปทานระดับปลายน้ำ มี 2 ช่องทาง คือ การจัดจำหน่ายภายในประเทศ โดยการขายให้ทุกภูมิภาค และการส่งออก

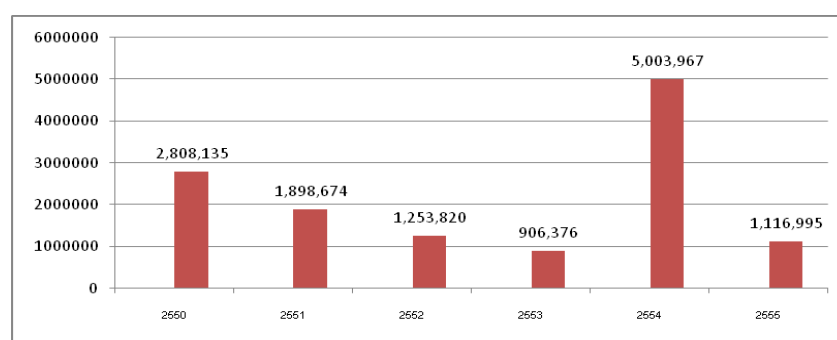
การส่งออกมะขามหวาน ในกรณีการค้าระหว่างไทยและอินโดนีเซีย จากข้อมูลกรมศุลกากร พบว่า มูลค่าการส่งออกมีความไม่แน่นอน (ตารางที่ 4.5.3 และภาพที่ 4.5.4) ขึ้นอยู่กับความต้องการในแต่ละปี ซึ่งผู้นำเข้าอินโดนีเซีย จะทำการสั่งซื้อเมื่อสินค้าในสต็อกใกล้หมด เพื่อลดภาระการเก็บรักษาในห้องเย็น เพราะมะขามหวานเมื่อนำเข้ามาจากไทย จะถูกกระจายไปที่จุดขาย ได้แก่ ซูเปอร์มาร์เกต ร้านผลไม้ เป็นต้น ตามปริมาณที่แต่ละผู้ค้าต้องการ

ตารางที่ 4.5.3 มูลค่าการส่งออกมะขามหวานจากไทยไปอินโดนีเซีย ปี 2550-2555

หน่วย : บาท

HS	2550	2551	2552	2553	2554	2555
0810.9060.000	2,808,135	1,898,674	1,253,820	906,376	5,003,967	1,116,995
% เปลี่ยนแปลง		- 32.39	- 33.96	- 27.71	452.09	- 77.68

ที่มา : กรมศุลกากร



ภาพที่ 4.5.4 มูลค่าการส่งออกมะขามหวานจากไทยไปอินโดนีเซีย ปี 2550-2555

ที่มา : ตารางที่ 4.5.3

จากการรวบรวมข้อมูลรายชื่อผู้ส่งออกมะขามของไทย โดยกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ (<http://www.depthai.go.th/>) พบว่า มีบริษัทผู้ส่งออกมะขามทั้งหมด 33 ราย ภาคผนวกที่ 2

ทั้งนี้ มีข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับมะขามหวานไทยในตลาดผู้บริโภคที่อินโดนีเซีย จากการไปสำรวจตลาดที่กรุงจาการ์ต้า ของทีมนักวิจัยเมื่อวันที่ 18-20 มีนาคม 2556 (ภาพที่ 4.5.5) สรุปประเด็นได้ดังนี้ คือ

1. มะขามหวานจากผู้นำเข้า ผ่านผู้กระจายสินค้าไปยังตลาดซูเปอร์มาร์เกต
2. มะขามหวานมีการบริโภคทั้งปี นำเข้าจากไทย กระจายวางขายปลีกทั่วไป ทั้งซูเปอร์มาร์เกต และร้านผลไม้ เมื่อสินค้าใกล้หมด ก็จะทำการสั่งซื้อรอบใหม่จากผู้ส่งออกที่

ติดต่อกันในลักษณะช่วงยาว (long term) จากการสำรวจพบว่ามะขามหวานขายได้เรื่อยๆ ตลอดปี มีหลายตราสินค้า ผู้ขายจึงเน้นที่คุณภาพ



ภาพที่ 4.5.5 มะขามหวานของไทยที่วางขายในร้านผลไม้ที่อินโดนีเซีย
ที่มา : จากการสำรวจ

4.5.3 โซอุปทาน กรณีการส่งออกและนำเข้ามะขามเปรี้ยวของไทย



4.5.3.1 ลักษณะตลาดมะขามเปรี้ยวของไทยและอินโดนีเซีย พบว่า อินโดนีเซียพอใจในคุณภาพมะขามเปรี้ยวของไทย เพราะของไทยมีคุณภาพดีกว่า แต่ราคาของอินโดนีเซียต่ำกว่าของไทยมาก จึงทำให้การนำเข้าของอินโดนีเซียจะนำเข้าเฉพาะช่วงที่ผลผลิตในประเทศไทยมีไม่เพียงพอความต้องการ ตลาดมะขามเปรี้ยวของอินโดนีเซีย จึงเป็นตลาดทางเลือกของผู้ซื้อ เพราะเมื่อผลผลิตในประเทศไทยไม่เพียงพอ อินโดนีเซียสามารถเลือกที่จะซื้อจากมาเลเซีย เมียนมาร์ อินเดีย ฟิลิปปินส์ เป็นต้น

ด้วยเหตุผลในทำนองเดียวกัน ตลาดมะขามเปรี้ยวของไทย จะนำเข้าจากอินโดนีเซีย เมื่อผลผลิตในประเทศมีน้อย และราคาสูง ซึ่งตลาดของไทยไม่ได้มีความต้องการเพื่อการบริโภค

ภายในประเทศในลักษณะของความต้องการเพื่อการประกอบอาหารเท่านั้น แต่เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการแปรรูปส่งขายไปยังตลาดตะวันออกกลาง ซึ่งมีความต้องการสูง จึงทำให้ต้องนำเข้าจากประเทศต่างๆ ทั้งอินโดนีเซีย ลาว เมียนมาร์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับราคาแหล่งใดถูกกว่า อย่างไรก็ตาม มะขามเปรี้ยวของไทยเป็นที่ทราบกันว่า มีคุณภาพดี และราคาสูง

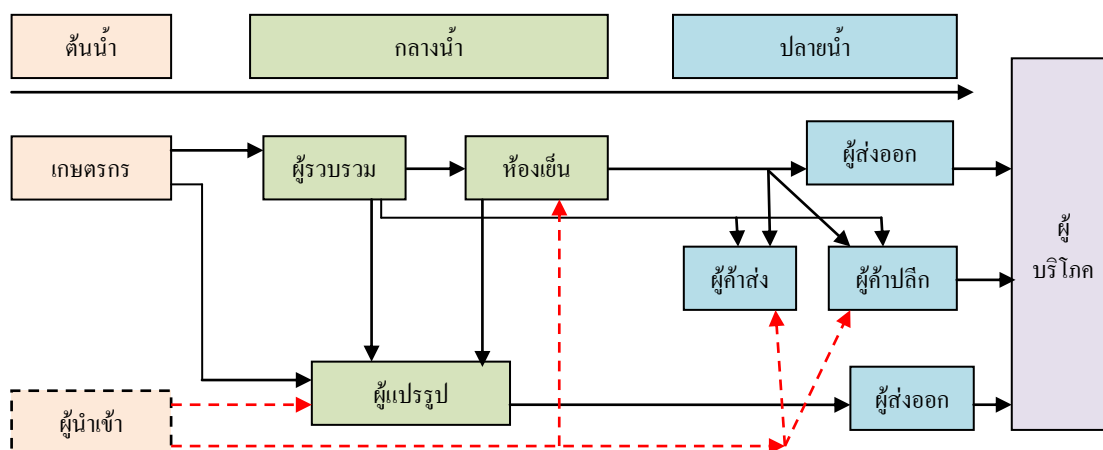
4.5.3.2 ลักษณะสินค้าขายที่ต้องการของไทยและอินโดนีเซีย พบว่า อินโดนีเซีย ชื้อมะขามเปรี้ยวโดยเน้นราคาถูกเป็นหลัก และต้องการมะขามเนื้อเมล็ด บรรจุน้อยๆ ละ 10 กิโลกรัม ลักษณะมะขามส่งออก ต้องสีสวย โดยมีสีแบบสีทอง หรือออกสีแดง คุณภาพเนื้อแห้ง และสะอาดไม่มีสิ่งเจือปน

ส่วนลักษณะมะขามเปรี้ยวที่ค้าในไทย มี 3 ลักษณะด้วยกัน คือ

- (1) เนื้อเมล็ด: มะขามที่ไม่มีเปลือก ไม่มีสาหร่าย มีแค่เนื้อ และเมล็ด
- (2) เนื้อก้าน: มะขามที่ส่วนมากขายในประเทศ มีลักษณะมีเนื้อติดกับสาหร่าย
- (3) เนื้อรูดหรือเนื้อล้วน: มะขามที่มีแค่เนื้อ ไม่มีสาหร่าย ไม่มีเมล็ด

4.5.3.3 ความสัมพันธ์ของโซ่อุปทานต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

ระบบโซ่อุปทานของมะขามเปรี้ยวในประเทศไทยโดยรวม สามารถสรุปได้ดังภาพที่ 4.5.6



ภาพที่ 4.5.6 ระบบโซ่อุปทานของมะขามเปรี้ยวในประเทศไทยโดยรวม

1) โซ่อุปทานต้นน้ำ

ต้นน้ำของมะขามเปรี้ยว พบว่า มาจาก 2 แหล่ง คือ ผลผลิตจากการเก็บเกี่ยวในประเทศ และการนำเข้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะจากประเทศเพื่อนบ้านเมื่อราคาในประเทศสูง

มะขามเปรี้ยวส่วนมากในประเทศไทยไม่มีการปลูกอะไร แต่เป็นการปลูกตามหัวไร่ ปลายนา เป็นต้นมะขามเก่าแก่ เมื่อฝักมะขามแก่ ในช่วงเดือนมกราคม ซึ่งผลผลิตมีให้เก็บเกี่ยวไปถึง เดือนพฤษภาคม เกษตรกรที่มีอาชีพหลักอื่นอยู่ หากมะขามเปรี้ยวมีผู้รวบรวมมาส่งสินค้า ก็จะระดม แรงงานมาเก็บฝักมะขาม โดยใช้ไม้ยาวๆ ตีกิ่งให้ฝักแก่ตกลงมาบนผ้าพลาสติกที่ปลูกรองใต้ต้น แล้ว ล้อมวงช่วยกันแกะ ตามที่มีคำสั่งซื้อมา แต่ถ้าได้ราคาไม่ดี ก็จะไม่เก็บและแกะมะขาม จะปล่อยให้ร่วง ไปได้ มะขามที่เก็บเกี่ยวได้เมื่อแกะฝักตามลักษณะที่สั่งซื้อเป็นการแปรรูปขึ้นต้นเป็นมะขามเนื้อเมล็ด เนื้อก้าน หรือเนื้อรูด ขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของแต่ละหมู่บ้าน และตามคำสั่งซื้อ ปัจจุบันมี การส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกมะขามเปรี้ยวพันธุ์กระดานซึ่งมีฝักใหญ่ ปลูกเป็นไร่ เชิงการค้า แต่ยังไม่ แพร่หลายมากนัก และส่วนมากจะนำไปทำเป็นมะขามแช่อิ่มมากกว่าที่จะนำมาทำมะขามเปรี้ยว

ปัญหาในส่วนของการผลิตมะขามเปรี้ยว คือ การปลูกตามหัวไร่ ปลายนาไม่กีดัน และ ผลิตมะขามเปรี้ยวแกะเปลือกเป็นอาชีพเสริม จึงไม่อยู่ในข่ายที่จะขอ GAP ได้ ตามเงื่อนไขเกษตรกร ต้องปลูกตั้งแต่ 15 ต้นขึ้นไปสามารถขอรับรอง GAP ได้ ทำให้การส่งออกไปอินโดนีเซีย จะคิด เงื่อนไขในประเด็นนี้ นอกจากนี้ วิธีการแกะหรือแปรรูปเบื้องต้น ดังที่เกษตรกรดำเนินการกันอยู่ ก็จะ คิดเงื่อนไขด้านสุขอนามัยด้วย และพบว่า มีเกษตรกรบางรายไม่ซื้อสตั๊ดมีการเจือปน เช่น ยัดไส้ด้วย สิ่งเจือปนต่างๆ ทั้งเมล็ดมะขาม เศษไม้ และอื่นๆ

ส่วนมะขามเปรี้ยวมีการนำเข้า จากอินโดนีเซีย ลาว มาเลเซีย และที่ไม่ปรากฏปริมาณที่ แน่นนอนจากเมียนมาร์ กัมพูชา และเวียดนาม ทั้งนี้มะขามเปรี้ยวที่มีการนำเข้าจะกระจายไปที่ผู้แปรรูป ห้องเย็น ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีก กรณีโรงงานแปรรูปจะแปรรูปเพื่อการส่งออก และเป็นส่วนผสมของ อุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น น้ำจิ้ม เป็นต้น ส่วนช่องทางอื่น พบว่ามีการนำไปผสมกับมะขามเปรี้ยวของ ไทยเพื่อลดต้นทุนของราคามะขามเปรี้ยวไทยที่คุณภาพดีแต่ราคาสูง ทั้งนี้ส่วนหนึ่งใช้ในการบริโภค ในประเทศ และอีกส่วนหนึ่งส่งออก

2) โซ่อุปทานกลางน้ำ

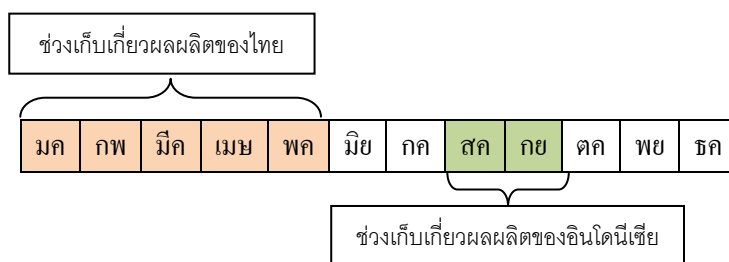
ผู้รวบรวมรายย่อยในแหล่งผลิต และพ่อค้าขาย จะรับซื้อมะขามเปรี้ยวจากเกษตรกร และนำไปขายต่อให้แก่ผู้รวบรวมรายใหญ่ในจังหวัด มีทั้งที่มีและไม่มีห้องเย็นเป็นของตนเอง ความ จำเป็นที่ต้องเก็บในห้องเย็น เพราะมะขามมีการตอบสนองต่ออุณหภูมิภายนอก ทำให้สีเปลี่ยน และ คุณภาพลดลง จากมอดแมลงและเชื้อรา ซึ่งต้นทุนในการเก็บสินค้าในห้องเย็นเฉลี่ยต่อเดือน 0.50 บาท/กิโลกรัม โดยจะต้องเก็บสินค้าไว้ขายตลอดช่วงนอกฤดูจนกว่าถึงรอบเก็บเกี่ยวใหม่ในปีถัดไป ช่วงระยะเวลาที่มะขามมีคุณภาพดี คือ ช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม เพราะเป็นช่วงผลผลิตรุ่นใหม่ ออกมามาก

ปัญหาที่พบ คือ ปัญหาการปนเปื้อนเพื่อให้ได้น้ำหนักอีกทั้งเป็นการลดต้นทุนสินค้าต่อหน่วยที่ซื้อลงด้วย และมีการจัดการที่ไม่สะอาด ทั้งในระดับการจัดการหลังเก็บเกี่ยวระดับไร่นา และที่ห้องเย็น/ผู้รวบรวม ทั้งนี้มีความผันผวนของตลาดและราคามาก เพราะผู้เกี่ยวข้องขาดข้อมูลด้านการผลิตและการตลาดเพื่อช่วยในการวางแผน โดยผู้รวบรวมหรือห้องเย็นไม่ทราบข้อมูลว่ามะขามของตนถูกส่งต่อไปที่ไหน และการสำรวจอย่างเป็นทางการเป็นไปได้ยาก

3) โซ่อุปทานปลายน้ำ

วิธีการค้ามะขามเปรี้ยว กรณีไทยส่งออก วิธีการค้าขยมะขามเปรี้ยวจากไทยไปอินโดนีเซียเป็นลักษณะขายขาด โดยทางอินโดนีเซียจะติดต่อมาทางผู้ส่งออกของไทยเพื่อถามราคา เมื่อผู้ส่งออกไทยเสนอราคาไปแล้วจะมีการต่อรองราคากัน เมื่อได้ราคาเป็นที่พอใจทางผู้นำเข้าจะระบุปริมาณที่ต้องการ และให้ผู้ส่งออกของไทยส่งสินค้าไปให้

คู่แข่งของมะขามไทย กรณีการค้ากับอินโดนีเซีย พบว่าที่ควรพิจารณาก็คือ อินโดนีเซียเอง เพราะมีการผลิตได้เองในประเทศ การซื้อจากไทยจะดำเนินการเฉพาะช่วงที่สินค้าในประเทศมีไม่พอในสต็อก อย่างไรก็ตามช่วงเก็บเกี่ยวผลผลิตในฤดูกาลของไทยและอินโดนีเซียอยู่คนละช่วงเวลากัน ซึ่งช่วงที่ไทยเก็บเกี่ยวผลผลิตเป็นช่วงที่มะขามเปรี้ยวในสต็อกห้องเย็นของอินโดนีเซียลดลงด้วย อย่างไรก็ตามราคามะขามเปรี้ยวของไทยสูง แม้มีคุณภาพสูงก็ตาม จึงจะเป็นตลาดทางเลือกของอินโดนีเซียเท่านั้น



ภาพที่ 4.5.7 ช่วงเวลาการเก็บเกี่ยวมะขามเปรี้ยวของไทยและอินโดนีเซีย

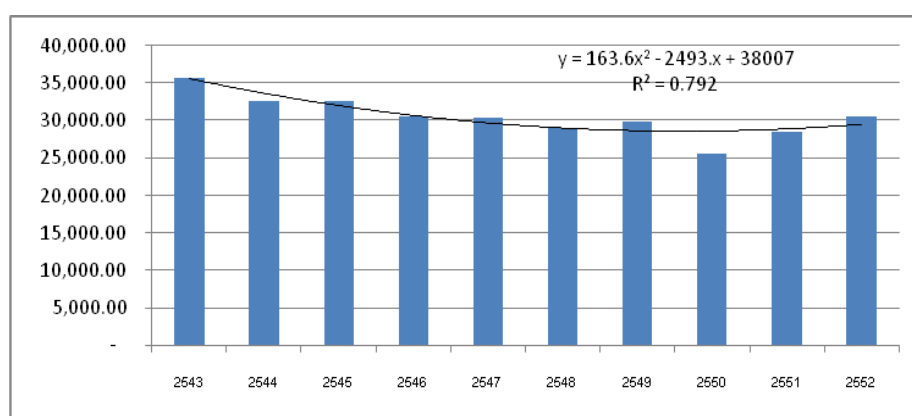
ที่มา : จากการสำรวจ

พื้นที่ปลูกมะขามของอินโดนีเซีย ปี 2552 มีประมาณ 30,668.75 ไร่ (ประมาณ 4,907 เฮกเตอร์) ผลผลิตรวม 4,343 ตัน และผลผลิตต่อไร่เฉลี่ย 141.61 กิโลกรัม พบว่า ในช่วงปี 2543-2552 พื้นที่ปลูก ผลผลิตรวม และผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่มีอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 1.42, 6.04 และ 4.43 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.5.4 และภาพที่ 4.5.8 และ 4.5.9) แต่ทว่าแนวโน้มการส่งออกกลับพบว่ามีแนวโน้มมูลค่าเพิ่มมากขึ้น แต่ปริมาณส่งออกลดลง ในขณะที่การนำเข้ามีความไม่แน่นอนสูงมาก (ตารางที่ 4.5.5 และภาพที่ 4.5.10 และ 4.5.11)

ตารางที่ 4.5.4 พื้นที่ปลูก ผลผลิต และผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ของมะขามในอินโดนีเซีย ปี 2543-2552

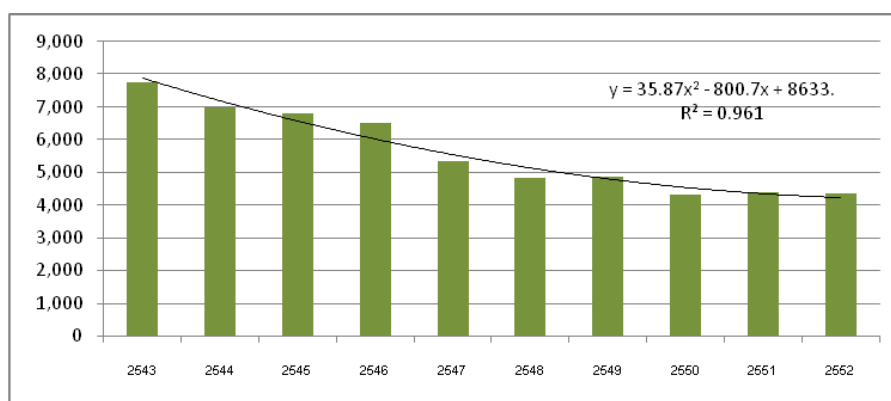
ปี	พื้นที่ปลูก (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก./ไร่)
2543	35,806.25	7,763	216.81
2544	32,662.50	6,980	213.70
2545	32,693.75	6,810	208.30
2546	30,612.50	6,511	212.69
2547	30,412.50	5,338	175.52
2548	29,100.00	4,820	165.64
2549	29,906.25	4,862	162.57
2550	25,625.00	4,309	168.16
2551	28,481.25	4,373	153.54
2552	30,668.75	4,343	141.61
อัตราเติบโตเฉลี่ย/ปี	- 1.42	- 6.04	- 4.43

ที่มา : Statistics Indonesia



ภาพที่ 4.5.8 แนวโน้มพื้นที่ปลูกมะขามในอินโดนีเซีย ปี 2543-2552

ที่มา : ตารางที่ 4.5.4



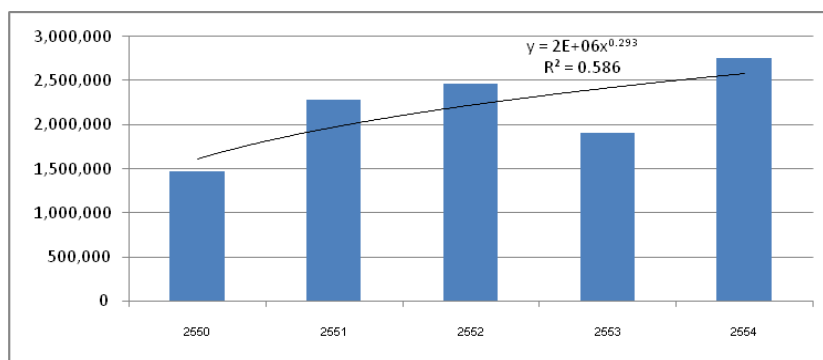
ภาพที่ 4.5.9 แนวโน้มผลผลิตมะขามในอินโดนีเซีย ปี 2543-2552

ที่มา : ตารางที่ 4.5.4

ตารางที่ 4.5.5 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกและการนำเข้ามะขามรหัส 0813402000 ของอินโดนีเซีย ปี 2550-2554

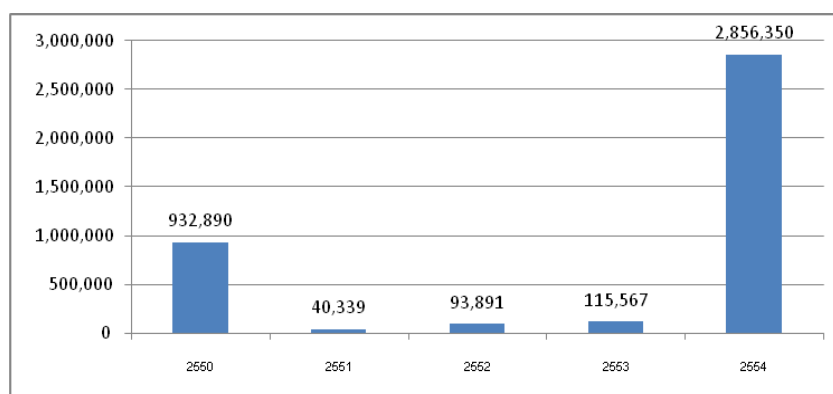
ปี	การส่งออก		การนำเข้า	
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ดอลลาร์สหรัฐ)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ดอลลาร์สหรัฐ)
2550	9,742.48	1,481,299	2,647.64	932,890
2551	10,630.26	2,281,456	48.49	40,339
2552	11,502.00	2,471,286	117.16	93,891
2553	7,959.52	1,916,244	183.62	115,567
2554	3,274.10	2,756,958	6,473.07	2,856,350
อัตราเติบโตเฉลี่ย/ปี	-18.09	20.94	881.36	607.94

ที่มา : Statistics Indonesia. 2555.



ภาพที่ 4.5.10 แนวโน้มมูลค่าการส่งออกมะขามรหัส 0813402000 ของอินโดนีเซีย ปี 2550-2554

ที่มา : ตารางที่ 4.5.5



ภาพที่ 4.5.11 แนวโน้มมูลค่าการนำเข้ามะขามรหัส 0813402000 ของอินโดนีเซีย ปี 2550-2554

ที่มา : ตารางที่ 4.5.5

4.5.4 โอกาสและอุปสรรคการค้ามะขามระหว่างไทยและอินโดนีเซีย

1) โอกาสทางการค้าของไทย

กรณีมะขามหวาน เป็นสินค้าที่มีความต้องการบริโภคตลอดปีของตลาดอินโดนีเซีย และคุณภาพ ตลอดจนรสชาติเป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภค

กรณีมะขามเปรี้ยว เป็นสินค้าในความต้องการของผู้บริโภคตลาดอินโดนีเซีย เพื่อการบริโภคและแปรรูป ซึ่งไทยมีโอกาสดีจากความพร้อมด้านอุปทานจากลักษณะธรรมชาติ คือ เป็นมะขามต้นเก่าดั้งเดิม มีความแข็งแรงและให้ผลผลิตมาก และมีห้องเย็นที่ทำการรวบรวมมะขามจำนวนมากทำให้มีมะขามจำหน่ายในช่วงนอกฤดูที่มะขามน้อย อีกทั้งคุณภาพมะขามของไทยยังมีคุณภาพดี

2) อุปสรรคทางการค้าของไทย

(1) ผู้บริโภคอินโดนีเซียยังบริโภคมะขามหวานจากไทยไม่เยอะ เพราะต้องมีการลงทะเบียนสินค้าอย่างชัดเจน และการนำเข้าไม่ง่าย เหมือนทุเรียน ลำไย ซึ่งลักษณะของมะขามถ้าไม่มีการอบต้องเก็บไว้ในห้องเย็น ดังนั้นจึงต้องเสียค่าต้นทุนค่าเก็บรักษา เมื่อสินค้าหมดจึงจะมีการสั่งเพิ่มเพื่อลดค่าเก็บรักษาของทางอินโดนีเซีย แต่ทางประเทศไทยเป็นคนเสียค่าเก็บรักษาเพื่อให้มีสินค้ามาเมื่อมีรายการสั่งเข้ามา

(2) ราคามะขามเปรี้ยวของอินโดนีเซียเอง รวมทั้งประเทศคู่แข่งเช่น ลาว อินเดีย เมียนมาร์ ต่ำกว่าราคามะขามของไทยอย่างชัดเจน แต่คุณภาพของไทยดีกว่า

(3) ข้อกำหนดในเรื่อง GAP ของรัฐบาลอินโดนีเซีย จะเป็นปัญหากับการส่งออกมะขามเปรี้ยวของไทยอย่างมาก เนื่องจากมะขามเปรี้ยวไม่มีการปลูกยกแปลง ดังนั้นการทำ GAP สามารถทำได้ยาก

4.5.5 ผลกระทบที่มีต่อโซ่อุปทานการค้ามะขามระหว่างไทยและอินโดนีเซีย

1) ผลกระทบเชิงบวกต่อไทย พบว่า จะทำให้ภาครัฐต้องตระหนักมากขึ้นถึงการตอบโจทย์ปัญหาการจัดทำ GAP ให้กับเกษตรกร ในกรณีของพืชที่ปลูกแซม/เสริม ในพื้นที่ที่ปลูกพืชหลัก เช่นกรณีมะขามเปรี้ยว เพื่อที่จะได้จัดทำระบบ GAP ให้กับพืชกลุ่มที่มีลักษณะนี้ และเป็นกลุ่มที่มีโอกาสในการส่งออก

2) ผลกระทบเชิงลบต่อไทย

(1) จากการที่มีการปลอมปนมะขามเปรี้ยวคุณภาพสูงของไทย ด้วยมะขามเปรี้ยวคุณภาพต่ำจากการนำเข้าโดยเปิดเผย/ไม่เปิดเผยจากประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้น จะทำให้คุณภาพโดยรวมของไทยต่ำลง และในที่สุดจะทำการทำร้ายความเชื่อถือได้ในคุณภาพสินค้าไทย ให้เกิดการเสียตลาด เพียงแค่ผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานบางราย ขาดความซื่อสัตย์และต้องการลดต้นทุนให้สามารถแข่งขันทางการตลาดได้หรือทำกำไรให้สูงขึ้น แทนที่จะรักษาความเป็นตลาดพรีเมียม/ตลาดบน ของสินค้าที่เป็นที่ยอมรับด้านคุณภาพที่ดีของไทยเอาไว้

(2) แนวโน้มที่รัฐบาลอินโดนีเซีย จะใช้มาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี มีมากขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องของการใช้เงื่อนไข GAP กับสินค้าเกษตรนำเข้า ซึ่งกรณีมะขามเปรี้ยวของไทย การได้รับรอง GAP เป็นเรื่องที่ทำได้ยาก

4.5.6 ข้อเสนอแนะต่อการค้ามะขามระหว่างไทยและอินโดนีเซีย

1) ผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน จะต้องร่วมมือกันในการรักษาชื่อเสียงความมีคุณภาพสินค้า ทั้งกรณีมะขามหวาน และมะขามเปรี้ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปลอมปนด้วยสิ่งอื่น ตลอดจนการนำมะขามคุณภาพต่ำมาปน เพื่อลดต้นทุนต่อหน่วยลง

2) ภาครัฐต้องทำได้สินค้าเกษตร กรณีมะขาม เข้าสู่มาตรฐานทั้งด้าน GAP และ GMP โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออก

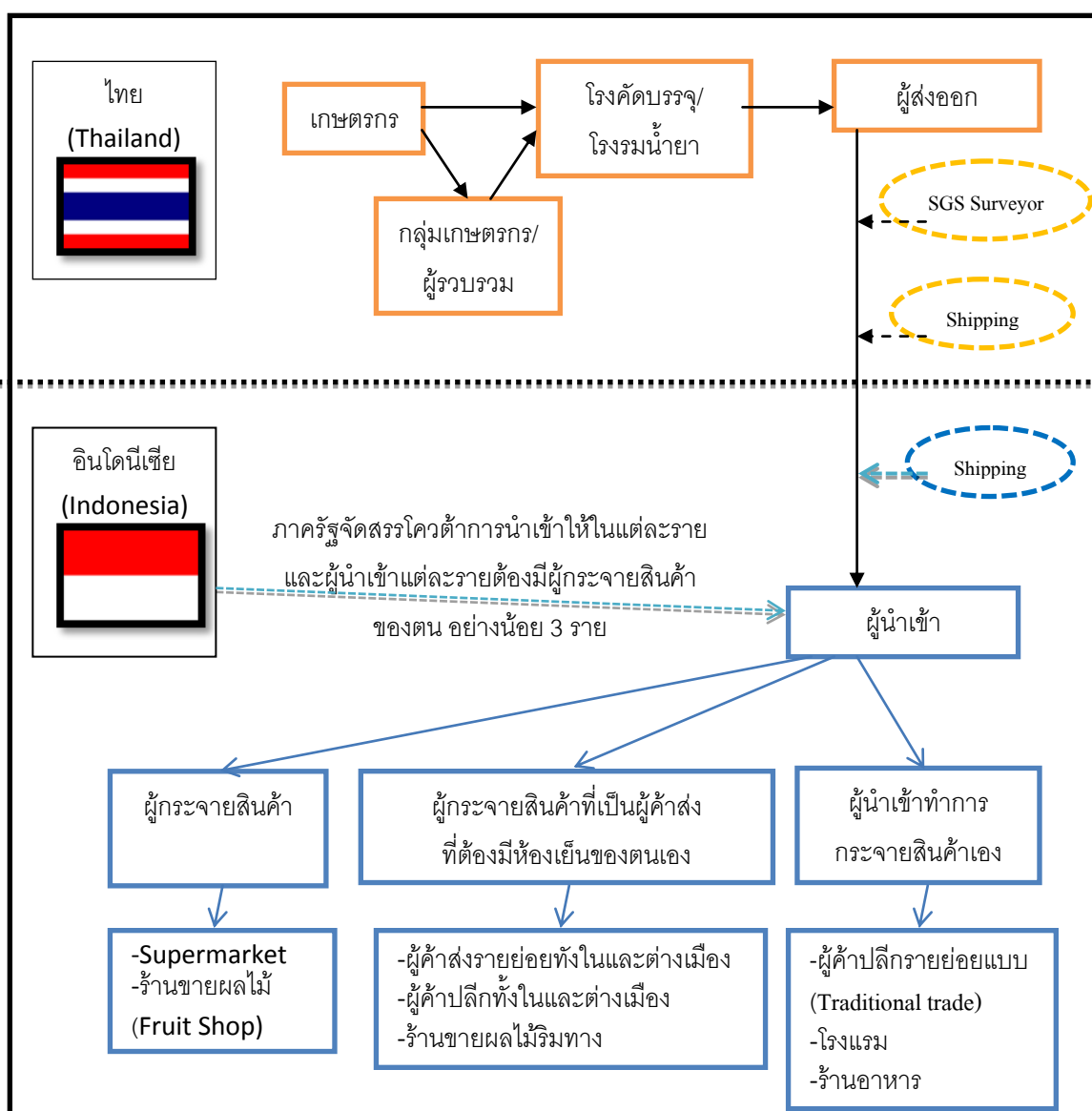
4.6 ภาพรวมของโซ่อุปทานการค้าลำไยและทุเรียนสดระหว่างไทยและอินโดนีเซีย

ในการศึกษานี้ ทีมนักวิจัยได้เดินทางไปสำรวจข้อมูลที่กรุงจาการ์ตา อินโดนีเซีย ระหว่างวันที่ 18-20 มีนาคม 2556 และพบว่า สินค้าเป้าหมายที่ศึกษามีความชัดเจนในการวางขอบเขตที่ “ลำไยและทุเรียนสด” จึงสัมภาษณ์เจาะลึกในสินค้าทั้ง 2 ชนิดนี้ และประมวลผลสรุปเสนอโซ่อุปทานลำไยและทุเรียนสดจากประเทศไทยสู่ประเทศอินโดนีเซีย

ภาพรวมของโซ่อุปทานลำไยและทุเรียนสดจากประเทศไทยสู่ประเทศอินโดนีเซีย เริ่มตั้งแต่เกษตรกรผู้ปลูก ไปสู่ผู้รวบรวม โรงคัดบรรจุ/โรงรม ผู้ส่งออกของไทย ผู้นำเข้าในประเทศอินโดนีเซีย ช่องทางกระจายสินค้าต่าง ๆ จนถึงผู้บริโภค (ภาพที่ 4.6.1) สภาพการณ์และปัญหาในแต่ละระดับของโซ่อุปทานเป็นดังนี้

4.6.1 โซ่อุปทานต้นน้ำการค้าผลไม้และทุเรียนสดระหว่างไทยและอินโดนีเซีย

ในระดับต้นน้ำนั้นพบว่าการแข่งขันในการรวบรวมผลไม้สูงมาก การซื้อผลไม้จากเกษตรกรโดยมากจะทำการเหมาทั้งสวน และมีการจองสวนก่อนที่ผลไม้จะออกทั้งทุเรียนและลำไย ทั้งนี้เนื่องจากการเข้ามาของผู้รวบรวม/ล้งชาวจีนที่มีเงินทุนมาก เพื่อทำการรวบรวมผลไม้ส่งไปยังประเทศจีน เมื่อผลไม้สุกได้ระดับที่ต้องการแล้ว ผู้รวบรวมจะทำการตัดและคัดเกรดเบื้องต้นในสวน หลังจากนั้นจะนำมาขายที่โรงบรรจุ/โรงรม สำหรับเกษตรกรรายใหญ่โดยมากจะส่งให้กับโรงบรรจุ/โรงรมโดยตรง ในประเด็นเกี่ยวกับระดับความสุกของผลไม้จะถูกกำหนดโดยผู้ส่งออกว่าต้องการระดับความสุกที่เท่าไร ซึ่งระดับความสุกที่ผู้ส่งออกแต่ละรายจะไม่เท่ากัน แต่โดยทั่วไปจะอยู่ที่ประมาณร้อยละ 70-80



ภาพที่ 4.6.1 โซ่อุปทานผลไม้จากประเทศไทยสู่ประเทศอินโดนีเซีย : กรณีลำไยและทุเรียน
ที่มา: จากการสำรวจ

ปัญหาที่พบในระดับต้นน้ำสำหรับทุเรียน คือ การตัดทุเรียนอ่อนเพื่อทำการส่งออกในช่วงต้นฤดู ส่งผลทำให้ราคาของทุเรียนตกต่ำลงในช่วงเวลาต่อมา นอกจากนี้ยังพบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีใบรับรองการปฏิบัติทางเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practice: GAP) เนื่องจากไม่ตระหนักถึงความสำคัญ และหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องมีข้อจำกัดในเรื่องของจำนวนบุคลากรที่รับผิดชอบ เมื่อพิจารณาการคาดการณ์ผลกระทบจากการเข้ามาของผู้รวบรวมชาวจีน ซึ่งทำให้รูปแบบการรวบรวมทุเรียนและลำไยเปลี่ยนไปเป็นแบบเหมายกสวนก่อนที่จะมีผลผลิต ส่งผลให้เกษตรกรเน้นไปที่ปริมาณผลผลิตที่จะได้มากกว่าการรักษาคุณภาพของผลผลิต

4.6.2 โซ่อุปทานกลางน้ำการค้าลำไยและทุเรียนสดระหว่างไทยและอินโดนีเซีย

ผลไม้จะถูกส่งต่อจากผู้รวบรวมไปยังโรงคัดบรรจุ ในกรณีของลำไยนั้นต้องมีการรมลำไยในโรงรมเพื่อเพิ่มอายุการเก็บรักษาให้นานขึ้น ผลไม้จะถูกคัดเกรดอีกครั้งและทำการบรรจุเพื่อเตรียมส่งออก ผู้ส่งออกรายใหญ่โดยมากจะมีโรงคัดบรรจุและโรงรมเป็นของตนเอง ในกรณีของทุเรียนนั้นจะมีการติดสติ๊กเกอร์บอกตราสินค้าของผู้ส่งออกที่ผลทุเรียนแล้วใส่ลังกระดาษ โดยมากผู้ส่งออกจะมีตราสินค้าหลายตราสินค้า เนื่องจากผู้นำเข้าในประเทศอินโดนีเซียจะไม่นำเข้าทุเรียนที่มีตราสินค้าเพียงตราเดียว ในขณะที่ลำไยบรรจุใส่ลังกระดาษเลยโดยไม่มีการติดสติ๊กเกอร์

ปัญหาที่พบในระดับกลางน้ำ คือ ความไม่มีจริยธรรมทางการค้าของผู้รวบรวม ต่อการซื้อเหมาสวน ที่มักจะมีการวางเงินมัดจำที่ค่อนข้างต่ำไว้กับเกษตรกร ซึ่งหากราคาผลไม้ตอนช่วงเก็บเกี่ยวมีราคาดี ก็มักจะกลับมารับซื้อไป ในทางตรงข้าม ถ้าราคาตกต่ำ มักพบว่าผู้รวบรวมประเภทนี้จะทิ้งเงินวางมัดจำไป หากจะกล่าวว่าดีต่อเกษตรกรเจ้าของสวนที่ได้ยืมเงินมัดจำ ก็คงไม่ใช่แต่กลายเป็นภาระต่อภาครัฐในการดำเนินการแก้ไขปัญหาราคาสินค้าเกษตรตกต่ำต่อไป ส่วนปัญหาของโรงคัดบรรจุที่จะต้องซื้อสต็อกต่อการจัดการบรรจุผลไม้ให้เป็นไปตามข้อตกลงด้านคุณภาพ มักพบว่าจะมีการปนส่วนที่ด้อยคุณภาพลงไปด้วย ซึ่งจะทำให้เกิดความสูญเสียต่อชื่อเสียงของผลไม้ไทยโดยภาพรวม

4.6.3 โซ่อุปทานปลายน้ำการค้าลำไยและทุเรียนสดระหว่างไทยและอินโดนีเซีย

ผู้ส่งออกบางรายจะทำการส่งออกเอง แต่บางรายจะว่าจ้างบริษัทผู้แทน หรือ shipping เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกด้านเอกสารในการส่งออก ผลไม้จากผู้ส่งออกจะถูกส่งมาที่ผู้นำเข้าในประเทศอินโดนีเซีย สำหรับทุเรียนและลำไยของไทยโดยมากจะขึ้นท่าที่เมืองจาการ์ต้าและสุราบายา ซึ่งเป็นตลาดหลักและมีประชากรอยู่หนาแน่น กรณีทุเรียนสินค้าจะมีตรา/ยี่ห้อทุเรียน มักมีหลายตราจากอดีตมาผู้ส่งออกบางรายมีการเปลี่ยนตราตลอด เมื่อผู้ซื้อที่มีข้อกำหนดคุณภาพสินค้าของตรานั้นๆ ดังนั้นทุเรียนที่ขายจึงเป็นตราสินค้าของผู้ส่งออก ซึ่งผู้ส่งออกมักจะมีหลายตราสินค้า เพื่อเลือกใช้ในการซื้อขายกับผู้นำเข้าแต่ละราย ซึ่งผู้นำเข้าบางรายมีการขอใช้มากกว่า 1 ตราสินค้า เช่น สุวรรณ ไทย

เกร็ด แมกซ์ มดดำ เบียร์ 888 889 เป็นต้น สินค้าทั้งทุเรียน และลำไยมีตรามากกว่า 15 ตราสินค้า โดยผู้ส่งออกบางรายมีถึง 5 ตราสินค้า

ปัญหาที่พบในระดับปลายน้ำด้านผู้ส่งออกไทย คือ ในการส่งออกไปที่ประเทศอินโดนีเซียนั้น ผู้ส่งออกจากต้องเตรียมใบ RIPH (Regulation on Import of Horticulture Product) ให้แก่ผู้นำเข้า ซึ่งมีรายละเอียดต่างๆ ได้แก่ ข้อมูลการขึ้นทะเบียนผู้ส่งออกและโรงคัดบรรจุที่ใช้ในการส่งออก ใบรับรอง GAP เอกสารยืนยันความพร้อมในการแสดงใบรับรองสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชเมื่อมีการนำเข้า ช่วงเวลาการเก็บเกี่ยว และข้อมูลโคดังเก็บสินค้า นอกจากนี้ก่อนทำการส่งออกนั้นผู้ส่งออกยังต้องขอใบรับรองสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชจากบริษัทที่เป็นตัวแทนที่ได้รับการมอบหมายมาจากประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งต้องมีการตรวจสอบสินค้าก่อนทำการปิดตู้คอนเทนเนอร์ แต่อย่างไรก็ตามบริษัทในประเทศไทยที่ได้รับมอบหมายจากภาครัฐของอินโดนีเซียมีเพียงบริษัทเดียวเท่านั้น คือ บริษัท SGS (Thailand) จำกัด จึงอาจทำให้เกิดความล่าช้าในการตรวจสอบสินค้าและออกใบรับรองได้ทัน หากมีการส่งออกพร้อมกันหลายรายผู้ส่งออกที่อยู่ห่างกัน

ด้านผู้นำเข้านั้นจำเป็นต้องขึ้นทะเบียนกับรัฐบาลอินโดนีเซียมิฉะนั้นจะไม่มีสิทธินำเข้าสินค้าได้ สำหรับผู้นำเข้าที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนกับรัฐบาลจะให้บริษัทผู้ส่งสินค้าต่อ (Forwarder/Consignee) ที่ได้ทำการขึ้นทะเบียนเป็นผู้นำเข้ากับทางรัฐบาลไว้ทำการนำเข้าแทน นอกจากนี้ทางรัฐบาลของอินโดนีเซียได้กำหนดให้ผู้นำเข้าต้องมีการขายสินค้าให้แก่ผู้กระจายสินค้า (distributor) ที่มีโคดังเก็บสินค้าอย่างน้อย 3 ราย ซึ่งผู้นำเข้าบางรายจะเปิดบริษัทลูกเพื่อทำหน้าที่เป็นผู้กระจายสินค้าเอง

ในการกระจายสินค้านั้นอยู่ภายใต้ข้อกำหนดของรัฐบาลอินโดนีเซียที่ว่า ผู้นำเข้าสามารถเลือกที่จะกระจายสินค้าได้เองโดยไม่ต้องผ่านผู้กระจายสินค้าในกรณีที่ขายให้แก่พ่อค้าในตลาดค้าส่ง ร้านค้าขนาดเล็กแบบดั้งเดิม (Traditional trade) โรงแรม และร้านอาหาร แต่หากผู้นำเข้าต้องการจะกระจายผลไม้อย่างตลาดร้านค้าสมัยใหม่ (Modern trade) เช่น ซูเปอร์มาร์เกต และร้านค้าเฉพาะสำหรับผักและผลไม้ (Fruit shop) นั้น ผู้นำเข้าจำเป็นต้องขายผ่านผู้กระจายสินค้านั้นซึ่งทำให้ต้นทุนทางการตลาดสูงกว่าจะกระจายสินค้าให้แก่ร้านค้าแบบดั้งเดิม ทั้งนี้เพื่อเป็นการปกป้องและสร้างความสามารถในการแข่งขันสำหรับร้านค้าแบบดั้งเดิม

ปัญหาที่พบในระดับปลายน้ำ คือ นโยบายจำกัดปริมาณการนำเข้าผลไม้จากต่างประเทศโดยการกำหนดโควตาของรัฐบาลอินโดนีเซีย ซึ่งทำให้เกิด

(1) บริษัทที่มากขึ้นทะเบียนเพื่อแข่งขันโควตามีมากขึ้น จากเดิมมีเพียง 20 กว่าบริษัท เพิ่มขึ้นเป็น 200 กว่าบริษัท โดยการจัดสรรโควตาดำเนินการโดย นำจำนวนโควตานำเข้าที่ให้ หาร

เฉลี่ยด้วยจำนวนผู้นำเข้าที่ขออนุญาตทั้งหมด จึงได้จำนวนโควตาที่จัดสรรเท่าๆ กันทุกราย ปัญหาคือ ผู้นำเข้าบางรายไม่ได้มีการดำเนินการนำเข้าจริง แต่เป็นผู้นำเข้าที่ได้ขออนุญาตถูกต้องตามกฎหมายจริง เมื่อได้จำนวนโควตามาแล้วก็จะขายให้กับผู้นำเข้าที่มีการดำเนินงานจริง ทำให้เกิดประเด็นที่เรียกว่า “ต้นทุนสูงขึ้นเพราะมีค่าซื้อโควตา” พบว่า มีการตั้งราคาสูงถึง 5,000-6,000 เหรียญสหรัฐ ต่อ 1 ตู้คอนเทนเนอร์ ซึ่งภาระในการซื้อโควตาของผู้นำเข้าจะผลักไปให้แก่ผู้ส่งออก ทำให้กลายเป็นปัญหาในระดับกลางน้ำด้วยเช่นกัน

(2) การออกกฎ ระเบียบต่างๆ ของหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงเกษตร กระทรวงพาณิชย์ของรัฐบาลอินโดนีเซีย มีการขัดแย้งกันอยู่ ทำให้เกิดการชะงักงันในการค้า แม้ว่ากำลังจะดำเนินการตั้งหน่วยบริการในลักษณะแบบ one stop services โดยให้หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องมารวมกัน ยังเป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลาอีกนาน

(3) มีการพัฒนาและขยายการปลูกทุเรียนภายในอินโดนีเซียมากขึ้นโดยเฉพาะพันธุ์หมอนทองเพื่อรองรับความต้องการในประเทศ ซึ่งสามารถทดแทนทุเรียนจากไทยในช่วงขาดแคลนจากผลกระทบนโยบายจำกัดปริมาณการนำเข้าได้ ทำให้ผู้บริโภครชาวอินโดนีเซียเริ่มคุ้นเคยกับทุเรียนในประเทศของตนเองมากขึ้น ซึ่งอาจส่งผลต่อการลดความนิยมทุเรียนจากประเทศไทยระยะยาว

4.6.4 ทศนคติของผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียที่มีต่อผลไม้ไทย

เมื่อสำรวจถึงทัศนคติของผู้บริโภคอินโดนีเซียที่มีต่อทุเรียนและลำไยของประเทศไทยผ่านผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก พบว่า ผู้บริโภคมีความนิยมในทุเรียนและลำไยของไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นผลไม้ที่คุณภาพและรสชาติดี ถึงแม้ว่าลำไยของอินโดนีเซียจะมีรสชาติหวานกว่า แต่มีขนาดผลเล็กกว่าลำไยจากไทยอย่างชัดเจน

4.6.5 ลักษณะผู้ประกอบการทางการตลาดประเภทต่างๆ ของอินโดนีเซีย

ตลาดผลไม้สำคัญของอินโดนีเซีย กล่าวได้ว่า มีอยู่ 5 แหล่ง คือ ตลาดที่เกาะจาว่า มีขนาดตลาดใหญ่ที่สุดประมาณร้อยละ 70 ของตลาดผลไม้ทั้งหมด รองลงมาคือ ที่สุมาตรา ประมาณร้อยละ 15 ที่กาลิมันตัน สุราบาสี และอีเรียนจาบา ประมาณที่ร้อยละ 5 ที่เท่ากัน แต่อย่างไรก็ตามการค้าระหว่างเกาะทำได้ยาก เนื่องจากปัญหาการจัดการการขนส่งและมีความขนส่งสูง ประกอบกับลักษณะความชื่นชอบมีความแตกต่างกันด้วย เช่นในกรณีทุเรียน บางตลาดไม่ชอบทุเรียนดิครสขม เป็นต้น

จากตลาดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของกลุ่มประเทศใน AEC และนโยบายของรัฐบาลอินโดนีเซียที่มีผลต่อการค้าของประเทศต่างๆ รวมทั้งประเทศไทยด้วย ทำให้ต้องมีความรู้เกี่ยวกับลักษณะของผู้ประกอบการทางการตลาดประเภทต่างๆ ด้วย ซึ่งได้แก่

4.6.5.1 ผู้นำเข้า ลักษณะที่น่าสนใจ ที่ควรทราบ ได้แก่

(1) ผู้นำเข้าเป็นผู้ประกอบการอุปสงค์ของตลาดก่อนแล้วจึงสั่งซื้อจากไทย เป็นผู้กำหนดแจ้งคุณภาพที่ต้องการและรายละเอียดต่างๆทางการค้า เพื่อให้ผู้ส่งออกเสนอราคาส่งออกมาให้ทราบ

(2) ผู้นำเข้าทำการค้าผลไม้โดยใช้ตราทั้งที่เป็นตราของตนเอง กับตราของผู้ส่งออก ซึ่งมีทั้ง ใช้เพียงตราเดียวหรือมากกว่า 1 ตรา

(3) เมื่อสินค้ามาถึงท่าเรือจะมีการเปิดตู้สุ่มตรวจ เช่น ทูเรียน ใน 1 ตู้คอนเทนเนอร์ ถ้าพบว่าผลแตกและมีเชื้อรา >15% จะ rejected สินค้า ระดับ 5-15% จะร้องเรียนให้เปลี่ยนสินค้า (Claim) ระดับ <5% จะรับสินค้าชิ้นนั้น หลังจากยอมรับสินค้าที่นำเข้ามาแล้ว จะรีบส่งสินค้าไปยังจุดจำหน่ายทันที หรือภายใน 1 คืน หรือ 1 วัน

(4) ผู้นำเข้าแต่ละรายจะต้องมีผู้กระจายสินค้าให้ตนเองอย่างน้อย 3 ราย ซึ่งผู้กระจายสินค้า 1 รายต้องมีคลังเก็บสินค้าเองมาแล้วอย่างน้อย 1 ปี ส่วนรายใดที่เป็นผู้ค้าส่งจะต้องมีห้องเย็นของตนเองและทำการค้าสินค้าหลากหลายชนิด เพื่อผู้ค้าส่งสามารถจัดส่งสินค้าในแต่ละ 1 เทียร์ครบทุกมีสินค้าเต็มคัน จากนโยบายของภาครัฐของอินโดนีเซีย ทำให้ผู้นำเข้าบางรายต้องจัดกิจกรรมแยกกันระหว่างผู้นำเข้า กับการขอเป็นผู้กระจายสินค้า เพื่อให้ยังคงสามารถจัดการกับสินค้าที่ตนเองนำเข้ามาทั้งหมดได้

4.6.5.2 ผู้ค้าส่ง ลักษณะที่น่าสนใจ ที่ควรทราบ ได้แก่

(1) ตลาดค้าส่งที่ใหญ่ที่สุดในกรุงจาการ์ตา คือ ตลาด Kramatijati หรือ เรียก Pasar Induk (ภาพที่ 4.6.2) ทำการค้าทั้งผลไม้นำเข้าและจากการผลิตในประเทศ สินค้าที่เข้าตลาดมาจากผู้นำเข้า เพื่อกระจายต่อออกไปตลาดต่างๆ โดยขายไปให้ผู้ค้าส่งมือต่อไป ขายให้ซูเปอร์มาร์เกต ร้านผลไม้ (Fruit shop)

(2) ตั้งแต่ภาครัฐมีการกำหนดโควตานำเข้าผลไม้จากต่างประเทศ ทำให้ตลาดซบเซาลงไปมาก ตลาดจึงจำกัดการขายที่ผลไม้ในประเทศ นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบต่อการค้าสินค้า เนื่องจากธรรมเนียมการชำระเงิน คือ การมารับซื้อสินค้างวดใหม่ ก็จะจ่ายชำระค่าสินค้างวดเดิม แต่เมื่อไม่มีสินค้างวดใหม่ให้มาซื้อได้ ค่าสินค้างวดเดิมจึงยังคงค้างกันอยู่ ซึ่งก่อนมีการกำหนดโควตาการนำเข้า รอบการหมุนเวียนการชำระค่าสินค้าประมาณ 2-3 สัปดาห์ แต่ขณะนี้รอบชำระกลายเป็น 1 เดือน



ภาพที่ 4.6.2 สภาพตลาดค้าส่ง Kramatijati หรือ เรียก Pasar Induk
ที่มา : จากการสำรวจ

(3) ลักษณะสำคัญทางการค้า คือ จะต้องมียี่ห้อของตนเอง การขายแต่ละครั้งจะขายผลไม้หลายๆ ชนิดรวมกันส่งให้เต็ม 1 คันรถบรรทุก ตามคำสั่งซื้อของลูกค้า สินค้านำเข้าที่ขายใช้ตราสินค้าของผู้ส่งออก ซึ่งผู้ส่งออกมักจะมีหลายตราสินค้า เพื่อเลือกใช้ในการซื้อขายกับผู้นำเข้าแต่ละราย

(4) ชนิดผลไม้ที่ขายดี ได้แก่

- ก. ส้มแมนดารินจากจีน
- ข. ลำไยจากไทย
- ค. แอปเปิ้ลจากจีนและสหรัฐอเมริกา
- ง. แอปเปิ้ลจากจีน
- จ. ทูเรียน (ร้อยละ 95 จากไทย และ ร้อยละ 5 จากมาเลเซีย)
- ฉ. องุ่นจากจีน สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และแอฟริกาใต้
- ช. มะม่วงจากไทย
- ซ. มะพร้าวอ่อนจากไทย

(5) ในปีที่ผ่านมา (2555) สินค้าทูเรียนจะเข้าตลาดนี้ประมาณ 100-150 ตู้คอนเทนเนอร์ต่อสัปดาห์

(6) การกำหนดราคาขายทูเรียน เช่น ต้นทุนทูเรียนเข้าตลาดที่ 60 \$ ราคาขายปลีกจะบวกเพิ่มขึ้นอีกประมาณร้อยละ 50-100

4.6.5.3 ผู้ค้าปลีก ลักษณะที่น่าสนใจ ที่ควรทราบ ได้แก่

1) การค้าแบบสมัยใหม่ (Modern trade)

(1) ลักษณะการค้าแบบสมัยใหม่ ในอินโดนีเซียผู้ประกอบการรายใหญ่ คือ กลุ่ม Hero ที่เกี่ยวข้องกับการค้าผลไม้เป้าหมายที่ศึกษา ได้แก่ The Fresh Food people ซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นระดับ Hi-end ,u0eo;o 37 แห่ง Giant : Hypermart สำหรับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรายได้ระดับกลาง มีจำนวน 46 แห่ง และ Giant ซูเปอร์มาร์เก็ต ลูกค้าเป้าหมายกลุ่มทั่วไป มีจำนวน 102 แห่ง เป็นการค้าปลีกที่ต้องมีหลายสาขาและมีเงินทุนสูง ลักษณะความต้องการผลไม้โดยทั่วไปจะเน้นผลไม้คุณภาพระดับปานกลาง ราคาไม่แพง เนื่องจากการแข่งขันทางด้านราคาที่ดินแรงระหว่างซูเปอร์มาร์เก็ต



ภาพที่ 4.6.3 สภาพด้านหน้าของซูเปอร์มาร์เก็ตที่อินโดนีเซียจัดจำหน่ายผลไม้จากไทย
ที่มา : จากการสำรวจ

(2) เดิมผู้ประกอบการสามารถทำการสั่งซื้อเองโดยตรงจากผู้ส่งออกได้ แต่ในปัจจุบันต้องซื้อจากผู้กระจายสินค้าผลไม้ (Fruit distributor) ที่ซื้อต่อมาจากผู้นำเข้าอีกทีหนึ่ง

(3) เดิมขายทุเรียนจากไทยร้อยละ 90 และที่เหลือร้อยละ 10 เป็นทุเรียนจากในประเทศ และมีน้อยมากจากมาเลเซีย ลักษณะที่ต้องการ คือ ลูกกลม และสุก

(4) ปัญหาการค้าทุเรียน คือ ราคาขึ้นมาก และไม่มีทุเรียนนำเข้าจากไทยเพียงพอ ได้กำไรน้อยกว่าร้อยละ 5 และต้องอาศัยปริมาณยอดขายมากๆ เพื่อให้คุ้มค่า ขณะนี้จึงต้องใช้ทุเรียนหมอนทองภายในประเทศมาจัดจำหน่าย

(5) การค้าผลไม้ที่มีความเป็นฤดูกาล ในช่วงที่มีสินค้ามากจะต้องมีการจัดรายการส่งเสริมการขาย เพื่อขายสินค้าให้หมดก่อนเน่าเสียหาย และมีการแข่งขันสูง เช่น ทุเรียนในปีที่ผ่านมา

มาจะทำรายการส่งเสริมการขายในช่วงเดือนเมษายน (แต่ในปี 2556 ไม่สามารถดำเนินการได้เพราะติดปัญหาด้านโควตาการนำเข้าจึงไม่มีทุเรียนเพียงพอต่อการขายอยู่แล้ว จึงไม่ได้จัดรายการ) และกรณีลำไยจะจัดรายการในช่วงเดือน กรกฎาคม ส่วนมะพร้าวอ่อนและมะขามหวาน ไม่ได้เป็นสินค้าแข่งขันสูง ยอดขายไม่มาก ลักษณะการขายสามารถขายได้เรื่อยๆ ตลอดปี จึงไม่มีการจัดรายการส่งเสริมการขาย

(6) พฤติกรรมผู้บริโภคใน 10 ปีที่ผ่านมา ประเภทผลไม้ที่ชื่นชอบไม่เปลี่ยนแปลงเท่าใดนัก ผลไม้ที่ผู้บริโภคนิยม คือ ฝรั่ง แอปเปิ้ลจากจีน ทุเรียนและลำไยจากไทย แต่ผู้บริโภคมีเงื่อนไขด้านคุณภาพของผลไม้ที่สูงขึ้น

2) ร้านผลไม้ (Fruit shop)

(1) เป็นร้านค้าสมัยใหม่ ได้แก่ ร้าน all fresh ร้าน Total Buah Segar เป็นต้น ซึ่งจะมีหลายสาขา มักเป็นธุรกิจแบบครบวงจร และมีการใช้เงินทุนสูง โดยลักษณะความต้องการผลไม้จะแตกต่างกันออกไป โดยจะเน้นในเรื่องคุณภาพของผลไม้มากที่สุดเมื่อเทียบกับตลาดอื่นๆ เช่น ทุเรียนลูกใหญ่ และลำไยเกรด gold

(2) ทุเรียนเป็นผลไม้ที่ต้องมีทุกร้าน และต้องมีการจัดส่งมาให้ทุกวัน ช่วงใดเป็นฤดูกาลลำไย ก็ต้องมี ผลไม้ชนิดนี้

(3) ผู้บริโภคชาวอินโดนีเซีย ถามหาทุเรียนและลำไยของไทยเป็นประจำ แต่ตอนนี้ไม่มีทุเรียนจากไทยมาขายตั้งแต่ช่วงต้นปี มีแต่ทุเรียนหมอนทองที่ผลิตได้เองในประเทศ แม้ว่าไม่เหมือนทุเรียนหมอนทองจากไทย แต่ตอนนี้ผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียสามารถรับได้กับทุเรียนที่ผลิตได้เองในประเทศแล้ว

(4) การกำหนดราคาขายผลไม้ ใช้วิธี ราคาที่ซื้อมาคูณด้วย 2-2.5 เท่า เช่น ราคาซื้อมา 50 ราคาขายปลีกเท่ากับ 100 ถึง 125 หรือบางรายใช้วิธีต้นทุนบวกเพิ่มอีกร้อยละ 30 เป็นต้น

(5) การขายทุเรียน จะขายทั้งลูกที่ลูกค้าพอใจเลือกมา แล้วให้บริการแกะเรียงใส่ถาดโฟมห่อหุ้มด้วยพลาสติกใส กรณีผลทุเรียนสุกแตก ทางร้านจะแกะขายในลักษณะทุเรียนถาด เช่นเดียวกับซูเปอร์มาร์เก็ต หรือขายต่อให้กับผู้แปรรูป เพื่อเอาไปทำเป็นไอศกรีม แพนเค้กทุเรียน

(6) ลักษณะการค้าของร้านผลไม้ คล้ายร้านสะดวกซื้อ (convenience store) แต่สินค้าหลักซึ่งเป็นสินค้าส่วนใหญ่ในร้านจะเป็นผลไม้ชนิดต่างๆ ตู้แช่เกือบทั้งหมดสำหรับการค้าผลไม้ ที่ตั้งร้านต้องมีที่จอดรถ อยู่ในแหล่งที่อยู่อาศัย ผลไม้ที่ขายจึงเน้นด้านคุณภาพสินค้าเป็นสำคัญ

ซึ่งคุณภาพผลไม้ที่ขายกล่าวได้ว่ามีคุณภาพสูงกว่าของซูเปอร์มาร์เก็ตที่เน้นด้านการแข่งขันทางการค้ามากกว่า

3) ร้านค้าปลีกรายย่อย

(1) ร้านค้าปลีกประเภทที่เป็น โรงแรม และร้านอาหาร จะเน้นคุณภาพของผลไม้ดีกว่าซูเปอร์มาร์เก็ต แต่ไม่เท่ากับร้านค้าผลไม้ โดยร้านเหล่านี้จะซื้อผลไม้มาจากผู้กระจายสินค้าหรือซื้อตรงจากผู้นำเข้าขนาดเล็ก ซึ่งจะสั่งซื้อจำกัดอยู่เพียงไม่กี่ชนิดเท่านั้น

(2) ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก แบบดั้งเดิม (Traditional Trade) ซึ่งรวมไปถึงร้านผลไม้ข้างทาง/ริมถนน ซึ่งไม่เน้นในเรื่องของคุณภาพ มักเป็นสินค้าเกรดรองและตกเกรด โดยมากจะซื้อผ่านพ่อค้าส่ง

บทที่ 5 ผลการวิเคราะห์ และแนวทางการปรับตัวเชิงรุก

5.1 การวิเคราะห์ศักยภาพผลไม้ไทยเพื่อการส่งออกป้อนอินโดนีเซีย

การวิเคราะห์ศักยภาพของผลไม้ไทยเพื่อการส่งออกป้อนอินโดนีเซียนั้นอยู่ภายใต้กรอบของแบบจำลองเพชร (Diamond model) ซึ่งจะวิเคราะห์ในรูปของเชิงปริมาณโดยพิจารณาคะแนนสำหรับแต่ละปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพของอุตสาหกรรมการส่งออกผลไม้ของไทยสู่อินโดนีเซีย โดยจะพิจารณาศักยภาพของลำไยและทุเรียนซึ่งเป็นผลไม้ส่งออกที่สำคัญของไทยไปยังอินโดนีเซีย

5.1.1 ปัจจัยและเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมิน

ปัจจัยที่ใช้ในการประเมินศักยภาพสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ ปัจจัยหลัก และปัจจัยสนับสนุน สำหรับปัจจัยหลักครอบคลุม ประกอบด้วย 1) เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต 2) กลยุทธ์โครงสร้างองค์กร และการแข่งขัน 3) อุปสงค์ภายในประเทศ และ 4) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ในส่วนของปัจจัยสนับสนุนครอบคลุม 1) ภาครัฐ และ 2) โอกาส

ในการวิเคราะห์คะแนนของแต่ละปัจจัยนั้นจะมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละปัจจัยอยู่ในช่วงคะแนน 0 -5 โดยที่ 0 คือไม่มีศักยภาพ และ 5 คือมีศักยภาพมาก

การแปลผล จะพิจารณาดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	0.00 – 1.00	หมายถึง ไทยไม่มีศักยภาพ
	1.01 – 2.00	หมายถึง ไทยค่อนข้างไม่มีศักยภาพ
	2.01 – 3.00	หมายถึง ไทยมีศักยภาพปานกลาง
	3.01 – 4.00	หมายถึง ไทยมีศักยภาพค่อนข้างดี
	4.01 – 5.00	หมายถึง ไทยมีศักยภาพดี

โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ดังตารางที่ 5.1 – 5.6

ตารางที่ 5.1.1 เกณฑ์ในการพิจารณาเงื่อนไขปัจจัยด้านการผลิต (Factor Conditions)

ปัจจัย	เกณฑ์การพิจารณา
1. พื้นที่เพาะปลูกไม้ผล ผลผลิต	แนวโน้มพื้นที่เพาะปลูกและปริมาณผลผลิต
2. ต้นทุนการผลิต	อัตราการเพิ่มขึ้นของต้นทุนเทียบกับ CPI
3. ความเหมาะสมของธรรมชาติ ในการปลูกไม้ผลแต่ละชนิด	ความเหมาะสมของสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ
4. ความพร้อมของปัจจัยที่ดิน	ความเหมาะสมของขนาดถือครองพื้นที่เพาะปลูกและลักษณะการถือครองที่ดิน
5. ความพร้อมของปัจจัยแรงงาน	แนวโน้มสัดส่วนแรงงานภาคเกษตร ภาวะการขาดแคลนแรงงาน
6. ความพร้อมของปัจจัยทุน	ความเพียงพอของแหล่งทุน และดอกเบี้ยเงินกู้
7. ความพร้อมของเกษตรกร	ทักษะเกษตรกรในอาชีพ

ที่มา: จากการประมวลของนักวิจัย, 2556

ตารางที่ 5.1.2 เกณฑ์ในการพิจารณาเงื่อนไขด้านกลยุทธ์ โครงสร้างองค์กร และการแข่งขัน (Firm strategy, structure, and rivalry)

ปัจจัย	เกณฑ์การพิจารณา
1. การกระจายตัวของเกษตรกรในประเทศ (ตามภูมิภาค)	การกระจายตัวของแหล่งเพาะปลูกที่ทำให้มีผลผลิตเกือบตลอดทั้งปี
2. การรวมกลุ่มของเกษตรกร	ความเข้มแข็งของกลุ่มในการเพิ่มอำนาจต่อรองทางการตลาด
3. ความเชื่อมโยงของโซ่อุปทาน	กิจกรรม/การดำเนินงานของเกษตรกรและกลุ่มเกษตรกรที่มีความสัมพันธ์กับส่วนอื่นของโซ่อุปทาน
4. ราคา และกลไกการกำหนดราคาไม้ผลแต่ละชนิด	การแข่งขันในการรวบรวมผลผลิตซึ่งทำให้มีราคาเสนอซื้อผลไม้อย่างสูง

ที่มา: จากการประมวลของนักวิจัย, 2556

ตารางที่ 5.1.3 เกณฑ์ในการพิจารณาเงื่อนไขด้านอุปสงค์ภายในประเทศ (Demand conditions)

ปัจจัย	เกณฑ์การพิจารณา
1. ปริมาณความต้องการบริโภคผลไม้ในประเทศ	แนวโน้มสัดส่วนการบริโภคในประเทศต่อการส่งออก
2. ลักษณะความต้องการบริโภคผลไม้แต่ละชนิด	ข้อกำหนดด้านมาตรฐานเปรียบเทียบกับ การส่งออกไปประเทศอินโดนีเซีย

ที่มา: จากการประมวลของนักวิจัย, 2556

ตารางที่ 5.1.4 เกณฑ์ในการพิจารณาเงื่อนไขด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Relative and Support Industries)

ปัจจัย	เกณฑ์การพิจารณา
1. ความพร้อมของระบบขนส่งในประเทศ	ประสิทธิภาพด้านต้นทุน เวลา และสิ่งอำนวยความสะดวก
2. ความพร้อมของระบบขนส่งเพื่อการส่งออก	ความเพียงพอของการขนส่งทางเรือ
3. ความพร้อมของระบบชลประทาน แหล่ง/น้ำเพื่อการผลิต	ความพอเพียงของระบบชลประทาน แหล่งน้ำเพื่อการเกษตร
4. หน่วยงานตรวจสอบรับรองมาตรฐาน	ความพร้อมของหน่วยงานที่รับผิดชอบในการตรวจสอบ GAP GMP

ที่มา: จากการประมวลของนักวิจัย, 2556

ตารางที่ 5.1.5 เกณฑ์ในการพิจารณาเงื่อนไขด้านภาครัฐ (Government)

ปัจจัย	เกณฑ์การพิจารณา
นโยบายรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการให้ความช่วยเหลือทั้งโซ่อุปทานไม้ผล	(1) ความเพียงพอในนโยบายการช่วยเหลือต่าง ๆ และตรงกับความต้องการของผู้รับ (2) การนำไปสู่การปฏิบัติของยุทธศาสตร์ไม้ผล (3) กฎ ระเบียบ ข้อบังคับของกรมไทยส่งออกที่เอื้อแก่ผู้ประกอบการ

ที่มา: จากการประมวลของนักวิจัย, 2556

ตารางที่ 5.1.6 เกณฑ์ในการพิจารณาเงื่อนไขด้านโอกาส (Chance)

ปัจจัย	เกณฑ์การพิจารณา
1. ผลกระทบของกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ของกรณีอินโดนีเซียนำเข้า	กฎ ระเบียบ ข้อบังคับในการนำเข้าของประเทศอินโดนีเซียที่เอื้อแก่ผู้ประกอบการ
2. แนวโน้มการบริโภคผลไม้ไทยในอินโดนีเซีย	แนวโน้มการส่งออกผลไม้ไทยไปประเทศอินโดนีเซีย

ที่มา: จากการประมวลของนักวิจัย, 2556

5.1.2 ผลการประเมินศักยภาพด้านปัจจัยการผลิต

ปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์ตามเงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต (Factor Condition) มีดังนี้ คือ

1) พื้นที่เพาะปลูกไม้ผล ผลผลิต แนวโน้มพื้นที่เพาะปลูก

เมื่อพิจารณาพื้นที่เพาะปลูกและผลผลิตของไม้ผลเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ พบว่าพื้นที่เพาะปลูก พื้นที่ให้ผล และผลผลิตลำไยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา มีการเพิ่มขึ้น กล่าวคือ พื้นที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้นจาก 853,976 ไร่ ในปี 2546 เป็น 1,063,538 ไร่ ในปี 2555 ซึ่งคิดเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นของพื้นที่เพาะปลูกเฉลี่ยที่ร้อยละ 2.53 ต่อปี เช่นเดียวกับพื้นที่ให้ผลที่เพิ่มจาก 619,430 ไร่ ในปี 2546 เป็น 1,013,329 ไร่ ในปี 2555 ซึ่งคิดเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยที่ ร้อยละ 5.8 ต่อปี ส่งผลให้ปริมาณผลผลิตลำไยเพิ่มขึ้นจาก 369,430 ตัน ในปี 2546 เป็น 853,780 ตัน ในปี 2555 ซึ่งมีอัตราเพิ่มเฉลี่ยอยู่ถึงร้อยละ 13.44 ต่อปี (ตารางที่ 5.1.7)

ตารางที่ 5.1.7 อัตราการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่เพาะปลูก ให้ผล และปริมาณผลผลิตลำไย ปี 2546 - 2555

ปี	เนื้อที่ขึ้นต้น		เนื้อที่ให้ผล		ผลผลิต	
	(ไร่)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)	(ไร่)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)	(ตัน)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)
2546	853,976		619,430		369,323	
2547	930,822	9.00	680,294	9.83	597,272	61.72
2548	1,012,932	8.82	820,985	20.68	712,178	19.24
2549	1,008,070	-0.48	870,125	5.99	471,892	-33.74
2550	1,011,816	0.37	939,029	7.92	495,457	4.99
2551	1,041,790	2.96	966,831	2.96	476,930	-3.74
2552	1,054,238	1.19	970,703	0.40	623,032	30.63
2553	1,055,058	0.08	960,808	-1.02	525,230	-15.70
2554	1,060,378	0.50	976,366	1.62	772,099	47.00
2555	1,063,538	0.30	1,013,329	3.79	853,780	10.58
เฉลี่ย		2.53		5.80		13.44

ที่มา: สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร และจากการคำนวณ

ในทางตรงกันข้ามพื้นที่เพาะปลูก พื้นที่ให้ผล และผลผลิตของทุเรียนในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา มีการลดลงเล็กน้อย กล่าวคือ พื้นที่เพาะทุเรียนลดลงจาก 855,535 ไร่ในปี 2546 เหลือ 637,737 ไร่ ในปี 2555 หรือคิดเป็นอัตราลดลงเฉลี่ยร้อยละ 3.18 ต่อปี ทำให้พื้นที่ให้ผลทุเรียนลดลงจาก 733,685 ไร่ ในปี 2546 เหลือ 581,554 ไร่ ในปี 2555 หรือคิดเป็นอัตราลดลงเฉลี่ยที่ร้อยละ 2.53 ต่อปี ส่งผลให้ผลผลิตทุเรียนลดลงจาก 738,801 ตัน ในปี 2546 เหลือเพียง 509,381 ตันในปี 2554 แต่ผลผลิตรวมมี

การเพิ่มขึ้นเล็กน้อยในปี 2555 กล่าวคือ ในปี 2555 ประเทศไทยมีผลผลิตทุเรียน 524,387 ตัน ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก ปี 2554 อยู่ 15,006 ตัน หรือคิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.95 การที่พื้นที่ผลผลิตในปี 2555 ลดลงจากปี 2554 แต่ผลผลิตรวมกลับเพิ่มสูงขึ้นสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการจัดการของเกษตรกรที่สูงขึ้น (ตารางที่ 5.1.8)

ตารางที่ 5.1.8 อัตราการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่เพาะปลูก ไม้ผล และปริมาณผลผลิตทุเรียน ปี 2546 – 2555

ปี	เนื้อที่ขึ้นต้น		เนื้อที่ให้ผล		ผลผลิต	
	(ไร่)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)	(ไร่)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)	(ตัน)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)
2546	855,535		733,685		738,801	
2547	873,643	2.12	748,824	2.06	831,182	12.50
2548	832,483	-4.71	716,809	-4.28	650,960	-21.68
2549	815,302	-2.06	700,357	-2.30	622,934	-4.31
2550	771,345	-5.39	683,044	-2.47	750,683	20.51
2551	725,955	-5.88	667,437	-2.28	637,790	-15.04
2552	680,927	-6.20	628,244	-5.87	661,665	3.74
2553	662,070	-2.77	611,206	-2.71	568,067	-14.15
2554	659,042	-0.46	604,417	-1.11	509,381	-10.33
2555	637,737	-3.23	581,554	-3.78	524,387	2.95
เฉลี่ย		-3.18		-2.53		-2.87

ที่มา: สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร และจากการคำนวณ

2) อัตราการเพิ่มขึ้นของต้นทุนเทียบกับ CPI

เมื่อพิจารณาดัชนีต้นทุนการผลิตผลไม้เป้าหมาย โดยใช้ต้นทุนการผลิตในปี 2550 เป็นปีฐานจะพบว่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ดัชนีต้นทุนการผลิตลำไยมีอัตราที่ลดลง โดยมีอัตราการลดลงเฉลี่ยอยู่ที่ 2.54 ต่อปี ในทางตรงกันข้ามดัชนีต้นทุนการผลิตทุเรียนมีการเพิ่มสูงขึ้นเล็กน้อย โดยมีการอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยอยู่ที่ 2.90 ซึ่งต้นทุนการผลิตที่กล่าวมานี้ส่งผลถึงพื้นที่เพาะปลูก พื้นที่ให้ผล และปริมาณผลผลิตของพืชแต่ละชนิด อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบดัชนีต้นทุนกับดัชนีราคาผู้บริโภคหมวดผักและผลไม้ พบว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของดัชนีต้นทุนการผลิตลำไยและทุเรียนนั้นต่ำกว่าดัชนีราคาผู้บริโภค ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการจัดการต้นทุนของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยและทุเรียนที่ค่อนข้างดี (ตารางที่ 5.1.9)

ตารางที่ 5.1.9 ดัชนีต้นทุนการผลิตลำไย ทุเรียน และมะพร้าว และดัชนีราคาผู้บริโภคหมวดผักและผลไม้
(ปีฐาน 2550)

ปี	ลำไย		ทุเรียน		มะพร้าว		CPI หมวดผักและผลไม้	
	อัตราการเปลี่ยนแปลง		อัตราการเปลี่ยนแปลง		อัตราการเปลี่ยนแปลง		อัตราการเปลี่ยนแปลง	
	บาท/ก.ก.	(%)	บาท/ก.ก.	(%)	บาท/ก.ก.	(%)		(%)
2546	142.16		130.32		74.57		60.4	
2547	104.76	-26.31	131.53	0.93	76.86	3.08	67.4	11.59
2548	107.20	2.33	115.15	-12.46	90.55	17.80	77.7	15.28
2549	89.55	-16.47	118.16	2.62	103.29	14.07	88.8	14.29
2550	100.00	11.67	100.00	-15.37	100.00	-3.18	100.0	12.61
2551	135.77	35.77	136.66	36.66	124.09	24.09	115.5	15.50
2552	104.17	-23.27	121.51	-11.08	135.26	9.00	119.8	3.72
2553	112.41	7.91	124.18	2.20	135.36	0.07	148.8	24.21
2554	98.95	-11.98	148.62	19.68	238.88	76.47	171.0	14.92
เฉลี่ย		-2.54		2.90		17.68		14.01

ที่มา: ต้นทุนการผลิต ปรับปรุงจาก ศูนย์สารสนเทศการเกษตร, 2556

ดัชนีราคาผู้บริโภค มาจาก สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า, 2556

3) ความเหมาะสมของสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ

เมื่อพิจารณาความเหมาะสมของสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ พบว่า ไทยมีสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เหมาะสม ทำให้ได้ผลผลิต ลำไย และทุเรียน ที่มีคุณภาพดี ให้ผลผลิตมาก

4) ความพร้อมของปัจจัยที่ดิน

เมื่อพิจารณาถึงขนาดถือครองที่ดินพบว่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาเกษตรกรมีการถือครองที่ดินเพื่อการเกษตรเฉลี่ยต่อครัวเรือนลดลงเล็กน้อย กล่าวคือ ขนาดถือครองที่ดินเฉลี่ยต่อครัวเรือนลดลงจาก 26.03 ไร่ต่อครัวเรือน ในปี 2546 เหลือ 25.95 ไร่ต่อครัวเรือนในปี 2554 แต่อย่างไรก็ตาม การทำสวนผลไม้ที่เอื้อให้เกิดความประหยัดทางขนาด (Economies of Scale) นั้นจำเป็นต้องใช้พื้นที่ที่มีขนาดใหญ่กว่า 26 ไร่ (ตารางที่ 5.1.10)

และเมื่อพิจารณาถึงลักษณะการถือครองที่ดินของเกษตรกร พบว่า เกษตรกรมีแนวโน้มในการถือครองที่ดินทางการเกษตรที่เป็นของตนเองลดลง จากพื้นที่ถือครองทางการเกษตรที่เป็นของ

ตนเองจำนวน 119.22 ล้านไร่ ในปี 2546 ลดลงเหลือเพียง 73.01 ล้านไร่ ในปี 2554 ในทางตรงกันข้าม เนื้อที่ถือครองที่การเกษตรที่เป็นของผู้อื่นกลับมีการเพิ่มขึ้นอย่างมาก จาก 31.58 ล้านไร่ ในปี 2546 เป็น 79.34 ล้านไร่ ในปี 2554 ซึ่งทำให้สัดส่วนพื้นที่ถือครองทางการเกษตรของตนเองและของผู้อื่นในปัจจุบันมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน (ตารางที่ 5.1.10)

ตารางที่ 5.1.10 พื้นที่ถือครองทางการเกษตร ปี 2546 - 2554

ปี	เนื้อที่ถือครองเพื่อการเกษตร (ล้านไร่)	ขนาด (ไร่/ครัวเรือน)	เนื้อที่ของตนเอง (ล้านไร่)				เนื้อที่ของผู้อื่น (ล้านไร่)				
			ของตนเอง	ผู้อื่น	ฝาก	รวม	เช่าผู้อื่น	รับจ้าง	รับขาย	ได้ทำฟรี	รวม
2546	150.80	26.03	99.55	19.53	0.14	119.22	21.23	0.73	0.10	9.52	31.58
2547	150.85	26.04	91.03	22.54	0.20	113.77	24.83	0.84	0.11	11.31	37.08
2548	150.92	26.04	81.27	25.81	0.33	107.41	28.39	1.01	0.16	13.96	43.51
2549	151.14	26.13	81.40	25.85	0.34	107.58	28.41	1.01	0.16	13.98	43.56
2550	151.36	26.19	64.05	26.91	0.34	91.30	28.36	0.80	0.13	30.78	60.06
2551	151.76	26.25	44.01	31.97	0.05	76.03	28.24	0.98	0.03	46.48	75.73
2552	151.84	25.89	42.70	29.94	0.12	72.76	30.65	0.72	0.05	47.66	79.09
2553	152.33	25.93	42.81	30.05	0.12	72.98	30.76	0.73	0.05	47.81	79.35
2554	152.35	25.95	42.81	30.07	0.12	73.01	30.76	0.73	0.05	47.81	79.34

ที่มา: สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร และจากการคำนวณ

5) ความพร้อมของปัจจัยแรงงาน

จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร พบว่า จำนวนแรงงานในภาคเกษตรถึงแม้ว่าจะน้อยกว่าแรงงานนอกภาคเกษตร แต่เมื่อพิจารณาถึงสัดส่วนแรงงานภาคเกษตรเทียบกับแรงงานนอกภาคเกษตรแล้วพบว่ามีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเล็กน้อย แสดงให้เห็นถึงจำนวนแรงงานภาคการเกษตรที่เพิ่มขึ้น ซึ่งสามารถรองรับการผลิตทางการเกษตรที่เพิ่มขึ้นด้วย (ตารางที่ 5.1.11) แต่อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงแรงงานในสวนผลไม้ พบว่า มีภาวะการขาดแคลนสูง ต้องจ้างแรงงานต่างด้าว และมักพบกับปัญหาการเปลี่ยนคนงานบ่อย ทำให้หาแรงงานที่มีทักษะในการทำสวนผลไม้ไม่ได้ สะท้อนให้เห็นว่าแรงงานภาคการเกษตรที่เพิ่มขึ้นนั้นไม่ได้โยกย้ายมาทำในสวนผลไม้ แต่ไปทำการเกษตรชนิดอื่น

ตารางที่ 5.1.11 สัดส่วนแรงงานภาคเกษตรและนอกภาคเกษตร ปี 2549 - 2554

ปี	แรงงานภาคเกษตร		แรงงานนอกภาคเกษตร		รวม	
	(พันคน)	%	(พันคน)	%	(พันคน)	%
2549	15,842	43.72	20,395	56.28	36,237	100
2550	16,088	43.77	20,670	56.23	36,758	100
2551	16,864	44.92	20,675	55.08	37,539	100
2552	16,899	44.15	21,380	55.85	38,279	100
2553	17,410	44.42	21,783	55.58	39,193	100
2554	17,399	45.23	21,065	54.77	38,464	100

ที่มา: สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร และจากการคำนวณ

6) ความพร้อมของปัจจัยทุน เงินลงทุนภาคการเกษตร (แหล่งเงินทุน) อัตราดอกเบี้ย

เมื่อพิจารณาถึงความพร้อมในด้านของปัจจัยทุนพบว่า แหล่งเงินทุนในระบบเพื่อภาคการเกษตร คือ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ซึ่งมีการจัดหาเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำให้แก่เกษตรกรและสหกรณ์การเกษตรต่าง ๆ (ตารางที่ 5.1.12) ทำให้โอกาสในการเข้าถึงเงินทุนต้นทุนต่ำของเกษตรกรมีมากขึ้น และเนื่องจากดอกเบี้ยเงินกู้สำหรับเกษตรกรและสถาบันการเกษตรไม่สูงมากนัก ทำให้เกษตรกรมีศักยภาพมากขึ้นในการกู้เงินเพื่อการผลิต นอกจาก ธ.ก.ส. แล้ว ธนาคารพาณิชย์ก็เป็นแหล่งเงินทุนอีกแหล่งสำหรับเกษตรกร ถึงแม้ว่าสินเชื่อเพื่อการเกษตรของธนาคารพาณิชย์จะมีไม่มากเท่า ธ.ก.ส. แต่ก็เป็นทางเลือกของอีกแหล่งทุนให้แก่เกษตรกร ส่งผลให้สินเชื่อเพื่อการเกษตรมีปริมาณสูงขึ้นจาก 367,297 ล้านบาท ในปี 2550 เป็น 575,686 ล้านบาทในปี 2554 ซึ่งคิดเป็นอัตราขยายตัวของสินเชื่อเพื่อการเกษตรถึง 11.75 (ตารางที่ 5.1.13) ทำให้จำนวนของเกษตรกรและสถาบันเกษตรกรที่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนมีมากขึ้นด้วย จาก 5.9 ล้านราย ในปี 2550 เพิ่มขึ้นเป็น 6.7 ล้านรายในปี 2554 หรือคิดเป็นอัตราการขยายตัวที่ร้อยละ 2.71 ต่อปี (ตารางที่ 5.1.14)

นอกจากนี้ยังมีโครงการต่างๆ ของรัฐที่เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เพื่อการเกษตรสำหรับเกษตรกร และสถาบันเกษตรกร เช่น กองทุนสงเคราะห์เกษตรกร ที่มีวัตถุประสงค์หนึ่งในการให้เกษตรกรกู้เพื่อการลงทุนในการผลิตและจำหน่ายผลิตผลเกษตรกรรมขั้นต้น และโครงการสนับสนุนสินเชื่อเพื่อพัฒนากลุ่มเกษตรกร ปี 2554-2559 ซึ่งเป็นเงินกู้ยืมปลอดดอกเบี้ยให้แก่กลุ่มเกษตรกร

แต่อย่างไรก็ตามจากการสำรวจ พบว่า ยังมีเกษตรกรบางส่วนที่ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบได้ หรือเข้าถึงได้แค่บางส่วน ทำให้เกษตรกรส่วนนี้ยังต้องพึ่งพาแหล่งเงินทุนนอกระบบอยู่ ซึ่งมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยของ ธกส. เป็นอย่างมาก

ตารางที่ 5.1.12 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร 2556

ประเภท	อัตราดอกเบี้ย (ร้อยละต่อปี)		
	ลูกค้ารายคน	ลูกค้าสถาบัน	ลูกค้าผู้ประกอบการ
ลูกค้ารายย่อยขั้นต่ำ (Minimum Retail Rate) MRR	7	N/A	N/A
สถาบันขั้นต่ำ (Minimum Loan Rate) MLR	N/A	5	5
อัตราดอกเบี้ยสูงสุดกรณีผิดนัดชำระหรือผิดเงื่อนไขตามสัญญา (Highest Rate for Defaulted Account)	3	N/A	N/A
ส่วนต่างสูงสุดที่จะใช้บวกกับ MRR (Highest Cap Over MRR)	13	10	13
ส่วนต่างสูงสุดที่จะใช้บวกกับ MLR (Highest Cap Over MLR)	N/A	2	5
ใช้สลากออมทรัพย์ทวีสินเป็นประกันเงินกู้ MRR-2.75	4.25	N/A	N/A

หมายเหตุ : N/A คือ ไม่มีข้อมูล

ที่มา: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2555

ตารางที่ 5.1.13 การให้สินเชื่อเพื่อการเกษตรของสถาบันการเงิน ปี 2550 - 2554

หน่วย : ล้านบาท

สถาบันการเงิน	2550	2551	2552	2553	2554	อัตราการขยายตัว
ธนาคารพาณิชย์	86,502	78,746	67,908	76,197	73,686	-3.47
ธ.ก.ส.	280,795	308,087	332,000	401,996	502,000***	15.35
ยอดรวมสินเชื่อ	367,297	386,833	399,908	478,193	575,686	11.75

หมายเหตุ: คิดตามรอบปีบัญชี 1 เมษายน ปีก่อนถึง 31 มีนาคมปีถัดไป

*** เป็นตัวเลขประมาณการ ไม่รวมสินเชื่อตามนโยบายรัฐบาล 40,000 ล้านบาท

ที่มา: สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

ตารางที่ 5.1.14 การให้สินเชื่อของ ธ.ก.ส. แยกตามประเภทของเงินกู้ ปี 2550 - 2554

ประเภท	2550	2551	2552	2553	2554	อัตราการขยายตัว
รวมลูกค้าทุกราย						
จำนวนราย (ราย)	5,910,588	6,070,371	6,101,206	6,247,083	6,667,840	2.73
จ่ายเงินกู้	280,795	308,087	332,000	401,996	502,000	15.35
รับชำระคืน	253,569	284,605	300,567	328,212	375,000	9.69
ต้นเงินคงเหลือ	419,877	443,158	475,397	551,384	678,384	12.50
เกษตรกรรายบุคคล						
จำนวนราย (ราย)	4,341,171	4,543,672	4,496,475	4,612,424	5,010,000	3.06
จ่ายเงินกู้	231,758	251,480	277,767	338,318	360,000	12.5
รับชำระคืน	205,336	230,589	247,379	274,440	297,000	9.55
ต้นเงินคงเหลือ	397,778	418,475	449,683	515,786	578,786	10.07
สหกรณ์การเกษตรและกลุ่มเกษตรกร						
จำนวนราย (ราย)	1,569,417	1,526,699	1,604,731	1,634,659	165,780	1.8
จ่ายเงินกู้	49,037	56,607	54,233	63,678	142,000	25.16
รับชำระคืน	48,233	54,016	53,188	53,772	78,000	10.04
ต้นเงินคงเหลือ	22,099	24,683	25,714	35,598	99,598	40.18

หมายเหตุ ผลการดำเนินงานปี 2554 เป็นการคาดการณ์ ณ วันที่ 12 มี.ค.2555

ที่มา: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2555

7) ความพร้อมของเกษตรกร

เกษตรกรชาวสวนส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรดั้งเดิมซึ่งมีอาชีพทำสวนมานาน ทำให้มีทักษะในการจัดการที่ดี ทำให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ และสามารถปรับตัวไปตามสภาพวิกฤตและโอกาสต่างๆ ได้ โดยเฉพาะเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนซึ่งเป็นพืชที่มีความอ่อนไหวต่อสภาพอากาศสูง อย่างไรก็ตามจากการสำรวจเกษตรกรผู้ปลูกลำไยพบว่าเกษตรกรบางส่วนยังมีปัญหาในการจัดการสวนลำไย เช่น การราดสาร การดูแลตัดแต่งต้นลำไย เป็นต้น

เมื่อพิจารณาปัจจัยต่างๆ ข้างต้น พบว่า เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิตไม้ผลของไทยนั้นมี **ศักยภาพค่อนข้างดี** โดยมีคะแนนเฉลี่ยของลำไยและทุเรียนอยู่ที่ 4 และ 3.86 จาก 5 คะแนน ตามลำดับ (ตารางที่ 5.1.15)

ตารางที่ 5.1.15 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพด้านปัจจัยการผลิต

ปัจจัย	คะแนน	
	ลำไย	ทุเรียน
1) พื้นที่เพาะปลูกไม้ผล ผลผลิตรวม	5	4
2) ต้นทุนการผลิต	5	3
3) ความเหมาะสมของธรรมชาติ ในการปลูกไม้ผลแต่ละชนิด	5	5
4) ความพร้อมของปัจจัยที่ดิน	3	3
5) ความพร้อมของปัจจัยแรงงาน	2	2
6) ความพร้อมของปัจจัยทุน	4	4
7) ความพร้อมของปัจจัยการประกอบการ	4	5
เฉลี่ยทั้งหมด	4	3.86

ที่มา: จากประมวลของนักวิจัย, 2556

5.1.3 ผลการประเมินศักยภาพด้านกลยุทธ์ โครงสร้างองค์กร และการแข่งขัน

ปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์ตามเงื่อนไขด้านกลยุทธ์ โครงสร้างองค์กร และการแข่งขัน (Firm strategy, structure, and rivalry) มีดังนี้ คือ

1) การกระจายตัวของแหล่งเพาะปลูก

จากข้อมูลการเพาะปลูกลำไยและทุเรียน พบว่า มีการกระจายตัวของแหล่งเพาะปลูก ทำให้มีผลผลิตได้ตลอดปี กล่าวคือ การเพาะปลูกลำไยจะกระจายอยู่ในพื้นที่ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออกและภาคกลาง โดยที่ภาคเหนือมีพื้นที่เพาะปลูกลำไยมากที่สุด รองลงมาเป็นภาคตะวันออกและภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าพื้นที่เพาะปลูกลำไยในภาคเหนือลดลงในช่วงปี 2551 – 2555 ในทางตรงกันข้ามพื้นที่เพาะปลูกลำไยในภาคตะวันออกและภาคกลางกลับเพิ่มขึ้น ทำให้พื้นที่เพาะปลูกโดยรวมทั้งประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (ตารางที่ 5.1.16)

สำหรับพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนมีการกระจายตัวอยู่เกือบทุกภูมิภาคของประเทศ ทั้งในภาคเหนือ ภาคตะวันออกและภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ โดยภาคใต้มีพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนมากที่สุด รองลงมา คือ ภาคตะวันออกและภาคกลาง ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามลำดับ แต่อย่างไรก็ตามพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนในภาคใต้และภาคตะวันออกและภาคกลาง ซึ่งเป็นพื้นที่เพาะปลูกหลักของทุเรียนมีแนวโน้มที่ลดลง เช่นเดียวกับพื้นที่เพาะปลูก

ทุเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีแนวโน้มที่ลดลงด้วย ส่งผลให้พื้นที่เพาะปลูกทุเรียนโดยรวมทั้งประเทศมีแนวโน้มที่ลดลง (ตารางที่ 5.1.17)

ตารางที่ 5.1.16 พื้นที่เพาะปลูกลำไยรายภาค ปี 2546 – 2555

ปี	เนื้อที่ขึ้นต้น (ไร่)			
	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	ตะวันออก/กลาง	รวมทั้งประเทศ
2546	771,910	47,321	34,745	853,976
2547	841,832	50,157	38,833	930,822
2548	922,391	50,932	39,609	1,012,932
2549	914,941	51,576	41,553	1,008,070
2550	915,071	52,236	44,509	1,011,816
2551	927,684	54,834	59,272	1,041,790
2552	922,804	53,738	77,696	1,054,238
2553	904,484	51,898	98,676	1,055,058
2554	892,512	49,108	118,758	1,060,378
2555	884,361	46,004	133,173	1,063,538

ที่มา: สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

ตารางที่ 5.1.17 พื้นที่เพาะปลูกทุเรียนรายภาค ปี 2546 – 2555

ปี	เนื้อที่ขึ้นต้น (ไร่)				
	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	ตะวันออก/กลาง	ใต้	รวมทั้งประเทศ
2546	31,266	3,543	416,896	403,830	855,535
2547	31,493	4,139	420,667	417,344	873,643
2548	32,964	3,233	383,733	412,553	832,483
2549	34,170	3,803	371,133	406,196	815,302
2550	27,584	3,661	350,009	390,091	771,345
2551	25,346	3,550	323,349	373,710	725,955
2552	26,208	1,768	300,955	351,996	680,927
2553	26,863	2,014	294,082	339,111	662,070
2554	28,406	1,814	297,562	331,260	659,042
2555	28,610	1,878	287,209	320,040	637,737

ที่มา: สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

2) การรวมกลุ่มของเกษตรกร

แม้ว่าจำนวนสหกรณ์การเกษตรในประเทศไทยจะมีอยู่ถึง 4,441 สหกรณ์ (ตารางที่ 5.1.18) แต่จากการสัมภาษณ์ พบว่า สหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรที่เกี่ยวข้องกับไม้ผลที่ทำการศึกษาและมีความเข้มแข็งนั้นมีอยู่ไม่มากนัก เช่น สหกรณ์ท่าใหม่ นอกจากนี้ยังพบว่าการรวมตัวในรูปสมาคมผู้ปลูกไม้ผลแต่ละชนิดยังไม่ได้รับความร่วมมือจากเกษตรกรเท่าที่ควร ทำให้การรวมกลุ่มเพื่ออำนวยความสะดวกทางด้านการตลาดของเกษตรกร ไม้ผลไทยยังมีไม่มากนัก

3) ความเชื่อมโยงของโซ่อุปทาน

จากการสำรวจพบว่าทุเรียน ลำไย และมะพร้าวมีความเชื่อมโยงของโซ่อุปทานค่อนข้างสูง ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งออกกับล้ง และระหว่างล้งกับเกษตรกร อยู่ในระดับดี เนื่องจากการทำธุรกรรมด้วยกันมานาน การถ่ายทอดข้อมูลความต้องการของผู้ส่งออกต่อคุณลักษณะของผลไม้สามารถถ่ายทอดลงไปถึงเกษตรกรได้เป็นอย่างดี ทำให้เกษตรกรสามารถจัดการกับผลผลิตได้ตามความต้องการของผู้ส่งออก

ตารางที่ 5.1.18 จำนวนสหกรณ์การเกษตรในประเทศไทย ประจำเดือน ธันวาคม 2555

การดำเนินการ	จำนวนสหกรณ์การเกษตร		
	สหกรณ์	ชุมนุมสหกรณ์	รวม
จดทะเบียนจัดตั้งสหกรณ์	8		8
เลิกสหกรณ์	4		4
ถอนชื่อสหกรณ์ออกจากทะเบียน	5		5
Active (ยังไม่เริ่มดำเนินการและดำเนินธุรกิจ)	3,718	92	3,810
Non - Active อยู่ระหว่างชำระบัญชี (เลิกสหกรณ์)	619	12	631
รวมจำนวนสหกรณ์	4,337	104	4,441

ที่มา: กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2556

4) ราคา และกลไกการกำหนดราคาไม้ผลแต่ละชนิด การแข่งขันในการรวบรวมผลผลิต

เมื่อพิจารณาการแข่งขันในการรวบรวมผลไม้ พบว่า มีการแข่งขันกันสูง เนื่องจากผลไม้ไทยเป็นที่ต้องการในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศจีน ทำให้มีล้งจากต่างชาติเข้ามารวบรวมทุเรียนและลำไยมาก ส่งผลให้มีการแข่งขันกันเสนอราคาที่สูง รวมทั้งการซื้อแบบเหมาสวนและมีการให้เงินมัดจำล่วงหน้า เพื่อแย่งชิงผลผลิต แต่อย่างไรก็ตามอำนาจการต่อรองราคาของเกษตรกรยังค่อนข้างต่ำ

เมื่อพิจารณาปัจจัยต่างๆ ข้างต้น พบว่าในด้านของเงื่อนไขด้านกลยุทธ์ โครงสร้างองค์กร และการแข่งขัน ไม้ผลของไทยนั้นมีศักยภาพที่ค่อนข้างดี โดยทั้งลำไยและทุเรียนมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4 จาก 5 คะแนน (ตารางที่ 5.1.19)

ตารางที่ 5.1.19 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพด้านกลยุทธ์ โครงสร้างองค์กร และการแข่งขัน

ปัจจัย	คะแนน	
	ลำไย	ทุเรียน
1) การกระจายตัวของเกษตรกรในประเทศ (ตามภูมิภาค)	5	5
2) การรวมกลุ่มของเกษตรกร	3	3
3) ความเชื่อมโยงของโซ่อุปทาน	5	5
4) ราคา และกลไกการกำหนดราคาไม้ผลแต่ละชนิด	3	3
เฉลี่ยทั้งหมด	4	4

ที่มา: จากการประมวลของนักวิจัย, 2556

5.1.4 ผลการประเมินศักยภาพด้านอุปสงค์ภายในประเทศ

ปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์ตามเงื่อนไขด้านอุปสงค์ภายในประเทศ (Demand conditions) มีดังนี้ คือ

1) แนวโน้มปริมาณความต้องการในประเทศ

เมื่อพิจารณาแนวโน้มการใช้ไม้ผลในประเทศ พบว่า ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา แนวโน้มการใช้ผลไม้ในประเทศเพื่อการบริโภคและแปรรูปลำไยสูงขึ้นจาก 35,000 ตัน ในปี 2553 เป็น 50,000 ตัน ในปี 2555 แต่เมื่อพิจารณาสัดส่วนปริมาณการบริโภคในประเทศต่อการส่งออก พบว่า มีสัดส่วนที่ลดลงจากร้อยละ 12 ในปี 2553 เหลือร้อยละ 8 ในปี 2555

ในทางตรงกันข้ามกลับพบว่าปริมาณการใช้ทุเรียนในประเทศกลับลดลง จากปริมาณการใช้ทุเรียน 320,941 ตัน ในปี 2553 เหลือเพียง 151,690 ตัน ในขณะที่ปริมาณการส่งออกทุเรียนเพิ่มสูงขึ้นจาก 247,126 ตันในปี 2553 เป็น 371,966 ตันในปี 2555 ทำให้สัดส่วนการบริโภคภายในประเทศลดลงอย่างมาก จากร้อยละ 130 ในปี 2553 เหลือเพียงร้อยละ 41 ในปี 2555 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยต้องพึ่งพาตลาดต่างประเทศมากขึ้น (ตารางที่ 5.1.20)

ตารางที่ 5.1.20 ปริมาณการใช้ในประเทศและส่งออกของลำไย ทุเรียน ปี 2553-2555

ปี	ลำไย			ทุเรียน		
	บริโภคในประเทศ (ตัน)	ส่งออก (ตัน)	สัดส่วนในประเทศต่อส่งออก	บริโภคในประเทศ (ตัน)	ส่งออก (ตัน)	สัดส่วนในประเทศต่อส่งออก
2553	35,000	303,477	12%	320,941	247,126	130%
2554	20,000	556,628	4%	202,200	307,923	66%
2555	50,000	596,419	8%	151,690	371,966	41%

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2556

2) ข้อกำหนดด้านมาตรฐานเปรียบเทียบกับการส่งออกไปประเทศอินโดนีเซีย

เมื่อพิจารณาถึงความต้องการและข้อกำหนดด้านมาตรฐานฯ ต่างสำหรับผลไม้ที่บริโภคในประเทศ พบว่า ผู้บริโภคมีความตระหนักในการเรื่องสารพิษตกค้างในผลไม้มากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการกำหนดมาตรฐานผลไม้ที่ขายในประเทศ ต้องเป็นไปตามมาตรฐานตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ มกอช 1-2546 และ มกอช 3-2546 สำหรับลำไยและทุเรียนตามลำดับ แต่อย่างไรก็ตามยังไม่มีข้อหนดเกี่ยวกับ GAP สำหรับผลไม้ที่วางขายในประเทศ ซึ่งแตกต่างจากข้อกำหนดการนำเข้าของอินโดนีเซียที่ระบุให้ลำไย และ ทุเรียนที่นำเข้าไปอินโดนีเซียนั้นต้องมีใบ GAP เพื่อทำเอกสารที่ใช้ในการนำเข้าต่อไป ยกเว้นลำไยและทุเรียนที่ขายตามร้านค้าสมัยใหม่ในไทยบางแห่งที่มีการกำหนดว่าต้องมี GAP เช่นเดียวกัน

เมื่อพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้น พบว่าในด้านของอุปสงค์ในประเทศของไม้ผลของไทยนั้น ลำไยมี **ศักยภาพค่อนข้างดี** โดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.5 จาก 5 คะแนน ส่วนทุเรียนมี **ศักยภาพปานกลาง** โดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.5 จาก 5 คะแนน (ตารางที่ 5.1.21)

ตารางที่ 5.1.21 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพด้านอุปสงค์ภายในประเทศ

ปัจจัย	คะแนน	
	ลำไย	ทุเรียน
3.1) ปริมาณความต้องการบริโภคผลไม้ในประเทศ	4	2
3.2) ลักษณะความต้องการบริโภคผลไม้แต่ละชนิด	3	3
เฉลี่ยทั้งหมด	3.5	2.5

ที่มา: จากการประมวลของนักวิจัย, 2556

5.1.5 ผลการประเมินศักยภาพด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน

ปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์ตามเงื่อนไขด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Relative and Support Industries) มีดังนี้ คือ

1) ระบบขนส่งในประเทศทั้งทางถนน ราง อากาศ และน้ำ

การขนส่งผลไม้ภายในประเทศอาศัยการขนส่งทางถนนโดยใช้รถบรรทุกเป็นหลัก ถนนในประเทศไทยมีความยาวรวมทั้งหมดประมาณ 187,444 กิโลเมตร (กรมการขนส่ง, 2555) ซึ่งค่อนข้างครอบคลุมทุกพื้นที่ในประเทศไทย ส่งผลให้การขนส่งภายในประเทศสามารถทำได้ค่อนข้างรวดเร็ว

อย่างไรก็ตามพื้นที่เพาะปลูกลำไยและทุเรียนอยู่กระจายหลายพื้นที่และอยู่ห่างไกลกัน ทำให้ต้องใช้เวลาในการรวบรวมโดยเฉพาะลำไย ส่วนการรวบรวมและขนส่งทุเรียนสามารถทำได้ค่อนข้างรวดเร็วกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับลำไย เนื่องจากโดนบังคับด้วยลักษณะของทุเรียนที่มีอายุผลิตภัณฑ์สั้น

เมื่อพิจารณาถึงต้นทุนค่าขนส่งพบว่ามีค่อนข้างสูงและโดยเฉพาะผลไม้ซึ่งมีน้ำหนักและต้องการพื้นที่ขนส่งมาก รวมถึงค่าเชื้อเพลิงที่สูงมากขึ้น ส่วนการขนส่งทางรางเพื่อลดค่าขนส่งยังทำได้ลำบาก เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องเส้นทางและหัวรถจักรที่มีไม่เพียงพอ นอกจากนี้ยังพบว่ารถที่ใช้ในการขนส่งมีไม่เพียงพอในช่วงที่มีผลผลิตออกมามาก

2) ความพร้อมของระบบโลจิสติกส์เพื่อการส่งออก

การส่งออกผลไม้จากประเทศไทยไปยังอินโดนีเซียโดยปกติแล้วจะขนส่งทางเรือ จากข้อมูลของกรมการค้า พบว่า จำนวนเรือในการขนส่งสินค้าเข้าและออกจากประเทศไทยมีมากขึ้น ส่งผลให้ปริมาณการขนส่งทางเรือเพิ่มสูงขึ้น โดยจะเห็นว่าปริมาณสินค้าขาเข้ามากกว่าปริมาณสินค้าขาออกทุกปี เช่นเดียวกับจำนวนตู้ขนส่งสินค้ามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในช่วง 12 ปีที่ผ่านมา (ตารางที่ 5.1.22)

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าจะมีจำนวนเรือและตู้ขนส่งสินค้าเป็นจำนวนมาก ผู้ส่งออกผลไม้ยังประสบกับปัญหาการขาดแคลนตู้ขนส่งสินค้าในช่วงที่มีผลผลิตออกสู่ตลาดมาก ทำให้ค่าขนส่งเพิ่มขึ้นหลายเท่าตัว

ตารางที่ 5.1.22 การนำเข้า-ส่งออกทางเรือของประเทศไทย

ปี	จำนวนเรือ (ลำ)	สินค้าขาเข้า (ตัน)			สินค้าขาออก (ตัน)			จำนวนตู้ขนส่งสินค้า (ตู้)		
		แบบดั้งเดิม	ตู้ขนส่งสินค้า	รวม	แบบดั้งเดิม	ตู้ขนส่งสินค้า	รวม	ขาเข้า	ขาออก	รวม
2543	2,276	1,904,539	4,087,458	5,991,997	137,297	6,974,598	7,111,895	511,386	557,857	1,069,243
2544	2,513	1,745,668	4,094,099	5,839,767	98,454	7,444,252	7,542,706	504,766	564,413	1,069,179
2545	2,501	1,857,644	4,527,337	6,384,981	124,166	7,851,228	7,975,394	526,578	609,715	1,136,293
2546	2,361	1,832,482	5,157,109	6,989,591	95,039	7,447,620	7,542,659	553,320	645,254	1,198,574
2547	2,428	2,084,360	6,192,513	8,276,873	90,186	7,295,310	7,385,496	654,031	692,090	1,346,121
2548	2,685	2,191,876	6,665,506	8,857,382	46,526	7,280,255	7,326,781	662,805	697,340	1,360,145
2549	2,834	2,034,572	7,135,524	9,170,096	133,989	8,135,994	8,269,983	721,869	763,897	1,485,766
2550	2,949	2,034,535	7,446,990	9,481,525	153,605	8,948,726	9,102,331	783,413	798,764	1,582,177
2551	2,672	1,961,929	7,257,377	9,219,306	172,561	7,408,769	7,581,330	719,751	657,533	1,377,284
2552	2,539	2,126,601	6,034,030	8,160,631	365,288	7,574,908	7,940,196	679,740	655,063	1,334,803
2553	2,744	1,856,129	8,583,743	10,439,872	247,390	7,890,157	8,137,547	806,386	694,115	1,500,501
2554	2,906	2,008,164	7,938,524	9,946,688	162,574	7,158,301	7,320,875	737,553	567,876	1,305,429

ที่มา: การท่าเรือแห่งประเทศไทย, 2556

3) จำนวนพื้นที่ในเขตชลประทาน เขตน้ำฝน แหล่งน้ำธรรมชาติ

เมื่อพิจารณาถึงพื้นที่ชลประทานในประเทศไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา พบว่า พื้นที่ชลประทานเพิ่มขึ้นเล็กน้อย จาก 28.14 ล้านไร่ ในปี 2551 เป็น 29.83 ล้านไร่ในปี 2555 (ตารางที่ 5.1.23) ส่งผลให้ปริมาณเก็บกักน้ำเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย ซึ่งยังไม่เพียงพอกับพื้นที่การเกษตรที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น (ตารางที่ 5.1.24) นอกจากนี้แหล่งน้ำธรรมชาติก็มีไม่เพียงพอ ส่งผลให้เกษตรกรประสบปัญหาน้ำเพื่อการเกษตรขาดแคลนในช่วงหน้าแล้ง

ตารางที่ 5.1.23 จำนวนพื้นที่ชลประทานที่เพิ่มขึ้น (รวมโครงการทุกขนาดทุกประเภท) ปี 2551-2555

ปีงบประมาณ	พื้นที่ชลประทาน ณ ต้น ปีงบประมาณ (ไร่)	พื้นที่ชลประทาน ที่เพิ่มขึ้น (ไร่)	พื้นที่ชลประทาน ณ สิ้น ปีงบประมาณ (ไร่)
2551	27,988,362	149,893	28,138,255
2552	28,138,255	579,639	28,717,894
2553	28,717,894	620,957	29,338,851
2554	29,338,851	264,441	29,603,292
2555	29,603,292	224,695	29,827,987

ที่มา: กรมชลประทาน, 2556

ตารางที่ 5.1.24 จำนวนปริมาณเก็บกักน้ำ ปี 2548-2555

ปีงบประมาณ	จำนวนปริมาณเก็บกัก ณ ต้นปีงบประมาณ (ล้านลูกบาศก์เมตร)	จำนวนปริมาณเก็บกัก ที่เพิ่มขึ้น (ล้านลูกบาศก์เมตร)	จำนวนปริมาณเก็บกัก ณ สิ้นปีงบประมาณ (ล้านลูกบาศก์เมตร)
2548	71165.69	1036.85	72202.54
2549	72202.54	442.76	72645.30
2550	72645.30	791.94	73437.24
2551	73437.24	0	73437.24
2552	73437.24	205.37	73642.61
2553	73642.61	69.77	73712.38
2554	73712.38	158.12	73870.50
2555	73870.50	97.03	73967.53

หมายเหตุ : เฉพาะโครงการขนาดใหญ่และขนาดกลาง

ที่มา: กรมชลประทาน, 2556

4) ความพร้อมของหน่วยงานที่รับผิดชอบในการตรวจสอบ GAP และ GMP

มาตรฐาน GAP และ GMP เป็นมาตรฐานที่รัฐบาลอินโดนีเซียบังคับให้ไม่ผลหลายชนิดที่นำเข้าไปในอินโดนีเซียต้องมี ดังนั้นความพร้อมในเรื่องการรับรอง GAP และ GMP จึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการส่งออกไม้ผลไปยังอินโดนีเซีย เมื่อพิจารณาความพร้อมของไทยในการออกมาตรฐานรับรอง GAP และ GMP พบว่า ไทยมีหน่วยงานหลักในการรับรอง GAP และ GMP นั่นคือกรมวิชาการเกษตร จากการสำรวจพบว่าสิ่ง/โรคศัตรู/โรครวม มีความตระหนักในการทำ GMP และไม่พบปัญหาในการออกใบรับรอง GMP จากกรมวิชาการเกษตร ในทางตรงกันข้ามการทำ GAP ยังไม่ค่อยแพร่หลายสำหรับเกษตรกรมากนัก เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่ตระหนักถึงความสำคัญของการมีใบรับรอง GAP นอกจากนี้ยังพบว่าการออกใบรับรอง GAP ของกรมวิชาการเกษตรทำได้ค่อนข้างจำกัด เนื่องจากมีกำลังคนและงบประมาณที่ไม่เพียงพอ ประกอบกับเกษตรกรผู้ผลิตอยู่กระจายหลายพื้นที่ในไทย

เมื่อพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้น พบว่าในด้านของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนในประเทศของไม้ผลของไทยนั้น มีศักยภาพปานกลาง โดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.83 และ 3 จาก 5 คะแนน สำหรับลำไยและทุเรียนตามลำดับ (ตารางที่ 5.1.25)

ตารางที่ 5.1.25 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน

ปัจจัย	คะแนน			
	ลำไย		ทุเรียน	
1) ความพร้อมของระบบโลจิสติกส์ ในประเทศ	เวลา	3	เวลา	4
	ต้นทุน	2	ต้นทุน	2
	สิ่งอำนวยความสะดวก	3	สิ่งอำนวยความสะดวก	3
	เฉลี่ย	2.33	เฉลี่ย	3
2) ความพร้อมของระบบโลจิสติกส์ เพื่อการส่งออก		3		3
3) ความพร้อมของระบบชลประทานเพื่อการเกษตร		3		3
4) หน่วยงานตรวจสอบรับรองมาตรฐาน	GMP	5	GMP	5
	GAP	1	GAP	1
	เฉลี่ย	3	เฉลี่ย	3
	เฉลี่ยทั้งหมด	2.83		3

ที่มา: จากการประมวลผลของนักวิจัย, 2556

5.1.6 ผลการประเมินศักยภาพด้านภาครัฐ

ปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์ตามเงื่อนไขด้านภาครัฐ (Government) คือ นโยบายของรัฐบาล โดยทำการวิเคราะห์เกี่ยวกับนโยบายการให้ความช่วยเหลือของรัฐบาล การนำแผนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติ และด้านนโยบายการส่งออก

ตามที่ภาครัฐของไทยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมไม้ผล ซึ่งสะท้อนได้จากนโยบายต่างๆ ทั้งด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต รวมถึงการช่วยเหลือด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและปัจจัยการผลิตอื่นๆ ภายใต้อายุทธศาสตร์ผลไม้ แต่อย่างไรก็ตามพบว่า การถ่ายทอดเทคโนโลยี หรือการช่วยเหลือด้านต่างๆ จากภาครัฐมีไม่เพียงพอต่อความต้องการเนื่องจากข้อจำกัดด้านทรัพยากรในการดำเนินการ นอกจากนี้ ถึงแม้ว่าภาครัฐจะมีการจัดทำยุทธศาสตร์สำหรับผลไม้ของไทยไว้แต่ พบว่า มีข้อจำกัดในการนำไปสู่การปฏิบัติ ทำให้ยังไม่สามารถบรรลุเป้าหมายของแผนยุทธศาสตร์ได้ สำหรับการอำนวยความสะดวกในการส่งออก พบว่ากฎระเบียบเพื่อการส่งออกนั้นผู้ประกอบการสามารถปฏิบัติตามได้ไม่ยากนัก เพียงแต่ยังไม่มีหน่วยงานที่เป็น one-stop service สำหรับให้บริการด้านเอกสาร

การดำเนินการของภาครัฐภายใต้ยุทธศาสตร์ผลไม้ไทย ปี 2553-2557 สำหรับลำไยได้ดำเนินการตามกลยุทธ์ต่างๆ ดังนี้ 1) ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการผลิต เช่น การพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตการบริหารจัดการหลังเก็บเกี่ยว ความเข้มแข็งของกลุ่มผู้ผลิต 2) ส่งเสริมและพัฒนาการเพิ่มมูลค่าผลไม้และผลิตภัณฑ์ เช่น พัฒนাবรรจุภัณฑ์ สร้างตราสินค้าไทย แปรรูปให้หลากหลาย และ 3) ส่งเสริมและพัฒนาตลาดในประเทศ และตลาดส่งออก เช่น เพิ่มประสิทธิภาพตลาดกลาง ส่งเสริมการค้าขายชายแดน พัฒนาระบบ Logistics ส่งผลให้ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกลำไยรายใหญ่ของโลก โดยในปี 2555 มีมูลค่าส่งออกลำไยกว่า 19,000 ล้านบาท และมีการผลิตลำไยนอกฤดูเพื่อลดความเสี่ยงในด้านราคาที่ตกต่ำในช่วงฤดูกล

สำหรับทุเรียนได้ดำเนินการตามกลยุทธ์ต่างๆ ดังนี้ 1) ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการผลิต เช่น การพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตการบริหารจัดการหลังเก็บเกี่ยว ความเข้มแข็งของกลุ่มผู้ผลิต 2) ส่งเสริมและพัฒนาการเพิ่มมูลค่าผลไม้และผลิตภัณฑ์ เช่น พัฒนাবรรจุภัณฑ์ สร้างตราสินค้าไทย แปรรูปให้หลากหลาย และ 3) ส่งเสริมและพัฒนาตลาดในประเทศ และตลาดส่งออก เช่น เพิ่มประสิทธิภาพตลาดกลาง ส่งเสริมการค้าขายชายแดน พัฒนาระบบ Logistics ส่งผลให้เกษตรกรและผู้ประกอบการมีความชำนาญสูง มีเทคโนโลยีในการผลิตทุเรียนนอกฤดู ทุเรียนไทยมีคุณภาพดีเป็นที่ต้องการของตลาดและได้รับฉายาว่า King of Fruits ทำให้ไทยเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ของโลก ซึ่งมีมูลค่าส่งออกถึง 6,000 ล้านบาท ในปี 2555

เมื่อพิจารณาปัจจัยต่างๆ ข้างต้น พบว่าในด้านของเงื่อนไขด้านกลยุทธ์ โครงสร้างองค์กร และการแข่งขัน ไม้ผลของไทยนั้นมีศักยภาพที่ค่อนข้างดี โดยทั้งลำไยและทุเรียนมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.33 จาก 5 คะแนน (ตารางที่ 5.1.26)

ตารางที่ 5.1.26 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพด้านรัฐบาล

ปัจจัย	คะแนน	
	ลำไย	ทุเรียน
นโยบายของรัฐบาล		
นโยบายช่วยเหลือของรัฐบาล	3	3
การนำแผนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติ	3	3
นโยบายการส่งออก	4	4
เฉลี่ยทั้งหมด	3.33	3.33

ที่มา: จากการประมวลของนักวิจัย, 2556

5.1.7 ผลการประเมินศักยภาพด้านโอกาส

ปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์ตามเงื่อนไขด้านโอกาส (Chance) มีดังนี้ คือ

1) กฎ ระเบียบ ข้อบังคับในการนำเข้าของประเทศอินโดนีเซีย

ปัจจุบันอินโดนีเซียมีนโยบายที่จะลดการนำเข้าผลไม้ประมาณร้อยละ 70 จึงได้ดำเนินนโยบายที่ไม่ใช่ภาษีต่างๆ ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการกำหนดท่าเรือสำหรับสินค้าแต่ละชนิด การกำหนดให้ต้องมีใบ RIPH ในการนำเข้าผลไม้ การกำหนดให้การตรวจสอบสินค้าก่อนปิดตู้คอนเทนเนอร์ต้องใช้ surveyor ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานของอินโดนีเซียเท่านั้น ซึ่งปัจจุบันมีเพียงบริษัทเดียวในประเทศไทยที่สามารถทำได้ ทำให้เกิดการผูกขาดและอาจเกิดความล่าช้าในการตรวจผลไม้ก่อนปิดตู้คอนเทนเนอร์ นอกจากนี้รัฐบาลอินโดนีเซียยังได้มีการกำหนดโควตาการนำเข้าสำหรับผลไม้แต่ละชนิดซึ่งเป็นมาตรการที่ได้ผลเป็นอย่างมากในการสกัดกั้นการนำเข้าผลไม้ต่างจากประเทศ ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้ส่งออกไทยเป็นอย่างมาก คาดว่าอินโดนีเซียมีแนวโน้มที่จะใช้มาตรการกีดกันที่ไม่ใช่ภาษีเพิ่มสูงขึ้นหากมีการเปิด AEC

2) แนวโน้มการบริโภคผลไม้ไทยในประเทศอินโดนีเซีย

เมื่อพิจารณาแนวโน้มการส่งออกผลไม้ของไทยไปอินโดนีเซีย พบว่า มีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้น โดยปริมาณการส่งออกผลไม้ของไทยไปยังอินโดนีเซียเพิ่มขึ้นจาก 53,015 ตัน ในปี 2550 เป็น 119,695 ตัน ในปี 2555 (ตารางที่ 5.1.27) ทั้งนี้เนื่องจากผลไม้ไทยเป็นที่นิยมและมีคุณภาพสูงกว่าผลไม้จากที่อื่นๆ เมื่อพิจารณาลำไยพื้นเมืองของอินโดนีเซีย พบว่า มีปริมาณน้อย ลูกมีขนาดเล็ก และมีอายุในการเก็บรักษาสั้น เนื่องจากยังไม่มีกรรมปลูกลำไย ทำให้ลำไยพื้นเมืองของอินโดนีเซียยังไม่แพร่หลายมากนักและไม่สามารถที่จะทดแทนลำไยจากไทยได้ในช่วงเวลานี้

เมื่อพิจารณาการส่งออกทุเรียนไทยไปยังอินโดนีเซีย พบว่า มีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน ในช่วงปี 2550 ถึง 2554 โดยปริมาณการส่งออกทุเรียนไทยไปยังอินโดนีเซียเพิ่มจาก 20,912 ตัน ในปี 2550 เป็น 26,305 ตันในปี 2554 แต่ปริมาณการส่งออกลดลงเหลือเพียง 18,083 ตัน ในปี 2555 (ตารางที่ 5.1.27) นอกจากนี้ยังพบว่าอินโดนีเซียได้มีการส่งเสริมให้มีการเพาะปลูกทุเรียนมากขึ้น โดยเฉพาะทุเรียนพันธุ์หมอนทอง ซึ่งสามารถทดแทนทุเรียนของไทยได้เป็นอย่างดี

ตารางที่ 5.1.27 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยและทุเรียนของไทยไปอินโดนีเซีย ปี 2550-2555

ปี	ลำไย		ทุเรียน	
	ปริมาณ (กก.)	มูลค่า (บาท)	ปริมาณ (กก.)	มูลค่า (บาท)
2550	53,014,858	737,144,897	20,911,598	380,332,319
2551	41,113,915	647,923,195	24,071,043	452,139,118
2552	70,243,171	1,048,872,322	27,819,834	585,502,955
2553	57,395,029	1,096,455,020	21,897,290	470,849,893
2554	101,930,991	2,107,050,255	26,305,376	624,653,640
2555	119,695,247	2,677,141,867	18,082,786	424,004,388

ที่มา: กรมศุลกากร, 2556

เมื่อพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้น พบว่าในด้านโอกาส ของไม้ผลของไทยนั้น ลำไยมี**ศักยภาพปานกลาง** โดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.5 จาก 5 คะแนน ส่วนทุเรียน**ค่อนข้างไม่มีศักยภาพ** โดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 2 จาก 5 คะแนน (ตารางที่ 5.1.28)

ตารางที่ 5.1.28 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพด้านโอกาส

ปัจจัย	คะแนน	
	ลำไย	ทุเรียน
1) ผลกระทบของกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ของกรณีอินโดนีเซียนำเข้า	0	0
2) แนวโน้มการบริโภคผลไม้ไทยในอินโดนีเซีย	5	4
เฉลี่ยทั้งหมด	2.5	2

ที่มา: จากการประมวลของนักวิจัย, 2556

5.1.8 สรุปผลการประเมินศักยภาพตามแบบจำลองเพชร

จากการวิเคราะห์ในข้างต้น พบว่า ทั้งลำไยและทุเรียนมี**ศักยภาพในการส่งออกไปประเทศอินโดนีเซียอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดี** โดยลำไยมีศักยภาพเหนือกว่าทุเรียนเล็กน้อย ซึ่งพิจารณาได้จากคะแนนเฉลี่ยของศักยภาพลำไยอยู่ 3.25 ในขณะที่คะแนนศักยภาพของทุเรียนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.00 (จาก 5 คะแนน) เมื่อพิจารณาศักยภาพปัจจัยหลักซึ่งประกอบด้วย 1) เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต 2) กลยุทธ์โครงสร้างองค์กร และการแข่งขัน 3) อุปสงค์ภายในประเทศ และ 4) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่าศักยภาพในปัจจัยหลักของลำไยและทุเรียนอยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างดี โดยลำไยมีศักยภาพสูงกว่าทุเรียนเล็กน้อย ที่ 3.58 และ 3.34 คะแนน ตามลำดับ แต่เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยสนับสนุนซึ่งประกอบด้วย 1) ภาครัฐ และ 2) โอกาส พบว่า มีศักยภาพอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง โดยลำไยมีศักยภาพสูงกว่าทุเรียนเล็กน้อยที่ 2.92 และ 2.67 คะแนน สำหรับลำไยและทุเรียนตามลำดับ (ตารางที่ 5.1.29 และ ภาพที่ 5.1.1) จุดที่ต้องมีการดำเนินการเพื่อเพิ่มศักยภาพของลำไยและทุเรียนอย่างเร่งด่วน คือ โอกาส และ

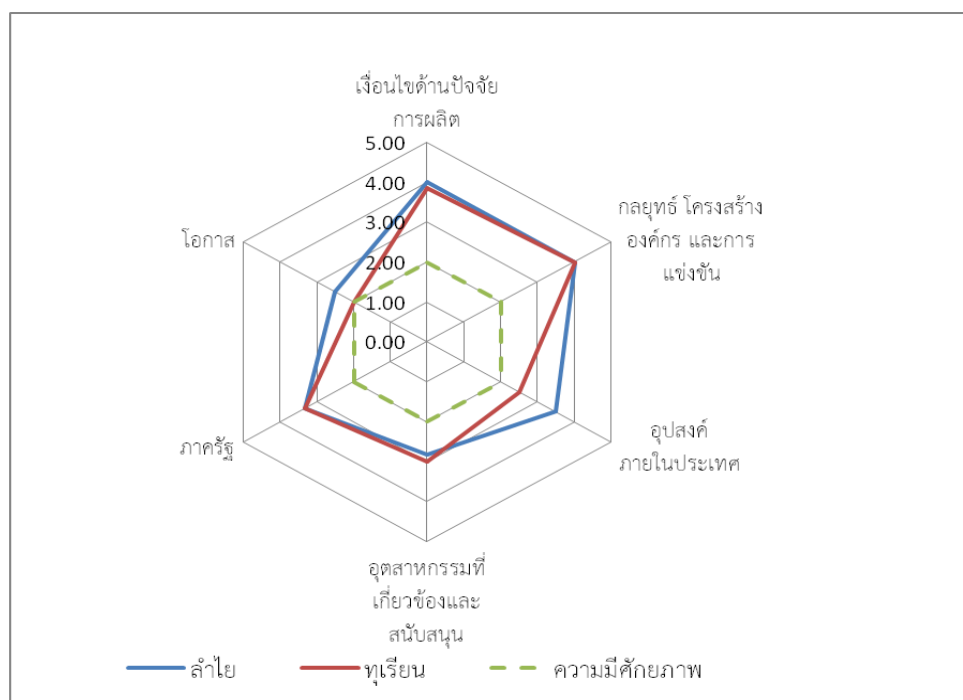
รองลงมา คือ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ซึ่งทั้งลำไยและทุเรียนมีศักยภาพเพียงปานกลาง สำหรับสองปัจจัยนี้

ตารางที่ 5.1.29 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของลำไยและทุเรียนของไทยเพื่อการส่งออกป้อนจีน

ตามแบบจำลองเพชร

ปัจจัย	คะแนน	
	ลำไย	ทุเรียน
ปัจจัยหลัก		
1) เงินทุนด้านปัจจัยการผลิต	4.00	3.86
2) กลยุทธ์ โครงสร้างองค์กร และการแข่งขัน	4.00	4.00
3) อุปสงค์ภายในประเทศ	3.50	2.50
4) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.83	3.00
คะแนนเฉลี่ยปัจจัยหลัก	3.58	3.34
ปัจจัยสนับสนุน		
5) ภาครัฐ	3.33	3.33
6) โอกาส	2.50	2.00
คะแนนเฉลี่ยปัจจัยสนับสนุน	2.92	2.67
เฉลี่ยรวม	3.25	3.00

ที่มา: จากการประมวลของนักวิจัย, 2556



ภาพที่ 5.1.1 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของลำไยและทุเรียนของไทยเพื่อการส่งออกป้อนจีน

ตามแบบจำลองเพชร

5.2 ผลการวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค

5.2.1 การประเมินผลค่าคะแนนโอกาสทางการค้าของไทยกับอินโดนีเซีย

ในการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค ใช้แนวคิด OT Analysis (Opportunities and treat analysis) ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้ คือ

ขั้นที่ 1 ทำการกำหนดปัจจัยหลัก และปัจจัยย่อย ตามหลักวิชาการ ขึ้นเป็นกรอบโครงสร้างที่จะทำการศึกษา โดยคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่เป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ (Uncontrollable factor) ทั้งนี้มีปัจจัยหลัก ดังนี้คือ ข้อตกลงทางการค้า นโยบายภาครัฐ ภาวะเศรษฐกิจ ผู้บริโภค เทคโนโลยี พันธมิตรทางการค้า สภาพการแข่งขัน และสภาพธรรมชาติ

ขั้นที่ 2 นำกรอบโครงสร้างปัจจัยในขั้นที่ 1 ไปสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมส่งออกไม้ผล เพื่อปรับปรุง/แก้ไขปัจจัยย่อยที่ใช้ในการศึกษาให้มีความเกี่ยวข้องและเหมาะสมที่จะนำเข้าสู่การวิเคราะห์ในการวิจัยนี้ ซึ่งในขั้นที่ 2 ได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่งออกไม้ผลไปอินโดนีเซีย 2 ราย

ขั้นที่ 3 ทำการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมส่งออกไม้ผลไปอินโดนีเซีย เพื่อทำการกำหนดค่าน้ำหนักของปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยที่ทำการศึกษา โดยกำหนดให้ผลรวมของทุกปัจจัยหลัก หรือของทุกปัจจัยย่อยมีค่าเท่ากับ 1.00 หรือ ร้อยละ 100 ซึ่งในขั้นที่ 3 ได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่งออกไม้ผลไปอินโดนีเซีย 2 ราย และเจ้าหน้าที่ภาครัฐ 1 ราย

ขั้นที่ 4 ทำการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมส่งออกไม้ผลไปอินโดนีเซีย เพื่อประเมินค่าคะแนนให้ในแต่ละปัจจัยย่อย โดยกำหนดให้มีค่าคะแนนน้อยที่สุดเท่ากับ 1 คะแนน และสูงสุดเท่ากับ 5 คะแนน การประเมินในแต่ละปัจจัยย่อยผู้ให้สัมภาษณ์ต้องคำนึงถึงกรณีการค้าไม้ผลเป้าหมายระหว่างไทยกับอินโดนีเซียเป็นสำคัญ ว่าในประเด็นปัจจัยย่อยประเด็นนั้นไทยมีโอกาสสูงหรือต่ำ โดยให้กำหนดเป็นค่าคะแนนออกมา ซึ่งในขั้นที่ 4 ได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่งออกไม้ผลไปอินโดนีเซีย 2 ราย เจ้าหน้าที่ภาครัฐ 1 ราย และนักวิชาการ 1 ราย

ขั้นที่ 5 นักวิจัยทำการประเมินผลค่าคะแนน โอกาสอุปสรรคของการค้าระหว่างไทยและอินโดนีเซีย โดยคำนวณค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักด้วยค่าน้ำหนักของปัจจัยย่อยแต่ละปัจจัย และหาผลรวมของค่าทั้งหมด เพื่อการแปลผลประเมินโดยรวม หาปัจจัยชี้ความสำเร็จทางการค้า และหากกลุ่มปัจจัยที่ควรพิจารณาต่อไป

ดังที่ได้กล่าวไว้ว่า ในการวิเคราะห์จะให้คะแนนแต่ละปัจจัย มีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละปัจจัยอยู่ในช่วงคะแนน 1 -5 โดยที่ 1 คือ เป็นอุปสรรคทางการค้า หรือก็คือไม่มีโอกาส และ 5 คือมีโอกาสด้านการค้าสูง

การแปลผล จึงจะพิจารณาดังนี้

คะแนน 1.00 – 1.99 คะแนน หมายถึงไม่มีโอกาส

คะแนน 2.00 – 2.99 คะแนน หมายถึง มีโอกาสต่ำ

คะแนน 3.00 – 3.99 คะแนน หมายถึง มีโอกาสปานกลาง

คะแนน 4.00 – 5.00 คะแนน หมายถึง มีโอกาสสูง

จากการดำเนินการตามขั้นตอนดังกล่าว พบว่า มีค่าคะแนนโอกาส เท่ากับ 3.03 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน แปลผลได้ว่า โอกาสทางการค้าของไทยกับอินโดนีเซียอยู่ในระดับปานกลาง หากคิดเป็นค่าร้อยละจะเท่ากับร้อยละ 60.60 เท่านั้น (ตารางที่ 5.2.1)

5.2.2 ปัจจัยชี้ความสำเร็จของโอกาสทางการค้าของไทยกับอินโดนีเซีย

ผลจากการวิเคราะห์โอกาสทางการค้าของไทยกับอินโดนีเซีย ตามแนวคิด OT Analysis พบว่า ปัจจัยชี้ความสำเร็จ (Key Success Factor: KSF) ทางการค้า 4 อันดับแรก มีดังต่อไปนี้ คือ

อันดับ 1 คือ **ข้อตกลงทางการค้า** มีค่าน้ำหนักปัจจัยที่ร้อยละ 32.00

โดยมีปัจจัยที่มีความสำคัญมากเป็นอันดับแรก คือ กฎ ระเบียบ ข้อบังคับของประเทศอินโดนีเซีย มีค่าน้ำหนักปัจจัยที่ร้อยละ 32.00

อันดับ 2 คือ **นโยบายของรัฐ** มีค่าน้ำหนักปัจจัยที่ร้อยละ 15.33

โดยมีปัจจัยที่มีความสำคัญมากเป็นอันดับแรก คือ นโยบายการส่งเสริมการผลิตในระดับต้นน้ำ มีค่าน้ำหนักปัจจัยที่ร้อยละ 7.33

อันดับ 3 คือ **ภาวะเศรษฐกิจ** มีค่าน้ำหนักปัจจัยที่ร้อยละ 13.33

โดยมีปัจจัยที่มีความสำคัญมากเป็นอันดับแรก คือ ค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ มีค่าน้ำหนักปัจจัยที่ร้อยละ 4.67

อันดับ 4 คือ **ผู้บริโภค** มีค่าน้ำหนักปัจจัยที่ร้อยละ 10.00

โดยมีปัจจัยที่มีความสำคัญมากเป็นอันดับแรก คือ Brand / ชื่อเสียงไม้ผลไทย มีค่าน้ำหนักปัจจัยที่ร้อยละ 5.00

ตารางที่ 5.2.1 ผลการวิเคราะห์โอกาสทางการค้าของไทยกับอินโดนีเซีย ตามแนวคิด OT Analysis

ปัจจัย	% ค่าถ่วงน้ำหนัก	คะแนน	ค่าถ่วงน้ำหนัก
ข้อตกลงทางการค้า	0.3200		
กฎระเบียบ ข้อบังคับของประเทศอินโดนีเซีย	0.3200	2.50	0.8000
นโยบายของรัฐ	0.1533		
นโยบายการส่งเสริมการผลิตในระดับต้นน้ำ	0.0733	3.50	0.2567
นโยบายส่งเสริมด้านเงินทุนภาคการเกษตร	0.0433	2.75	0.1192
นโยบายการส่งเสริมการผลิตในระดับกลางน้ำ และปลายน้ำ	0.0367	3.00	0.1100
ภาวะเศรษฐกิจ	0.1333		
ค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ	0.0467	3.75	0.1750
อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของอินโดนีเซีย	0.0400	4.00	0.1600
ภาวะเงินเฟ้อ/อัตราแลกเปลี่ยน	0.0233	3.25	0.0758
ราคาน้ำมัน/ต้นทุนการขนส่ง	0.0233	3.75	0.0875
ผู้บริโภค	0.1000		
Brand/ชื่อเสียงไม้ผลไทย	0.0500	4.00	0.2000
รสนิยมผู้บริโภค	0.0333	3.25	0.1083
ความง่ายต่อการเปลี่ยนไปบริโภคสินค้าอื่นทดแทน	0.0167	2.50	0.0417
เทคโนโลยี	0.0767		
การยอมรับเทคโนโลยีในระดับต้นน้ำ/ การจัดการหลังเก็บเกี่ยว	0.0400	3.25	0.1300
การยอมรับเทคโนโลยีแปรรูป/การจัดการเพื่อการส่งออก	0.0200	2.50	0.0500
การเติบโตของงานวิจัยและพัฒนาด้านการผลิตและแปรรูป	0.0167	2.50	0.0417
พันธมิตรการค้า	0.0767		
การร่วมมือในระหว่างผู้ผลิตระดับต้นน้ำโซ่อุปทาน	0.0400	3.00	0.1200
การร่วมมือของผู้ประกอบการในโซ่อุปทาน	0.0367	3.00	0.1100
สภาพการแข่งขัน	0.0700		
การแข่งขันระหว่างผู้ส่งออกใน AEC เพื่อไปอินโดนีเซีย	0.0367	3.25	0.1192
การแข่งขันระหว่างผู้ส่งออกไทยด้วยกันเพื่อไปอินโดนีเซีย	0.0333	2.50	0.0833
สภาพธรรมชาติ	0.0700		
ความได้เปรียบของภูมิอากาศ	0.0367	3.50	0.1283
ความได้เปรียบของภูมิประเทศ	0.0333	3.50	0.1167
(จากคะแนนเต็ม 5.00 คะแนน) ค่าคะแนน OT เท่ากับ 3.03 หรือ คิดเป็นร้อยละ 60.60 แปลผลอยู่ระดับปานกลาง			

ที่มา: จากการสัมภาษณ์และทำการประมวลโดยนักวิจัย, 2556

นอกจากนี้ กลุ่มปัจจัยที่ควรพิจารณาจากการศึกษาปัจจัยย่อยทั้งหมด 20 ปัจจัย พบว่า มีกลุ่มปัจจัยย่อย 8 อันดับแรก ที่เป็นปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่ควรพิจารณา (ตารางที่ 5.2.2) สามารถแบ่งตามระดับโอกาสทางการค้าได้เป็น 3 กลุ่ม คือ

ตารางที่ 5.2.2 ปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่ควรพิจารณาในการค้าของไทยกับอินโดนีเซีย

ปัจจัยย่อย	% ค่าถ่วง น้ำหนัก	คะแนน	ระดับของ โอกาสทางการค้า
1. กฎระเบียบ ข้อบังคับของประเทศอินโดนีเซีย	32.00	2.50	ต่ำ
2. นโยบายการส่งเสริมการผลิตในระดับต้นน้ำ	7.33	3.50	ปานกลาง
3. Brand/ชื่อเสียงไม้ผลไทย	5.00	4.00	สูง
4. ค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ	4.67	3.75	ปานกลาง
5. นโยบายส่งเสริมด้านเงินทุนภาคการเกษตร	4.33	2.75	ต่ำ
6. อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของอินโดนีเซีย	4.00	4.00	สูง
7. การยอมรับเทคโนโลยีในระดับต้นน้ำ/ การจัดการหลังเก็บเกี่ยว	4.00	3.25	ปานกลาง
8. การร่วมมือในระหว่างผู้ผลิตระดับต้นน้ำโซ่อุปทาน	4.00	3.00	ปานกลาง
ผลรวม	65.33		

ที่มา : ตารางที่ 5.2.1

กลุ่มที่ 1 มีระดับโอกาสทางการค้าอยู่ในระดับ สูง ได้แก่ ปัจจัย Brand/ชื่อเสียงไม้ผลไทย และอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของอินโดนีเซีย

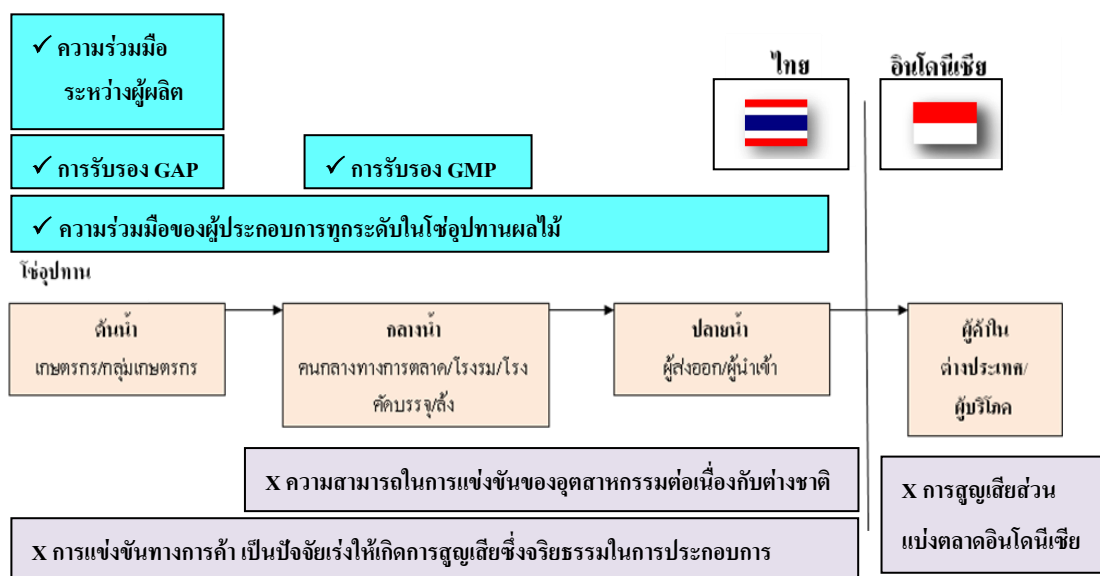
กลุ่มที่ 2 มีระดับโอกาสทางการค้าอยู่ในระดับ ปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยนโยบายการส่งเสริมการผลิตในระดับต้นน้ำ ค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ การยอมรับเทคโนโลยีในระดับต้นน้ำ/ การจัดการหลังเก็บเกี่ยว และการร่วมมือในระหว่างผู้ผลิตระดับต้นน้ำโซ่อุปทาน

กลุ่มที่ 3 มีระดับโอกาสทางการค้าอยู่ในระดับ ต่ำ ได้แก่ ปัจจัยกฎ ระเบียบ ข้อบังคับของประเทศอินโดนีเซีย และนโยบายส่งเสริมด้านเงินทุนภาคการเกษตร

5.3 ผลการวิเคราะห์ผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบที่มีต่อโซ่อุปทานผลไม้เป้าหมาย

โซ่อุปทานของผลไม้เป้าหมายในการศึกษา ในกรอบการค้าระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) สามารถสรุปได้ว่า โครงสร้างพื้นฐานของโซ่อุปทาน ประกอบด้วย 3 ระดับ คือ โซ่อุปทานต้นน้ำ โซ่อุปทานกลางน้ำ และโซ่อุปทานปลายน้ำ

ทั้งนี้ จากการศึกษสามารถสรุปผลกระทบที่มีต่อโซ่อุปทานของผลไม้ภายในกรอบการค้าระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ได้แก่ การส่งออกกล้วย ทุเรียน มะพร้าวอ่อน มะขามหวาน และมะขามเปรี้ยว และการนำเข้ามะพร้าวแก่ และมะขามเปรี้ยว ทั้งผลกระทบเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบ ได้ดังภาพที่ 5.3.1



ภาพที่ 5.3.1 ผลกระทบที่มีต่อโซ่อุปทานของผลไม้ ในการค้าของไทยกับอินโดนีเซีย

หมายเหตุ

✓ หมายถึง ผลกระทบเชิงบวก

X หมายถึง ผลกระทบเชิงลบ

5.3.1 ผลกระทบเชิงบวกที่มีต่อโซ่อุปทานของผลไม้ ในการค้าของไทยกับอินโดนีเซีย

จากการประมวลผลการศึกษาด้านผลกระทบเชิงบวกของไม้ผลเป้าหมาย สามารถสรุปได้ว่ามีผลกระทบเชิงบวกในระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และในความเชื่อมโยงการดำเนินงานของโซ่อุปทาน ดังนี้

1) ผลกระทบเชิงบวกในระดับต้นน้ำ อธิบายได้ว่าผู้ปลูกไม้ผลจะเป็นผู้ได้รับผลกระทบเชิงบวกต่อการประกอบการ ใน 2 ประการ ได้แก่

(1) ความร่วมมือระหว่างผู้ผลิต เป็นกลุ่ม ชมรมผู้ปลูก วิทยาสหชุมชน เครือข่าย หรือสถาบันเกษตรกร เป็นเรื่องจำเป็น เพื่อให้เกิดความร่วมมือกัน ในการวางแผนผลิต และการวางแผนตลาด โดย

ก. การวางแผนการผลิต เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพการผลิตจากการจัดการร่วมกัน มีพื้นที่การผลิตรวมเสมือนหนึ่งเป็นรายใหญ่ ก่อให้เกิดการผลิตที่ประหยัดต่อขนาด มีการวางแผนเพื่อให้ได้ผลผลิตที่เก็บเกี่ยวได้ไม่เกิดการกระจุกตัวในช่วงเวลาหนึ่ง ซึ่งช่วยให้ตอบสนองการตลาดได้

ข. การจัดการด้านการตลาด มีอำนาจการต่อรองทางการตลาดมากขึ้น มีความสามารถในการจัดการกระจายสินค้า ทั้งตลาดภายในประเทศ และตลาดส่งออก ทำให้เกิดทางเลือกในการวางตำแหน่งสินค้าเกรดต่างๆ ได้เหมาะสมกับระดับตลาด

(2) การรับรอง GAP ในกรอบการค้าระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า สินค้าเกษตรส่งออกป้อนอินโดนีเซียจะต้องมีใบรับรอง GAP ผลกระทบด้านนี้ จะทำให้ทั้งฝ่ายเกษตรกรผู้ขอการรับรอง GAP มีความกระตือรือร้นที่จะต้องปรับตัวให้เข้าสู่การรับรองนี้ เพื่อให้สามารถส่งออกสินค้าเกษตรที่ตนผลิตได้

2) ผลกระทบเชิงบวกในระดับกลางน้ำ อธิบายได้ว่า คนกลางทางการตลาด/โรงรม/โรงคัดบรรจุ/ล้าง ในกรณีของผลไม้บางชนิด ได้แก่ ลำไย มะพร้าวอ่อน มะขามหวานและมะขามเปรี้ยว ที่ต้องมีการแปรรูป จะต้องปรับตัวให้เข้าสู่มาตรฐาน GMP เพื่อการส่งออก

3) ผลกระทบเชิงบวกในความเชื่อมโยงการดำเนินงานของโซ่อุปทาน พบว่า การดำเนินงานต่อไปในอนาคตต้องการความร่วมมือของผู้ประกอบการทุกระดับในโซ่อุปทานผลไม้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดการ ใน 2 ทิศทาง คือ

(1) กรณีการเคลื่อนไหวจากต่างประเทศเข้าสู่ในประเทศ กล่าวคือ หากมีการร้องขอของฝ่ายผู้นำเข้าในการตรวจสอบย้อนกลับ จะทำให้ผู้ประกอบการส่งออกสามารถดำเนินการให้ตรวจสอบได้ จากการมีความเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายกันจากปลายน้ำลงไปถึงต้นน้ำ

(2) กรณีการเคลื่อนไหวจากภายในประเทศ กล่าวคือ ผู้ประกอบการส่งออก จะทำหน้าที่เชื่อมโยงข้อมูลด้านอุปทานภายในประเทศ ประสานกับข้อมูลและกิจกรรมจากความต้องการซื้อ และลักษณะสินค้าที่ต้องการจากต่างประเทศ ทำให้เกิดการวางแผนได้สอดคล้องตลอดสายโซ่อุปทาน

5.3.2 ผลกระทบเชิงลบที่มีต่อโซ่อุปทานของผลไม้ในการค้าของไทยกับอินโดนีเซีย

จากการประมวลผลการศึกษาด้านผลกระทบเชิงลบของไม้ผลเป้าหมาย สามารถสรุปได้ว่ามีผลกระทบเชิงลบในระดับ กลางน้ำ ปลายน้ำ และในความสัมพันธ์การดำเนินงานของโซ่อุปทาน ดังนี้

1) ผลกระทบเชิงลบในระดับกลางน้ำ พบว่า อุตสาหกรรมต่อเนื่องจะต้องแข่งขันทางการค้ากับผู้ประกอบการต่างชาติมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น กรณีมะพร้าวอ่อน ที่ตลาดผู้บริโภคมีแนวโน้มในการบริโภคน้ำมะพร้าวอ่อนบรรจุกระป๋อง และผู้ประกอบการแปรรูปจากได้ห้วน หรือบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ เช่น บริษัท โคล เข้ามาแข่งขันกับผู้ประกอบการคนไทย หรือกรณีกะทิ ที่อินโดนีเซียกำลังขยายและย้ายฐานการผลิต ก็จะทำให้เกิดภาวะการแข่งขัน และเปลี่ยนแปลงลักษณะการเคลื่อนย้ายสินค้าเกษตรผลสดที่เป็นวัตถุดิบ และมีการแข่งขันช่องทางการกระจายมากยิ่งขึ้น

2) ผลกระทบเชิงลบในระดับปลายน้ำ พบว่า การแข่งขันทางการค้า เป็นปัจจัยเร่งให้เกิดการสูญเสียซึ่งจริยธรรมในการประกอบการ อาทิเช่น การอบรมลำไยที่มีสารตกค้างกัมมันตภาพรังสี การตัดทุเรียนอ่อน การตัดมะพร้าวอ่อนที่อายุไม่ได้ตามเกณฑ์ของคุณภาพเพื่อการส่งออก การปลอมปนมะขามด้วยสิ่งปลอมปน และหรือมะขามคุณภาพต่ำ เป็นต้น ซึ่งการทำผิดด้านจริยธรรมในการประกอบการนี้ เพื่อการแข่งขันทางการค้าที่หวังผลด้านปริมาณครบตามคำสั่งซื้อ และหรือเพื่อให้ได้ต้นทุนที่ต่ำลง จะเป็นการทำลายภาพรวมของชื่อเสียงผลไม้ไทย ให้เสียหายไป

3) ผลกระทบเชิงลบในการสูญเสียส่วนแบ่งตลาดอินโดนีเซีย ซึ่งการสูญเสียดังกล่าวนี้ มาจากสาเหตุ 2 ด้านด้วยกัน คือ

(1) การสูญเสียส่วนแบ่งตลาดอินโดนีเซีย อันเกิดจากเงื่อนไขทางกฎ ระเบียบ ข้อบังคับของรัฐบาลอินโดนีเซีย ในลักษณะที่เป็นการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี ทำให้สินค้าเกษตรจากไทยส่งเข้าไปขายที่อินโดนีเซียได้น้อยลง ในขณะที่เดียวกันจากการส่งเสริมการผลิตภายในประเทศเอง เช่น กรณีทุเรียนหมอนทอง และลำไย ทำให้ผู้ผลิตในอินโดนีเซียสามารถนำเสนอสินค้าเข้าตลาด

ทดแทนการขาดสินค้าในตลาดจากไทย ทั้งนี้จากการศึกษา พบว่า หากทอดระยะเวลานานออกไป พบว่าผู้บริโภครชาวอินโดนีเซียเริ่มยอมรับสินค้าที่สามารถผลิตได้เองในประเทศด้วย เท่ากับว่าไทยมีความน่าจะเป็นค่อนข้างสูงที่จะสูญเสียส่วนแบ่งตลาดลง

(2) การสูญเสียส่วนแบ่งตลาดอินโดนีเซีย อันเกิดจากการแข่งขันทางการค้าของประเทศในกลุ่ม AEC ด้วยกันเอง ในการขยายตัวของการผลิตและการค้าสินค้าเกษตรประเภทเดียวกัน เช่น กล้วย มีกรขยายตัวในการผลิตที่เวียดนาม กัมพูชา อีกทั้งจีนกำลังขยายพื้นที่การผลิตลำไยที่เมียนมาร์ ทุเรียน จากการแข่งขันกับมาเลเซีย กัมพูชา เวียดนาม ทุเรียนมะขาม จากการแข่งขันกับลาว กัมพูชา เมียนมาร์ เป็นต้น

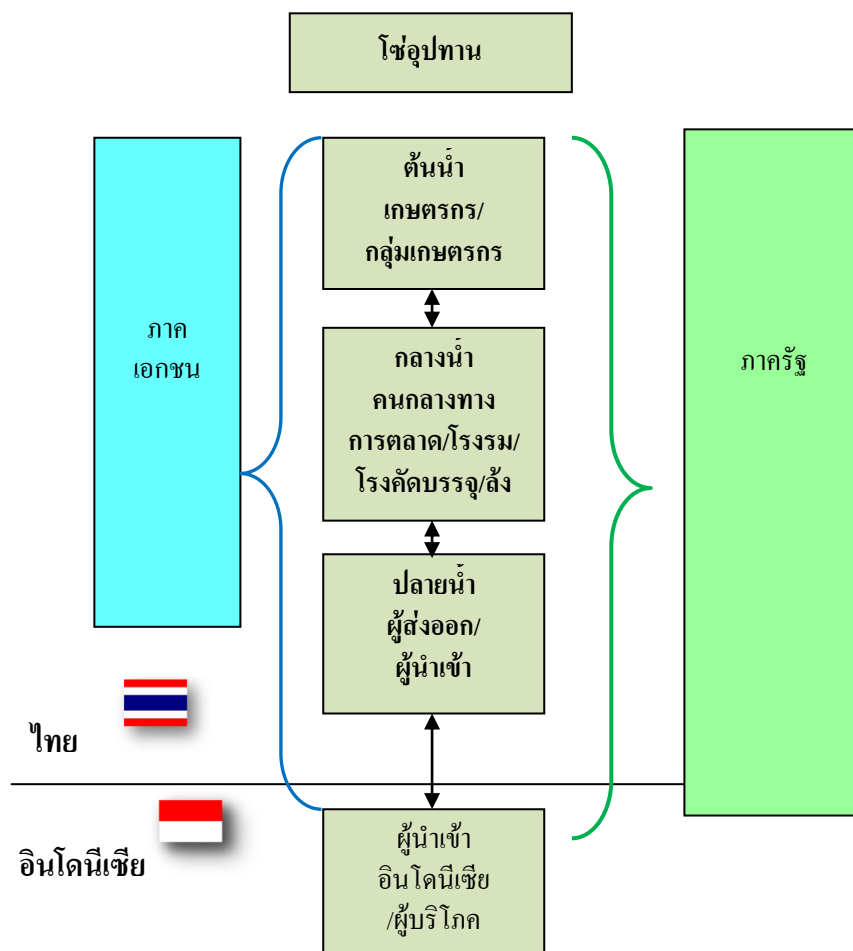
5.4 แนวทางในการปรับตัวเชิงรุกของผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน

แนวทางในการปรับตัวเชิงรุกของผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานของผลไม้เป้าหมายที่ศึกษานั้น สามารถพิจารณาได้ว่ามีผู้เกี่ยวข้องสำคัญ 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายผู้ประกอบการธุรกิจโซ่อุปทาน และฝ่ายสนับสนุนการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจโซ่อุปทาน คือ ภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้การปรับตัวเชิงรุกของผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานจึงต้องประกอบด้วย 3 กลุ่มทำงานสัมพันธ์กัน (ภาพที่ 5.4.1) คือ ผู้ประกอบการธุรกิจโซ่อุปทานระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ภาคเอกชนผู้สนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจโซ่อุปทาน และภาครัฐผู้สนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจโซ่อุปทาน สามารถอธิบายแนวทางการปรับตัวเชิงรุกของแต่ละกลุ่มได้ ดังนี้

5.4.1 แนวทางในการปรับตัวเชิงรุกของผู้ประกอบการธุรกิจโซ่อุปทาน

ผู้ประกอบการธุรกิจโซ่อุปทาน ระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ในกลุ่มนี้ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ ตั้งแต่ระดับต้นน้ำ คือ ผู้ปลูกไม้ผล ระดับกลางน้ำ คือ คนกลางทางการตลาด/โรงรม/โรงคัดบรรจุ/ล้าง และระดับปลายน้ำ คือ ผู้ส่งออก/ผู้นำเข้า ในทุกระดับดังกล่าว มีการปรับตัวเชิงรุกเพื่อการส่งออกโดยตลอด จากวิกฤตต่างๆ ที่ ผ่านมาในอดีต เช่น การระบาดของโรคและแมลง ปัญหาอุทกภัยเมื่อปี 2554 ปัญหาคุณภาพผลไม้ส่งออกไม่ได้มาตรฐาน การตรวจพบสารตกค้างเกินกำหนด ฯลฯ โดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจโซ่อุปทานไม้ผลระดับต้นน้ำ คือ ผู้ปลูกไม้ผล เป็นที่ยอมรับกันถึงความสามารถ ทักษะ และความเชี่ยวชาญในการผลิต จากประสบการณ์และภูมิปัญญาที่มีการสั่งสมกันมาโดยตลอด ทั้งชาวสวนลำไย ชาวสวนทุเรียน ชาวสวนมะพร้าวอ่อน ชาวสวนมะพร้าวแก่ ชาวสวนมะขามหวาน

ดังนั้น การค้าภายใต้การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558 ผู้ประกอบธุรกิจในโซ่อุปทานจะต้องมีการปรับตัวเชิงรุกที่สำคัญยิ่ง คือ การมีจริยธรรมทางธุรกิจ เพื่อให้กลไกทางการตลาดมีความเข้มแข็งในการขับเคลื่อน และเป็นการร่วมกันตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำในการรักษา Brand ชื่อเสียงผลไม้ของไทย ให้คงอยู่เป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันระดับประเทศ



ภาพที่ 5.4.1 ความสัมพันธ์ของผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน ที่ต้องการปรับตัวเชิงรุกภายใต้ AEC

5.4.2 แนวทางในการปรับตัวเชิงรุกของภาคเอกชน

ภาคเอกชนผู้สนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจในโซ่อุปทาน พบว่า ภาคเอกชนมีความสามารถในการแข่งขันและมีศักยภาพสูงในการปรับตัวเชิงรุกด้วยตนเอง ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงตามพลวัตด้านการค้าของโลก แต่อย่างไรก็ตาม เพื่อการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจในโซ่อุปทานไม่ผลของการค้าระหว่างไทยและอินโดนีเซีย ภาคเอกชนในฐานะผู้สนับสนุนที่มีความเกี่ยวข้องที่จะต้องปรับตัวเชิงรุกด้วยเช่นกัน

ดังนั้น การค้าภายใต้การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558 ภาคเอกชนผู้สนับสนุนผู้ประกอบการในโซ่อุปทาน ควรมีการปรับตัวเชิงรุกที่สำคัญ 2 ประการ (ภาพที่ 5.4.2) คือ

1) การพัฒนาและค้นคว้าด้านเครื่องทุ่นแรงการเกษตร สำหรับสวนไม้ผล เพื่อทดแทนการใช้แรงงาน อันเนื่องจาก

ก. ปัญหาด้านค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ ซึ่งเป็นต้นทุนการผลิตของผู้ปลูกไม้ผล

ข. ความต้องการแรงงานที่มีทักษะในการปฏิบัติงานในสวนไม้ผล เพราะกิจกรรมต่างๆ ในสวนผลไม้ต้องการการปฏิบัติที่มีความประณีต เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ ทำให้การทำการผลิตแบบเน้นการใช้แรงงาน (Labor Intensive) ไม่ใช่รูปแบบการผลิตที่ทำได้ง่ายในยุคต่อไป

2) การพัฒนาค้นคว้าด้านบรรจุภัณฑ์ เพื่อยืดอายุผลไม้สด ในระหว่างการขนส่ง และการยืดอายุของ Shelf Life เพื่อรอขายผลไม้สด นอกจากนี้ยังต้องเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยส่งเสริมการขายได้อีกด้วย เช่น ดูดี สะอาด แข็งแรง ไม่เป็นปัญหาต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

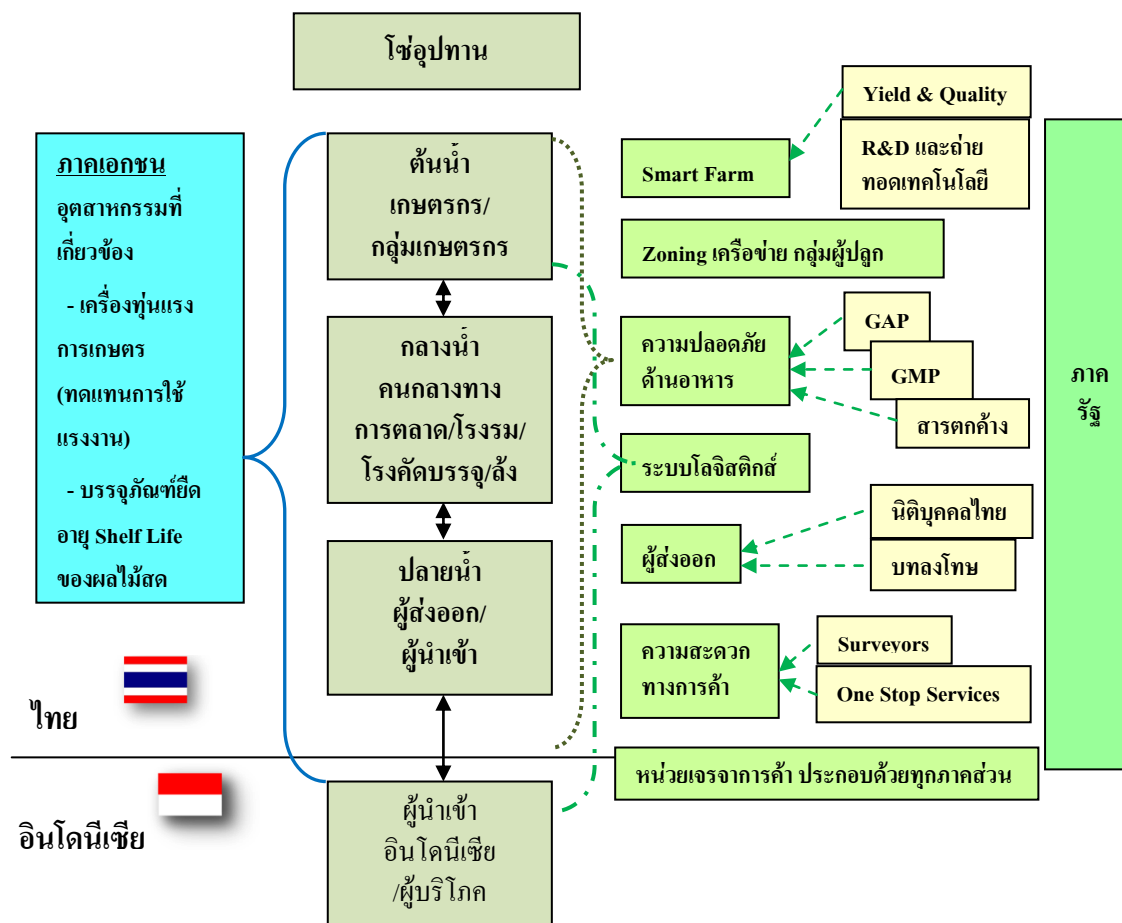
5.4.3 แนวทางการปรับตัวเชิงรุกของภาครัฐ

ภาครัฐผู้สนับสนุนผู้ประกอบการในโซ่อุปทาน ถือว่า เป็นผู้เกี่ยวข้องที่จะต้องมามีบทบาทมากที่สุดในการทำให้อุตสาหกรรมไม้ผลของไทยมีความสามารถในการแข่งขัน มีกลไกทางการตลาดไม้ผลที่มีประสิทธิภาพ และทำให้ Brand ไม้ผลของไทยมีชื่อเสียงอย่างยั่งยืนในตลาดโลก

ดังนั้น การค้าภายใต้การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558 ภาครัฐผู้สนับสนุนผู้ประกอบการในโซ่อุปทาน ควรมีการปรับตัวเชิงรุกที่สำคัญ 7 ประการ (ภาพที่ 5.4.2) คือ

1) การสนับสนุนให้ชาวสวนไม้ผลทำฟาร์มอัจฉริยะ (Smart farm) โดยเฉพาะชาวสวนรายใหญ่ โดยมีแนวทางเชิงรุก 2 ประเด็น คือ

ก. ทำให้ได้ผลผลิตต่อไร่สูงขึ้น เป็นผลผลิตที่มีคุณภาพในระดับส่งออก และชาวสวนไม้ผลมีความเข้าใจถึงลักษณะของสินค้าผลไม้สดในความต้องการของตลาด ทั้งตลาดส่งออก และตลาดภายในประเทศ โดยเฉพาะตลาดบน และตลาดการค้าสมัยใหม่ (Modern trade)



ภาพที่ 5.4.2 ภาพรวมของแนวทางการปรับตัวเชิงรุกภายใต้ AEC ของผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน

ข. ทำการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีด้านการผลิต (Production technology) เทคโนโลยีก่อนการเก็บเกี่ยว (Pre-harvest technology) และเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว (Post-harvest technology) พร้อมทั้งทำการถ่ายทอดเทคโนโลยี และติดตามประเมินผลการใช้เทคโนโลยีอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

2) การจัดกลุ่มพื้นที่ (Zoning) ที่มีความเหมาะสมในการผลิตไม้ผล เพื่อจัดตั้งอำนาจความสะอาดในการผลิตและการค้าลงในพื้นที่ดังกล่าว นอกจากนี้ยังต้องดำเนินการให้ผู้ผลิตในกลุ่มพื้นที่นั้นๆ สร้างความเป็นเครือข่าย หรือ กลุ่มผู้ปลูก เพื่อให้เกิดการวางแผนการผลิตร่วมกัน เหมือนหนึ่งการจัดการการผลิตบนพื้นที่ขนาดใหญ่ ทำให้เกิดความประหยัดต่อขนาดในการผลิตได้ นอกจากนี้ยังทำให้เกิดการวางแผนการตลาดได้สอดคล้องกับแผนการผลิต อันเป็นการสร้างอำนาจทางการตลาด

3) การผลักดันอย่างจริงจังและต่อเนื่องให้เกิดความปลอดภัยด้านอาหาร ซึ่งต้องดำเนินการให้ได้ตลอดโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำ ดังนั้นในการส่งออกผลไม้สด จึงควรดำเนินการอย่างจริงจังด้าน GAP, GMP และสารเคมีตกค้าง ยกตัวอย่างเช่นกรณีลำไยในผลสด

อย่างไรก็ตามในกรณี GAP กรมวิชาการเกษตรต้องมีการดำเนินงานอย่างจริงจังและเข้มงวดมากขึ้น หากกำลังคนไม่เพียงพอที่จะดำเนินการได้ ควรพิจารณาได้ภาคเอกชนเข้ามาดำเนินการ ภายใต้การควบคุมและกำกับของกรมวิชาการเกษตร

4) การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินการ และมีต้นทุนโลจิสติกส์ที่ต่ำลง ตั้งแต่ระดับต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ จนกระทั่งถึงการส่งออก ทั้งนี้การพัฒนาควรครอบคลุมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า (Trade facilitation) และทรัพยากรมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับงานโลจิสติกส์

5) การกำหนดมาตรการที่มีผลต่อผู้ส่งออก คือ ผู้ส่งออกทุกรายต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลไทย และมีบิลของไทยผู้ส่งออกที่ทำลายชื่อเสียง Brand ผลไม้ไทย จากการส่งออกผลไม้ที่ไม่มีคุณภาพ ไม่เป็นไปตามมาตรฐาน เช่น ทุเรียนอ่อน เป็นต้น ตลอดจนการปลอมปน อันเป็นผลเสียต่อส่วนรวม ทั้งนี้ บิลของไทยต้องมีการดำเนินการอย่างจริงจังและต่อเนื่อง โดยไม่เลือกปฏิบัติ

6) มาตรการการสร้างความสะดวกทางการค้า ควรดำเนินการอย่างเร่งด่วน ได้แก่

ก. ในกรณีการค้ากับอินโดนีเซียนี้ ต้องเร่งเจรจากับรัฐบาลอินโดนีเซีย เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ตรวจสอบสินค้าเพื่อการส่งออก (Surveyor) ที่ ณ ขณะนี้ มีเพียง 1 ราย ที่ได้รับอนุญาต คือ บริษัท SGS (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อไม่ให้เกิดการผูกขาดในการดำเนินงาน และเป็นการกระจายภาระงานให้สามารถให้บริการได้ทันในช่วงฤดูกาลที่มีสินค้าส่งออกเป็นปริมาณมาก

ข. หน่วยงานให้บริการการส่งออก/นำเข้าแบบรวมศูนย์ ที่เรียกว่า One stop services เร่งดำเนินการจัดตั้งให้สำเร็จ เพื่อสามารถให้บริการเต็มรูปแบบได้ทุกด้านศุลกากร

7) การจัดตั้งหน่วยเจรจาการค้าไทย-อินโดนีเซีย โดยผู้ปฏิบัติงานของหน่วยเจรจาการค้านี้ ควรประกอบด้วยผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ได้แก่ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ เช่น จากกระทรวงเกษตร กระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น ตัวแทนสมาคมการค้า นักกฎหมาย โดยมีข้าราชการประจำระดับสูงของภาครัฐหรือนักการเมืองระดับรองนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน

บทที่ 6 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “โอกาสและอุปสรรคของการค้าผลไม้ระหว่างไทยและอินโดนีเซีย ภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโซ่อุปทานผลไม้ส่งออกสำคัญของไทยกับอินโดนีเซีย วิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค คาดการณ์ผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบที่จะมีต่อโซ่อุปทานของผลไม้ และกำหนดแนวทางในการปรับตัวเชิงรุกต่อข้อตกลงประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558 ของผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานของผลไม้ชนิดที่มีความสำคัญในการค้าระหว่างไทยและอินโดนีเซีย ในการวิจัยใช้ข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยข้อมูลปฐมภูมิล้วนมาจากผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานทุกระดับคือน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ รวมทั้งผู้เกี่ยวข้องที่เป็นฝ่ายสนับสนุนการดำเนินงานของโซ่อุปทาน ตลอดจนทำการสำรวจข้อมูลที่อินโดนีเซีย ณ กรุงจาการ์ตาจากผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ ชุมชนพาณิชย์ไทยประจำประเทศอินโดนีเซีย ผู้นำเข้าและส่งออกผลไม้ชาวอินโดนีเซียที่ผู้ค้าคนไทยแนะนำให้ ฝ่ายจัดซื้อผลไม้ของซูเปอร์มาร์เก็ต/การค้าแบบสมัยใหม่ (Modern trade) ผู้ค้าส่งในตลาดค้าส่ง ร้านขายผลไม้/ผู้ค้าปลีก เป็นต้น ส่วนการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ประกอบสถิติอย่างง่าย ตามแนวคิดต่างๆ ได้แก่ โซ่อุปทาน แนวคิดการวิเคราะห์ด้วย OT Analysis (Opportunities and Threats Analysis) แนวคิดแบบจำลองเพชร (Porter's Diamond Model)

ผลการศึกษาด้านสถานการณ์ทางการค้าผลไม้ในกลุ่มประเทศ AEC พบว่า การส่งออกผลไม้ของไทยไปประเทศในกลุ่ม AEC ตามพิกัด HS จากข้อมูลกรมศุลกากร หมวด 8 ผลไม้สดและทำให้แห้ง พบว่า มีประเทศคู่ค้าสำคัญแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มตามมุมมองส่วนแบ่งตลาด คือ กลุ่มที่ 1 มีการส่งออกในกลุ่มประเทศนี้มากเป็นอันดับหนึ่ง คือ อินโดนีเซีย รองลงมา คือ เวียดนาม กลุ่มที่ 2 มีการส่งออกในกลุ่มประเทศนี้น้อย คือ ลาว และสิงคโปร์ และกลุ่มที่ 3 ส่งออกไปกลุ่มประเทศนี้น้อยมาก คือ เมียนมาร์ มาเลเซีย กัมพูชา ฟิลิปปินส์ และบรูไน ในช่วงปี 2550 – 2554 การส่งออกของไทยไปประเทศในกลุ่ม AEC มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 19.31 ประเทศในกลุ่ม AEC ที่น่าสนใจมาก คือ อินโดนีเซีย และเวียดนาม ซึ่งมีแนวโน้มมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น ซึ่งอินโดนีเซียมีอัตราการเติบโตร้อยละ 31.43 นอกจากนี้ที่น่าสนใจได้แก่ ลาว ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และมาเลเซีย โดยมีอัตราการเติบโตที่ร้อยละ 13.93, 12.62, 9.87 และ 7.32 ตามลำดับ ด้านการนำเข้าของไทยจากประเทศในกลุ่ม AEC ในช่วงปี 2550 – 2554 มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 309.44 (ไม่รวมกรณีการนำเข้าจากสิงคโปร์) โดยมีประเทศที่น่าสนใจ คือ อินโดนีเซีย และเวียดนาม ซึ่งมีแนวโน้มมูลค่าการนำเข้าจากประเทศดังกล่าวเพิ่มขึ้น

ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของอินโดนีเซีย พบว่า ประเทศสาธารณรัฐอินโดนีเซีย มีพื้นที่ที่เป็นแผ่นดินทั้งหมด 2,027,087 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วยเกาะจำนวน 17,508 เกาะ แบ่งพื้นที่เป็น 4 ส่วน คือ หมู่เกาะซุนดาใหญ่ หมู่เกาะซุนดาน้อย หมู่เกาะมาลุก และอีเรียนจายา โดยมีเมืองใหญ่ 8 เมืองหลัก ได้แก่ จาการ์ตา (Jakarta) สุราบายา (Surabaya) ยอกยาคาร์ตา (Yogyakarta) เมดาน (Medan) เรียว (Riau) แจมบี (Jambi) ปาเลมบัง (Palembang) และเดนปาซาร์ (Denpasar) มีจำนวนประชากร 248,216,193 คน (ณ เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2555) กว่าร้อยละ 60 อาศัยอยู่ที่เกาะชวา เป็นประชากรในภาคการเกษตรร้อยละ 38.3 มีอัตราเติบโตที่แท้จริงของ GDP ร้อยละ 6.4 (ค่า ณ ปี 2554) และมีรายได้ต่อหัวประชากร (GDP per Capita) ประมาณ 4,700 ดอลลาร์สหรัฐ มีประชาชนที่มีฐานะคืออยู่ประมาณร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด ที่มีกำลังซื้อสูงมาก มีความต้องการสินค้าโดยเฉพาะสินค้าทุนและสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งสินค้าไทยที่มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดอินโดนีเซีย คือ สินค้าอาหารทุกประเภท โดยเฉพาะผลไม้ไทย เช่น ทูเรียน ลำไย ลิ้นจี่ มะม่วง ส้มโอ ฝรั่ง และชมพู

เนื่องจากสภาพภูมิประเทศของอินโดนีเซียได้ชื่อว่าเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางธรรมชาติ ปรมาณาธิบดีซูชิโล บัมบัง ยูโธโยโน จึงได้ประกาศยุทธศาสตร์ “เลี้ยงอินโดนีเซีย – จากนั้นเลี้ยงโลก” เพื่อให้ประเทศกลายเป็น “ศูนย์กลางอาหารของโลก” โดยต้องการให้มีการผลักดันการพัฒนาที่ดินจำนวนมากในเขตพื้นที่ชนบททางไกลของประเทศให้กลายเป็นแหล่งผลิตพืชผลการเกษตร และมีข้อมูลด้านกฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ที่มีผลต่อการค้าของอินโดนีเซียที่ควรทราบ ได้แก่ (1) กฎระเบียบทางการค้าของอินโดนีเซีย เกี่ยวกับการขออนุญาตนำเข้าผลไม้ และผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตร (2) กฎระเบียบกระทรวงการค้าสาธารณรัฐอินโดนีเซีย เลขที่ 30/M-DAG/PER/5/2012 เรื่อง บทบัญญัติทั่วไปในการนำเข้าผลิตภัณฑ์จากพืชพฤกษศาสตร์ (3) ความตกลงการค้าสินค้าของอาเซียน (อาทิก้า) (4) กฎกระทรวงเกษตรฉบับที่ 88/2011 ว่าด้วย Food Safety Control over the Import and Fresh Food of Plant Origin – FPPO (5) กฎกระทรวงเกษตรฉบับที่ 42/2012 ว่าด้วย Plant Quarantine Measures for Importation of Fresh Fruits and Fresh Fruit Vegetables into the Territory of the Republic of Indonesia (6) กฎกระทรวงเกษตรฉบับที่ 43/2012 ว่าด้วย Plant Quarantine Measures for Importation of Fresh Vegetable Bulbs into the Territory of the Republic of Indonesia (7) กฎกระทรวงเกษตรฉบับที่ 60/Permentan/OT. 140/9/2012 ว่าด้วยการนำเข้าพืชสวน ทั้งนี้ ในการดำเนินการค้ากับอินโดนีเซีย พบว่า มีปัญหาและอุปสรรคในการค้า ได้แก่ การกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อกีดกันทางการค้า ระบบราชการมีความซับซ้อน ยุ่งยาก และหลายขั้นตอน กฎระเบียบในหลายเรื่องไม่มีความชัดเจนและโปร่งใส ข้อมูลทางการค้าและข้อมูลทางการตลาดหาได้ยาก และไม่ทันสมัย และการแข่งขันในตลาดอินโดนีเซียสูงขึ้น โดยเฉพาะสินค้าที่มาจากจีน เวียดนาม และอินเดีย

ชนิดของผลไม้ที่ทำการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลำไย ทุเรียน มะพร้าว และมะขาม เนื่องจากลำไยและทุเรียนเป็นผลไม้ส่งออกจากไทยสู่อินโดนีเซียที่มีปริมาณและมูลค่าสูงที่สุดตลอดระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา ส่วนมะพร้าวและมะขามเป็นผลไม้ที่ไทยมีมูลค่าการนำเข้าจากอินโดนีเซียสูงที่สุดในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมาเช่นกัน การค้าผลไม้เป้าหมายแต่ละชนิดของไทยกับอินโดนีเซีย สรุปได้ดังนี้

1. ตลาดการค้าลำไยระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย พบว่า ตั้งแต่ปี 2552 ถึง 2554 อินโดนีเซียมีปริมาณมูลค่าการนำเข้าลำไยสดจากไทยมากที่สุด โดยในปี 2554 อินโดนีเซียมีสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าลำไยสดมากถึงร้อยละ 98.91 จากเวียดนามและจีนร้อยละ 1.06 และ 0.03 ตามลำดับ ใ้อุปทานลำไยที่ส่งออกไปอินโดนีเซีย พบว่าต้นน้ำโดยมากจะมาจากภาคเหนือของไทย เนื่องจากลำไยที่ผลิตในภาคตะวันออกมีต้นทุนสูงกว่า ในระดับกลางน้ำ พบว่ามีล้งคนจีนเข้ามารวบรวมลำไยแข่งกับล้งของคนไทยโดยใช้วิธีเหมาสวน/จองสวน การค้าที่ปลายน้ำกับอินโดนีเซีย พบว่า เป็นการค้าแบบขายขาด โดยผู้ซื้อทางอินโดนีเซียจะเสนอราคาและปริมาณที่ต้องการมาให้กับผู้ส่งออกไทยก่อน เมื่อการเจรจาเป็นที่ตกลงกันได้ ก็จะดำเนินการต่อไป

ลักษณะตลาดผู้บริโภคลำไยของอินโดนีเซีย พบว่า เป็นตลาดที่บริโภคลำไยเกรดรองจากจีน เน้นสินค้าที่มีราคาถูกกว่า มีรสชาติหวานและคุณภาพดี ซึ่งตลาดอินโดนีเซียมีความต้องการและชื่นชอบการบริโภคลำไยจากไทยอย่างต่อเนื่องเป็นจำนวนมาก การค้าลำไยกับอินโดนีเซียสามารถทำได้เกือบทั้งปี ไทยสามารถส่งออกลำไยในฤดูกาลได้มากในช่วงเดือนพฤษภาคม-กันยายน มีคู่แข่งในช่วงฤดูกาล คือ เวียดนาม แต่คุณภาพยังสู้ไทยไม่ได้ เพราะเนื้อบางและเมล็ดใหญ่ ส่วนในช่วงเดือนกรกฎาคม-เมษายน และตุลาคม – ธันวาคม เป็นลำไยนอกฤดูที่ไทยสามารถส่งออกได้

นอกจากนี้ พบว่า อินโดนีเซียปลูกลำไยได้เองที่ตอนกลางของจาวา (เกาะชวา) ซึ่งการขนส่งมาขายยังกรุงจาการ์ค่อนข้างลำบากและต้นทุนสูง แหล่งผลิตลำไยที่จาวาตอนกลาง ให้ผลที่มีขนาดเล็กมาก รสหวาน ช่วงเก็บเกี่ยวนาน 2-3 สัปดาห์เก็บผลผลิตหมด ผลสดมีอายุอยู่ได้ 1-2 วัน ยังขาดองค์ความรู้ได้กรรมเพื่อยืดอายุผลลำไยสด

โอกาสการค้าลำไยระหว่างไทยและอินโดนีเซีย พบว่า ไทยมีพื้นที่ปลูกลำไยกระจายเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และอินโดนีเซียเป็นตลาดใหญ่ของไทย เป็นตลาดที่รองรับลำไยเกรดรอง ส่วนอุปสรรค คือ ปริมาณการตกค้างของสารฆ่าเชื้อโรคที่ใช้ในการมัลลี ผลผลิตไม่แน่นอนในแต่ละปี บางส่วนคุณภาพไม่ได้มาตรฐานส่งออก ขาดแคลนแรงงานในการเก็บเกี่ยว มี GAP ไม่ครบทุกสวน และประเทศที่สามารถผลิตลำไยได้และเป็นคู่แข่งของไทย คือ อินโดนีเซีย เวียดนาม

สาธารณรัฐประชาชนจีน และได้หวัน และพบว่าอินโดนีเซียเองภายใน 3 ปี การพัฒนาการผลิตลำไยภายในประเทศจะปรากฏผลกระทบที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ต่อตลาดส่งออกของไทย

ผลกระทบเชิงบวกที่มีต่อโซ่อุปทานการค้าลำไยระหว่างไทยและอินโดนีเซีย คือ การผลิตจะได้ผลักดันให้มีการทำ GAP อย่างเป็นทางการและทั่วถึงในทุกพื้นที่ ส่วนผลกระทบเชิงลบ คือ มีความยุ่งยากในการส่งออกมากขึ้นจากกฎระเบียบที่อินโดนีเซียกำหนดเพิ่มขึ้น

2. ตลาดการค้าทุเรียนระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย พบว่า ตั้งแต่ปี 2552 ถึง 2554 อินโดนีเซียมีปริมาณมูลค่าการนำเข้าทุเรียนสดจากไทยมากที่สุด โดยในปี 2554 มีสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าทุเรียนสดจากไทยถึงร้อยละ 98.59 รองลงมาจากมาเลเซียร้อยละ 1.14 โซ่อุปทานต้นน้ำ พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่มีประสบการณ์มานานและทำเป็นอาชีพหลัก จึงมีทักษะ และความชำนาญสูง แต่พบว่ามีเกษตรกรบางรายที่ไม่มีจริยธรรมในการค้า ก่อให้เกิดปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อโซ่อุปทานทุเรียนโดยรวม เช่น การขายทุเรียนไม่มีคุณภาพ มีสารตกค้าง ใช้สารเร่งความสุกในทุเรียนอ่อน และไม่สนใจในการทำใบรับรอง GAP ที่จำเป็นต้องมีในการส่งออก ส่วนโซ่อุปทานกลางน้ำมีการแข่งขันสูงในระหว่างผู้รับซื้อจากการที่มีผู้รับซื้อคนจีนเข้ามามากขึ้น และวิธีการค้าในระดับปลายน้ำ ที่ไทยส่งไปขายในอินโดนีเซีย มี 2 รูปแบบ คือ การค้าแบบขายขาด และแบบฝากขาย คาดว่าแนวโน้มของการใช้วิธีแบบฝากขายจะมีมากขึ้น

ลักษณะตลาดผู้บริโภคของอินโดนีเซีย พบว่า ผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียนิยมทุเรียนไทย และยอมรับว่ามีรสชาติดีและมีคุณภาพ แม้ว่าจะเป็นทุเรียนเกรดรองในส่วนที่จีนไม่ต้องการซื้อ เพราะผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียต้องการซื้อทุเรียนราคาถูก อย่างไรก็ตาม ในช่วงฤดูที่ผลผลิตทุเรียนพื้นเมืองในอินโดนีเซียออกสู่ตลาด ภาครัฐของอินโดนีเซียจะออกมาตรการที่มีผลต่อการกีดกันสินค้าทุเรียนที่นำเข้าจากไทย เพื่อเปิดพื้นที่ให้กับทุเรียนที่ผลิตได้ภายในประเทศ

ลักษณะสินค้าที่ต้องการของตลาดอินโดนีเซีย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นพันธุ์หมอนทอง และพันธุ์อื่นๆ ประมาณสัดส่วนที่ 80:20 พันธุ์อื่นๆ ได้แก่ ชะนี ก้านยาว พวงมณี และกระดุม คนอินโดนีเซียชอบทุเรียนผลทรงกลม เนื้อสีเหลืองทอง หนา หวาน และนุ่ม ทุเรียนส่งออกจึงต้องเก็บเกี่ยวที่ความสุกประมาณ 75-80% โดยต้องคำนวณช่วงเวลาทั้งหมดในการค้าทุเรียนเพื่อให้ทุเรียนไปสุกพอดี (ไม่เป็นทุเรียนที่ยังดิบอยู่ หรือสุกจนกันแตก เนื้อเละ) ที่เมืองท่าของผู้นำเข้าในอินโดนีเซียนั้นคือ ครอบคลุมเวลาการเดินทางเรือ 7 วัน การจัดการนำเข้า 2-3 วัน และเวลาในการขาย 10-12 วัน

คู่แข่งในการค้า มีผู้คาดว่ากัมพูชาอาจสามารถแข่งขันได้ในอนาคตประมาณ 4 ปี คือช่วงหลังการเปิด AEC ในปี 2558 และอินโดนีเซียเริ่มมีการส่งเสริม การผลิตทุเรียนพันธุ์พื้นเมืองมากขึ้น แม้จะยังไม่เป็นที่นิยม แต่ทุเรียนหมอนทองมีวางขายในตลาดมากขึ้นแล้ว อย่างไรก็ตามแหล่งผลผลิตทุเรียนตามฤดูกาลเก็บเกี่ยวของไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และกัมพูชา ที่เข้าสู่ตลาด มักเป็นช่วงที่ไทยมีผลผลิตน้อย ซึ่งเป็นผลผลิตที่ส่วนใหญ่ส่งขายตลาดจีนที่มีความต้องการสูงมาก อินโดนีเซียมีผลผลิตทุเรียนออกมากในช่วงเดือนกันยายน-ธันวาคม มาเลเซียมีผลผลิตออกในช่วงเดือนมิถุนายน – พฤศจิกายน กัมพูชาเป็นทุเรียนที่ออกในช่วงเดือนมิถุนายน – กรกฎาคม ในระยะเวลาสั้นๆและมีส่งขายเข้ามาในไทย และเวียดนามนับว่าเป็นประเทศที่ต้องมีการจับตามองต่อไปในเรื่องของการผลิตทุเรียนสู่ตลาด AEC ต่อไปในอนาคต

นอกจากนี้ จากการไปรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับทุเรียน ที่อินโดนีเซียของทีเอ็มจี มีข้อมูลที่น่าสนใจที่ควรทราบ ได้แก่ ปัญหาการกำหนดโควตาการนำเข้า ปัญหาไทยส่งออกทุเรียนอ่อน อนาคตการผลิตทุเรียนเองของอินโดนีเซีย ประมาณการได้ว่าใน 4 ปีข้างหน้าอุปทานในประเทศจะสามารถสนองตอบอุปสงค์ทุเรียนของชาวอินโดนีเซียได้เอง ในช่วงเดือนธันวาคมถึงเมษายน โดยอาศัยแหล่งปลูกที่ จาวา บาหลี ตะวันตกและตะวันออก ลำปุง สุมาตรา เมดาน (สุมาตราตอนเหนือ) และกะลิมันตัน ทั้งนี้ การผลิตทุเรียนของอินโดนีเซีย มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ทั้งพื้นที่เพาะปลูกและปริมาณผลผลิตที่เก็บเกี่ยวได้ แหล่งที่น่าติดตาม คือ ที่เกาะสุมาตรา กะลิมันตัน และบาหลี นอกจากนี้รัฐบาลอินโดนีเซียมีการส่งเสริมการผลิตทุเรียน จากการสำรวจตลาดที่เมืองจาร์จ๋า เมื่อวันที่ 18-20 มีนาคม 2556 เป็นช่วงที่ทุเรียนไทยไม่สามารถนำเข้าไปวางขายได้ เพราะติดเงื่อนไขโควตาการนำเข้า ซึ่งวางขายทุเรียนไทยว่างเปล่า ตลาดนำเสนอแต่ทุเรียนที่ผลิตได้ในประเทศ ส่วนใหญ่ คือ พันธุ์หมอนทองที่ผลิตได้เองในอินโดนีเซีย แต่ผู้บริโภทยังบอกว่าคิดถึงทุเรียนหมอนทองของไทย ทว่าถ้าไม่มีมาขายก็ไม่เป็นไรปรับตัวได้กับทุเรียนที่มีขายอยู่ได้ กล่าวได้ว่าปัญหาใหญ่ของทุเรียนไทย คือ การเผชิญกับการปรับตัวของผู้บริโภค หากผู้บริโภคยอมรับทุเรียนที่ผลิตได้เองในประเทศ บวกกับการส่งเสริม/รณรงค์การบริโภคสินค้าที่ผลิตได้เองในประเทศ

โอกาสทางการค้าของไทย พบว่า ผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียชื่นชอบทุเรียนของไทยมาก และไทยยังเป็นผู้ครองส่วนแบ่งตลาดทุเรียนรายใหญ่แต่ผู้เดียวในตลาดอินโดนีเซีย และทุเรียนที่ขายในอินโดนีเซียมีราคาที่ดีพอสมควร ถึงแม้จะเป็นเกรดรองจากจีน ส่วนอุปสรรค คือ ข้อจำกัดทางด้านธรรมชาติมีผลต่อการขยายการผลิต ทำให้เกิดความยากต่อการประมาณการอุปทาน และช่วงเวลาที่ผลผลิตจะออกสู่ตลาดจึงมีความคลาดเคลื่อนค่อนข้างมาก อีกทั้งยังมีความอ่อนไหวทางด้านสภาพอากาศที่ส่งผลต่อคุณภาพทุเรียน ข้อจำกัดในการขนส่งเพราะอายุการเก็บรักษาจำกัด และนโยบายของรัฐบาลอินโดนีเซีย เป็นอุปสรรคของการส่งออกทุเรียนไทย

ผลกระทบเชิงบวก ได้แก่ การผลิตในฟาร์ม/สวนไม้ผลจะได้รับความใส่ใจในการผลักดันให้มีการทำ GAP อย่างเป็นทางการและทั่วถึงในทุกพื้นที่มากขึ้น และเกิดการสร้างสายโซ่อุปทานที่มีความแข็งแกร่ง ส่วนผลกระทบเชิงลบ ได้แก่ การขยายตัวของล้งจีนที่ไม่สามารถควบคุมให้มีจริยธรรมทางการค้าได้

3. ตลาดการค้ามะพร้าวระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย พบว่า ในปี 2554 อินโดนีเซียมีมูลค่าการส่งออกมะพร้าวเข้าสู่ไทย 1,945,736 ดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 1.81 ของมูลค่าการส่งออกมะพร้าวทั้งหมดของอินโดนีเซีย ลักษณะตลาดของไทย พบว่า ตลาดมะพร้าวของไทยส่วนใหญ่เป็นตลาดมะพร้าวแก่ ความต้องการในประเทศมีสูงมากเพื่อใช้ในการบริโภคตามการค้าในตลาดสด และเพื่อการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กะทิสำเร็จรูป และสกัดเป็นน้ำมันมะพร้าว ซึ่งในปัจจุบันอุปทานมะพร้าวภายในประเทศ กล่าวได้ว่าไม่เพียงพอต่ออุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์มะพร้าว หรือถ้าราคาภายในประเทศสูงกว่าราคานำเข้า ตลาดมะพร้าวของไทยจึงเป็นตลาดผู้นำเข้ามะพร้าวมาเป็นวัตถุดิบ ส่วนตลาดส่งออกมีทั้งในรูปแบบมะพร้าวทั้งผลและผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้กรณีส่งออกทั้งผลมีความไม่แน่นอนขึ้นกับปริมาณอุปทานภายในประเทศ ราคา และความต้องการใช้ภายในประเทศ

ต้นน้ำของโซ่อุปทานมะพร้าวแก่ พบว่ามาจาก 2 แหล่ง คือ การผลิตเองในประเทศ และการนำเข้าทั้งจากประเทศในกลุ่ม AEC ได้แก่ อินโดนีเซีย เวียดนาม และฟิลิปปินส์ และนอกกลุ่ม AEC คือ จากอินเดีย มีทั้งการนำเข้าแบบเป็นผลเพื่อใช้ประโยชน์จากเนื้อสด และนำเข้าแบบเนื้อแห้งเพื่อการสกัดทำน้ำมันมะพร้าว ทั้งนี้ปัญหาในระดับต้นน้ำ คือ ผลผลิตมะพร้าวโดยเฉลี่ยต่อไร่ต่ำ ขาดแคลนเงินทุนในการปรับปรุงสวน และขาดอำนาจการต่อรองราคา ปัญหาทางด้านการนำเข้า พบว่าคุณภาพมะพร้าวทั้งผลที่นำเข้าจากอินโดนีเซียค่อนข้างต่ำ การนำเข้ามีความเสียหายค่อนข้างสูง หากกล่าวถึงคุณภาพ มะพร้าวที่นำเข้าจากเวียดนามยังเป็นที่ยอมรับว่ามีคุณภาพดีกว่าของอินโดนีเซีย แต่ทั้งนี้การตัดสินใจนำเข้าจากแหล่งใดจะขึ้นอยู่กับราคา และช่วงเวลาที่ต้องการใช้ ส่วนโซ่อุปทานกลางน้ำ ผู้รวบรวมจะซื้อมะพร้าวทั้งผลจากสวนมาขายต่อให้พ่อค้าส่งหรือขายให้กับโรงงานแปรรูป และโซ่อุปทานปลายน้ำ พบว่า ผลจากการดำเนินการของอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการในระดับกลางน้ำจะส่งผลกระทบต่อระดับปลายน้ำทั้งผลิตภัณฑ์กะทิสำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์น้ำมันมะพร้าว

ข้อมูลพื้นฐานด้านการผลิตมะพร้าวแก่ของอินโดนีเซีย พบว่ามีพื้นที่และสภาพภูมิอากาศเหมาะกับการปลูกมะพร้าว และมีความต้องการบริโภคภายในประเทศสูงมาก แต่การประเมินปริมาณการผลิตมะพร้าวที่แท้จริงของอินโดนีเซียทำได้ยาก จากการประเมินปริมาณผลผลิตมะพร้าวแก่ของอินโดนีเซีย โดยกระทรวงเกษตรแห่งสหรัฐอเมริกา (USDA) ในปี 2554 อินโดนีเซียมีพื้นที่เก็บเกี่ยว 3.735 ล้านเฮกตาร์ (23.34 ล้านไร่) ขณะที่ปริมาณผลผลิต 3.465 ล้านตัน โดยในช่วงปี 2544-2554

พื้นที่ปลูกมีอัตราลดลงเฉลี่ยร้อยละ 0.42 ต่อปี และผลผลิตรวมยังเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 0.40 การใช้ประโยชน์มะพร้าวในอุตสาหกรรมของอินโดนีเซีย จากแหล่งปลูกในประเทศ พบว่า ส่วนใหญ่จะใช้มะพร้าวเพื่อทำเนื้อมะพร้าวแห้ง (copra) คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 43 ของมะพร้าวทั้งหมด ผลผลิตหลัก คือ น้ำมันมะพร้าว อีกร้อยละ 21 ใช้บริโภคโดยตรง ร้อยละ 8 ใช้ทำกะทิสำเร็จรูป และที่เหลือร้อยละ 28 ใช้ในอุตสาหกรรมอาหารอื่นๆ ซึ่งคาดว่า การนำมะพร้าวสดมาใช้นั้นจะขยายตัวเพิ่มขึ้นในอีก 1-2 ปีข้างหน้า เพราะการขยายตัวของการผลิตกะทิสำเร็จรูป (instant coconut milk) ของผู้ผลิตรายใหญ่ 2 ราย คือ Palau Sambu และ Cocomas ทำให้เกษตรกรขายมะพร้าวสดให้แก่โรงงานมากขึ้น ส่วนที่จะนำไปทำเนื้อมะพร้าวแห้งจะลดลง

โซ่อุปทานกรณีการส่งออกมะพร้าวอ่อนของไทย พบว่า ลักษณะตลาดผู้บริโภคของอินโดนีเซีย ต้องการเพื่อบริโภคสดและแปรรูปตามเมนูอาหารต่างๆ การรับรู้ของผู้บริโภคในกรณีมะพร้าวอ่อนบริโภคสด ต้องลูกโตๆ ผิวสวย และเป็นมะพร้าวน้ำหอมขายให้ผู้บริโภคในตลาดบนที่มีอำนาจซื้อ ลักษณะของมะพร้าวอ่อนที่ต้องการของตลาดอินโดนีเซีย เป็นมะพร้าวอ่อนน้ำหอมที่ให้เนื้อสองชั้น และน้ำมะพร้าวหอมหวาน ส่งออกในลักษณะผลสด คือ แบบกะลา และแบบทรงเพชร

โซ่อุปทานต้นน้ำของมะพร้าวอ่อนไทย มีพื้นที่ปลูกที่เหมาะสมอยู่ในภาคกลาง บริเวณจังหวัดนครปฐม สมุทรสาคร ฉะเชิงเทรา ราชบุรี และสมุทรสงคราม ปัญหาระดับต้นน้ำ คือ ทำการผลิตแบบมีสัญญาล่วงหน้ากับเกษตรกรทำได้ยาก การรวมกลุ่มกันผลิตมีโอกาสค่อนข้างต่ำ และปริมาณผลผลิตมะพร้าวอ่อนจัดการได้ยากมาก เพราะการให้ผลผลิตมีความผันผวนสูง โซ่อุปทานกลางน้ำ พบว่าวิธีการซื้อขายของผู้รวบรวมท้องที่/ท้องถิ่น จะเป็นผู้ติดต่อรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร เนื่องจากมะพร้าวอ่อนสามารถเก็บเกี่ยวได้ตลอดปี และมีระยะเวลาการเก็บเกี่ยวที่แน่นอน เกษตรกรจึงมักขายให้กับผู้รวบรวมเจ้าประจำ ผู้รวบรวมมีตลาดมะพร้าวอ่อนอยู่ 2 ตลาดหลัก คือ ตลาดบริโภคภายในประเทศ กับตลาดส่งออก กรณีตลาดในประเทศจะเป็นมะพร้าวอ่อนอายุผลน้อย ลักษณะเนื้อมะพร้าวจะบางและเป็นวุ้นๆ ส่วนคุณภาพส่งออกต้องเป็นมะพร้าวที่มีลักษณะเนื้อ 2 ชั้น ปัญหาทางการค้าในระดับกลางน้ำ เกิดขึ้นในกรณีที่ผู้รวบรวมและเกษตรกรไม่มีจริยธรรม จะตัดมะพร้าวที่มีอายุผลไม่ถึงตามกำหนด มาขายโรงคัดบรรจุ เพื่อได้รับเงินเร็วขึ้น และรอบสินค้าในสวนสั้นลง และโซ่อุปทานปลายน้ำ วิธีการซื้อขาย จะเป็นการค้าแบบขายขาด ทั้งนี้ คุณภาพการส่งออกต้องเป็นไปตามมาตรฐาน มก.อช. ตามมาตรฐาน Q ของไทย โดยมีเวียดนาม และฟิลิปปินส์เป็นคู่แข่งมะพร้าวอ่อนของไทย ข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับมะพร้าวอ่อนไทยในตลาดผู้บริโภคที่อินโดนีเซีย พบว่า มะพร้าวอ่อนของไทยมีคุณภาพดี แต่ผู้บริโภคแยกไม่ออกกับของไทยในประเทศ แต่ราคาของมะพร้าวอ่อนในประเทศถูกกว่า ความต้องการบริโภคมีตลอดปี และช่วงที่มีความต้องการบริโภคสูงซึ่งมีผลต่อการค้าส่ง คือ ช่วงถือบวชของผู้นับถือศาสนาอิสลาม

โอกาสทางการค้ามะพร้าวระหว่างไทยและอินโดนีเซีย พบว่า ตลาดผู้บริโภคในอินโดนีเซียมีขนาดใหญ่ มีผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อจำนวนมาก มีความนิยมและชอบมะพร้าวอ่อนของไทยมาก ถือว่าเป็นสินค้าตลาดบน ส่วนอุปสรรค คือ ปัญหาจากภัยธรรมชาติต่างๆ และอุปสรรคจากการกีดกันทางการค้าของอินโดนีเซีย

ผลกระทบเชิงบวกที่มีต่อโซ่อุปทานการค้ามะพร้าวระหว่างไทยและอินโดนีเซีย กรณีมะพร้าวแก่ คือ ราคามะพร้าวแก่ที่เกษตรกรจะได้รับจะสูงขึ้น เนื่องจากความต้องการใช้ในประเทศจากอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์มะพร้าว โดยเฉพาะการผลิตกะทิ กรณีมะพร้าวอ่อน คาดว่าทักษะในการผลิตมะพร้าวอ่อนผลสดของไทย จะทำให้ไทยยังคงมีความได้เปรียบในเชิงการค้าอยู่ต่อไป ส่วนผลกระทบเชิงลบ ได้แก่ การผลิตน้ำมะพร้าวกระป๋อง ธุรกิจข้ามชาติจะเป็นผู้มีความได้เปรียบในธุรกิจ และการแข่งขันในการจัดหามะพร้าวอ่อนจะสูงขึ้น

4. ตลาดการค้ามะขามระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย พบว่า อินโดนีเซียมีการส่งออกมะขามไปยังประเทศในกลุ่ม AEC ได้แก่ มาเลเซีย สิงคโปร์ ไทย และเวียดนาม โซ่อุปทานกรณีการส่งออกมะขามหวานของไทย พบว่า โซ่อุปทานต้นน้ำ ผู้ปลูกมีการกระจายได้ 4 ช่องทาง คือ ขายให้ผู้รวบรวมในท้องถิ่น ขายเหมาสวน ขายส่งให้ผู้ค้าส่งในแหล่งผลิต ห้องเย็น และผู้ค้าส่งต่างจังหวัด และขายปลีกเองทั้งในท้องถิ่น และไปขายตามตลาดนัดในจังหวัดอื่นๆ ปัญหาการผลิต ได้แก่ ปัญหาภัยธรรมชาติทำให้ผลผลิตต่อไร่ต่ำและคุณภาพผลผลิตด้อยลง และด้านต้นทุนการผลิตสูงขึ้น โซ่อุปทานกลางน้ำ พบว่า ผู้รวบรวมเมื่อรวบรวมแล้วจะขายต่อทั้งภายในจังหวัดที่เป็นแหล่งผลิต และขายให้ผู้ค้าส่งในจังหวัดอื่นๆ ที่รวบรวมผลผลิตได้ ด้วย ซึ่งมีทั้งผู้ค้าจากกรุงเทพ จากภาคต่างๆ ส่วนการซื้อขายมะขามหวานของกิจการห้องเย็นจะซื้อจากผู้ปลูกและผู้รวบรวมในท้องถิ่น มาแช่เย็นเพื่อรอการจำหน่ายโดยการทยอยขาย และการกระจายมะขามหวานในโซ่อุปทานระดับปลายน้ำ มี 2 ช่องทาง คือ การจัดจำหน่ายภายในประเทศ โดยการขายให้ทุกภูมิภาค และการส่งออก

ลักษณะตลาดผู้บริโภคมะขามหวานของอินโดนีเซีย เป็นตลาดที่เน้นที่ราคาเป็นหลัก ลักษณะสินค้าขายที่ต้องการจะเน้นมะขามหวานคุณภาพ และขายในตลาดบน กรณีการค้าระหว่างไทยและอินโดนีเซีย พบว่า มูลค่าการส่งออกมีความไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับความต้องการในแต่ละปี ซึ่งผู้นำเข้าอินโดนีเซีย จะทำการสั่งซื้อเมื่อสินค้าในสต็อกใกล้หมด มะขามหวานเมื่อนำเข้ามาจะถูกกระจายไปที่จุดขาย ได้แก่ ซูเปอร์มาร์เกต ร้านผลไม้ เป็นต้น ตามปริมาณที่แต่ละผู้ค้าต้องการ ทั้งนี้มีข้อมูลที่น่าสนใจ คือ มะขามหวานขายได้เรื่อยๆ ตลอดปี มีหลายตราสินค้า เน้นที่คุณภาพ มีการกระจายวางขายปลีกทั่วไป ทั้งซูเปอร์มาร์เกต และร้านผลไม้ เมื่อสินค้าใกล้หมด ก็จะมีการสั่งซื้อรอบใหม่จากผู้ส่งออกที่ติดต่อกันในลักษณะช่วงยาว (long term)

ลักษณะตลาดมะขามเปรี้ยวของไทยและอินโดนีเซีย พบว่า อินโดนีเซียพอใจในคุณภาพมะขามเปรี้ยวของไทย เพราะมีคุณภาพดีกว่า แต่ราคาของอินโดนีเซียต่ำกว่ามาก จึงทำให้การนำเข้าของอินโดนีเซียจะนำเข้าเฉพาะช่วงที่ผลผลิตในประเทศมีไม่เพียงพอ ตลาดมะขามเปรี้ยวของอินโดนีเซีย จึงเป็นตลาดทางเลือกของผู้ซื้อ ที่ต้องการมะขามเนื้อเมล็ด สีสวย คุณภาพเนื้อแห้งและสะอาดไม่มีสิ่งเจือปน ซึ่งอินโดนีเซียสามารถเลือกที่จะซื้อจากมาเลเซีย เมียนมาร์ อินเดีย ฟิลิปปินส์ เป็นต้น ด้วยเหตุผลในทำนองเดียวกัน ตลาดมะขามเปรี้ยวนำเข้าของไทยจากอินโดนีเซีย จะซื้อเมื่อผลผลิตในประเทศมีน้อยและราคาสูง ซึ่งไทยจะนำเข้าจากประเทศอินโดนีเซีย ลาว หรือเมียนมาร์ ขึ้นอยู่กับราคาแหล่งใดถูกกว่า

โชอุปทานต้นน้ำของมะขามเปรี้ยว พบว่า มาจากผลผลิตในประเทศ และการนำเข้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะจากประเทศเพื่อนบ้านเมื่อราคาในประเทศสูง มะขามเปรี้ยวส่วนมากในไทยไม่มีการปลูกยกไร่ แต่เป็นการปลูกตามหัวไร่ปลายนาคือ เป็นต้นมะขามเก่าแก่ ผลผลิตมีให้เก็บเกี่ยวในช่วงเดือนมกราคม ไปถึงพฤษภาคม เกษตรกรมีอาชีพหลักอื่นอยู่ หากมีผู้รวบรวมมาส่งสินค้าก็จะระดมแรงงานมาเก็บ/แกะฝักมะขาม จึงไม่อยู่ในข่ายที่จะขอ GAP ได้ และพบว่า มีเกษตรกรบางรายไม่ซื้อสัตย์มีการปลอมปน เช่น ยัดไส้ด้วยสิ่งเจือปนต่างๆ ทั้งเมล็ดมะขาม เศษไม้ และอื่นๆ ส่วนโชอุปทานกลางน้ำ พบว่า ผู้รวบรวมรายย่อยในแหล่งผลิตและพ่อค้าขายจรร รับซื้อมะขามเปรี้ยวเพื่อนำไปขายต่อให้แก่ผู้รวบรวมรายใหญ่ในจังหวัด มีทั้งที่มีและไม่มีห้องเย็นเป็นของตนเอง ปัญหาที่พบ คือ ปัญหาการปลอมปนเพื่อให้ได้น้ำหนักอีกทั้งเป็นการลดต้นทุนสินค้าต่อหน่วยที่ซื้อลง และมีการจัดการที่ไม่สะอาด ทั้งในระดับการจัดการหลังเก็บเกี่ยวระดับไร่นาและที่ห้องเย็น/ผู้รวบรวม และโชอุปทานปลายน้ำ กรณีไทยส่งออก วิธีการค้าจากไทยไปอินโดนีเซียเป็นลักษณะขายขาด โดยทางอินโดนีเซียจะติดต่อผู้ส่งออกไทยเพื่อถามราคา เมื่อเสนอราคาไปแล้วจะมีการต่อรองราคากัน เมื่อได้ราคาเป็นที่พอใจทางผู้นำเข้าจะระบุปริมาณที่ต้องการ และให้ผู้ส่งออกของไทยส่งสินค้าไปให้

คู่แข่งกรณีการค้ากับอินโดนีเซีย พบว่าที่ควรพิจารณาก็คือ อินโดนีเซียเอง การซื้อจากไทยจะดำเนินการเฉพาะช่วงที่สินค้าในประเทศมีไม่พอในสต็อก อย่างไรก็ตามช่วงเก็บเกี่ยวผลผลิตในฤดูกาลของไทยและอินโดนีเซียอยู่คนละช่วงเวลากัน ซึ่งช่วงที่ไทยเก็บเกี่ยวผลผลิตเป็นช่วงที่มะขามเปรี้ยวในสต็อกห้องเย็นของอินโดนีเซียลดลงด้วย ทั้งนี้พื้นที่ปลูกมะขามของอินโดนีเซีย ปี 2552 มีประมาณ 30,668.75 ไร่ (ประมาณ 4,907 เฮกเตอร์) และผลผลิตรวม 4,343 ตัน ในช่วงปี 2543-2552 พื้นที่ปลูก และผลผลิตรวมมีอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 1.42 และ 6.04 ตามลำดับ แต่ทว่าแนวโน้มการส่งออกกลับพบว่ามูลค่ามีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น แต่ปริมาณส่งออกลดลง ในขณะที่การนำเข้ามีความไม่แน่นอนสูงมาก

โอกาสการค้ามะขามระหว่างไทยและอินโดนีเซีย กรณีมะขามหวานเป็นสินค้าที่มีความต้องการบริโภคตลอดปีของตลาดอินโดนีเซีย คุณภาพและรสชาติเป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภค กรณีมะขามเปรี้ยวมีโอกาสที่ดีจากความพร้อมด้านอุปทานจากลักษณะธรรมชาติ ส่วนอุปสรรคทางการค้าของไทย พบว่า ผู้บริโภคอินโดนีเซียยังบริโภคมะขามหวานจากไทยไม่มาก ราคาของไทยสูง และมะขามเปรี้ยวไม่มีการปลูกทดแทน ดังนั้นการทำ GAP ทำได้ยาก

ผลกระทบเชิงบวกที่มีต่อโซ่อุปทานการค้ามะขามระหว่างไทยและอินโดนีเซีย พบว่า จะทำให้ภาครัฐตระหนัก ถึงการจัดทำ GAP ให้กับเกษตรกร มากขึ้น ส่วนผลกระทบเชิงลบ พบการปลอมปนมะขามเปรี้ยวคุณภาพสูงของไทย ด้วยมะขามเปรี้ยวคุณภาพต่ำจากการนำเข้า และมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีของรัฐบาลอินโดนีเซียต่อไทย

ผลการศึกษาด้านภาพรวมของโซ่อุปทานลำไยและทุเรียนสดจากประเทศไทยสู่อินโดนีเซีย เริ่มตั้งแต่เกษตรกรผู้ปลูก ไปสู่ผู้รวบรวม โรงคัดบรรจุ/โรงรม ผู้ส่งออกของไทย ผู้นำเข้าในประเทศอินโดนีเซีย ช่องทางกระจายสินค้าต่าง ๆ จนถึงผู้บริโภค พบว่า ในระดับต้นน้ำมีการแข่งขันในการรวบรวมผลไม้สูงมาก เมื่อคาดการณ์ผลกระทบจากการเข้ามาของผู้รวบรวมชาวจีน ซึ่งทำให้รูปแบบการรวบรวมทุเรียนและลำไยเปลี่ยนไปเป็นแบบเหมาขส่วนก่อนที่จะมีผลผลิต ส่งผลให้เกษตรกรเน้นไปที่ปริมาณผลผลิตที่จะได้มากกว่าการรักษาคุณภาพของผลผลิต ปัญหาที่พบในโซ่อุปทานระดับกลางน้ำ คือ ความไม่มีจริยธรรมทางการค้าของผู้รวบรวม ต่อการซื้อเหมาสวน และโรงคัดบรรจุที่มีการปนส่วนที่ด้อยคุณภาพลงไปด้วย ซึ่งจะทำให้เกิดความสูญเสียต่อชื่อเสียงของผลไม้ไทยโดยภาพรวม ปัญหาที่พบในโซ่อุปทานระดับปลายน้ำด้านผู้ส่งออกไทย คือ ผู้ส่งออกจากต้องเตรียมใบ RIPH (Regulation on Import of Horticulture Product) ให้แก่ผู้นำเข้า นอกจากนี้ก่อนทำการส่งออกนั้นผู้ส่งออกยังต้องขอใบรับรองสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชจากบริษัทที่เป็นตัวแทนที่ได้รับการมอบหมายมาจากอินโดนีเซีย ที่มีเพียงบริษัทเดียวเท่านั้น คือ บริษัท SGS (Thailand) จำกัด จึงอาจทำให้เกิดความล่าช้าในการตรวจสอบสินค้าและออกใบรับรองได้ทัน หากมีการส่งออกพร้อมกันหลายราย หรือผู้ส่งออกที่อยู่ห่างกัน

ด้านผู้นำเข้าต้องขึ้นทะเบียนกับรัฐบาลอินโดนีเซียมิฉะนั้นจะไม่มีสิทธินำเข้าสินค้าได้ สำหรับผู้นำเข้าที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนกับรัฐบาลจะให้บริษัทผู้ส่งสินค้าต่อ (Forwarder/Consignee) ที่ได้ทำการขึ้นทะเบียนเป็นผู้นำเข้ากับทางรัฐบาลไว้ทำการนำเข้าแทน นอกจากนี้ทางรัฐบาลของอินโดนีเซียได้กำหนดให้ผู้นำเข้าต้องมีการขายสินค้าให้แก่ผู้กระจายสินค้า (distributor) ที่มีโกดังเก็บสินค้าอย่างน้อย 3 ราย ซึ่งผู้นำเข้าบางรายจะเปิดบริษัทลูกเพื่อทำหน้าที่เป็นผู้กระจายสินค้าเอง หากผู้นำเข้าสามารถกระจายสินค้าได้เองโดยไม่ต้องผ่านผู้กระจายสินค้าในกรณีที่ขายให้แก่พ่อค้าในตลาด

ค้าส่ง ร้านค้าขนาดเล็กแบบดั้งเดิม (Traditional trade) โรงแรม และร้านอาหาร แต่หากผู้นำเข้าต้องการจะกระจายผลไม้ไปยังตลาดร้านค้าสมัยใหม่ (Modern trade) เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าเฉพาะสำหรับผักและผลไม้ (Fruit shop) นั้น ผู้นำเข้าจำเป็นต้องขายผ่านผู้กระจายสินค้าเท่านั้นซึ่งทำให้ต้นทุนทางการตลาดสูงกว่าจะกระจายสินค้าให้แก่ร้านค้าแบบดั้งเดิม ทั้งนี้เพื่อเป็นการปกป้องและสร้างความสามารถในการแข่งขันสำหรับร้านค้าแบบดั้งเดิม ปัญหาที่พบในระดับปลายน้ำ คือนโยบายจำกัดปริมาณการนำเข้าผลไม้จากต่างประเทศโดยการกำหนดโควตา

ตลาดผลไม้สำคัญของอินโดนีเซีย กล่าวได้ว่า มีอยู่ 5 แหล่ง คือ ตลาดที่เกาะจาว่า มีขนาดตลาดใหญ่ที่สุดประมาณร้อยละ 70 ของตลาดผลไม้ทั้งหมด รองลงมาคือ ที่สุมาตรา ประมาณร้อยละ 15 ที่กาลิมันตัน สุราบายา และอีเรียนจายา ประมาณที่ร้อยละ 5 ที่เท่ากัน แต่อย่างไรก็ตามการค้าระหว่างเกาะทำได้ยาก เนื่องจากปัญหาการจัดการขนส่งและมีค่าขนส่งสูง ประกอบกับลักษณะความชื่นชอบมีความแตกต่างกันด้วย เช่นในกรณีทุเรียน บางตลาดไม่ชอบทุเรียนติดรสขม เป็นต้น ผู้ประกอบการทางการตลาดประเภทต่างๆ ของอินโดนีเซีย ที่ควรทราบและเข้าใจในวิธีการค้า ได้แก่ ผู้นำเข้า ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีกทั้งการค้าแบบสมัยใหม่ และร้านผลไม้ (Fruit shop) ตลอดจนการค้าปลีกขายย่อยที่เป็นโรงแรมและร้านอาหาร และร้านค้าปลีกขนาดเล็ก แบบดั้งเดิม (Traditional Trade) ซึ่งรวมไปถึงร้านผลไม้ข้างทาง/ริมถนน

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของผลไม้ไทยเพื่อการส่งออกป้อนอินโดนีเซียนั้นอยู่ภายใต้กรอบของแบบจำลองเพชร (Diamond model) ซึ่งจะวิเคราะห์ในรูปของเชิงปริมาณโดยพิจารณาคะแนนสำหรับแต่ละปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพของอุตสาหกรรมการส่งออกไม้ผลของไทยสู่อินโดนีเซีย โดยจะพิจารณาศักยภาพของลำไยและทุเรียนซึ่งเป็นผลไม้ส่งออกที่สำคัญ จากการวิเคราะห์พบว่า ทั้งลำไยและทุเรียนมีศักยภาพในการส่งออกป้อนอินโดนีเซียอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดี โดยลำไยมีศักยภาพเหนือกว่าทุเรียนเล็กน้อย ซึ่งพิจารณาได้จากคะแนนเฉลี่ยของศักยภาพลำไยอยู่ 3.25 ในขณะที่คะแนนศักยภาพของทุเรียนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.00 (จาก 5 คะแนน) เมื่อพิจารณาศักยภาพปัจจัยหลักซึ่งประกอบด้วย 1) เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต 2) กลยุทธ์ โครงสร้างองค์กร และการแข่งขัน 3) อุปสงค์ภายในประเทศ และ 4) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่าศักยภาพในปัจจัยหลักของลำไยและทุเรียนอยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างดี โดยลำไยมีศักยภาพสูงกว่าทุเรียนเล็กน้อย ที่ 3.58 และ 3.34 คะแนน ตามลำดับ แต่เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยสนับสนุนซึ่งประกอบด้วย 1) ภาครัฐ และ 2) โอกาส พบว่า มีศักยภาพอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง โดยลำไยมีศักยภาพสูงกว่าทุเรียนเล็กน้อยที่ 2.92 และ 2.67 คะแนน สำหรับลำไยและทุเรียนตามลำดับ จุดที่ต้องมีการดำเนินการเพื่อเพิ่มศักยภาพของลำไยและทุเรียนอย่างเร่งด่วน คือ โอกาส และ รองลงมา คือ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ซึ่งทั้งลำไยและทุเรียนมีศักยภาพเพียงปานกลางสำหรับสองปัจจัยนี้

ผลการประเมินผลค่าคะแนนโอกาสทางการค้าของไทยกับอินโดนีเซีย โดยใช้แนวคิด OT Analysis (Opportunities and treat analysis) พบว่า มีค่าคะแนนโอกาส เท่ากับ 3.03 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน แปลผลได้ว่าโอกาสทางการค้าของไทยกับอินโดนีเซียอยู่ในระดับปานกลาง หากคิดเป็นค่าร้อยละจะเท่ากับร้อยละ 60.60 เท่านั้น โดยมีปัจจัยชี้ความสำเร็จ (Key Success Factor: KSF) ทางการค้า 4 อันดับแรก คือ ข้อตกลงทางการค้า นโยบายของรัฐ ภาวะเศรษฐกิจ และผู้บริโภค มีค่าน้ำหนักปัจจัยที่ร้อยละ 32.00, 15.33, 13.33 และ 10.00 ตามลำดับ นอกจากนี้ปัจจัยย่อยที่วิเคราะห์ทั้งหมด 20 ปัจจัย พบว่า ปัจจัยย่อย 8 อันดับแรก ที่เป็นปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่ควรพิจารณาสามารถแบ่งตามระดับโอกาสทางการค้าได้เป็น 3 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 มีระดับโอกาสทางการค้าอยู่ในระดับ สูง ได้แก่ ปัจจัย Brand/ชื่อเสียงไม้ผล ไทย และอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของอินโดนีเซีย

กลุ่มที่ 2 มีระดับโอกาสทางการค้าอยู่ในระดับ ปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยนโยบายการส่งเสริมการผลิตในระดับต้นน้ำ ค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ การยอมรับเทคโนโลยีในระดับต้นน้ำ/ การจัดการหลังเก็บเกี่ยว และการร่วมมือในระหว่างผู้ผลิตระดับต้นน้ำโซ่อุปทาน

กลุ่มที่ 3 มีระดับโอกาสทางการค้าอยู่ในระดับ ต่ำ ได้แก่ ปัจจัยกฎ ระเบียบ ข้อบังคับของประเทศอินโดนีเซีย และนโยบายส่งเสริมด้านเงินทุนภาคการเกษตร

ผลการวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อโซ่อุปทานผลไม้เป้าหมายโดยภาพรวม ในกรอบการค้าระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ได้แก่ การส่งออกลำไย ทุเรียน มะพร้าวอ่อน มะขามหวาน และมะขามเปรี้ยว และการนำเข้ามะพร้าวแก่ และมะขามเปรี้ยว พบว่าผลกระทบเชิงบวกในระดับต้นน้ำอธิบายได้ว่าผู้ปลูกไม้ผลจะต้องมีความร่วมมือระหว่างผู้ผลิต เป็นกลุ่ม ชมรมผู้ปลูก วิสาหกิจชุมชน เครือข่าย หรือสถาบันเกษตรกร และมีการรับรอง GAP สำหรับสินค้าเกษตรส่งออก ผลกระทบในระดับกลางน้ำในกรณีของผลไม้บางชนิด ได้แก่ ลำไย มะพร้าวอ่อน มะขามหวานและมะขามเปรี้ยว ที่ต้องมีการแปรรูป จะต้องปรับตัวให้เข้าสู่มาตรฐาน GMP เพื่อการส่งออก และในความเชื่อมโยงการค้าดำเนินงานของโซ่อุปทาน พบว่า การดำเนินงานต่อไปในอนาคตต้องการความร่วมมือของผู้ประกอบการทุกระดับในโซ่อุปทานผลไม้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดการ ใน 2 ทิศทาง คือ กรณีการเคลื่อนไหวจากต่างประเทศเข้าสู่ในประเทศ และกรณีการเคลื่อนไหวจากภายในประเทศ ผู้ส่งออกจะทำหน้าที่เชื่อมโยงข้อมูลด้านอุปทานภายในประเทศ ประสานกับข้อมูลและกิจกรรมจากความต้องการซื้อ และลักษณะสินค้าที่ต้องการจากต่างประเทศ ทำให้เกิดการวางแผนได้สอดคล้องตลอดสายโซ่อุปทาน

ส่วนผลกระทบเชิงลบ พบในระดับกลางน้ำว่าอุตสาหกรรมต่อเนื่องจะต้องแข่งขันทางการค้ากับผู้ประกอบการต่างชาติมากขึ้น และในระดับปลายน้ำ พบว่า การแข่งขันทางการค้า เป็นปัจจัยเร่งให้เกิดการสูญเสียซึ่งจริยธรรมในการประกอบการ นอกจากนี้ยังมีผลกระทบเชิงลบในการสูญเสียส่วนแบ่งตลาดอินโดนีเซีย อันเกิดจากเงื่อนไขทางกฎ ระเบียบ ข้อบังคับของรัฐบาลอินโดนีเซีย ในลักษณะที่เป็นการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี และเกิดจากการแข่งขันทางการค้าของประเทศในกลุ่ม AEC ด้วยกันเอง ในการขยายตัวของการผลิตและการค้าสินค้าเกษตรประเภทเดียวกัน เช่น กรณีลำไย มีการขยายตัวในการผลิตที่เวียดนาม กัมพูชา อีกทั้งจีนกำลังขยายพื้นที่การผลิตลำไยที่เมียนมาร์ กรณีทุเรียนจากการแข่งขันกับมาเลเซีย กัมพูชา เวียดนาม กรณีมะขามจากการแข่งขันกับลาว กัมพูชา เมียนมาร์

แนวทางในการปรับตัวเชิงรุกของผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน ซึ่งผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานจึงต้องประกอบด้วย 3 กลุ่มทำงานสัมพันธ์กัน คือ ผู้ประกอบการธุรกิจโซ่อุปทานระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ภาคเอกชนผู้สนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจโซ่อุปทาน และภาครัฐผู้สนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจโซ่อุปทาน โดยมีแนวทางปรับตัวดังนี้

1. แนวทางในการปรับตัวเชิงรุกของผู้ประกอบการธุรกิจโซ่อุปทาน ระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจในทุกระดับมีการปรับตัวเชิงรุกเพื่อการส่งออกมาโดยตลอด แต่การค้าภายใต้การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558 จะต้องมีการปรับตัวเชิงรุกที่สำคัญยิ่ง คือ การมีจริยธรรมทางธุรกิจ เพื่อให้กลไกทางการตลาดมีความเข้มแข็งในการขับเคลื่อน และเป็นการร่วมกันตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำในการรักษา Brand ชื่อเสียงผลไม้ของไทย ให้คงอยู่เป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันระดับประเทศ

2. แนวทางในการปรับตัวเชิงรุกของภาคเอกชน พบว่า ภาคเอกชนมีความสามารถในการแข่งขันและมีศักยภาพสูงในการปรับตัวเชิงรุกด้วยตนเอง ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงตามพลวัตด้านการค้าของโลก อย่างไรก็ตาม ควรมีการปรับตัวเชิงรุกที่สำคัญ 2 ประการ คือ การพัฒนาและค้นคว้าด้านเครื่องทุ่นแรงการเกษตรสำหรับสวนไม้ผล เพื่อทดแทนการใช้แรงงาน และการพัฒนาค้นคว้าด้านบรรจุภัณฑ์ เพื่อยืดอายุผลไม้สดในระหว่างการขนส่ง และรอการขาย

3 แนวทางในการปรับตัวเชิงรุกของภาครัฐ พบว่า ภาครัฐต้องมีบทบาทมากที่สุดในการทำให้อุตสาหกรรมไม้ผลของไทยมีความสามารถในการแข่งขัน มีกลไกทางการตลาดไม้ผลที่มีประสิทธิภาพ และทำให้ Brand ไม้ผลของไทยมีชื่อเสียงอย่างยั่งยืนในตลาดโลก จึงควรมีการปรับตัวเชิงรุกที่สำคัญ 7 ประการ คือ

3.1) การสนับสนุนให้ชาวสวนไม้ผลทำฟาร์มอัจฉริยะ (Smart farm) โดยเฉพาะชาวสวนรายใหญ่ โดยมีแนวทางเชิงรุก 2 ประเด็น คือ ก.ทำให้ได้ผลผลิตต่อไร่สูงขึ้น เป็นผลผลิตที่มีคุณภาพในระดับส่งออก และมีความเข้าใจถึงลักษณะของสินค้าผลไม้สดในความต้องการของตลาดทั้งตลาดส่งออก และตลาดภายในประเทศ โดยเฉพาะตลาดบน และตลาดการค้าสมัยใหม่ (Modern trade) ข.ทำการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีด้านการผลิต (Production technology) เทคโนโลยีก่อนการเก็บเกี่ยว (Pre-harvest technology) และเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว (Post-harvest technology) พร้อมทั้งทำการถ่ายทอดเทคโนโลยี และติดตามประเมินผลการใช้เทคโนโลยีอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

3.2) การจัดกลุ่มพื้นที่ (Zoning) ที่มีความเหมาะสมในการผลิตไม้ผล เพื่อจัดตั้งอำนาจความสะดวกในการผลิตและการค้าลงในพื้นที่ดังกล่าว นอกจากนี้ยังต้องดำเนินการให้ผู้ผลิตในกลุ่มพื้นที่นั้นๆ สร้างความเป็นเครือข่าย หรือ กลุ่มผู้ปลูก เพื่อให้เกิดการวางแผนการผลิตและการตลาดร่วมกัน เสมือนหนึ่งการจัดการการผลิตบนพื้นที่ขนาดใหญ่ ทำให้เกิดความประหยัดต่อขนาดในการผลิตได้ อันเป็นการสร้างอำนาจทางการตลาด

3.3) การผลักดันอย่างจริงจังและต่อเนื่องให้เกิดความปลอดภัยด้านอาหาร ซึ่งต้องดำเนินการให้ได้ตลอดโซ่อุปทานในการส่งออกผลไม้สด จึงควรดำเนินการอย่างจริงจังด้าน GAP, GMP และสารเคมีตกค้าง อย่างไรก็ตามในกรณี GAP กรมวิชาการเกษตรต้องมีการดำเนินงานอย่างจริงจังและเข้มงวดมากขึ้น หากกำลังคนไม่เพียงพอที่จะดำเนินการได้ ควรพิจารณาได้ภาคเอกชนเข้ามาดำเนินการ ภายใต้การควบคุมและกำกับของกรมวิชาการเกษตร

3.4) การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินการ และมีต้นทุนโลจิสติกส์ที่ต่ำลง ทั้งนี้การพัฒนาควรครอบคลุมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า (Trade facilitation) และทรัพยากรมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับงานโลจิสติกส์

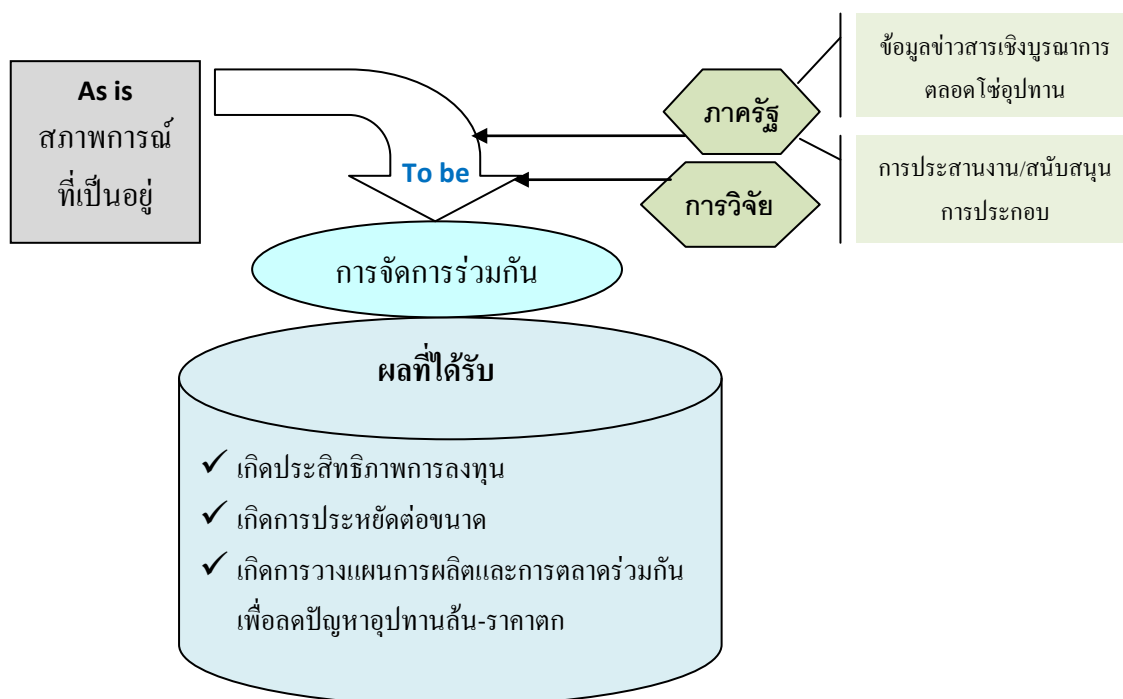
3.5) การกำหนดมาตรการที่มีผลต่อผู้ส่งออก คือ ผู้ส่งออกทุกรายต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลไทย และมีบทลงโทษผู้ส่งออกที่ทำลายชื่อเสียง Brand ผลไม้ไทย จากการส่งออกผลไม้ที่ไม่มีคุณภาพ ไม่เป็นไปตามมาตรฐาน เช่น ทุเรียนอ่อน เป็นต้น ตลอดจนการปลอมปน อันเป็นผลเสียต่อส่วนรวม ทั้งนี้บทลงโทษต้องมีการดำเนินการอย่างจริงจังและต่อเนื่อง โดยไม่เลือกปฏิบัติ

3.6) มาตรการการสร้างความสะดวกทางการค้า ควรดำเนินการอย่างเร่งด่วนได้แก่ การเพิ่มจำนวนผู้ตรวจสอบสินค้าเพื่อการส่งออก (Surveyor) เพื่อไม่ให้เกิดการผูกขาดในการดำเนินงาน และเป็นการกระจายภาระงานให้สามารถให้บริการได้ทันในช่วงฤดูกาลที่มีสินค้าส่งออกเป็นปริมาณมาก และเร่งดำเนินการจัดตั้งหน่วยงานให้บริการการส่งออก/นำเข้าแบบ One stop services ให้สำเร็จ เพื่อสามารถให้บริการเต็มรูปแบบได้ทุกด่านศุลกากร

3.7) การจัดตั้งหน่วยเจรจาการค้าไทย-อินโดนีเซีย โดยผู้ปฏิบัติงานของหน่วยเจรจาการค้านี้ ควรประกอบด้วยผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ได้แก่ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ เช่น จากกระทรวงเกษตร กระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น ตัวแทนสมาคมการค้า นักกฎหมาย โดยมีข้าราชการประจำระดับสูงของภาครัฐหรือนักการเมืองระดับรองนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน

6.2 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย ที่เป็นประเด็นสำคัญยิ่งต่อการปรับเปลี่ยนสภาพการณ์ที่เป็นอยู่ ที่เรียกว่า “As is” ให้เป็นไปตามข้อค้นพบจากการวิจัยนี้ ที่เรียกว่า “To be” คือ เกิดการปรับตัวเชิงรุกของผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน ให้มีการจัดการร่วมกัน ตั้งแต่ผู้ประกอบการธุรกิจในโซ่อุปทานระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ตลอดจนภาคเอกชนและภาครัฐที่เป็นผู้สนับสนุนการดำเนินการของผู้ประกอบการธุรกิจในโซ่อุปทาน จึงมีความคาดหวังจากประเด็น “As is – To be” ดังนี้ (ภาพที่ 6.2.1)



ภาพที่ 6.2.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัยตามแนวคิด “As is – To be”

ความคาดหวังจากประเด็น “As is – To be” ดังกล่าว จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้ คือ

1. ภาครัฐต้องมีความจริงจังและจริงใจ ของผู้นำประเทศและผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ต่อการปฏิบัติจริงเพื่อแก้ไขปัญหา และเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไม้ผลเพื่อการส่งออก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการค้าภายใต้การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558 ที่ประเทศสมาชิกในกลุ่ม AEC มีสินค้าเกษตรประเภทเดียวกัน ส่งผลให้การแข่งขันรุนแรงขึ้นภายในประชาคม และการแข่งขันการส่งออกในช่วงชิงตลาดนอกประชาคม โดยให้ดำเนินการเกี่ยวกับ

1.1 ควรมีการสนับสนุนการรวมตัวที่เข้มแข็งของเกษตรกรเพื่อการลงทุนในเครื่องจักรกลทางการเกษตรที่สามารถทดแทนแรงงานในสวนผลไม้ในระดับกลุ่มเกษตรกร ซึ่งจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการลงทุนและเกิดความประหยัดทางขนาด (economies of scale) จากปัญหาด้านทุนการผลิตที่สูงขึ้นและการขาดแคลนแรงงานในสวนผลไม้ ทำให้ศักยภาพในการส่งออกผลไม้ไทยไปยังประเทศอินโดนีเซียลดลง อีกทั้งยังเป็นการสนับสนุนการรวมกลุ่มเกษตรกรอย่างเป็นรูปธรรม ความช่วยเหลือใดๆ ของภาครัฐควรกระทำผ่านกลุ่ม/สถาบันเกษตรกร

1.2 การผลักดันแนวทางการปรับตัวเชิงรุกที่เสนอแนะในงานวิจัย ทั้งในเรื่องการสนับสนุนการทำฟาร์มอัจฉริยะ (smart farm) การจัดตั้งกลุ่มพื้นที่ (Zoning) การพัฒนาด้านอาหารปลอดภัย การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ การกำหนดมาตรการเกี่ยวกับการส่งออกและสร้างความสะดวกทางการค้า และการจัดตั้งหน่วยงานเจรจา ควรทำอย่างจริงจังและเป็นพลวัตรเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมผลไม้เพื่อการส่งออกของประเทศไทย รวมทั้งควรมีการกำหนดบทบาทและหน้าที่ของหน่วยงานที่รับผิดชอบให้ชัดเจน พร้อมทั้งแนวปฏิบัติเพื่อที่จะสามารถนำแนวทางการปรับตัวที่เสนอแนะในงานวิจัยเล่มนี้ไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งมีหน่วยงานกลางที่เป็นศูนย์กลางในการติดตามความก้าวหน้าต่างๆ

1.3 จากการวิจัยพบว่าการปฏิบัติตามข้อมูลข้อบังคับ กฎระเบียบการนำเข้าประเทศอินโดนีเซียเป็นองค์ประกอบสำคัญในการส่งออกผลไม้ไทยไปยังประเทศอินโด ดังนั้นการจัดการข้อมูลต่างๆ ควรทำในเชิงบูรณาการตลอดโซ่อุปทาน กล่าวคือ ควรมีการประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อถ่ายทอดข้อมูลเกี่ยวกับข้อบังคับ กฎระเบียบต่างๆ ตลอดจนลักษณะความต้องการผลไม้ ที่เป็นปัจจุบันและถูกต้องให้แก่ทุกระดับของโซ่อุปทาน เพื่อให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในแต่ละระดับของโซ่อุปทานตระหนักถึงความจำเป็นและปฏิบัติตาม การถ่ายทอดข้อมูลดังกล่าวไปสู่เกษตรกรนั้นอาจกระทำผ่านเกษตรกรจังหวัด/เกษตรกรอำเภอ/เกษตรกรตำบล หรือสถาบันเกษตรกรไม้ผลที่เกี่ยวข้อง

3. การสนับสนุนงานวิจัยเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไม้ผลทั้งทางด้านเทคโนโลยีและการจัดการ เช่น การวิจัยพันธุ์ไม้ผลคุณภาพดี การศึกษาเกี่ยวกับการจัดการการผลิตภายในสวนเพื่อให้เกิดการผลิตที่มีประสิทธิภาพ การวิจัยเพื่อหาเทคโนโลยีการผลิต/การเก็บเกี่ยว/หลังการเก็บเกี่ยวที่เหมาะสม การวิจัยเพื่อหาแนวทางหรือความเป็นไปได้ในการพัฒนา/รวมกลุ่มเกษตรกร และการศึกษาแนวทางในการยอมรับใช้ GAP ของเกษตรกร ยังเป็นสิ่งที่จำเป็นเพื่ออนาคตของอุตสาหกรรมไม้ผลของไทย

%%%%%%%%%

บรรณานุกรม

- กนก คติการ. 2553. ระบบโลจิสติกส์ และห่วงโซ่อุปทานผลไม้และผลิตภัณฑ์เพื่อขยายตลาดส่งออกไปประเทศในเอเชีย ปี 2552 (กรณีศึกษาเส้นทาง R3E และ R3W) ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- กรมการขนส่งทางบก. 2556. TRANSPORT STATISTICS 2009.
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2554. ความตกลงทางการค้าระหว่างไทย-อินโดนีเซีย. สำนักประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. (เอกสารถ่ายสำเนา)
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2555. ความตกลงการค้าสินค้าของอาเซียน (อาทิก้า). Retrieved from http://www.thaifita.com/trade/ascorner/atiga_th.pdf
- กรมชลประทาน. 2555. รายงานประจำปี กรมชลประทาน ปี 2555. กรุงเทพมหานคร.
- กรมศุลกากร. 2555. สถิติการส่งออก. Retrieved from <http://www.customs.go.th/>
- กรมส่งเสริมการเกษตร. 2553. วิธีการตลาดของลำไย ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลศรีเตี้ย ตำบลศรีเตี้ย อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดลำพูน.
(<http://banhong.lamphun.doae.go.th/Unnamed%20Site%204/PT-ST.htm>)
- กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์. 2555. คู่มือ การค้าและการลงทุน สาธารณรัฐอินโดนีเซีย. สำนักข่าวพาณิชย์ กรมส่งเสริมการส่งออก.
- _____. 2555. รายชื่อผู้ส่งออกมะพร้าวของประเทศไทย. Retrieved from <http://www.dephtai.go.th/>
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. 2556. “จำนวนสหกรณ์การเกษตรในประเทศไทย ประจำเดือน ธันวาคม 2555” ข้อมูลสารสนเทศสหกรณ์(Online). www.cpd.go.th/cpd/cpdinter/index.html, 21 มีนาคม 2556
- กฤตยพร บุญแข็ง. 2543. การวิเคราะห์ทางการเงินของกิจการห้องเย็นเก็บรักษามะขามหวาน : กรณีศึกษาจังหวัดเพชรบูรณ์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- กลุ่มวิจัยเศรษฐกิจพืชสวน ,2550. ระบบโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานผลไม้สดภาคตะวันออก สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- กลุ่มวิจัยเศรษฐกิจไม้ผลและไม่ขึ้นดิน, 2549. ศักยภาพผลไม้ไทยหลังเปิด FTA ไทย - จีน สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- การทำเรือแห่งประเทศไทย. 2556. การนำเข้า-ส่งออกทางเรือของประเทศไทย (Online). www.port.co.th/sitenew/sathiti2.php, 29 เมษายน 2556
- กิตตะ ดันเจริญ. 2533. ปัญหาการส่งเสริมการผลิตและการตลาดทุเรียนเพื่อส่งออกจังหวัดระยองของสาขาส่งเสริมการเกษตร วิทยานิพนธ์ ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน.
- สกว. / ไม้ผล ไทย-อินโดนีเซีย

- คลังข้อมูลสารสนเทศลำไยเชิงลึก. 2010. รายชื่อผู้ส่งออกลำไย. Retrieved from <http://www.arda.or.th/kasetinfo/longan/>
- จกมลดินทร์ แสงอาสภวิริยะ และคณะ. 2553. สมรรถนะของโซ่อุปทานการผลิตลำไยเพื่อการส่งออกของประเทศ ไทย. รายงานผลการวิจัยมหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- จารุวรรณ ทองใบ. 2550. รูปแบบตลาดกลางเพื่อการส่งออกทุเรียนตามความคาดหวังของสมาชิกกลุ่มปรับปรุง คุณภาพทุเรียนเพื่อการส่งออกกว่านเหลือง ตำบลชากโท กิ่งอำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี. สาขาส่งเสริม การเกษตร ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน
- โชติช่วง เขี่ยมฉวี. 2546. ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพผลทุเรียนหมอนทองที่ส่งออกไปยังไต้หวัน วิทยานิพนธ์ สาขาพืชสวน ภาควิชาพืชสวน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน
- คนุพล แสงไชย. 2553. แรงจูงใจ ปัญหาและอุปสรรคในการนำมามาตรฐาน GLOBAL GAP มาใช้ในธุรกิจส่งออกผัก ผลไม้สด สาขาบริหารธุรกิจ โครงการปริญญาโทบริหารธุรกิจ (สุพรรณบุรี) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. 2555. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร 2556. (Online).www.baac.or.th/content-rate.php?content_group=9&content_group_sub=2, 30 มีนาคม 2556
- นงนุช อังชรีกุล. 2547. การจัดการธุรกิจการเกษตร. ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- _____. 2553. โอกาสและทางเลือกของเกษตรกรรายเส้นทางสายโซ่อุปทาน : โซ่อุปทานสินค้าเกษตร. ฝ่าย เกษตร สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- นริศรา ไชยกาล. 2537. การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดและปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ส่งออกทุเรียนไทย สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร วิทยานิพนธ์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน.
- ปรีชาวรรณ งามมัย. 2531. การวิเคราะห์การผลิต การใช้ประโยชน์ และการตลาดของมะพร้าว.
- เปรม ณ สงขลา. 2552. มิชชั่นล้ำปฐสร้างสรรค์เพื่ออาเซียน . เกษตร, ฉบับ 33(12),: 149-153 .
- _____. 2553. เศรษฐกิจสวนทุเรียนหมอนทอง สวนแรกของอินโดนีเซีย. เกษตร, ฉบับ 34(1),: 149-152 .
- พิเชษฐ เข็มทอง. 2543. การวิเคราะห์การส่งออกสินค้าเกษตรไม่แปรรูปของไทย ภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน: กรณีศึกษาทุเรียน วิทยานิพนธ์ สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน
- เพ็ญศรี เจริญวานิช และคณะ. 2544. การศึกษาเบื้องต้นสำหรับการกำหนดพันธุ์และตลาดลำไยส่งออก. วารสารวิจัย มช., 6(2).
- _____. 2546. การพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค. รายงานการวิจัย. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร. 2551. โครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการสร้างเครือข่ายเกษตรกรเพื่อนำร่องการส่งเสริมการผลิตผลไม้คุณภาพเพื่อการส่งออก: ศูนย์ส่งเสริมการส่งออกภาคตะวันออก (จันทบุรี) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วรลักษณ์ โดดานนท์. 2543. ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกกล้วยของไทย วิทยานิพนธ์ สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร และทรัพยากร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน

วิชุดา ทรัพย์ปาน. 2553. การศึกษาปัญหาของผู้ส่งออกกล้วยสดในจังหวัดลำพูน. การค้นคว้าแบบอิสระ ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรมเกษตร) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วิทย์ บัณฑิตกุล. 2555. อินโดนีเซีย. บริษัทสภาพรภูมิศาสตร์ จำกัด : กรุงเทพมหานคร.

วิทยา ไชยปัญญา. 2545. การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของการลงทุนทำสวนมะขามหวาน ในอำเภอเมือง จังหวัดเลย. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศักดิ์สิทธิ์ ศรีวิชัย. 2544. การปลูกมะพร้าว. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี: เกษตรสาส์น.

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. 2556

ศูนย์สารสนเทศการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการส่งออก. กรกฎาคม 2551

สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา (2553). ข้อมูลพื้นฐานอินโดนีเซีย. Retrieved from <http://www.thaiembassy.org/jakarta/th/>

สถาบันอาหาร (2554). เกษตรกรรมประเทศอินโดนีเซีย. Retrieve from http://intranet.nfi.or.th/global_food/Backoffice/pdf/IND-Agri.pdf

สร้อยถวิล เดชารักษ์, สมพิศ อยู่วิจิตร, ประเสริฐ ทองทิพย์, สุพัตรา พันชาติ และ ยุทธนา ดำรงภาวทรัพย์. 2526.

เอกสารเผยแพร่กรมการค้าภายใน: มะพร้าว. กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท.

สำนักงานเกษตรต่างประเทศ สำนักงานกระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2554ก. ข้อมูลทั่วไปของประเทศสาธารณรัฐอินโดนีเซีย.

_____. 2554ข. ประเทศที่มีความสัมพันธ์ด้านการเกษตรกับไทย: สาธารณรัฐอินโดนีเซีย. Retrieved from http://cms.opsmoac.go.th/ewt/moac_ops/download/BOFAA/Indonesia54.pdf

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. 2555ก. ข้อมูลทั่วไปของประเทศสาธารณรัฐอินโดนีเซีย.

_____. 2555ข. ข้อมูลการลงทุน: ประเทศอินโดนีเซีย. Retrieved from <http://www.boi.go.th/thai/asean/Indonesia/main.html>

สำนักงานจังหวัดตราด. 2552. ภาพวิธีการตลาดทุเรียน www.trat.go.th/modules/agriculture/market.xls สำนักงานจังหวัดตราด

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555. ตัวชี้วัดเศรษฐกิจการเกษตรของประเทศไทย ปี 2555 (Online). www.oae.go.th/main.php?filename=journal_all, 11 เมษายน 2556

_____. 2556ก. ศูนย์ปฏิบัติการ

- _____. 2556ข. ศูนย์สารสนเทศการเกษตร. ต้นทุนการผลิต (Online).
www.oae.go.th/ewt_news.php?nid=4188, 5 เมษายน 2556
- _____. 2556ค. เอกสารตัวชี้วัดเศรษฐกิจการเกษตรของประเทศไทย ปี 2554 (online).
www.oae.go.th/main.php?filename=journal_all, 12 เมษายน 2556
- สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงจาการ์ตาร์. 2551. ข้อมูลการค้าระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย. (เอกสาร
ถ่ายสำเนา)
- _____. 2555. กฎระเบียบกระทรวงการค้าสาธารณรัฐอินโดนีเซีย เลขที่ 30/M-DAG/PER/5/20/2. Retrieved
from www.dephtai.go.th/dep/doc/55/5500/850.doc
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2556ก. การสำรวจการเปลี่ยนแปลงทางการเกษตร และสำมะโนการเกษตรทั่ว
ราชอาณาจักร (online). www.nso.go.th, 8 เมษายน 2556
- _____. 2556ข. ข้อมูลสถิติ. รายงานนอกระบบ. (Online).www.oae.go.th/main.php?filename=journal_all,
18 มีนาคม 2556
- สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า. 2556. ดัชนีราคาผู้บริโภคหมวดผักและผลไม้ ปี 2556 (online).
www.price.moc.go.th/btei/Default5.aspx, 5 เมษายน 2556
- สำนักพิมพ์ส่งเสริมอาชีพธุรกิจ เพชรกระรัต. 2550. หนังสือคู่มือการเกษตร : การเพาะปลูกและขยายพันธุ์มะพร้าว ไม้
ผลเศรษฐกิจมากด้วยคุณค่า. กรุงเทพมหานคร.
- สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555. สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้ม
ปี 2555. Retrieved from http://www.oae.go.th/download/journal/trends2555.pdf
- สุดาวรรณ ขัตติยะเนตร. 2552. การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเศรษฐกิจและสังคมของการรวมกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูก
ผลไม้คุณภาพดีเพื่อการส่งออก. วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุปราณี ณ สงขลา. 2553. มาทำความรู้จักทุเรียนอินโดฯ กัน. เกษตร, ฉบับ 34(4);: 120-123.
- สุพจน์ ตั้งจิตพร. 2543. คู่มือการทำสวนมะพร้าวน้ำหอมอย่างมืออาชีพ: 8 เขียนมะพร้าวน้ำหอม. บริษัท นาคา
อินเตอร์มีเดีย จำกัด: กรุงเทพมหานคร.
- สุภาพรณ กงจินดา 2554: การวิเคราะห์การจัดการการผลิตมะพร้าวหลังวิกฤต ปี 2553 ในจังหวัดชุมพร ปรินญา
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจการเกษตร ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร
- โสมนัส มรดกคั่นโช. 2548. การวิเคราะห์ส่วนครองตลาดและอุปสงค์การนำเข้าลำไยสดของไทยโดยประเทศผู้
นำเข้าที่สำคัญ. วิทยานิพนธ์ ปรินญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์เกษตร)
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2542. การบริหารการตลาด กลยุทธ์ และ ยุทธวิธี. กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ที่ โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อภิชาติ คະลุนเพรย์. 2534. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกทุเรียนของไทย วิทยานิพนธ์ สาขา
เศรษฐศาสตร์เกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน
- สกว. / ไม้ผล ไทย-อินโดนีเซีย

อภิชาติ โสภางค์ และคณะ. 2551. การศึกษาระบบจัดการโซ่อุปทานของลำไยสดในประเทศไทย. รายงานการวิจัย.
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

<http://banhong.lamphun.doae.go.th/Unnamed%20Site%204/PT-ST.htm>

<http://fic.nfi.or.th> Thailand Food Industry Profiles: อุตสาหกรรมมะพร้าวของอินโดนีเซีย

<http://it.doa.go.th/vichakan/print.php?newsid=4>

<http://poonitafarm.blogspot.com>

<http://variety.teenee.com/foodforbrain/38910.html>

<http://www.arida.or.th/kasetinfo/longan/>

<http://www.biothai.net/news/6583>, 2554

<http://www.bps.go.id>

<http://www.depthai.go.th/>

<http://www.nstda.or.th>

Indonesia Oilseeds and Products Annual, Gain Report, FAS USDA.

Statistics Indonesia. 2555. Import – Export Statistic. Retrieved from <http://www.bps.go.id/>

www.cpd.go.th/cpd/cpdinter/Number_coop55_December.html สืบค้นเมื่อ เมษายน 2556

www.trat.go.th/modules/agriculture/market.xls สำนักงานจังหวัดตราด

ภาคผนวกที่ 1

กฎระเบียบกระทรวงการค้าสารอินโดนีเซีย

เลขที่ 30/M-DAG/PER/5/2012

เรื่อง บทบัญญัติทั่วไปในการนำเข้าผลิตภัณฑ์จากพืชพฤกษศาสตร์

อันเนื่อง :

ก. ด้วยเหตุที่ผลิตภัณฑ์พืชเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ นับรวมจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องจากทั้งภาคการผลิต, การจัดหา, การจัดซื้อ และ กระบวนการกระจายการขนส่ง และการจัดจำหน่าย ซึ่งมีนัยยะสำคัญต่อประชากรอินโดนีเซีย

ข. ด้วยเหตุที่สินค้าผลิตภัณฑ์พืชจัดเป็นปัจจัยหลักในการตอบสนองความต้องการด้านอาหารภายในประเทศ ที่เกื้อกูลโดยตรงต่อความมั่นคงของคลังอาหารแห่งชาติ อันจะส่งผลกระทบต่อโครงสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจประเทศอินโดนีเซีย อีกทั้งเพื่อปกป้องคุ้มครองสิทธิความปลอดภัยของผู้บริโภคที่เป็นไปตามบทบัญญัติมาตรา 88 วรค (2) ตามกฎหมายมาตราที่ 13 ของปี 2010 (2553) ตามเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นในการเข้าควบคุมบทบัญญัติขึ้นตอนเกี่ยวกับการนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์พืช;

ค. ตามการพิจารณาเหตุผลดังที่กล่าวมาข้างต้น ในเนื้อหาข้อ ก. และ ข้อ ข. จึงมีความจำเป็นในการออกกฎระเบียบโดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการค้า;

ตามนัยยะของ:

1. กฎหมายการค้าระหว่างประเทศปี 1934 (ปี 1938 หนังสือธรรมนูญฉบับที่ 86) ฉบับที่มีการแก้ไขปรับปรุงแล้ว;
2. กฎหมาย ฉบับที่ 3 จาก 1982 การขึ้นทะเบียนบริษัทโดยบังคับ (หนังสือธรรมนูญแห่งสาธารณรัฐอินโดนีเซียปี 1982 ฉบับที่ 7 ภาคผนวกหนังสือธรรมนูญของสาธารณรัฐอินโดนีเซียฉบับที่ 3124);
3. กฎหมาย ฉบับที่ 16 ของปี 1992 การกักกันสัตว์, สัตว์น้ำ และพืช (หนังสือธรรมนูญแห่งสาธารณรัฐอินโดนีเซียปี 1992 ฉบับที่ 56 ภาคผนวกหนังสือธรรมนูญของสาธารณรัฐอินโดนีเซียฉบับที่ 3482);
4. กฎหมาย ฉบับที่ 7 ปี 1994 ในการให้สัตยาบันตกลงการจัดตั้งองค์การการค้าโลก (หนังสือธรรมนูญแห่งสาธารณรัฐอินโดนีเซียปี 1994 ฉบับที่ 57 ภาคผนวกหนังสือธรรมนูญของสาธารณรัฐอินโดนีเซียฉบับที่ 3564);
5. กฎหมาย ฉบับที่ 10 ปี 1995 เกี่ยวกับกิจการฝ่ายศุลกากร (หนังสือธรรมนูญสาธารณรัฐอินโดนีเซียปี 1995 ฉบับที่ 75 ภาคผนวกตามหนังสือธรรมนูญสาธารณรัฐอินโดนีเซีย ฉบับที่ 3612) และที่ปรับปรุงเพิ่มเติมตามกฎหมายฉบับที่ 17/2006 (หนังสือธรรมนูญสาธารณรัฐอินโดนีเซียปี 2006 ฉบับที่ 93 ภาคผนวกตามหนังสือธรรมนูญสาธารณรัฐอินโดนีเซีย ฉบับที่ 4661);
6. กฎหมาย ฉบับที่ 7 ของปี 1996 เกี่ยวกับอาหาร (หนังสือธรรมนูญแห่งสาธารณรัฐอินโดนีเซียของปี 1996 ฉบับที่ 99 ภาคผนวกหนังสือธรรมนูญของสาธารณรัฐอินโดนีเซียฉบับที่ 3656);
7. กฎหมาย ฉบับที่ 5 ของปี 1999 เรื่องข้อห้ามการผูกขาดทางการค้าและการแข่งขันทางธุรกิจที่ไม่เป็นธรรม (หนังสือธรรมนูญแห่งสาธารณรัฐอินโดนีเซียของปี 1999 ฉบับที่ 33 ภาคผนวกหนังสือธรรมนูญของสาธารณรัฐอินโดนีเซียฉบับที่ 3806);
8. กฎหมาย ฉบับที่ 8 ของปี 1999 การคุ้มครองผู้บริโภค (หนังสือธรรมนูญแห่งสาธารณรัฐอินโดนีเซียของปี 1999 ฉบับที่ 42 ภาคผนวกหนังสือธรรมนูญของสาธารณรัฐอินโดนีเซียฉบับที่ 3821);
9. กฎหมาย ฉบับที่ 39 ของปี 2008 เกี่ยวกับกระทรวงของรัฐ (หนังสือธรรมนูญแห่งสาธารณรัฐอินโดนีเซียของปี 2008 ฉบับที่ 166, ภาคผนวกหนังสือธรรมนูญของสาธารณรัฐอินโดนีเซียฉบับที่ 4916);
10. กฎหมาย ฉบับที่ 13 ของปี 2010 กกับการผลิตภัณฑ์จากพืชพฤกษศาสตร์ (หนังสือธรรมนูญแห่งสาธารณรัฐอินโดนีเซียของปี 2010 ฉบับที่ 132 ภาคผนวกหนังสือธรรมนูญของสาธารณรัฐอินโดนีเซียฉบับที่ 5170);
11. ระเบียบราชการฉบับที่ 22 ของปี 1983 กับสัตว์แพทย์สาธารณสุข (หนังสือธรรมนูญแห่งสาธารณรัฐอินโดนีเซียของปี 1983 ฉบับที่ 28 ภาคผนวกหนังสือธรรมนูญของสาธารณรัฐอินโดนีเซียฉบับที่ 3253);
12. ระเบียบราชการฉบับที่ 69 ปี 1999 เรื่องฉลากสินค้าและการโฆษณาอาหาร (หนังสือธรรมนูญแห่ง

สาธารณรัฐอินโดนีเซียของปี 1999 ฉบับที่ 131 ภาคผนวกหนังสือธรรมนูญแห่งสาธารณรัฐอินโดนีเซียฉบับที่ 3867);

13. ระเบียบราชการฉบับที่ 14 ปี 2002 เรื่องการกักกันพืช (หนังสือธรรมนูญแห่งสาธารณรัฐอินโดนีเซียของปี 2002 ฉบับที่ 35 ภาคผนวกหนังสือธรรมนูญของสาธารณรัฐอินโดนีเซียฉบับที่ 4196);

14. รัฐบาล กฎกระทรวงฉบับที่ 68 ปี 2002 ความมั่นคงด้านอาหาร (หนังสือธรรมนูญแห่งสาธารณรัฐอินโดนีเซียปี 2002 ฉบับที่ 142, ภาคผนวกหนังสือธรรมนูญของสาธารณรัฐอินโดนีเซียฉบับที่ 4254);

15. ระเบียบราชการฉบับที่ 28 ปี 2004 เรื่องการรักษาความปลอดภัยและคุณภาพของอาหาร (หนังสือธรรมนูญแห่งสาธารณรัฐอินโดนีเซียปี 2004 ฉบับที่ 107, ภาคผนวกหนังสือธรรมนูญของสาธารณรัฐอินโดนีเซียฉบับที่ 4424);

16. ระเบียบราชการฉบับที่ 21 ปี 2005 เรื่องความปลอดภัยทางชีวภาพของผลิตภัณฑ์พันธุวิศวกรรม (หนังสือธรรมนูญแห่งสาธารณรัฐอินโดนีเซียปี 2005 ฉบับที่ 44 ภาคผนวกหนังสือธรรมนูญของสาธารณรัฐอินโดนีเซียฉบับที่ 4498);

17. ระเบียบราชการฉบับที่ 38 ปี 2007 ประกาศรัฐบาลกองกิจการระหว่างรัฐบาล, ส่วนราชการจังหวัด และหน่วยงานราชการระดับเขต/เทศบาลท้องถิ่น (หนังสือธรรมนูญแห่งสาธารณรัฐอินโดนีเซียของปี 2007 ฉบับที่ 82 ภาคผนวกหนังสือธรรมนูญของสาธารณรัฐอินโดนีเซียฉบับที่ 4737);

18. คำสั่งประธานาธิบดีที่ 260 ปี 1967 เรื่องการประกาศขอบเขตงานและความรับผิดชอบของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการค้าในการดำเนินงานทางการค้าต่างประเทศ

19. คำสั่งประธานาธิบดีเลขที่ 84 / P 2009 ในรูปของเอกอัครราชทูตอินโดนีเซียชุดที่สอง ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชกฤษฎีกาฉบับที่ 59 คำสั่งประธานาธิบดีที่ 59 / P 2011;

20. ระเบียบประธานาธิบดีฉบับที่ 47 ปี 2009 เกี่ยวกับการจัดตั้งและการจัดระเบียบองค์กรกระทรวงทบวงกรมของรัฐ ซึ่งมีการแก้ไขเพิ่มเติมหลายครั้ง และครั้งล่าสุดโดยระเบียบประธานาธิบดีเลขที่ 91/2011;

21. ระเบียบประธานาธิบดีฉบับที่ 24 ปี 2010 เกี่ยวกับตำแหน่งสถานะ ระดับตำแหน่งงาน เนื้อหาและหน้าที่ ความรับผิดชอบของกระทรวงหน่วยงานของรัฐ โดยมีการแก้ไขระเบียบดังกล่าวหลายครั้ง ครั้งล่าสุดภาคผนวกโดยระเบียบฉบับที่ 92 ประธานาธิบดีของปี 2011;

22. ระเบียบรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรฉบับที่ 37/Kpts/HK.060/1/2006 เกี่ยวกับข้อบังคับทางวิชาการและมาตรการกักกันพืชสำหรับรายการสินค้านำเข้าผลไม้และ / หรือพืชผักสดเข้ามาในอาณาเขตของสาธารณรัฐอินโดนีเซียโดยมีการแก้ไขระเบียบดังกล่าวหลายครั้ง ครั้งล่าสุดภาคผนวกโดยระเบียบรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ฉบับที่ 15/Permentan/OT.140/3/2012;

23. ระเบียบรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรฉบับที่ 18/Permentan/OT.140/2/2008 เกี่ยวกับข้อบังคับทางวิชาการและมาตรการกักกันพืชสำหรับรายการพฤษภาศาสตร์มีชีวิตในรูปแบบของ หัวหน่อไม้ หรือ กิ่งตอน เข้าในอาณาเขตสาธารณรัฐอินโดนีเซีย โดยมีการแก้ไขระเบียบดังกล่าวหลายครั้ง ครั้งล่าสุดภาคผนวกโดยระเบียบรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรฉบับที่ 16/Permentan/OT.140/3/2012;

24. ระเบียบรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรฉบับที่ 12/Permentan/OT.140/2/2009 เกี่ยวกับข้อบังคับทางวิชาการและมาตรการกักกันพืชสำหรับรายการสินค้าบรรจุภัณฑ์ด้วยวัสดุจากไม้ เข้ามาในอาณาเขตของสาธารณรัฐอินโดนีเซีย;

25. ระเบียบรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการค้าเลขที่ 54/M-DAG/PER/9/2009 เกี่ยวกับบทบัญญัติทั่วไปเกี่ยวกับภาคการนำเข้า;

26. ระเบียบรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมฉบับที่ 24/M-DAG/PER/2/2010 เรื่องการรับรองการตรวจสอบผลิตภัณฑ์อาหาร ตราสินค้าและรหัสสินค้า บนบรรจุภัณฑ์อาหารรีไซเคิลที่ผลิตจากพลาสติก;

27. ระเบียบรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการค้าเลขที่ 31/M-DAG/PER/7/2010 เกี่ยวกับการจัดระเบียบสำนักงานองค์กรและขั้นตอนการทำงานของกระทรวงการค้า

28. ระเบียบประธานหน่วยงานเวชกรรมและการควบคุมดูแลอาหารที่ HK.03.1.23.07.11.66664/2011 เรื่องการควบคุมดูแลบรรจุภัณฑ์อาหาร;

29. ระเบียบรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการค้าเลขที่ 31/M-DAG/PER/10/2011 เกี่ยวกับการบรรจุภัณฑ์อาหารในรูปแบบการห่อ;

30. ระเบียบรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรฉบับที่ 88/Permentan/PP.340/12/2011 เกี่ยวกับการควบคุมดูแล

ความมั่นคงทางด้านอาหาร ในการขอนำเข้าและการอนุญาตผ่านเข้าของอาหารสดประเภทพืชพฤษภาศาสตร์

31. ระเบียบรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการค้าเลขที่ 27/M-DAG/PER/5/2012 เรื่องหมายเลขประจำตัวผู้นำเข้า (API);

ตามการพิจารณาให้มีการออกระเบียบ
ระบุเนื้อหาถูกระเบียบ: บทบัญญัติทั่วไปในการนำเข้าผลิตภัณฑ์จากพืชพฤษภาศาสตร์
บทที่ 1
เกี่ยวกับบทบัญญัติทั่วไป
มาตราที่ 1

ตามระเบียบกระทรวง

1. ผลิตภัณฑ์จากพืชพฤษภาศาสตร์ หมายถึง พืชจำพวกผลไม้, พืชจำพวกผัก, ส่วนประกอบวัตถุดิบจากพืช และพืชจำพวกไม้ดอกไม้ประดับ รวมทั้ง พืชในรูปเชื้อราเห็ด ตรีโครสาหร่ายน้ำ และจำพวกพืชน้ำ เพื่อใช้ในวัตถุประสงค์ในการบริโภค สมุนไพรเวชภัณฑ์ รวมทั้งใช้เป็นส่วนผสม หรือ/และ ใช้เป็นส่วนประกอบการประดับเพื่อความสวยงาม
2. สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชพฤษภาศาสตร์ต้องเป็นผลผลิตที่มาจากการเก็บเกี่ยวผลิตภัณฑ์จากพืชพืชไร่ทั้งประเภทพืชสดหรือประเภทพืชที่ผ่านกระบวนการแปรรูป
3. สินค้าพืชพฤษภาศาสตร์ประเภทสดมีความหมายครอบคลุมถึง ประเภทอาหารจำพวกผลิตผลพืชที่ผ่านกระบวนการหลังการเก็บเกี่ยวเพื่อการบริโภค หรือ ประเภทวัตถุดิบจากพืชที่จะนำไปใช้ในภาคอุตสาหกรรม และ ประเภทผลิตภัณฑ์หรือผลิตผลที่ผ่านกระบวนการแปรรูปน้อย
4. สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชประเภทที่ผ่านกระบวนการแปรรูปมีความหมายครอบคลุมถึง ผลิตภัณฑ์อาหารหรือเครื่องดื่มที่เป็นผลิตผลจากกรรมวิธีการแปรรูปในวิธีเฉพาะนั้นๆ หรือ ทั้งมีการใช้สารปรุงแต่งอาหารและทั้งที่ไม่ใช้สารปรุงแต่งอาหาร
5. การนำเข้าจะต้องเป็นกิจกรรมเศรษฐกิจที่ถูกต้องตามกระบวนการโดยการนำเข้าสินค้าผ่านเข้าด่านกรมศุลกากร
6. ภายในกฎระเบียบนี้ “ผู้นำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชเพื่อการผลิต” (Producing Importer) จะถูกแทนที่ด้วยคำว่า “PI-สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช” มีความหมายครอบคลุมถึงบริษัทอุตสาหกรรมที่ใช้ผลิตภัณฑ์จากพืชเป็นวัตถุดิบหรือใช้ผลิตภัณฑ์จากพืชเป็นวัสดุสารปรุงแต่ง ในกระบวนการผลิตเพียงอย่างเดียวเท่านั้น โดยจะต้องไม่ทำการค้าต่อหรือถ่ายโอนไปยังบุคคลอื่น
7. ภายในกฎระเบียบนี้ “ผู้นำเข้าสินค้าที่ขึ้นทะเบียนการนำเข้าผลิตภัณฑ์จากพืช (ทั่วไป)” (Registered Importer) จะถูกแทนที่ด้วยคำว่า “RI-สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช” มีความหมายครอบคลุมถึงบริษัทที่ดำเนินการนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชเพื่อวัตถุประสงค์ของกิจกรรมทางธุรกิจทำการค้าต่อหรือถ่ายโอนไปยังบุคคลอื่น
8. ผู้จัดจำหน่าย (Distributor) มีความหมายครอบคลุมถึง บริษัททางการค้าท้องถิ่นภายในประเทศ (national trading company) ที่ทำกิจกรรมทางธุรกิจโดยตรงและ(หรือ)ในนามตัวแทนของบุคคลอื่นอันมิชอบเขตครอบคลุมถึงกิจกรรม การซื้อ, การจัดเก็บ การขาย และการตลาดของสินค้า โดยเฉพาะการจัดหาสินค้าตามอุปทานทางตลาดจากผู้นำเข้าและผู้จำหน่ายรายย่อย
9. ใบรับรองการปิดฉลากข้อมูลสินค้าในภาษาอินโดนีเซียของสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช โดยต่อไปนี้จะถูกแทนที่ด้วยคำว่า “ใบรับรอง SKPLBI-สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช” มีหมายความว่าเอกสารรับรองว่าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชได้ปฏิบัติตามข้อกำหนดของบทบัญญัติการปิดฉลากข้อมูลสินค้า
10. ใบรับรองการได้รับสิทธิการยกเว้นจากการปิดฉลากข้อมูลสินค้าภาษาอินโดนีเซียสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช โดยต่อไปนี้จะถูกแทนที่ด้วยคำว่า “ใบรับรอง SPKPLBI-สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช” มีรับรองเอกสารที่สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชที่ได้รับการยกเว้นจากพันธกรณีของการปิดฉลากข้อมูลสินค้า
11. ฉลากข้อมูลสินค้าจะต้องเป็นข้อมูล เกี่ยวกับสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชใดๆ ในรูปแบบของรูปภาพ, ตัวอักษร หรือการให้ข้อมูลจากทั้งรูปภาพและตัวอักษร หรือรูปแบบการให้ข้อมูลอื่น ๆ ที่ระบุข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและรายละเอียดของธุรกิจรวมทั้งข้อมูลอื่น ๆ ตามกฎหมาย โดยการปิดฉลากแสดงบนสินค้าโดยตรง หรือการบรรจุรวมในบรรจุภัณฑ์ หรือ ที่ติดแนบบนบรรจุภัณฑ์ หรือเป็นส่วนหนึ่งส่วนใดของบรรจุภัณฑ์

12. เครื่องหมายสัญลักษณ์รับรองบรรจุภัณฑ์อาหาร คือเครื่องหมายที่บ่งชี้ว่าบรรจุภัณฑ์อาหารสามารถใช้ได้อย่างปลอดภัยสำหรับการบริโภค
13. เครื่องหมายสัญลักษณ์รีไซเคิลจะต้องเป็นเครื่องหมายที่บ่งชี้ว่าบรรจุภัณฑ์อาหารสามารถนำมาใช้หมุนเวียนใหม่ตามกระบวนการรีไซเคิล
14. บรรจุภัณฑ์ มีความหมายครอบคลุมถึงวัสดุที่ใช้ในการรองรับ หรือ หุ้มห่อสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช ทั้งประเภทที่มีพื้นผิวการสัมผัสโดยตรงกับสินค้าหรือทั้งประเภทที่ไม่มีพื้นผิวการสัมผัสโดยตรงกับสินค้า
15. การประชุมประสานงาน(the Coordination meeting) จะมีขอบเขตการประชุมเฉพาะระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยกระทรวงประสานงานเศรษฐกิจ(Coordinating Ministry of Economy)
16. การอนุมัติการนำเข้า (Import Approval) หมายถึงการอนุญาตนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช
17. จดหมายการแนะนำการนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช (RIPH)หมายถึงหนังสือใบรับรองการนำเข้าตามข้อบังคับทางวิชาการ(ผลิตภัณฑ์จากพืช) ที่ออกโดยหน่วยงานราชการที่มีอำนาจเกี่ยวข้องในงานด้านวิชาการนั้นๆ (โดยกระทรวงเกษตร)
18. การตรวจสอบหรือการติดตามทางวิชาการจัดเป็นกระบวนการการตรวจสอบทางเทคนิควิชาการของสินค้านำเข้าที่จะถูกดำเนิน ณ ท่าเรือที่สินค้านำเข้าโดยผู้ตรวจสอบสินค้า (surveyor)
19. ผู้ตรวจสอบนำเข้าสินค้า (surveyor)กำหนดให้เป็นบริษัทที่ได้รับการอนุญาตให้มีหน้าที่ในการดำเนินการตรวจสอบนำเข้าสินค้าหรือการติดตามทางเทคนิคของสินค้านำเข้า
20. รัฐมนตรีระบุให้เป็นรัฐมนตรีที่ดูแลงานภาครัฐในด้านการค้า
21. อธิบดีระบุให้เป็นอธิบดีที่ดูแลงานภาครัฐในด้านการค้าต่างประเทศภายใต้กระทรวงการค้า

มาตราที่ 2

1. ข้อควรตระหนักในการนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชใดๆ:
 - a. ความปลอดภัยด้านอาหารของผลิตภัณฑ์จากพืช
 - b. ปริมาณอุปทานสินค้าผลิตภัณฑ์พืชพันธุ์ที่มีอยู่ในท้องตลาดภายในประเทศ
 - c. ปริมาณคาดการณ์ของการผลิตและการบริโภคของผลิตภัณฑ์พืชพันธุ์
 - d. ข้อบังคับการบรรจุผลิตภัณฑ์และการปิดฉลากข้อมูลผู้บริโภค
 - e. มาตรฐานคุณภาพ
 - f. บทบัญญัติจากการรักษาความปลอดภัยและการคุ้มครองสุขภาพ มนุษยชน รวมทั้ง สัตว์ พืช และสิ่งแวดล้อม
2. การนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชสามารถขอรับพิจารณาอนุญาตการนำเข้าได้ก็ต่อเมื่อปริมาณผลผลิตภายในประเทศของสินค้าจากผลิตภัณฑ์พืชดังกล่าว ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการปริมาณการบริโภครวมของประชาชน

บทที่ 2 ขอบเขตการนำเข้า

มาตราที่ 3

รายชื่อผลิตภัณฑ์จากพืชที่กำหนดไว้ตามข้อบังคับในภาคผนวกท้ายประกาศ (Appendix I) ถือเป็นส่วนหนึ่งที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ของกฎกระทรวงฉบับนี้

มาตราที่ 4

- (1) ในกรณีที่สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชที่ได้กล่าวอ้างถึงในมาตราข้อที่ 3 ภายใต้การควบคุมปริมาณการนำเข้า การจัดสรรปริมาณการนำเข้ารวมภายในประเทศแต่ละปี จะต้องได้รับการพิจารณาและอนุมัติปริมาณที่ได้รับอนุญาตการนำเข้าภายใต้การประชุมประสานงาน(the Coordination meeting) ในระดับของรัฐมนตรี โดยจะพิจารณาถึงปัจจัยการผลิตและความต้องการของการบริโภคภายในประเทศเป็นหลักเกณฑ์
- (2) การจัดสรรปริมาณการนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชที่อ้างถึงในวรรคที่ (1) แต่ละรายการสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช PI และ สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช RI จะได้รับการพิจารณาและอนุมัติจากการประชุมประสานงาน (the Coordination meeting) ระหว่างเจ้าหน้าที่ระดับตำแหน่งชั้น I โดยคำนึงถึงการจัดสรรปริมาณการนำเข้ารวมแห่งชาติของสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชพันธุ์เข้าสู่ตลาดภายในประเทศ

บทที่ 3 กระบวนการและข้อบังคับในการนำเข้า

มาตราที่ 5

การนำเข้าผลิตภัณฑ์จากพืชต้องอยู่ภายใต้การดำเนินการโดยบริษัทที่ได้รับการรับรองในการเป็นผู้นำเข้ารายการสินค้าเพื่อการผลิต PI หรือได้รับอนุมัติขึ้นทะเบียนการนำเข้าสินค้า RI จากรัฐมนตรีกระทรวงการค้า

มาตราที่ 6

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยมอบหมายอำนาจแก่อธิบดีในการรับรอง PI ผู้นำเข้าสินค้าเพื่อการผลิต หรือการอนุมัติขึ้นทะเบียนผู้นำเข้า RI ที่อ้างถึงในมาตราที่ 5

มาตราที่ 7

(PI-สินค้าพืชเพื่อการผลิต / ระบุเรื่อง RIPH / ระยะเวลาให้ผลบังคับ ไม่มีกำหนด)

- (1) ในการรับรองการจัดเป็นผู้นำเข้าเพื่อการผลิต PI ที่กล่าวในมาตราที่ 5 บริษัทต้องยื่น คำร้องถึงรัฐมนตรีผ่านทางอธิบดีโดยแนบเอกสารดังระบุ:
 - a. สำเนาใบอนุญาตประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมหรือใบอนุญาตประกอบธุรกิจอื่น ๆ ที่เทียบเท่าที่สามารถชี้แจงการใช้วัตถุดิบจากผลิตภัณฑ์พืช ที่ออกโดยหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง;
 - b. สำเนาเลขทะเบียน บริษัท(TDP);
 - c. สำเนารหัสผู้เสียภาษี (NPWP);
 - d. สำเนายหมายเลขประจำตัวผู้นำเข้าเพื่อการผลิต (API-P);
 - e. หลักฐานถือครองกรรมสิทธิ์ห้องเย็น
 - f. หลักฐานถือครองกรรมสิทธิ์วิธีการรักษาความเย็นในกระบวนการขนส่ง
 - g. หนังสือการแนะนำการนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช (RIPH) จากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรหรือเจ้าหน้าที่ที่ได้รับการแต่งตั้ง
- (2) อธิบดีในนามของรัฐมนตรีมีหน้าที่ดำเนินการออกประกาศรับรองผู้นำเข้า PI ภายในระยะเวลาไม่เกิน 5 วันทำการ หลังจากทีมชุดทำงานได้เข้าลงพื้นที่สำรวจ (field survey) ทำการตรวจสอบข้อมูลความถูกต้องข้อเท็จจริงตามเอกสารที่ได้รับแจ้ง ดังที่กล่าวถึงในวรรคที่ (1)
- (3) การตรวจสอบ ตามที่กล่าวในวรรคที่ 2 จะต้องดำเนินการไม่เกิน 3 วันทำการนับตั้งแต่วันที่ได้รับการร้องขอที่ถูกต้องสมบูรณ์ตามกระบวนการนัยยะ
- (4) ชุดทีมงานที่กล่าวถึงในวรรคที่ 2 อันจะประกอบด้วยชุดข้าราชการตามภายใต้อำนาจการมอบหมายของอธิบดี
- (5) ในกรณีที่มีการตรวจพบข้อมูลที่ไม่ถูกต้องในเอกสารที่กล่าวถึงในวรรคที่ (2) อธิบดีมีอำนาจในการปฏิเสธการรับรองประกาศสิทธิการนำเข้า PI-สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชเพื่อการผลิต
- (6) การรับรองผู้นำเข้าสินค้า PI-สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชเพื่อการผลิตตามที่อ้างถึงในวรรคที่ (2) ให้มีผลบังคับใช้ตามหนังสือแนะนำ RIPH ตามที่อ้างถึงในวรรคที่ 1 ส่วน g นับแต่วันที่ได้มีการประกาศรับรองการนำเข้าสินค้านั้นๆอย่างเป็นทางการ
- (7) กำหนดให้มีการลงทะเบียนข้อมูลออนไลน์เข้าสู่ฐานข้อมูลการค้าอิเล็กทรอนิกส์ส่วนกลางแห่งชาติ(National Single Window) หลังจากมีการรับรองการนำเข้าสินค้า PI-สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชเพื่อการผลิต ตามที่อ้างถึงในวรรคที่ (2)
- (8) ในกรณีของการนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชผ่านทางท่าเรือที่ยังไม่มีการเชื่อมต่อเข้าสู่ฐานข้อมูลการค้าอิเล็กทรอนิกส์ส่วนกลางแห่งชาติ (National Single Window) ต้องมีการส่งสำเนาข้อมูลการรับรองการนำเข้าสินค้า PI-สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชเพื่อการผลิตถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

มาตราที่ 8

บริษัทที่ได้รับการรับรองการนำเข้าสินค้า PI สามารถนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชในรูปวัตถุดิบที่นำมาใช้ในกระบวนการการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของการผลิตเชิงอุตสาหกรรมส่วนตนเท่านั้น โดยที่บริษัทต้องไม่ทำการค้ากำไรและ / หรือโอนต่อแก่บุคคลอื่น

มาตราที่ 9

(RI-สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช/ระบุการขอ RIPH ยกในมาตราที่ 11/ระยะเวลาผลบังคับใช้ 2 ปี /ไม่อนุญาตทำการค้ากับผู้ค้าปลีกหรือผู้บริโภคโดยตรง)

- (1) เพื่อเป็นไปตามข้อตกลง RI ที่อ้างถึงในมาตราที่ 5 บริษัท ต้องยื่นคำร้องไปถึงรัฐมนตรีว่าการกระทรวงโดยผ่านอธิบดีโดยแนบเอกสารดังนี้:

- a. สำเนาใบอนุญาตประกอบการธุรกิจ (SIUP) ตามสาขาธุรกิจของบริษัท รวมถึงส่วนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจผลิตภัณฑ์พืช หรือ ใบอนุญาตประกอบธุรกิจอื่นๆ ที่ออกโดยหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง;
 - b. สำเนาเลขทะเบียน บริษัท(TDP);
 - c. สำเนารหัสผู้เสียภาษี (NPWP);
 - d. สำเนาของหมายเลขประจำตัวผู้นำเข้าทั่วไป(API-U);
 - e. หลักฐานถือครองกรรมสิทธิ์ห้องเย็น
 - f. หลักฐานถือครองกรรมสิทธิ์วิธีการรักษาความเย็นในกระบวนการขนส่ง
 - g. หลักฐานสัญญาการตกลงความร่วมมือทางการขายสินค้าผลิตภัณฑ์พืชอย่างน้อยกับ 3 ตัวแทนผู้จัดจำหน่ายสินค้า (distributors), เป็นเวลาอย่างน้อย 1 ปี;
 - h. หลักฐานยืนยันประสิทธิภาพการดำเนินงานในฐานะผู้จัดจำหน่ายเป็นเวลาอย่างน้อย 1 ปี;
 - i. หนังสือคำชี้แจงที่เป็นหลักฐานยืนยันความประสงค์การไม่ขายทอดสินค้าให้กับผู้ค้าปลีกหรือผู้บริโภคโดยตรง
- (2) อธิบดีในนามของรัฐมนตรีมีหน้าที่ดำเนินการออกประกาศรับรองผู้นำเข้า RI ภายในระยะเวลาไม่เกิน 5 วันทำการ หลังจากทีมชุดทำงานได้เข้าลงพื้นที่สำรวจ (field survey) ทำการตรวจสอบข้อมูลความถูกต้องข้อเท็จจริงตามเอกสารที่ได้รับแจ้ง ดังที่กล่าวถึงในวรรคที่(1)
 - (3) ชุดทีมทำงานที่กล่าวถึงในวรรคที่ (2) อันจะประกอบด้วยชุดเจ้าหน้าที่ตามภายใต้อำนาจการมอบหมายของอธิบดี
 - (4) ในกรณีที่มีการตรวจพบข้อมูลที่ไม่ถูกต้องในเอกสารที่กล่าวถึงในวรรคที่ (2) อธิบดีมีอำนาจในการปฏิเสธการรับรองประกาศสิทธิการนำเข้า RI
 - (5) ตามข้อตกลงอนุวัติการนำเข้าสินค้า RI-สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชตามที่อ้างถึงในวรรคที่ (2) ให้มีผลบังคับใช้เป็นเวลา 2 ปี นับแต่วันที่ได้มีการประกาศอนุวัติการนำเข้าสินค้านั้นๆอย่างเป็นทางการ
 - (6) กำหนดให้มีการลงทะเบียนข้อมูลออนไลน์เข้าสู่ฐานข้อมูลการค้าอิเล็กทรอนิกส์ส่วนกลางแห่งชาติ(National Single Window) หลังจากมีการรับรองการนำเข้าสินค้า RIตามที่อ้างถึงในวรรคที่ (2)
 - (7) ในกรณีของการนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชผ่านทางท่าเรือที่ยังไม่มีการเชื่อมต่อเข้าสู่ฐานข้อมูลการค้าอิเล็กทรอนิกส์ส่วนกลางแห่งชาติ (National Single Window) ต้องมีการส่งสำเนาข้อมูลการรับรองการนำเข้าสินค้า RI-สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

มาตราที่ 10

1. RI ซึ่งจะสามารถดำเนินการการนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช ดังกล่าวตามมาตราที่ 3 ต้องได้รับการอนุมัตินำเข้าจากรัฐมนตรี
2. รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมอบหมายอำนาจแก่อธิบดีในการรับรองการนำเข้า อ้างถึงในวรรค (1) ถึงอธิบดีกรมและในนามของรัฐมนตรีว่าการกระทรวง

มาตราที่ 11 (RI/ระบุงการขอ RIPH)

- (1) ในการขอเอกสารรับรองการนำเข้า RI ที่กล่าวถึงในมาตราที่ 10 บริษัทต้องยื่นคำร้องไปถึงรัฐมนตรีว่าการกระทรวงโดยผ่านอธิบดีโดยแนบเอกสารดังนี้:
 - a. จดหมายการแนะนำการนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช (RIPH) โดยกระทรวงเกษตร หรือ หน่วยงานราชการที่ได้รับมอบหมายหน้าที่นั้นๆ
 - b. สำเนาใบรับรอง RI
- (2) อธิบดีในนามตัวแทนของรัฐมนตรีแจ้งประกาศ:
 - a. การอนุมัติรับรองการนำเข้าภายในระยะเวลาไม่เกิน 5 วันทำการหลังจากได้รับคำร้องตามเอกสารที่สมบูรณ์และถูกต้อง หรือ
 - b. การตอบปฏิเสธการอนุมัติรับรองการนำเข้าภายในระยะเวลาไม่เกิน 5 วันทำการหลังจากได้รับคำร้องตามเอกสารที่ไม่สมบูรณ์ และ/หรือ ไม่ถูกต้อง
- (3) การอนุมัติรับรองการนำเข้าที่กล่าวถึงในวรรคที่ (2) ส่วน a คำอนุมัติ RI-สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชจะส่งที่รัฐอินโดนีเซีย และสำเนาจะต้องถูกส่งต่อไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- (4) การอนุมัติรับรองการนำเข้าตามที่กำหนดไว้ในวรรคที่ (2) ส่วน a มีผลบังคับใช้งานได้ตามเอกสาร

- คำแนะนำจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ณ วันที่ออกใบอนุญาต
- (5) การอนุมัติรับรองการนำเข้าตามที่กำหนดไว้ในวรรคที่ (4) ให้มีการลงทะเบียนข้อมูลออนไลน์เข้าสู่ฐานข้อมูลการค้าอิเล็กทรอนิกส์ส่วนกลางแห่งชาติ (National Single Window) (INSW)
 - (6) ในกรณีของการนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชผ่านทางท่าเรือที่ยังไม่มีการเชื่อมต่อเข้าสู่ฐานข้อมูลการค้าอิเล็กทรอนิกส์ส่วนกลางแห่งชาติ (National Single Window) (INSW) ต้องมีการส่งสำเนาข้อมูลการรับรองการนำเข้าสินค้า RI-สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

มาตราที่ 12 (RI/ ผ่านตัวแทนจัดจำหน่าย (Distributor) เท่านั้น)

- (1) บริษัทที่ได้รับการตรวจสอบรับรองว่าเป็นสินค้าประเภท RI-สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชเรียบร้อยแล้ว:
 - a. จะสามารถทำการค้าทั้งกำไรหรือถ้อยโอนสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชกับตัวแทนจัดจำหน่าย (Distributor) เท่านั้น
 - b. จะไม่สามารถทำการค้าทั้งกำไรหรือถ้อยโอนสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชกับผู้ค้าปลีก (retailer) ย่อยและผู้บริโภคโดยตรง

มาตราที่ 13 (สินค้าจากพืช 3 ประเภท)

- (1) เอกสาร RIPH ตามที่อ้างถึงในมาตราที่ 7 วรรค (1) ส่วน g และมาตราที่ 11 วรรค (1) ส่วน a:
 - a. สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชสดและสินค้าไม้ดอกไม้ประดับ: ชื่อของผลิตภัณฑ์, พิกัดภาษี, ชื่อทางวิทยาศาสตร์, ปริมาณ, น้ำหนักสูงสุด, เมืองแหล่งกำเนิดสินค้า (State of Origin), เขตพื้นที่การจัดจำหน่าย (Distribution Area), สถานที่นำเข้าปลายทาง (Import Destination), สถานที่ตั้งคลังสินค้า, และระยะเวลาควรรับ (Validity Period)
 - b. สินค้าแปรรูปจากผลิตภัณฑ์จากพืช: ชื่อของผลิตภัณฑ์, พิกัดภาษี/ HS, ปริมาณ, น้ำหนักสูงสุด, วัสดุของบรรจุภัณฑ์, หมดอายุ, ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า (Country of Origin), เขตพื้นที่การจัดจำหน่าย, สถานที่นำเข้าปลายทาง, ท่าเรือต้นทาง (Port of Origin), ท่าเรือปลายทาง (Port of Destination), ชุดผู้บริหารการนำเข้า (Import Executive), สถานที่ตั้งคลังสินค้า และ ระยะเวลาควรรับ (Validity Period)
 - c. วัตถุดิบภาคอุตสาหกรรมและวัตถุดิบเสริมอื่นๆ: ชื่อของผลิตภัณฑ์, พิกัดภาษี (Tariff)/ HS, ชื่อทางวิทยาศาสตร์, ปริมาณ, น้ำหนักสูงสุด, วัสดุของบรรจุภัณฑ์, หมดอายุ, ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า (Country of Origin), เขตพื้นที่การจัดจำหน่าย, สถานที่นำเข้าปลายทาง, ท่าเรือต้นทาง (Port of Origin), ท่าเรือปลายทาง (Port of Destination), , ชุดผู้บริหารการนำเข้า (Import Executive), สถานที่ตั้งคลังสินค้า และ ระยะเวลาควรรับ (Validity Period)

บทที่ 4 บรรจุภัณฑ์

มาตราที่ 14

- (1) สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชที่นำเข้าจะต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดของบรรจุภัณฑ์:
 - a. บรรจุภัณฑ์ที่มีการสัมผัสโดยตรงกับอาหารที่จะต้องใช้วัสดุที่ได้รับอนุญาตสำหรับใช้บรรจุอาหารตามกฎหมายและระเบียบที่บังคับใช้
 - b. บรรจุภัณฑ์พลาสติกต้องประทับเครื่องหมายสัญลักษณ์รับรองบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องหมายสัญลักษณ์ไซเคิลตามกฎหมายและระเบียบอาหารที่บังคับใช้
 - c. บรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัสดุจากไม้ที่แห้งสนิทและผ่านการทำเครื่องหมายตามกฎหมายและระเบียบอาหารที่บังคับใช้
- (2) การตรวจสอบการปฏิบัติตามข้อกำหนดของบรรจุภัณฑ์ตามที่กล่าวในวรรคที่ (1) จะต้องได้รับการพิสูจน์โดยยื่นใบรับรองผลการทดสอบจากห้องปฏิบัติการทางวิชาการที่มีความน่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับโดยการปกครองส่วนท้องถิ่น
- (3) บทบัญญัติการบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าไม้ดอกไม้ประดับ ตามที่กล่าวในวรรคที่ (1) ให้ได้รับยกเว้นสำหรับสินค้าไม้ดอกไม้ประดับ

บทที่ 5 การปิดฉลากสินค้า

มาตราที่ 15

- (1) การนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชให้หมายความครอบคลุมถึงการปิดฉลากข้อมูลในภาษาอินโดนีเซียบนแต่

ละผลิตภัณฑ์และ / หรือที่บรรจุภัณฑ์

- (2) สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชตามที่อ้างถึงในวรรคที่ (1) ต้องมีการติดฉลากอาหารภาษาอินโดนีเซีย เมื่อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้เข้าสู่อาณาเขตของสาธารณรัฐอินโดนีเซียโดยต้องมีข้อมูลพื้นฐานขั้นต่ำดังนี้:
 - a. ชื่อผลิตภัณฑ์และ/หรือเครื่องหมายการค้าของสินค้า;
 - b. น้ำหนักสุทธิหรือปริมาณของสินค้า;
 - c. ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิตและ/หรือผู้ส่งออก
 - d. ชื่อและที่อยู่ของผู้นำเข้า
- (3) การติดฉลากข้อมูลตามที่อ้างถึงในวรรคที่ (2) อย่างน้อยมีการใช้ภาษาอินโดนีเซียที่สื่อความหมาย ชัดเจนและเข้าใจง่าย
- (4) ข้อมูลของภาษาอื่น ๆ นอกเหนือภาษาอินโดนีเซีย เช่น เลขอารบิก และอักษรละตินได้รับอนุญาตหากไม่มีคำเทียบเท่าในภาษาอินโดนีเซีย

มาตราที่ 16

- (1) การติดฉลากข้อมูลตามที่อ้างถึงในมาตราที่ 15 ให้ดำเนินการตามวิธีดังกล่าวเพื่อยกเว้นการจะสูญหาย ตกหล่น แยกจากกันได้ ข้อมูลตัวอักษรบนผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ต้องไม่ถูกลบหรือถูกทำลายได้ง่าย และสามารถเห็นและอ่านได้ชัดเจน
- (2) ในกรณีที่การติดฉลากข้อมูลตามที่อ้างถึงในวรรคที่ (1) ไม่สามารถเป็นไปไม่ได้เนื่องด้วยขนาดผลิตภัณฑ์ ฉลากข้อมูลจะต้องติดแนบอยู่บนบรรจุภัณฑ์หรือบรรจุรวมไว้ด้านในผลิตภัณฑ์

มาตราที่ 17 (งดเว้นการติดฉลากไม้ดอกไม้ประดับ)

งดเว้นบทบัญญัติการติดฉลากข้อมูลตามที่กล่าวในมาตราที่ 15 สำหรับสินค้าไม้ดอกไม้ประดับ

มาตราที่ 18 (เอกสารSKPLBI-สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช ระยะเวลา 5 ปี)

- (1) ธุรกิจการนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช ตามที่อ้างถึงในมาตราที่ 15 มีหน้าที่ต้องส่งคำร้องเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อยื่นขอ เอกสาร SKPLBI-สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช โดยส่งคำร้องผ่านผู้อำนวยการฝ่ายการส่งเสริมศักยภาพผู้บริโภค (Director of Consumer Empowerment) ถึงอธิบดีด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและมาตรฐาน (Director General of Standardization and Consumer Protection) แนบเอกสารตามข้างล่างนี้
 - a. สำเนาใบอนุญาตประกอบการธุรกิจภาคอุตสาหกรรม หรือใบอนุญาตประกอบการอื่นที่เกี่ยวข้องกับการใช้วัตถุดิบผลิตภัณฑ์จากพืช หรือ ใบอนุญาตประกอบการธุรกิจอื่น ๆ ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนรับรองโดยหน่วยงานผู้มีหน้าที่รับผิดชอบหรือหน่วยบริการทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับผู้นำเข้าเพื่อการผลิต;
 - b. สำเนาใบอนุญาตประกอบการธุรกิจภาคอุตสาหกรรม SIUP ตามสายงานธุรกิจของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจผลิตภัณฑ์พืช หรือ ใบอนุญาตประกอบการธุรกิจอื่นๆ สำหรับผู้นำเข้าทั่วไป;
 - c. สำเนารหัสผู้เสียภาษีรายได้ (NPWP);
 - d. สำเนาของหมายเลขประจำตัวผู้นำเข้าเพื่อการผลิต (API-P), ตามสายงานธุรกิจของบริษัท แสดงความเกี่ยวข้องกับธุรกิจผลิตสินค้าใช้วัตถุดิบพืชสำหรับผู้นำเข้าผู้ผลิต;
 - e. สำเนาของหมายเลขประจำตัวผู้นำเข้าสำหรับบุคคลทั่วไป (API-U), ตามสายงานธุรกิจของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจผลิตภัณฑ์พืช สำหรับผู้นำเข้าทั่วไป
 - f. สำเนาคัดลอก เอกสาร RI สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช สำหรับผู้นำเข้าทั่วไป
 - g. ตัวอย่างของป้ายชื่อภาษาอินโดนีเซียที่จะใช้แนบหรือบรรจุรวมไว้ในผลิตภัณฑ์และ / หรือ บรรจุภัณฑ์ และ
 - h. หนังสือมอบอำนาจปิดผนึกในกรณีที่การมอบอำนาจให้บุคคลอื่นทำแทน
- (2) การยื่นคำร้องตามที่กำหนดไว้ในวรรคที่ (1) สามารถดำเนินการได้โดยการแสดงเอกสารต้นฉบับ หากมีการร้องขอ
- (3) ผู้อำนวยการฝ่ายการส่งเสริมศักยภาพผู้บริโภค :
 - a. ตอบอนุมัติ SKPLBI-สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชภายในระยะเวลาไม่เกิน 5 วันทำการนับจากวันที่ได้รับเอกสารคำร้องที่สมบูรณ์ (complete) และถูกต้อง (correct); หรือ
 - b. ตอบปฏิเสธการออกสินค้า SKPLBI-สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช ภายในระยะเวลาไม่เกิน 5 วันทำการนับจากวันที่ได้ที่ได้รับเรื่องการร้องขอ ในกรณีที่คำขอไม่สมบูรณ์ (incomplete) และ/หรือที่ไม่ถูกต้อง

(incorrect)

- (4) เอกสาร SKPLBI -สินค้าผลิตภัณฑ์พืชที่กำหนดไว้ในวรรคที่ (3) ส่วน a สามารถมีผลบังคับใช้เป็นเวลาห้า (5) ปีนับวันเริ่มมีผลบังคับใช้ ณ วันที่ออกใบอนุญาตสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดนั้นๆ
- (5) SKPLBI ของสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชที่ระบุไว้ในวรรคที่ (3) ส่วน a กำหนดส่งมอบเอกสารอนุมัติ จำนวน 2 ฉบับ โดยส่งต้นฉบับจริงให้กับผู้นำเข้า 1 ฉบับ และส่งสำเนาอีก 1 ฉบับถึงหน่วยงานกักกันพืชเกษตรกรรม (the Agricultural Quarantine Agency) กระทรวงเกษตร
- (6) กำหนดให้มีการส่งข้อมูล สินค้า SKPLBI-ผลิตภัณฑ์จากพืชตามที่กล่าวในวรรค (3) ส่วน a ผ่านระบบออนไลน์เข้าสู่ฐานข้อมูลการค้าอิเล็กทรอนิกส์ส่วนกลางแห่งชาติ(National Single Window)
- (7) ในกรณีของการนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชผ่านทางท่าเรือที่ยังไม่มีการเชื่อมต่อเข้าสู่ฐานข้อมูลการค้าอิเล็กทรอนิกส์ส่วนกลางแห่งชาติ (National Single Window) (INSW) ต้องมีการส่งสำเนา SKPLBI-ผลิตภัณฑ์จากพืช ถึงคณะกรรมการศุลกากรและสรรพสามิตกระทรวงการคลัง(Directorate General of Customs and Excise, Ministry of Finance) และ หน่วยงานกักกันพืชเกษตรกรรม กระทรวงเกษตร (Agricultural Quarantine Agency, Ministry of Agriculture)

มาตราที่ 19

- (1) ยกเว้นการปิดฉลากข้อมูลของสินค้าประเภทพืชไม้ดอกไม้ประดับ ตามที่ระบุใน มาตราที่ 17
- (2) กำหนดใช้หนังสือ SPKPLBI ผลิตภัณฑ์จากพืชประเภทไม้ดอกไม้ประดับ สำหรับ RI สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช
- (3) ในการขอรับอนุมัติหนังสือ SPKPLBI ผลิตภัณฑ์จากพืช, RI สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชประเภทไม้ดอกไม้ประดับตามที่กำหนดไว้ในวรรคที่ (2) จะต้องยื่นแบบคำร้องเป็นรายลักษณะอักษรถึงคณะกรรมการฝ่ายการคุ้มครองผู้บริโภคและมาตรฐาน (Director General of Standardization and Consumer Protection) ผ่าน ผู้อำนวยการฝ่ายการสร้างเสริมศักยภาพผู้บริโภค (Director of Consumer Empowerment) โดยแนบเอกสารดังต่อไปนี้:
 - a. สำเนาใบอนุญาตประกอบการธุรกิจ SIUP ตามสาขางานธุรกิจของบริษัท รวมถึงส่วนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจผลิตภัณฑ์พืช หรือ ใบอนุญาตประกอบธุรกิจอื่นๆ ที่ออกโดยหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง;
 - b. สำเนารหัสผู้เสียภาษี (NPWP);
 - c. สำเนาของหมายเลขประจำตัวผู้นำเข้าทั่วไป(API-U)รวมถึงส่วนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจผลิตภัณฑ์พืช; และ
 - d. สำเนา RI-สินค้าผลิตภัณฑ์พืช; และ
 - e. หนังสือมอบอำนาจปิดฉลากในกรณีที่การมอบอำนาจให้บุคคลอื่นทำแทน
- (4) การยื่นแบบคำร้องตามที่กำหนดไว้ในวรรคที่ (3) ให้สามารถดำเนินการได้โดยการแสดงเอกสารต้นฉบับในกรณีที่มีการร้องขอ
- (5) ผู้อำนวยการฝ่ายการสร้างเสริมศักยภาพผู้บริโภค (Director of Consumer Empowerment):
 - a. ตอบอนุมัติ SPKPLBI –สินค้าผลิตภัณฑ์พืชภายในระยะเวลาไม่เกิน 5 วันทำการนับจากวันที่ได้รับคำร้องที่สมบูรณ์ (complete) และถูกต้อง (correct); หรือ
 - b. ตอบปฏิเสธการออกสินค้า SPKPLBI -สินค้าผลิตภัณฑ์พืชภายในระยะเวลาไม่เกิน 5 วันทำการนับจากวันที่ได้รับคำร้อง ในกรณีที่คำขอ ไม่สมบูรณ์ (incomplete) และ/หรือที่ไม่ถูกต้อง (incorrect)
- (6) SPKPLBI-สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช ตามระบุในวรรคที่ (5) ส่วน a กำหนดให้มีผลบังคับใช้เป็นระยะเวลา 1 ปี นับจากวันที่ออกหนังสือของแต่ละสินค้าผลิตภัณฑ์นั้นๆ
- (7) SPKPLBI-สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช ตามระบุในวรรคที่ (5) ส่วน a กำหนดส่งมอบเอกสาร จำนวน 2 ฉบับ โดยส่งต้นฉบับจริงให้กับผู้นำเข้า 1 ฉบับ และส่งสำเนาอีก 1 ฉบับถึงหน่วยงานกักกันพืชเกษตรกรรม (the Agricultural Quarantine Agency) กระทรวงเกษตร
- (8) กำหนดให้มีการส่งข้อมูล สินค้า SPKPLBI-ผลิตภัณฑ์จากพืชตามที่กล่าวในวรรคที่ (5) ส่วน a ผ่านระบบออนไลน์เข้าสู่ฐานข้อมูลการค้าอิเล็กทรอนิกส์ส่วนกลางแห่งชาติ(National Single Window)
- (9) ในกรณีของการนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชผ่านทางท่าเรือที่ยังไม่มีการเชื่อมต่อเข้าสู่ฐานข้อมูลการค้าอิเล็กทรอนิกส์

โทรนิคส์ส่วนกลางแห่งชาติ (National Single Window) (INSW) ต้องมีการส่งสำเนา SPKPLBI-ผลิตภัณฑ์จากพืช ถึงคณะกรรมการศุลกากรและสรรพสามิต, กระทรวงการคลัง(Directorate General of Customs and Excise, Ministry of Finance) และ หน่วยงานกักกันพืชเกษตรกรรม, กระทรวงเกษตร (Agricultural Quarantine Agency, Ministry of Agriculture)

มาตราที่ 20

- (1) SPKPLBI-สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช ดังระบุในมาตราที่ 18 วรรคที่ (3) ส่วน a และ SPKPLBI สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช ดังระบุในมาตราที่ 19 วรรคที่ (5) ส่วน a ให้เป็นเอกสารประกอบการพิจารณาของด่านศุลกากร
- (2) การยื่นคำร้องตามมาตราที่ 18 วรรคที่ (1) และตามมาตราที่ 19 วรรคที่ (3) ให้ดำเนินการผ่าน:
 - a. จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ตามที่อยู่: label.pk@kemendag.go.id หรือผ่าน <http://inatrade.kemendag.go.id>; หรือ
 - b. ยื่นหนังสือด้วยตนเองถึง คณะกรรมการฝ่ายการส่งเสริมศักยภาพผู้บริโภค (the Directorate General of Consumer Empowerment), คณะกรรมการฝ่ายคุ้มครองผู้บริโภคและมาตรฐาน (Director General of Standardization and Consumer Protection), กระทรวงเกษตร
- (3) การยื่นคำร้องโดยผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ตามระบุในวรรคที่ (2) ส่วน a ต้องเป็นจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในนามอำนาจตัวแทนของบริษัท

บทที่ 6 การตรวจสอบและการสืบค้นด้านวิชาการในการนำเข้า

มาตราที่ 21

- (1) ในแต่ละกระบวนการปฏิบัตินำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช ตามที่ระบุในมาตราที่ 3 ถึงการนำเข้าของผลิตภัณฑ์จากพืช PI และ RI ผลิตภัณฑ์จากพืช กำหนดให้ทำการตรวจสอบและสืบค้นกระบวนการและวิธีปฏิบัติกรนำเข้าในด้านวิชาการของท่าเรือขนถ่ายสินค้าของเมืองแหล่งกำเนิด (state of origin)
- (2) การตรวจสอบและสืบค้นทางด้านวิชาการ ตามระบุในวรรคที่ (1) กำหนดให้ปฏิบัติหน้าที่การตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบการนำเข้าสินค้าที่แต่งตั้งจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวง
- (3) โดยการแต่งตั้งผู้ตรวจสอบในการตรวจสอบและสืบค้นทางด้านวิชาการ สำหรับการนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช ดังระบุในวรรคที่ (2) ให้ผู้ตรวจสอบสินค้าต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้:
 - a. ถือใบอนุญาตผู้ตรวจสอบธุรกิจ (Survey Business License (SIUJS));
 - b. มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 5 ปี ในสายงานการตรวจสอบ;
 - c. มีสาขา หรือ ตัวแทน และ / หรือ บริษัทในเครือในต่างประเทศและมีเครือข่ายในการสนับสนุนในงานการตรวจสอบ หรือ งานการสืบค้นทางวิชาการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ; และมีบันทึกติดตามงานด้านการบริหารข้อมูลการตรวจสอบหรือการสืบค้นการนำเข้าสินค้า

มาตราที่ 22

- (1) การตรวจสอบตามที่ระบุในมาตราที่ 21 วรรคที่ (1) กำหนดให้มีการปฏิบัติตรวจสอบสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช รวมทั้งการตรวจสอบข้อมูลดังต่อไปนี้:
 - a. เมืองหรือท่าเรือขนถ่ายสินค้า;
 - b. พิกัดภาษี (Tariff) หรือ เลขที่ HS และคำชี้แจงบนสินค้า;
 - c. ประเภทและปริมาณสินค้า;
 - d. ระยะเวลาการจัดส่ง (Shipping time);
 - e. ท่าเรือปลายทาง ;
 - f. การประทับเครื่องหมายสัญลักษณ์รีไซเคิลและเครื่องหมายรับรองบรรจุภัณฑ์อาหารบนบรรจุภัณฑ์
 - g. หนังสือรับรองความปลอดภัยสุขอนามัย (Health Certificate);
 - h. หนังสือรับรองสุขอนามัยสำหรับสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชสด
 - i. หนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Certificate of Origin (CoO));
 - j. เลขทะเบียนออกโดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (Agency for Drugs and Food (BPOM)-ML) สำหรับ RI สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช หรือ หนังสือรับรองผลการวิเคราะห์ PI สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช;
 - k. หนังสือรับรองคุณภาพอาหารสำหรับสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชสด
 - l. หนังสือรับรองการประทับเครื่องหมายสัญลักษณ์รีไซเคิลและเครื่องหมายรับรองบรรจุภัณฑ์อาหาร

สำหรับสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชสด ; และ

- (2) ความเหมาะสมของการปิดฉลากข้อมูลสินค้า SKPLBI สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช ยกเว้นพืชไม่ดอกไม้ประดับ
- (3) ผลจากการตรวจสอบตามที่ระบุในวรรคที่ (1) ให้มีการจัดการระหว่างรายงานการตรวจสอบการนำเข้าทางวิชาการ (Surveyor Report (SR)) เพื่อใช้เป็นเอกสารประกอบการพิจารณาของฝ่ายการนำเข้าด่านศุลกากร
- (4) ในการปฏิบัติงานการตรวจสอบ หรือ งานการสืบค้นทางวิชาการตามที่ระบุไว้ในวรรคที่ (1), กำหนดให้ผู้ตรวจสอบการนำเข้าเก็บคำตอบแทนจากผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์สินค้าจากพืช RI หรือ PI ภายใต้มาตรการที่ระบุไว้ตามหลักการเอื้อประโยชน์ส่วนรวมเป็นสำคัญ (in observance of benefit principle)

มาตรการที่ 23

ในการตรวจสอบและสืบค้นทางด้านวิชาการสำหรับการนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชโดยผู้ตรวจสอบการนำเข้าให้การปฏิบัติงานการตรวจสอบอยู่ภายนอกอำนาจการตัดสินใจของเจ้าหน้าที่ของคณะกรรมการกรมศุลกากรและสรรพสามิตกระทรวงการคลัง (Directorate General of Customs and Excise, Ministry of Finance)

บทที่ 7 การรายงานผล

มาตราที่ 24

- (1) กำหนดให้ ผู้นำเข้า PI สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชและ ผู้นำเข้า RI สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช:
 - a. ยื่นรายงานการนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชผ่าน <http://inatrade.kemendag.go.id>; และ
 - b. แบนสำเนาหนังสือการควบคุมปริมาณการนำเข้า (Import Realization Control Card) ที่ออกและปิดผนึกโดยเจ้าหน้าที่จากกรมศุลกากรและสรรพสามิต
- (2) รายงานตามระบุในวรรคที่ 1 กำหนดให้ส่งรายงานทุกๆเดือน ภายในระยะเวลาไม่ช้ากว่า 15 วันของเดือนถัดไป โดยระบุรายงานถึงอธิบดี และให้ส่งต่อฉบับสำเนาถึงผู้อำนวยการฝ่ายการแปรรูปและการตลาดผลิตผลทางการเกษตร (Director General of Processing and Marketing of Agricultural Crops) กระทรวงเกษตร
- (3) รูปแบบของรายงานตามที่ระบุในวรรคที่ (1) ส่วน a ให้ปฏิบัติตามรูปแบบในส่วนภาคผนวก 2(Appendix II) อันเป็นส่วนหนึ่งของกฎระเบียบที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้
- (4) หนังสือการควบคุมปริมาณการนำเข้า (The Import Realization Control Card) ตามที่ระบุในวรรคที่ (1) ส่วน b ให้ใช้ในการควบคุมจำนวนปริมาณมวลรวมการนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช

มาตราที่ 25

ผู้ตรวจสอบการนำเข้าสินค้าตามที่ระบุในมาตราที่ 21 วรรคที่ (2) กำหนดให้ยื่นรายงานเป็นลายลักษณ์อักษรเกี่ยวกับการตรวจสอบและการสืบค้นทางวิชาการของสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชที่นำเข้า โดยระบุรายงานถึงอธิบดี ภายในระยะเวลาไม่ช้ากว่า 15 วันของเดือนถัดไป

บทที่ 8 บทลงโทษ (SANCTION)

มาตราที่ 26

ในการรับรอง PI ผู้นำเข้าสินค้าเพื่อการผลิต หรือการอนุมัติขึ้นทะเบียนผู้นำเข้า RI สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช ให้เพิกถอนสิทธิในกรณีต่อไปนี้:

- a. ไม่สามารถปฏิบัติตามข้อบังคับการยื่นรายงานตามที่ระบุในมาตราที่ 24 เป็นเวลารวม 3 ครั้ง;
- b. มีหลักฐานการยื่นขึ้นการเปลี่ยนแปลงข้อมูลในเอกสารการนำเข้าของสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช ;
- c. มีหลักฐานการยื่นขึ้นในการฝ่าฝืนบทบัญญัติข้อบังคับบรรจุกัญท์ ตามที่ได้ระบุไว้ในมาตราที่ 14 และ / หรือ การไม่ปฏิบัติตามบทบัญญัติข้อบังคับการปิดฉลากข้อมูลสินค้าตามที่ระบุในมาตราที่ 15และมาตราที่ 20;
- d. มีหลักฐานการยื่นขึ้นในการขายทอด และ การโอนต่อของสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชโดยผู้นำเข้าเพื่อการผลิต PI ตามที่ระบุในมาตราที่ 8
- e. มีหลักฐานการยื่นขึ้นในการขายทอด และ การโอนต่อของสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชแก่บุคคลอื่นนอกเหนือจากผู้จำหน่าย (Distributor) โดยผู้นำเข้าทั่วไป RI ตามที่ระบุในมาตราที่ 12; และ / หรือ
- f. มีการประกาศให้มีความผิดจากคำตัดสินของศาลในทางกฎหมายอาญาในการใช้เอกสารการนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชในทางผิดวัตถุประสงค์

มาตราที่ 27

การเพิกถอนการรับรองในฐานะผู้นำเข้าการผลิต PI และการการเพิกถอนการอนุมัติในฐานะผู้นำเข้า RI

สำหรับสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช โดยการเพิกถอนให้เป็นไปตามคำสั่งจากอธิบดีผู้ซึ่งเป็นตัวแทนของรัฐมนตรีว่าการกระทรวง

มาตราที่ 28

การเพิกถอนสถานะผู้ตรวจสอบการนำเข้าสินค้าในกรณีนี้ :

1. ฝ่าฝืนกระบวนการการตรวจสอบและการสืบค้นทางวิชาการสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชและ / หรือ
2. ไม่ปฏิบัติตามบทบัญญัติข้อบังคับการขึ้นรายงานตามระบุในมาตรา 25 เมื่อขาดการขึ้นรายงานนำเข้ารวม 2 ครั้ง

มาตราที่ 29

การเพิกถอนสถานะผู้ตรวจสอบการนำเข้าสินค้า ในฐานะเจ้าหน้าที่ผู้ทำการตรวจสอบและสืบค้นทางวิชาการสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชตามที่ระบุในมาตรา 21 โดยการเพิกถอนให้เป็นไปตามคำสั่งจากอธิบดีผู้ซึ่งเป็นตัวแทนของรัฐมนตรีว่าการกระทรวง

มาตราที่ 30

- (1) บริษัทผู้นำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชที่ไม่ปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับบรรจุกัญท์และการปิดฉลากข้อมูลสินค้าตามกฎหมายการนำเข้า กำหนดให้มีบทลงโทษตามที่ระบุภายใต้กฎหมายและระเบียบบัญญัติ
- (2) การนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชสด, ในกรณีที่:
 - a. มีความขัดแย้ง (inconsistent) ในการรับรองในฐานะผู้นำเข้าเพื่อการผลิต PI สำหรับสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช และ / หรือ มีความขัดแย้งในกระบวนการเกี่ยวกับการอนุมัตินำเข้า; และ / หรือ
 - b. มีความขัดแย้ง (inconsistent) ในการปฏิบัติตามบทบัญญัติบรรจุกัญท์ตามที่ระบุในมาตราที่ 14 และบทบัญญัติการปิดฉลากข้อมูลสินค้า ตามมาตราที่ 15 รวมถึงบทบัญญัติ SPKPLBI ตามมาตราที่ 20, ให้มีการดำเนินการเพิกถอนการนำเข้าตามกฎหมายและระเบียบบัญญัติ.
- (3) สินค้าผลิตภัณฑ์ไม่ดองไม้ประดับ, ในกรณีที่:
 - a. มีความขัดแย้ง (inconsistent) ในการรับรองสถานะ PI สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช และ / หรือ การนำเข้าสินค้า; และ / หรือ
 - b. มีความขัดแย้ง (inconsistent) ตามระเบียบปฏิบัติ SPKPLBI เอกสารรับรองฉลากข้อมูลสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช ตามที่ระบุในมาตราที่ 20, ให้มีการดำเนินการเพิกถอนการนำเข้าตามกฎหมายและระเบียบบัญญัติ.
- (4) การนำเข้าสินค้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชประเภทแปรรูป, ในกรณีที่:
 - a. ความขัดแย้ง (inconsistent) ในการรับรอง PI สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชและ/หรือการนำเข้าสินค้าและ/
 - b. หรือมีความขัดแย้ง (inconsistent) ตามระเบียบปฏิบัติบรรจุกัญท์ตามที่ระบุในมาตราที่ 14 และตามระเบียบปฏิบัติการปิดฉลากข้อมูลสินค้าใน มาตราที่ 15, ให้มีการดำเนินการส่งกลับสินค้าเพื่อการนำเข้าใหม่ (re-export) ตามกฎหมายและระเบียบบัญญัติ.
- (5) ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการเพิกถอนและการตีกลับสินค้าตามที่ระบุในวรรคที่ (2) และ วรรคที่ (3) และวรรคที่ (4) กำหนดให้อยู่ในขอบข่ายการรับผิดชอบของผู้นำเข้า;

บทที่ 9 ระเบียบอื่นๆ

มาตราที่ 31

การตรวจสอบความเหมาะสมของบรรจุกัญท์ ตามที่ระบุในมาตราที่ 14 และการปิดฉลากสินค้าตามระบุในมาตราที่ 15 มอบอำนาจการปฏิบัติงานให้:

1. หน่วยงานกักกันพืชเกษตรกรรม (the Agricultural Quarantine Agency), กระทรวงเกษตร, สำหรับตรวจสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชสด; หรือ
2. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (Agency for Drugs and Food), สำหรับตรวจสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช ประเภทแปรรูป.

มาตราที่ 32

ในการนำเข้าแต่ละรายการสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช กำหนดให้ปฏิบัติงาน ณ เฉพาะท่าเรือปลายทางเท่านั้นตามกฎหมายและระเบียบบัญญัติ

มาตราที่ 33

- (1) การนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชสำหรับ:
 - a. สิ่งของนำเข้าอันเป็นไปตามวัตถุประสงค์ เพื่อมอบเป็นของขวัญที่ระลึก เพื่อเคารพบูชาอันเป็นไป

- เพื่อส่วนรวม เพื่อการกุศลการช่วยเหลือทางสังคม หรือ เพื่อวัตถุประสงค์ในการกู้ยืมธรรมชาติ;
- สิ่งของนำเข้าที่เจ้าหน้าที่ทางราชการที่เป็นตัวแทนจากต่างประเทศประจำสาธารณรัฐอินโดนีเซียบนพื้นฐานการแลกเปลี่ยนสัมพันธไมตรีระหว่างรัฐ;
 - สิ่งของนำเข้าที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงานระหว่างประเทศและเจ้าหน้าที่ที่ประจำอยู่ในสาธารณรัฐอินโดนีเซีย;
 - สิ่งของนำเข้าเพื่อสนับสนุนการทำวิจัย, การทดลอง, งานพัฒนาทางวิทยาศาสตร์; และ/ หรือ
 - ตัวอย่างสินค้าที่ไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อการจำหน่าย;
- ต้องได้รับการอนุญาตการนำเข้าโดยแนบเอกสารคำแนะนำ ตามระบุในมาตราที่ 11 วรรคที่ (1) ส่วน a.
- การนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชสำหรับ:
 - สิ่งของส่วนบุคคลสำหรับผู้โดยสาร, พนักงานลูกเรือ เพื่อใช้ในการระหว่างการเดินทาง; และ
 - สิ่งของสำหรับผู้ข้ามเขตชายแดนเพื่อการบริโภคอุปโภคเฉพาะส่วนบุคคล;
 ในเกณฑ์น้ำหนักไม่เกิน 10 กิโลกรัม ต่อ 1 คน ไม่มีความจำเป็นต้องถือเอกสารรับรองการนำเข้า.
 - การนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชตามที่ระบุในวรรคที่ (1) และวรรคที่ (2) กำหนดให้อยู่นอกเหนือขอบเขตกฎหมายตามระเบียบปฏิบัติ ผู้นำเข้า RI สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช หรือ ระเบียบปฏิบัติ PI สินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช และ ระเบียบปฏิบัติการตรวจสอบและสืบค้นทางวิชาการในการนำเข้า

มาตราที่ 34

- การควบคุมการนำเข้าและการหมุนเวียนสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช กำหนดให้ปฏิบัติงานตามบทบัญญัติทางกฎหมายและระเบียบทางราชการ.
- ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงจัดตั้งชุดทำงานประกอบด้วยตัวแทนจากหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมปฏิบัติงาน:
 - การควบคุมการหมุนเวียนของสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืช;
 - ติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานตามบทบัญญัติการนำเข้าผลิตภัณฑ์จากพืช;

มาตราที่ 35

กระบวนการบังคับทางกฎหมาย (enforcement) ตามแนวทางหลักทางวิชาการ โดยให้มีการกำหนดโดยอธิบดี

บทที่ 10 ระเบียบในช่วงการปรับเปลี่ยน (TRANSITIONAL PROVISIONS)

มาตราที่ 36

- LS ให้เป็นหนังสือประกอบการพิจารณาของกรมศุลกากรในการ ในการหาข้อตกลง (settlement) กับด่านศุลกากรในภาคการนำเข้า ตามที่ระบุในมาตราที่ 22 วรรคที่ (2) กำหนดให้มีผลบังคับใช้ภายในระยะเวลา 60 วันนับจากวันที่เริ่มการบังคับใช้กฎระเบียบ
- LS ตามที่ระบุในวรรคที่ (1) ให้มีการยืนยันโดยเอกสารทางศุลกากรตามรูปแบบเอกสารตามแนบ (BC.1.1).

มาตราที่ 37

สำหรับสินค้าผลิตภัณฑ์จากพืชที่ได้มีการอนุมัติให้ซื้อขายในตลาดภายในประเทศก่อนหน้านี้ กำหนดให้มีการปรับตามระเบียบบทบัญญัติบรรจุกัญชีและการปิดฉากข้อมูลสินค้า ภายในระยะเวลาสูงสุดไม่เกิน 2 ปี จากวันออกกฎหมายตามที่ระบุ ณ ที่นี้

บทที่ 11 บทบัญญัติปิดท้าย (CLOSING PROVISIONS)

มาตราที่ 38

กฎกระทรวงนี้ให้มีผลบังคับใช้ ณ วันที่ 15 มิถุนายน 2555 เพื่อเป็นที่รับทราบของทุกฝ่ายในการบังคับใช้ตรากฎหมายฉบับนี้ ให้มีคำสั่งประกาศราชกิจจานุเบกษาแห่งสาธารณรัฐอินโดนีเซีย

ตามที่ระบุ ณ กรุงจาการ์ตา

ต้นฉบับ
เลขที่การทั่วไป
กระทรวงการค้า
หัวหน้าฝ่ายสำนักงานกฎหมาย
--ตราประทับและลายเซ็น --
นาย ลาสมินิงซีย (LASMININGSIH)

ลงวันที่ 7 พฤษภาคม 2555
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการค้าแห่งสาธารณรัฐ
อินโดนีเซีย
--ลายเซ็น--
นายกิตา อีราวัน วีร์จาวัน (GITA IRAWAN
WIRJAWAN)

ภาคผนวกที่ 2

ตารางผนวกที่ 2.1 รายชื่อบริษัทผู้ส่งออกผลไม้ของประเทศไทย

#	Company Name	Contact
1	ASIAN FRUIT & FOOD INTERTRADE CO.,LTD.	MS.VARAPORN SRISUDH 89/139 SOI WONGSAWANG 19, WONGSAWANG, Bang Sue,Bangkok 10800 Tel.66-2 5867196-7 tu.affi@gmail.com
2	BANGKOK GATEWAY CO., LTD.	MS.NUTTINEE JIRAPONGWANICH 33/29 MOO 9, BAROMMARAJCHA CHONNANI RD., CHIMPLEE, Taling Chan, Bangkok 10170 Tel.66-2 8862199 charinee@bangkokgateway.com
3	CHANEAK HOLDING CO., LTD.	MS.ORAPIN SUWANPAISANKUL 35/5 MOO 10, KLONGSONG, Khlong Luang,Pathum Thani 12120 Tel.66-2 5203398 orapin@chaneak.com
4	CHERRY FRESH FRUIT & VEGETABLE LTD., PART.	MR.VEERACHART SOMANEE 55/4 MOO 4, DONCHIMPEE, Bang Nam Prieo,Chachoengsao 24150 Tel.66-85 3197625 cherry.freshfv2009@hotmail.com
5	DECHPAKDEE CO., LTD.	MRS.ANONGPAT SRIPHOTONG 354/143-144 MOO 15, KHUKOT, Lam Luk Ka,Pathum Thani 12150 Tel.66-81 4804344 dechpakdee@gmail.com
6	EXORIENS CO., LTD.	MR.CHATRI TANSUWAN 317 KAMOL SUKOSOL BLDG., 16TH FL., UNIT E, SILOM RD., SILOM, Bang Rak, Bangkok 10500 Tel.66-2 6312811 info@exoriens.com
7	G3CARE CO., LTD.	MR.REWAT NGERNKHUNDUANG 666/160 PRACHAREJBHUMPEN RD., SAMSENNOK Huai Khwang,Bangkok 10320 Tel.66-2 6916085 rewat_ng@g3care.com
8	GREEN RICH PRODUCE CO., LTD.	MRS.TANYANAN THAMTEERAWAT 39 MOO 6 RUAMPATTANA ROAD, LAM TOY TING Nong Chok,Bangkok 10530 Tel.662-998 4060-3 rich9474@truemail.co.th
9	INTERGRADE TRADING CO.,LTD.	MR.UTHAI PADUNGKITNIRUN 2188/133, SOI RAM VILLA 30/1 RAMKHAMHAENG RD. RD., HUA MAK Bang Kapi,Bangkok 10240 Tel.66-2 7321434-5 contact@intergradetrading.com
10	KRATING LTD., PART.	MS.PORNPRAPAI CHARULUXANANAN 325/130-131 LANLUANG RD., MAHANAK,SAPHANKAO, DUSIT, ,Bangkok10300 Tel.66-2 2829358
11	LINTHAI IMPORT AND EXPORT CO.,LTD.	KHUNRUDEERAT JINTANANARUMIT 69/60 PHAYATHAI RD., Rachatavee,Bangkok 10400 Tel.66-2 2520367 nongnidroi@yahoo.com
12	LONGANTHAI-CHINA AMATA CO., LTD.	MR.MANA NIAMPHROMRAT 4 MOO 10, SANSAL, Saraphi,Chiang Mai 50140 Tel.66-53 966520 bnkthailand@yahoo.com
13	MHR CORP CO.,LTD.	MR.CHUSAK LOYDEE 1078, MOO 3 RANGSIT-PATUMTANI RD., BANG PHUT MuangKrabi, Pathum Thani 12000 Tel.66-2 9596693
14	MONGKOL FINE FRESH CO., LTD.	MR.SIRAVICH PANICHYANONT 424 MOO 2, NORTH SUMRONG, MuangSamut Prakan,Samut Prakan 10270 Tel.66-2 7499611 export@mongkolorganics.com
15	MONTHONG IMPORT EXPORT (1998) CO.,LTD.	MS.USA TIRATHANAPHAT 3/11 MU 6 SOI SUPANIMIT, CHARANSANITWONG 13, BANGWAG, PASICHAROEN, ,Bangkok 10160 Tel.66-2 8651671 heng@chaiyomail.com

#	Company Name	Contact
16	NARA K.S.P. CO.,LTD.	MR.KIATISAK LEWROJANAWONG 156 ASIA 18 RD., Sungai Kolok,Narathiwat 96120 Tel.66-73 520318 nara_ksp@hotmail.com
17	P.P. FOODS SUPPLY CO.,LTD.	MRS.LOPPANA KONGSERY 20 SOI ORNNUCH 55/1 Pra Vet,Bangkok10250 Tel.66-2 7216343-4 2loppana@ppfoods.com
18	PACIFIC FRUITS & FLOWERS LTD.	KHUNCHALERMSRI SONGSAWAD 437/12, SOI 35 PAHOLYOTIN RD., Chatuchak,Bangkok 10900 Tel.66-2 5110129 info@pacfrcti.co.th
19	PALMAX COMPANY LIMITED	KHUNNATTAVADI SUDSANOR 268, MOO 1 THALI-MONGTONE RD., Wiang Nonglong,Lamphun 51120 Tel.66-53 504950 plan@palmaxco.com
20	PERMPULSUP SOUTHERN LTD., PART.	MS.CHOMDOW SAWATKAEW 27 MOO 4, DORNYANANG, Phachi,Phra Nakhon Si Ayutthaya 13140 Tel.66-35 312328 mycaimy@sanook.com
21	PROGRESS WORLD CO.,LTD.	MRS.DOARUANG KANITSATRANONT 42/502, MOO 14 KINGKAEW RD., RACHATHEWA Bang Plee,Samut Prakan 10540 Tel.66-2 3267545 progressworld_2002@hotmail.com
22	RACHASRI ENTERPRISE CO.,LTD.	100/558 CHAIYAPRUK, SUWINTAWONG RD., LAM PLATEW, LATKRABANG, ,Bangkok 10520 Tel.66-2 9148004 kovit101@ksc.th.com , kovit@rachasri.com
23	S.A.P.SIAMFOOD INTERNATIONAL CO., LTD.	MR.SIWAT YEESUNSANG 1/249 M. 16 , BANGKRASANG, BANG PA-IN Bang Pa-in,Phra Nakhon Si Ayutthaya 13160 Tel.66-35 263279 sapfood@csoms.com
24	SAHAPONLAMAITHAI CO., LTD.	MS.WARAPORN CHATCHAIPHAT 172 ASIA 18, SUNGAIGOLOK, Sungai Kolok,Narathiwat 96120 Tel.66-73 615222 pong2548_10@hotmail.com
25	SINO THAI FOODS SUPPLY CO.,LTD.	MS.SUKUNYA VANITHAN 350/107, SOI 71 (MOOBAN SRIKRUNG), RAMA 3 RD., CHONG NONSI Yan Nawa,Bangkok 10120 Tel.66-2 6781100 sinothai@clickta.com
26	SINTIENG INTERNATIONAL LIMITED PARTNERSHIP	427 SOMDETPRAPINKLAO RD., BANG YI KHAN Bang Phlat,Bangkok 10700 Tel.66-2 2714646-9
27	SKY FRESH CO., LTD.	98/61, MOO 11, FACTORY LAND2, SOI 4, PUTHAMONTHON NO.5 RD., RAI KHING Sam Phran,Nakhon Pathom 73210 Tel.66-2 4201857 skyfresh@csoms.com
28	SUNSHINE INTERNATIONAL CO., LTD.	MS.RAMITA TAKEINNGAM Tel.66-2 5337199 marketing@sunshine.co.th
29	SUPER FRESH IMPORT EXPORT CO., LTD.	32/220 MOO 9, PAHOLYOTHIN RD., KLONG 1, Khlong Luang,Pathum Thani 12120 Tel.66-2 5203162-3 iamsarot@yahoo.com
30	SURIYA THAI FRUITS LTD., PART.	MR.BOONSERN SURIYA 77/2 MOO 2 NONGTONG, HANGDONG, ,Chiang Mai 50340 Tel.66-53 832851-3 suriyathai@thaimail.com
31	T.M.S. FROZEN CO., LTD.	MS.KAMONWAN THAMMACHOT 61/8 MOO 9, KHAOWUA, Tha Mai,Chanthaburi 22120 Tel.66-39 339391-2 ts_inter@yahoo.com , tms@thammasang.com
32	TA ZHONG HUA TRAVEL & TRADING CO.,LTD.	MR.NARONG TOMONGKHON 50/13 PAN RD., SILOM, BANGRAK Bang Rak,Bangkok 10500 Tel.66-2 2671440-3 tazhonghua@hotmail.com
33	THAI GOLDEN EAST INTERNATIONAL LTD., PART.	MR.BUNCHA BUAPHUEN 44/13 MOO 5, TUMBOL TACHANG, MuangChanthaburi,Chanthaburi 22000 Tel.66-39 363038 thaigoldeneast_international@hotmail.com

#	Company Name	Contact
34	THANYATHON KARNKHA LTD. PART.	50/24 PHA-ONG-KHO RD., NAIMUANG ,Phisanulok 65000 Tel.66-55 247720 phitjarana@yahoo.com
35	THONGPOON FOOD LTD., PART.	KHUNKANNIGAR DANPAIBOON 122/5 LAMPHUN-CHANGMAI RD. UMONG MuangLamphun,Lamphun 51150 Tel.66-53 558716 thongpoongood@gmail.com
36	TI FOOD CO., LTD.	MS.PHATCHARIN TANGJAROENSUTTICHA 91/60-61 MOO 5, RAMA 2 RD., TAKAM, Bang Khun Thian,Bangkok 10150 Tel.66-38 037246 info@tifoodtrading.com
37	TIEN WATANA CO.,LTD.	MS.WIPA THUNTIAMORN PONG 1206-1208 SONGWAD RD., CHAKKRAWAT Samphanthawong,Bangkok 10100 Tel.66-2 2210424
38	TROPICAL NATURE LTD. PART.	MS.NATTAPORN SAOVANAYON 19/5 NGAMWONGWARN ROAD, TUNGSONGHONG Lak Si,Bangkok 10210 Tel.66-2 9541949 tropicalnature5@yahoo.com
39	UPRO INTERNATIONAL CO.,LTD.	MS.PORNPHANSA RUNGKITTHAWEE SAP 7 FLOOR, CENTRAL CITY TOWER 1, 1093/28 BANGNA-TRAD RD., Bang Na,Bangkok 10260 Tel.66-2 7456455-6 inter-trader@upro.co.th

ที่มา : คลังข้อมูลสารสนเทศค้าขายเชิงลึก (2010, <http://www.arda.or.th/kasetinfo/longan/>)

ตารางผนวกที่ 2.2 รายชื่อบริษัทผู้ส่งออกทุเรียนของประเทศไทย

No.	Company Name	Contact
1	ARNO FOODS & MARKETING	MR.NITHIART TRANAAKKARAWONG 36/10 MOO 4, TACHANG, MuangChanthaburi,Chanthaburi 22000 Tel.66-85 0898466 realston_fast2@hotmail.com
2	ASIAN FRUIT & FOOD INTERTRADE CO.,LTD.	MS.VARAPORN SRISUDH 89/139 SOI WONGSAWANG 19, WONGSAWANG, Bang Sue,Bangkok 10800 Tel.66-2 5867196-7 tu.affi@gmail.com
3	BANGKOK GATEWAY CO., LTD.	MS.NUTTINEE JIRAPONGWANICH 33/29 MOO 9, BAROMMARAJCHA CHONNANI RD., CHIMPLEE, Taling Chan,Bangkok 10170 Tel.66-2 8862199 charinee@bangkokgateway.com
4	CHANEAK HOLDING CO., LTD.	MS.ORAPIN SUWANPAISANKUL 35/5 MOO 10, KLONGSONG, Khlong Luang,Pathum Thani 12120 Tel.66-2 5203398 orapin@chaneak.com
5	CHIAN TAVEE CO.,LTD.	MS.SUWAREE CHOTICHAICHARIN 25/44, SOI RAMKAMHAENG 124 RAMKAMHAENG RD., SA PHAN SUNG Saphan Sung,Bangkok 10240 Tel.66-2 7280590-2 sale@duriothaifruit.com
6	DECHPAKDEE CO., LTD.	MRS.ANONGPAT SRIPHOTONG 354/143-144 MOO 15, KHUKOT, Lam Luk Ka,Pathum Thani 12150 Tel.66-81 4804344 dechpakdee@gmail.com
7	EXORIENS CO., LTD.	MR.CHATRI TANSUWAN 317 KAMOL SUKOSOL BLDG., 16TH FL., UNIT E, SILOM RD., SILOM, Bang Rak,Bangkok 10500 Tel.66-2 6312811 info@exoriens.com
8	G3CARE CO., LTD.	MR.REWAT NGERNKHUNDUANG 666/160 PRACHAREJBHUMPEN RD., SAMSENNOK Huai Khwang, Bangkok 10320 Tel.66-2 6916085 rewat_ng@g3care.com
9	GREEN RICH PRODUCE CO., LTD.	MRS.TANYANAN THAMTEERAWAT 39 MOO 6 RUAMPATTANA ROAD, LAM TOY TING Nong Chok, Bangkok 10530 Tel.662-998 4060-3 rich9474@truemail.co.th

No.	Company Name	Contact
10	INTERGRADE TRADING CO.,LTD.	MR.UTHAI PADUNGKITNIRUN 2188/133, SOI RAM VILLA 30/1 RAMKHAMHAENG RD. RD., HUA MAK Bang Kapi,Bangkok 10240 Tel.66-2 7321434-5 contact@intergradetrading.com
11	L.J.H. TRADING CO.,LTD	MR.SOMCHAY CHOWCHAIYUT 116/6, MOO 9, SOI CHARANSANITHWONGSE 13 BANG PHAI Bang Khae,Bangkok 10160 Tel.66-2 4543825 u3903125@student.mahidol.ac.th
12	LINTHAI IMPORT AND EXPORT CO.,LTD.	KHUNRUDEERAT JINTANANARUMIT 69/60 PHAYATHAI RD., Rachatavee,Bangkok 10400 Tel.66-2 2520367 nongnidroi@yahoo.com
13	MAPLAO NAMHOM THAI CO.,LTD.	MS.SUPAWADEE SAGUANNAUL 46, MOO 3, TAMBON LAK2 BLDG. ,Samut Sakhon 74120 Tel.66-34 481745 mnt_th@ksc.th.com
14	MONGKOL FINE FRESH CO., LTD.	MR.SIRAVICH PANICHYANONT 424 MOO 2, NORTH SUMRONG, MuangSamut Prakan,Samut Prakan 10270 Tel.66-2 7499611 export@mongkolorganics.com
15	NARA K.S.P. CO.,LTD.	MR.KIATISAK LEWROJANAWONG 156 ASIA 18 RD., Sungai Kolok,Narathiwat 96120 Tel.66-73 520318 nara_ksp@hotmail.com
16	NATHON INTERNATIONAL (THAILAND) CO., LTD.	KHUNJANTANA THONGTHAM 3531/312 SOI TROKNOKKHET, RAMA III RD., BANG KHLO Bang Kholaem,Bangkok 10120 Tel.66-2 2841626 nathon@bkk.loxinfo.co.th
17	P.P. FOODS SUPPLY CO.,LTD.	MRS.LOPPANA KONGSERY 20 SOI ORNNUCH 55/1 Pra Vet,Bangkok 10250 Tel.66-2 7216343-4 loppana@ppfoods.com
18	PARADISE FRUIT CO.,LTD.	39/659 MOO 6, SOI PRACHA-UTIT 125, PRACHA-UTIT ROAD., THUNGKRU Thung Khru,Bangkok 10140 Tel.66-2 8144691-2 pfc@csloxinfo.com
19	PATTANA ALOE CO.,LTD.	KHUNSAOWANAN TANTATERASAK 74/5, MOO 2 NIKOM 3 RD., MITRAPHAP Muak Lek,Saraburi 18180 Tel.66-36 327351 longjourney72@hotmail.com
20	PROGRESS WORLD CO.,LTD.	MRS.DOARUANG KANITSATRANONT 42/502, MOO 14 KINGKAEW RD., RACHATHEWA Bang Plee, Samut Prakan 10540 Tel.66-2 3267545 progressworld_2002@hotmail.com
21	PT. THAI FRUIT CO., LTD.	36/7 VASHIRADHAMSATIT 4, SUKHUMVIT 101/1 RD., Bang Na, Bangkok 10260 Tel.66-2 7305098 honghenglee@hotmail.com
22	R ONE TRADE LTD., PART	MR.PHAKPHOOM RUEANGKHAJON 112 MOO 1, HNONGFAI, Lao Khwan,Kanchanaburi 71210 Tel.66-34 583126 silicon_so2@yahoo.com
23	RACHASRI ENTERPRISE CO.,LTD.	100/558 CHAIYAPRUK, SUWINTAWONG RD., LAM PLATEW, LATKRABANG, ,Bangkok 10520 Tel.66-2 9148004 kovit101@ksc.th.com,
24	S.A.P.SIAMFOOD INTERNATIONAL CO., LTD	MR.SIWAT YEESUNSANG 1/249 M. 16 , BANGKRASANG, BANG PA-IN Bang Pa-in,Phra Nakhon Si Ayutthaya 13160 Tel.66-35 263279 sapfood@cscoms.com
25	S.S.T.IMPORT EXPORT LTD.,PART.	MR.SURACHAI NIRAPIANNANT 136/8-9, MOO 1 SUKHAPHIBARN 1 RD., BANG KHAE Bang Khae, Bangkok 10160 Tel.66-2 8023997-8 sst_somsin@yahoo.com
26	SAHAPONLAMAITHAI CO., LTD.	MS.WARAPORN CHATCHAIPHAT 172 ASIA 18, SUNGAIGOLOK, Sungai Kolok,Narathiwat 96120 Tel.66-73 615222 pong2548_10@hotmail.com
27	SIAM EXPORT MART COMPANY LIMITED	MS.DARAT BUSSAPARUKE 1/92 MOO 5, ROJANA INDUSTRIAL PARK A,SOI A1, KANHAM, Uthai,Phra Nakhon Si Ayutthaya 13210 Tel.66-35 719483-6 sales@semfruits.com

No.	Company Name	Contact
28	SINO THAI FOODS SUPPLY CO.,LTD.	MS.SUKUNYA VANITHIAN 350/107, SOI 71 (MOOBAN SRIKRUNG), RAMA 3 RD., CHONG NONSI Yan Nawa,Bangkok 10120 Tel.66-2 6781100 sinothai@clickta.com
29	SINTIENG INTERNATIONAL LIMITED PARTNERSHIP	427 SOMDETPRAPINKLAO RD., BANG YI KHAN Bang Phlat, Bangkok 10700 Tel.66-2 2714646-9
30	SKY FRESH CO., LTD.	98/61, MOO 11, FACTORY LAND2, SOI 4, PUTHAMONTHON NO.5 RD., RAI KHING Sam Phran,Nakhon Pathom 73210 Tel.66-2 4201857 skyfresh@csoms.com
31	SUNSHINE INTERNATIONAL CO., LTD.	MS.RAMITA TAKEINNGAM Tel.66-2 5337199 marketing@sunshine.co.th
32	T.M.S. FROZEN CO., LTD.	MS.KAMONWAN THAMMACHOT 61/8 MOO 9, KHAOWUA, Tha Mai,Chanthaburi 22120 Tel.66-39 339391-2 ts_inter@yahoo.com,tms@thammasang.com
33	TI FOOD CO., LTD.	MS.PHATCHARIN TANGJAROENSUTTICHA 91/60-61 MOO 5, RAMA 2 RD., TAKAM, Bang Khun Thian,Bangkok 10150 Tel.66-38 037246 info@tifoodtrading.com
34	TOPPIST 2 M INTERNATIONAL CORPORATION LIMITED	756, SOI CHAROEN SUK RAMA 4 RD., KHLONG TOEI Khlong Toey,Bangkok 10110 Tel.66-2 2590714
35	V.S.FRESHCO CO.,LTD.	MS.PATTARAKORN THATSANAEGIIT 56/9, SOI TAKLANG , CHAKPHET RD., Phra Nakhon,Bangkok 10200 Tel.66-2 4225217-8 vsfresh@ksc.th.com
36	WORLD COMMERCIAL TRADING LTD., PART.	MR.SOMPONG THONGCHAI 244/4 SOI PAHOLYOTHIN 24 RD., KWANG LADYAO, Chatuchak, Bangkok 10900 Tel.66-2 9394674 wct2004@gmail.com
37	WORLDVIEW TRADE CO., LTD.	110 MOO 6, PRACHACHUEN RD., TUNGSONGHONG, Lak Si, Bangkok 10210 Tel.66-2 5891359 wmaisuwan@gmail.com

ที่มา : <http://www.dephtai.go.th/>

ตารางผนวกที่ 2.3 รายชื่อบริษัทผู้ส่งออกมะพร้าวของไทย

No.	Company Name	Contact
1	BNEXT INTERNATIONAL CO., LTD.	MS.WORANUCH SUPATKITMONGKHON 84 JUTIANUSORN RD., Hat Yai,Songkhla 90110 Tel.66-74 246624 zhenbirdnest@gmail.com
2	BRILLIANT STAR ENTERPRISE CO.,LTD.	MS.SUWANNA YUTTAKOWIT 100, SOI NIMIDTAI TEDSABANNIMIDTAI RD., LAT YAO Chatuchak,Bangkok 10900 Tel.66-2 9539853
3	COCO WORLD CORPORATION (THAILAND) LTD.	342 SRIVARA RD., LARDPRAO 94, WANGTHONGLANG, ,Bangkok 10310 Tel.66-2 5592060 sales@cocoworld.com
4	DELY-COCO CO., LTD.	MS.KORNBANOK LEKWICJITTADA 62/1 MOO 5, BANPROK, MuangSamut Songkram, Samut Songkram75000 Tel.66-86 325901 madam_zunk@hotmail.com
5	IQTISHODUNA LTD., PART.	MR.NARONG HASSANEE CHOMDEAN VILAGE 1/6 ONNUT 59/1, Pra Vet,Bangkok 10250 Tel.66-84 6279063 iqtishoduna@hotmail.com
6	K FRESH CO.,LTD.	MRS.WARAPORN MANUSRUNGSRI 66/7 SRISAMUTR RD., PAKNAM, Muang,Samut Prakan 10270 Tel.66-2 7027990 kfresh_nim@hotmail.com,nim@coconuttoday.com
7	KATEVANICH INDUSTRY CO.,LTD.	MS.ANGELEA XANTHAVANIJ 329 SAKAE-NGAM RD., SAMAEDUM, Bang Khun Thian, Bangkok 10150 Tel.66-2 4516665 angela@kvc.co.th

No.	Company Name	Contact
8	MAPLAO NAMHOM THAI CO.,LTD.	MS.SUPAWADEE SAGUANNAUL 46, MOO 3, TAMBON LAK2 BLDG. ,Samut Sakhon 74120 Tel.66-34 481745 mnt_th@ksc.th.com
9	MERIT FOOD PRODUCTS CO.,LTD	MS.PANITA THAMNUKSUK 39/16, MOO 3, NONG KHANG KHOK, MuangChon Buri, Chon Buri 20000 Tel.66-38 799101-3 sales1@meritfood.co.th
10	PATUM VEGETABLE OIL CO., LTD.	MR.TORPONG TRIYANOND 3RD FL., SOMBOON BLDG., 421 CHARANSNITWONGS RD., Bang Phlat,Bangkok 10700 Tel.66-2 4241165 patumoil@csloxinfo.com, exim@patumoil.co.th
11	PERMPULSUP SOUTHERN LTD., PART.	MS.CHOMDOW SAWATKAEW 27 MOO 4, DORNYANANG, Phachi, Ayutthaya 13140 Tel.66-35 312328 mycaimy@sanook.com
12	P-TECH MARKETING CO.,LTD.	MR.PICHIT SRIRUNGKITSWAT 3/102 CHIANG SAEN 1, SOI CHAENG WATANA 14, CHAENG WATANA RD., TUNG SONG HONG, Lak Si,Bangkok 10210 Tel.66-2 9824588 kan_srirung@hotmail.com
13	R ONE TRADE LTD., PART	MR.PHAKPHOOM RUEANGKHAJON 112 MOO 1, HNONGFAI, Lao Khwan,Kanchanaburi 71210 Tel.66-34 583126 silicon_so2@yahoo.com
14	RACHASRI ENTERPRISE CO.,LTD.	100/558 CHAIYAPRUK, SUWINTAWONG RD., LAM PLATEW, LATKRABANG, ,Bangkok 10520 Tel.66-2 9148004 kovit101@ksc.th.com, kovit@rachasri.com
15	RYOKO AND ASSOCIATES CO.,LTD.	KHUNVORASAK LERANGKURA NA AYUDHYA 429, SOI UAHWATANASAKUL PATTANAKAN RD., SUAN LUANG Suan Luang,Bangkok 10250 Tel.66-2 3226007 ryoko_and_associates@yahoo.com
16	S.M.P. SIAM INTERNATIONAL PART.	MRS.SIRILAK THANOMLAK 45/12 MOO9, TAPRALAK RD., BANGPEEYAI Bang Plee, Samut Prakan 10540 Tel.66-2 3123509
17	SIAM EXPORT MART COMPANY LIMITED	MS.DARAT BUSSAPARUKE 1/92 MOO 5, ROJANA INDUSTRIAL PARK A,SOI A1, KANHAM, Uthai,Phra Nakhon Si Ayutthaya 13210 Tel.66-35 719483-6 sales@semfruits.com
18	SIAM GREEN PRODUCT INTERNATIONAL CO.,LTD.	MS.SUNEE SRIPICHIANKUL 801/93, MOO 8 PHAHOLYOTHIN RD., KHU KHOT Lam Luk Ka,Pathum Thani 12130 Tel.66-2 5338432-3 siamgreen@thailand.com
19	SIAM P&L CO.,LTD.	MR.VARARAT TANGKING 2027/25 CHAROENKRUNG 77 NEW ROAD, YANNAWA, Bangkok 10120 Tel.66-2 6750510-1
20	SKY FRESH CO., LTD.	98/61, MOO 11, FACTORY LAND2, SOI 4, PUTHAMONTHON NO.5 RD., RAI KHING Sam Phran,Nakhon Pathom 73210 Tel.66-2 4201857 skyfresh@csoms.com
21	SUANTHEP ORGANIC FRUITS	MR.KREAKPOL WANITTANOM 18/2 MOO 1, NONGLON Nong Khae,Saraburi 18140 Tel.660-36 383088 SUANTHEP@THAIMALI.COM
22	T.K. NURSERY CO., LTD.	MS.ARUNEE TECHACHAREONSUKCHERA 60 MOO 12, RANGSIT KLONG-HOK, Khlong Luang, Pathum Thani 12120 Tel.66-2 9046077-8 tknurco@csoms.com,thnur@hotmail.com

No.	Company Name	Contact
23	T.M.S. FROZEN CO., LTD.	MS.KAMONWAN THAMMACHOT 61/8 MOO 9, KHAOWUA, Tha Mai, Chanthaburi 22120 Tel.66-39 339391-2 ts_inter@yahoo.com, tms@thammasang.com
24	TAKOLA MEDIA COMPANY LIMITED.	MR.MARTIN POFFERS 57/4 MOO.3 PHET KASEM RD. T.THAP PUT A.THAP PUT PHANGNGA Thap Put, Phangnga 82190 Tel.66-76 486112 info@takolamagazine.com, takolamedia@gmail.com
25	THAI 21 EXPORT CO.,LTD.	MR.SITHIPHOL VACHIRAMAYKIN 990, ABDULRAHIM PLACE BLDG., 19 FL. RAMA 4 RD., SILOM Bang Rak, Bangkok 10500 Tel.66-2 6361942 thanasak@thai21stexport.com
26	THAI TAN FOODS INTERNATIONAL CO., LTD.	MS.SUNSANEE WACHIRAKOVIT 2532 RAMA 3 TOWER, TROK NOKKET, RAMA 3 RD., BANGKLO, Bang Kholaem, Bangkok 10120 Tel.66-2 6837933 keal.thai@yahoo.com
27	TROPICAL GREEN CO.,LTD	MS.WEENA FAYRIPHON 17, 19, 21 RAMA2 ROAD BANGMOD Chom Thong, Bangkok 10150 Tel.66-2 8743688 weena@amsbook.com
28	V.P.S. MANUFACTURING CO., LTD.	MS.NOOTAL TATASUT 45 SOI CHAN 43, YAK 27, TOONGWATDON, Sathon, Bangkok 10120 Tel.66-2 2112678 thchalad@gmail.com
29	X & P IMPORT EXPORT CO.,LTD.	MR.PI-CHUAN WANG 281 PRACHA-U-TID SOI 33, BANGMOD, Thung Khru, Bangkok 10140 Tel.66-2 8173571 alxe@alxe.co.th
30	ZMAX COCO CO., LTD.	MR.JAKKRIT BOONCHAI 2211/155 MOO 7, TAPARAK, MuangSamut Prakan, Samut Prakan 10270 Tel.66-2 7595387 zmax.coco@gmail.com

ที่มา : <http://www.depthai.go.th/>

ตารางผนวกที่ 2.4 รายชื่อบริษัทผู้ส่งออกมะขามของไทย

No.	Company Name	Contact
1	A.T.E. MASKATI LTD., PART.	MS.ARVINDER CHHABRA 98 MOO 2, BANGTOEY, Sam Phran, Nakhon Pathom 73110 Tel.66-2 4821111 to 22 agro@atems.com
2	A-IPRODUCE CO.,LTD.	MS.MELISSA PHANICH 8/22 PINKLAO-NAKORNCHAI SRIRD., SALATHAMMASOP TAWEEWATTHANA Khlong Toey, Bangkok 10170 Tel.66-2 8859009-10 a_1produce@yahoo.com
3	AGRI PROCESSING INDUSTRY CO., LTD.	MR.NATTAPON SOPINSAWATRAT 88/47 MOO 10, OM-NOI Krathum Baen, Samut Sakhon 74130 Tel.66-2 8131188 tamrabwang@hotmail.com
4	AGRI WORLD CO.,LTD.	MR.PANUDDA KOSIRIMONGKOL 101/1, MOO 1 PHAYOM Wang Noi, Phra Nakhon Si Ayutthaya 13170 Tel.66-35 287450 mail@agriworld.co.th
5	AGRICULTURE COLD STORAGE CO.,LTD	MRS.VIMON SURIYAMONGKOL 29/2 RANGSIT-NAKORN NAYOK RD., BUNG YITHO Thanyaburi, Pathum Thani 12130 Tel.66-2 9950715 svimol@gmail.com
6	ATOM INTERTRADE CO., LTD.	MR.CHALOEMPOL LUENGCHARASRUNG 23, 25 SOI SUPAPONG 1 YAK 10, NONGBORN Pra Vet, Bangkok 10250 Tel.66-2 7205020 atomintertrade@live.com

No.	Company Name	Contact
7	BANGKOK GATEWAY CO., LTD.	MS.NUTTINEE JIRAPONGWANICH 33/29 MOO 9, BAROMMARAJCHA CHONNANI RD., CHIMPLEE, Taling Chan,Bangkok 10170 Tel.66-2 8862199 charinee@bangkokgateway.com
8	BOONSONG PRODUCE CO.,LTD.	8/22 PINKLAO-NAKORNCHAI SRI RD., SALATHAMMASOP, TAWEEWATTANA, ,Bangkok 10170 Tel.66-2 9149800
9	CK INTERBIZ CO., LTD.	MR.ROTT ADSADAWUTTIJAROON 37/39 RATCHADAPHISEK 14, RATCHADAPHISEK RD., Thon Buri,Bangkok 10600 Tel.66-2 8915044 info@ckinterbiz.com
10	CLUSTER TRADING CO., LTD.	MR.SAKCHAI BAMPHENSAT 88 MOO 18 KHUMKLAO RD., MIN BURI, Min Buri,Bangkok 10510 Tel.66-2 9149180 cluster98@hotmail.com
11	CRAYON INTERNATIONAL CO.,LTD.	160/534-535 ITF. SILOM PLACE BLDG., 23 RD FL., SILOM RD., SURIWONG, BANGRAK, ,Bangkok 10500 Tel.66-2 2346232 crayon@bkk2.loxinfo.co.th
12	DECHPAKDEE CO., LTD.	MRS.ANONGPAT SRIPHOTONG 354/143-144 MOO 15, KHUKOT, Lam Luk Ka,Pathum Thani 12150 Tel.66-81 4804344 dechpakdee@gmail.com
13	FRESH PRODUCE CO.,LTD.	392/1 MOO 5 SOI SUKSAWAT 35, SUKSAWAT ROAD, RACHABURANA, ,Bangkok 10140 Tel.66-2 8182176 freshest@cscoms.com
14	GEETA INTERNATIONAL COMPANY LIMITED	KHUNJUDY C. PADUA 2194/48-50, CHAROEN KRUNG ROAD, BANG KHOLAEM ,Bangkok 10120 Tel.66-2 6881145 info@geetaint.com
15	JITSUPA CO.,LTD.	MR.NITTAYAPON KAJORNBOON 27/1 SOI LADPRAO 15, LADPRAO RD., CHATUCHAK, Bangkok 10900 Tel.66-2 5132164
16	K FRESH CO.,LTD.	MRS.WARAPORN MANUSRUNGSRI 66/7 SRISAMUTR RD., PAKNAM, MuangSamut Prakan, Samut Prakan 10270 Tel.66-2 7027990 kfresh_nim@hotmail.com,nim@coconuttoday.com
17	K.L. INTERFOOD CO.,LTD.	MS.NONGLAK KULSETSOPHON 58/76 MOO 3 TAMABOL KLONG RUEAR, Pak Kret, Nonthaburi 11120 Tel.66-2 9817731 klfood@cscoms.com
18	KENTFIELD & SHAW INTERTRADING CO., LTD.	MR.SUPPHAKRIT PUGRUANDEE 700/95 REGENT TOWER SRINAKARIN RD., Suan Luang, Bangkok 10250 Tel.66-2 7227584 spintertrade@gmail.com
19	K-NET CO.,LTD.	155/3 SOI SATHON 7, SATHON RD.,TUNGMAHAMEK Sathon, Bangkok 10120 Tel.66-2 2855806 kclai@yahoo.com
20	KRIDSADA FOOD CO.,LTD.	1184/10 SOI WATPHAINGERN, CHAN RD., BANGKLO, BANGKHOLAEM Bang Kholaem,Bangkok 10120 Tel.66-2 2124907 kridsada@loxinfo.co.th
21	MEDIA FOOD CO., LTD.	MS.THAPTHIM NARANGSON 73/2 MOO 1, DONKAMIN THAMAKA, ,Kanchanaburi 71120 Tel.66-34 566903-4 mediafood_md@yahoo.com
22	NAKORN NANAPHANT LTD., PART.	MR.SURACHAI TOCHAROENNIWATSAI 8/31, SOI 52 PETCHKASEM RD., BANG DUAN Phasi Charoen, Bangkok 10160 Tel.66-2 4133977 nakornnanaphant@gmail.com
23	SARACH MARKET LTD.	MRS.SUPALUCK KAMOLTHORNTHAI 174 MOO 1 NASAN, LOM KHAOT ,Phetchabun 67120 Tel.66-56 709323 supalukka@yahoo.com

No.	Company Name	Contact
24	SIAM UNICORN IMPORT EXPORT CO., LTD.	MS.SOMPORN TANGCHAROENCHITKUL 61 MOO9 BROMRATCHONEE 53, (PINNAKORN 1), BROMRATCHONNEE RD., Taling Chan,Bangkok 10170 Tel.66-2 8809298 tukata@siamunicorn.com
25	SIRICHAH INTERTRADE CO.,LTD.	MR.SUPASIT SIRISATE 371/12 SIPHAYA ROAD Bang Rak,Bangkok 10500 Tel.66-8 16800424 zupasit@gmail.com
26	SIRIWANICH (S&W) CO., LTD.	MR.SIRI VANASUWANICH 109/2 MOO 3, T. SAMOKAE, ,Phisanulok 65000 Tel.66-55 268038 si_vanich@yahoo.com
27	SK STARFRUIT CO., LTD.	MR.SUPAMIT KAMKLOY 1/152 MOO 14, SOI PRACHACHUN 42, BANGSUE, Bang Sue, Bangkok 10800 Tel.66-2 5915431-3 skstarfruit@hotmail.com
28	SMITH SUPPLIER CO., LTD.	KHUNVATHA YONGSMITH 577 MOO 2, NANGWONGWAN RD., MuangNonthaburi, Nonthaburi 11000 Tel.66-2 1968218 rathayongsmith@yahoo.com
29	SWEETBEEFARM CO., LTD.	MR.NIWAT KOWONGPRASERT 7 SOI RAMKHAMHAENG 118/42-2 RAMKHAMHAENG RD., SAPHANSUNG Saphan Sung,Bangkok 10240 Tel.66-2 3720298-9 sweetbeefarm@yahoo.com
30	SYMPA INTERNATIONAL LTD., PART.	MR.CHATCHAI LENG-EE 40/3 SOI PAHOLYOTHIN 63, Bang Khen,Bangkok 10220 Tel.66-2 9723635 chatchai.9999@hotmail.com
31	THAI BAE INTERNATIONAL CO.,LTD.	MS.WANIDA TURONGPUN 184/42, FORUM TOWER BLDG., 14 FL. RATCHAPISEK RD., HUA I KHWANG Huai Khwang,Bangkok 10320 Tel.66-2 2487691-2 vivatchai@tbi.co.th,marry@tbi.co.th
32	THEVARAYA CO., LTD.	MR.ATEEB MASKATI 98 MOO 2, BANGTOEY, Sam Phran,Nakhon Pathom 73110 Tel.66-2 4821111 to 22 agro@atems.com
33	TJS IMPORT EXPORT CO.,LTD.	MRS.JIDAPHA PHOLRIT 99/84 M00 3, SOI TANEE 18, LADSAWAY Lam Luk Ka, Pathum Thani 12150 Tel.66-2 9660172 teepakorn_pholrit@yahoo.com

ที่มา <http://www.depthai.go.th/>)

ภาคผนวกที่ 3

บทความสำหรับการเผยแพร่

งานวิจัยเรื่อง “โอกาสและอุปสรรคของการค้าผลไม้ระหว่างไทยและอินโดนีเซีย ภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน”

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้ออุปทานผลไม้ส่งออกสำคัญของไทยกับอินโดนีเซีย วิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค คาดการณ์ผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบที่จะมีต่อข้ออุปทาน และกำหนดแนวทางในการปรับตัวเชิงรุกต่อข้อตกลงประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558 ของผู้เกี่ยวข้องในข้ออุปทานของผลไม้ที่มีความสำคัญในการค้าระหว่างไทยและอินโดนีเซีย ในการวิจัยใช้ข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิ ตลอดจนทำการสำรวจข้อมูลที่อินโดนีเซีย ณ กรุงจาการ์ตาจากผู้เกี่ยวข้อง และการวิเคราะห์ใช้เชิงพรรณนา ตามแนวคิดต่างๆ ได้แก่ ข้ออุปทาน แนวคิด OT Analysis (Opportunities and Threats Analysis) และแนวคิดแบบจำลองเพชร (Porter's Diamond Model)

ผลการศึกษาด้านสถานการณ์ทางการค้าไม้ผลในกลุ่มประเทศ AEC พบว่า การส่งออกไม้ผลของไทยไปประเทศในกลุ่ม AEC พบว่า มีประเทศคู่ค้าที่มีการส่งออกมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ อินโดนีเซีย และเวียดนาม ซึ่งในช่วงปี 2550 – 2554 อินโดนีเซีย มีอัตราการเติบโตร้อยละ 31.43 ด้านการนำเข้าของไทยจากประเทศในกลุ่ม AEC ในช่วงปี 2550–2554 ประเทศที่น่าสนใจ คือ อินโดนีเซีย และเวียดนาม ซึ่งมีแนวโน้มมูลค่าการนำเข้าจากประเทศดังกล่าวเพิ่มขึ้น

ผลการศึกษาด้านข้อมูลพื้นฐานของอินโดนีเซีย พบว่า ประเทศสาธารณรัฐอินโดนีเซีย มีจำนวนประชากร 248,216,193 คน (ณ เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2555) กว่าร้อยละ 60 อาศัยอยู่ที่เกาะชวา มีอัตราเติบโตที่แท้จริงของ GDP ร้อยละ 6.4 (ค่า ณ ปี 2554) และมีรายได้ต่อหัวประชากร (GDP per Capita) ประมาณ 4,700 ดอลลาร์สหรัฐ มีประชากรที่มีฐานะคืออยู่ประมาณร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด ที่มีกำลังซื้อสูงมาก สินค้าไทยที่มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดอินโดนีเซีย คือ สินค้าอาหารทุกประเภท โดยเฉพาะผลไม้ไทย เช่น ทุเรียน ลำไย ลิ้นจี่ มะม่วง ส้มโอ ฝรั่ง และชมพู ในการดำเนินการค้ากับอินโดนีเซีย พบว่า มีปัญหาและอุปสรรคในการค้า ได้แก่ การกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อกีดกันทางการค้า ระบบราชการมีความซับซ้อน ยุ่งยาก และหลายขั้นตอน กฎระเบียบในหลายเรื่องไม่มีความชัดเจนและโปร่งใส ข้อมูลทางการค้าและข้อมูลทางการตลาดหาได้ยาก และไม่ทันสมัย และการแข่งขันในตลาดอินโดนีเซียสูงขึ้น โดยเฉพาะสินค้าที่มาจากจีน เวียดนาม และอินเดีย

ชนิดของผลไม้ที่ทำการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลำไย ทุเรียน มะพร้าว และมะขาม เนื่องจากลำไยและทุเรียนเป็นผลไม้ส่งออกจากไทยสู่อินโดนีเซียที่มีปริมาณและมูลค่าสูงที่สุดตลอดระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา ส่วนมะพร้าวและมะขามเป็นผลไม้ที่ไทยมีมูลค่าการนำเข้าจากอินโด

นิเซียสูงที่สุดในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมาเช่นกัน การค้าผลไม้เป้าหมายแต่ละชนิดของไทยกับอินโดนีเซีย สรุปได้ดังนี้

1. ตลาดการค้าลำไยระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย ในปี 2554 อินโดนีเซียมีส่วนมูลค่าการนำเข้าลำไยสดจากไทยมากถึงร้อยละ 98.91 จากเวียดนามและจีนร้อยละ 1.06 และ 0.03 ตามลำดับ ไซ้อุปทานลำไยที่ส่งออกไปอินโดนีเซีย พบว่าต้นน้ำโดยมากลำไยจะมาจากภาคเหนือของไทย ในระดับกลางน้ำ พบว่ามีล้งคนจีนเข้ามารวบรวมลำไยแข่งกับล้งของคนไทยโดยใช้วิธีเหมาสวน/จองสวน การค้าที่ปลายน้ำกับอินโดนีเซีย พบว่า เป็นการค้าแบบขายขาด ลักษณะตลาดผู้บริโภคลำไยของอินโดนีเซีย พบว่า เป็นตลาดที่บริโภคลำไยเกร็ดรองจากจีน เน้นสินค้าที่มีราคาถูกกว่า มีรสชาติหวานและคุณภาพดี ซึ่งมีความต้องการอย่างต่อเนื่องเป็นจำนวนมากและมีแนวโน้มสูงขึ้น การค้าลำไยกับอินโดนีเซียสามารถทำได้เกือบทั้งปี มีคู่แข่งในช่วงฤดูกลาง คือ เวียดนาม แต่คุณภาพยังสู้ไทยไม่ได้ นอกจากนี้ พบว่า อินโดนีเซียปลูกลำไยได้เองที่ตอนกลางของจาวา (เกาะชวา) ซึ่งการขนส่งมาขายยังกรุงจาการ์ตาค่อนข้างลำบากและต้นทุนสูง และยังคงขาดองค์ความรู้ได้กรรมเพื่อยืดอายุผลลำไยสด โอกาสการค้าลำไยระหว่างไทยและอินโดนีเซีย พบว่า ไทยมีพื้นที่ปลูกลำไยกระจายเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และอินโดนีเซียเป็นตลาดใหญ่ที่รองรับลำไยเกร็ดรอง ส่วนอุปสรรค คือ ปริมาณการตกค้างของสารฆ่าเชื้อโรคที่ได้ออกไซด์ที่ใช้ในการรมลำไย ผลผลิตไม่แน่นอนในแต่ละปี ขาดแคลนแรงงานในการเก็บเกี่ยว มี GAP ไม่ครบทุกสวน และประเทศที่สามารถผลิตลำไยได้และเป็นคู่แข่งของไทย คือ อินโดนีเซีย เวียดนาม จีน และได้หวัน และพบว่าอินโดนีเซียเองภายใน 3 ปี การพัฒนาการผลิตลำไยในประเทศจะปรากฏผลกระทบที่ชัดเจนขึ้นต่อตลาดส่งออกของไทย

2. ตลาดการค้าทุเรียนระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย ในปี 2554 ส่วนมูลค่าการนำเข้าทุเรียนสดจากไทยมีร้อยละ 98.59 และจากมาเลเซียร้อยละ 1.14 ไซ้อุปทานต้นน้ำ พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่มีประสบการณ์มานานและทำเป็นอาชีพหลัก จึงมีทักษะและความชำนาญสูง แต่มีบางรายที่ไม่มีจริยธรรมส่งผลต่อไซ้อุปทานทุเรียนโดยรวม เช่น การขายทุเรียนไม่มีคุณภาพ มีสารตกค้าง ใช้สารเร่งความสุกในทุเรียนอ่อน และไม่ทำใบรับรอง GAP ที่จำเป็นต่อการส่งออก ส่วนไซ้อุปทานกลางน้ำมีการแข่งขันสูงระหว่างผู้รับซื้อจากการที่มีผู้รับซื้อคนจีนเข้ามามากขึ้น และวิธีการค้าในระดับปลายน้ำที่ไทยส่งไปขายในอินโดนีเซีย มี 2 รูปแบบ คือ การค้าแบบขายขาด และแบบฝากขาย ผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียนิยมทุเรียนไทยและยอมรับว่ามีรสชาติดีและมีคุณภาพ ลักษณะสินค้าที่ต้องการส่วนใหญ่เป็นพันธุ์หมอนทองประมาณสัดส่วนที่ 80:20 พันธุ์อื่นๆ ได้แก่ ชะนี ก้านยาว พวงมณี และกระดุม คนอินโดนีเซียชอบทุเรียนผลทรงกลม เนื้อสีเหลืองทอง หวาน หวาน และนุ่ม คู่แข่งในการค้ามีผู้คาดว่ากัมพูชาอาจสามารถแข่งขันได้ในอนาคตประมาณ 4 ปี และอินโดนีเซียมีการส่งเสริมการผลิตทุเรียนมากขึ้นและมีทุเรียนหมอนทองมีวางขายในตลาดมากขึ้นแล้ว อย่างไรก็ตามแหล่งผลิตทุเรียนตาม

ฤดูกาลเก็บเกี่ยวของไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และกัมพูชา ที่เข้าสู่ตลาด มักเป็นช่วงที่ไทยมีผลผลิตน้อย ซึ่งเป็นผลผลิตที่ส่วนใหญ่ส่งขายตลาดจีนที่มีความต้องการสูงมาก และเวียดนามนับว่าเป็นประเทศที่ต้องมีการจับตามองต่อไปในเรื่องของการผลิตทุเรียนสู่ตลาด AEC ต่อไปในอนาคต

มีข้อมูลที่น่าสนใจที่ควรทราบ คือ ประเมินการว่าใน 4 ปีข้างหน้าอุปทานในประเทศของอินโดนีเซียจะสามารถสนองตอบอุปสงค์ทุเรียนของชาวอินโดนีเซียได้เอง โดยอาศัยแหล่งปลูกที่ جاوا บาห์ลีตะวันตกและตะวันออก ลำปุง สุมาตรา เมดาน(สุมาตราตอนเหนือ) และกะลิมันตัน ทั้งนี้การผลิตทุเรียนของอินโดนีเซีย มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ทั้งพื้นที่เพาะปลูกและปริมาณผลผลิตที่เก็บเกี่ยวได้ นอกจากนี้รัฐบาลอินโดนีเซียมีการส่งเสริมการผลิตทุเรียน ตลาดทุเรียนที่ผลิตได้ในประเทศส่วนใหญ่คือ พันธุ์หมอนทอง โอกาสทางการค้าของไทย พบว่า ผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียชื่นชอบทุเรียนของไทยมาก และไทยยังเป็นผู้ครองส่วนแบ่งตลาดทุเรียนรายใหญ่แต่ผู้เดียวในตลาดอินโดนีเซีย ส่วนอุปสรรค คือ ข้อจำกัดทางด้านธรรมชาติมีผลต่อการขยายการผลิต ทำให้เกิดความยากต่อการประมาณการอุปทาน และช่วงเวลาที่ผลผลิตจะออกสู่ตลาดจึงมีความคลาดเคลื่อนค่อนข้างมาก อีกทั้งยังมีความอ่อนไหวทางด้านสภาพอากาศที่ส่งผลต่อคุณภาพทุเรียน ข้อจำกัดในการขนส่งเพราะอายุการเก็บรักษาจำกัด และนโยบายของรัฐบาลอินโดนีเซีย เป็นอุปสรรคของการส่งออกทุเรียนไทย

3. ตลาดการค้ำมะพร้าวระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย ตลาดมะพร้าวของไทยส่วนใหญ่เป็นตลาดมะพร้าวแก่ ความต้องการในประเทศมีสูงมากเพื่อใช้ในการบริโภคตามการค้าในตลาดสด และเพื่อการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กะทิสำเร็จรูป และสกัดเป็นน้ำมันมะพร้าว ต้นน้ำของโซ่อุปทานมะพร้าวแก่มาจาก 2 แหล่ง คือ ผลิตเองในประเทศ และนำเข้าทั้งจากประเทศในกลุ่ม AEC ได้แก่ อินโดนีเซีย เวียดนาม และฟิลิปปินส์ ทั้งนี้ปัญหาในระดับต้นน้ำ คือ ผลผลิตมะพร้าวโดยเฉลี่ยต่อไร่ต่ำขาดแคลนเงินทุนในการปรับปรุงสวน และขาดอำนาจการต่อรองราคา ปัญหาทางด้านการนำเข้าพบว่า คุณภาพมะพร้าวทั้งผลที่นำเข้าจากอินโดนีเซียค่อนข้างต่ำ การนำเข้ามีความเสียหายค่อนข้างสูง ส่วนโซ่อุปทานกลางน้ำ ผู้รวบรวมจะซื้อมะพร้าวทั้งผลจากสวนมาขายต่อให้พ่อค้าส่งหรือขายให้กับโรงงานแปรรูป และโซ่อุปทานปลายน้ำพบว่าผลจากการดำเนินการในระดับกลางน้ำส่งผลกระทบต่อระดับปลายน้ำทั้งผลิตภัณฑ์กะทิสำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์น้ำมันมะพร้าว ส่วนการใช้ประโยชน์มะพร้าวในอุตสาหกรรมของอินโดนีเซีย พบว่า ส่วนใหญ่เพื่อทำเนื้อมะพร้าวแห้ง ผลผลิตหลัก คือน้ำมันมะพร้าว ซึ่งคาดว่า การนำมะพร้าวสดมาใช้จะขยายตัวเพิ่มขึ้นในอีก 1-2 ปีข้างหน้า เพราะการขยายตัวของการผลิตกะทิสำเร็จรูป (instant coconut milk) ของผู้ผลิตรายใหญ่ จะทำให้เกษตรกรขายมะพร้าวสดให้แก่โรงงานมากขึ้น ส่วนที่จะนำไปทำเนื้อมะพร้าวแห้งจะลดลง

โซ่อุปทานกรณีการส่งออกมะพร้าวอ่อนของไทย พบว่า ลักษณะตลาดผู้บริโภคของอินโดนีเซียต้องการเพื่อบริโภคสดและแปรรูปตามเมนูอาหารต่างๆ การรับรู้ของผู้บริโภคกรณีบริโภค

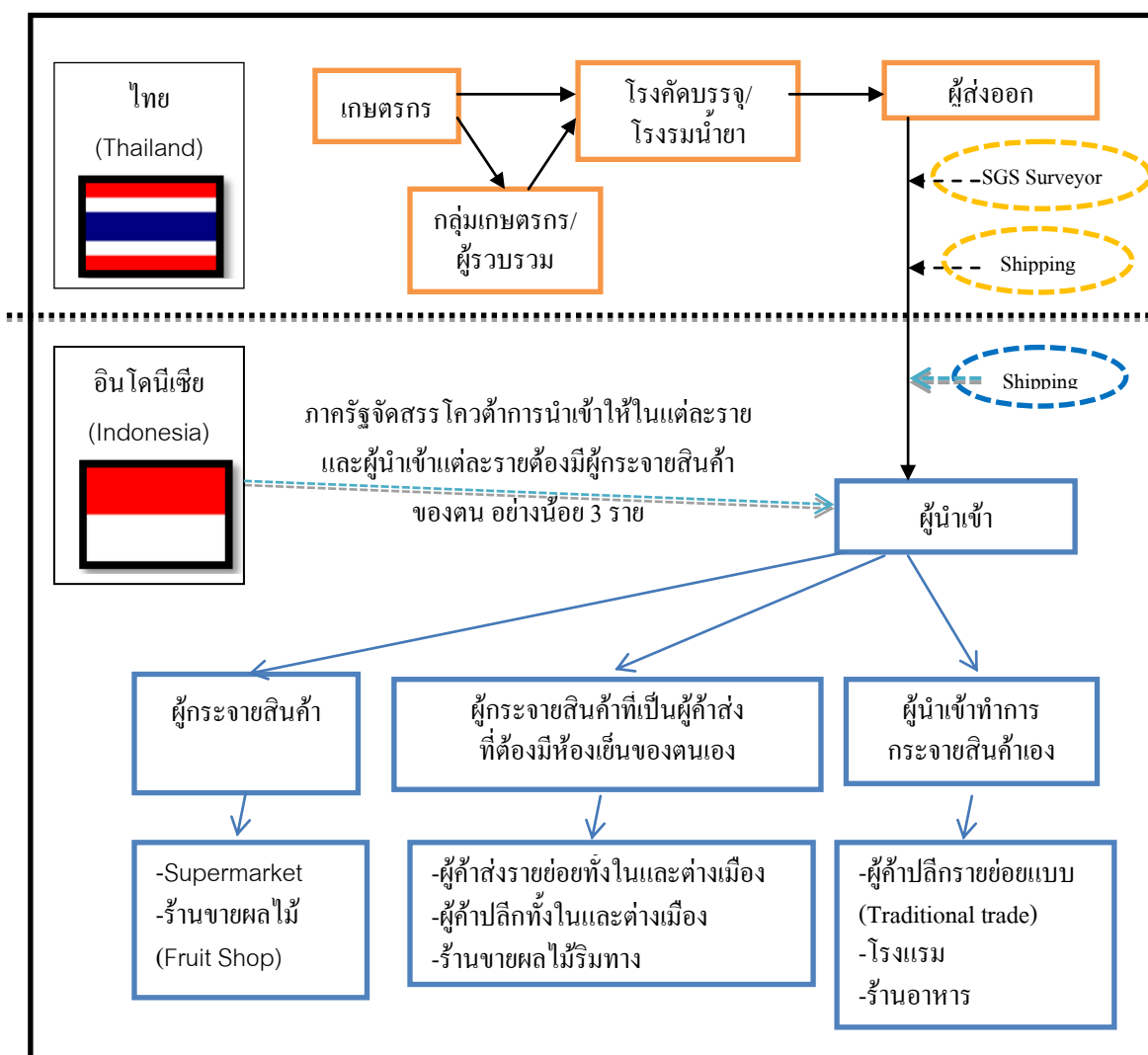
สดต้องมะพร้าวอ่อนลูกโตๆ ผิวสวย และเป็นมะพร้าวน้ำหอม ขายให้ตลาดบนที่มีอำนาจซื้อ ลักษณะของมะพร้าวอ่อนที่ต้องการคือ เป็นมะพร้าวอ่อนน้ำหอมที่ให้เนื้อสองชั้น และน้ำหอมหวาน ส่งออกในลักษณะผลสด คือ แบบกะลา และแบบทรงเพชร ไซ้อุปทานต้นน้ำของมะพร้าวอ่อนไทย การรวมกลุ่มกันผลิตมีโอกาสค่อนข้างต่ำ การผลิตแบบมีสัญญากับเกษตรกรทำได้ยาก และปริมาณผลผลิตจัดการได้ยากมาก เพราะการให้ผลผลิตมีความผันผวนสูง ไซ้อุปทานกลางน้ำ พบว่า ผู้รวบรวมท้องที่/ท้องถิ่นจะเป็นผู้ติดต่อรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร เนื่องจากมะพร้าวอ่อนสามารถเก็บเกี่ยวได้ตลอดปี และมีระยะเวลาการเก็บเกี่ยวที่แน่นอน ผู้รวบรวมมีตลาดอยู่ 2 ตลาดหลัก คือ ตลาดบริโภครภายในประเทศ กับตลาดส่งออก และไซ้อุปทานปลายน้ำมีวิธีการซื้อขาย แบบขายขาด ทั้งนี้คุณภาพการส่งออกต้องเป็นไปตามมาตรฐาน มก.อช. ตามมาตรฐาน Q ของไทย โดยมีเวียดนามและฟิลิปปินส์เป็นคู่แข่งมะพร้าวอ่อนของไทย ข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับในตลาดผู้บริโภครที่อินโดนีเซีย พบว่ามะพร้าวอ่อนของไทยมีคุณภาพดี แต่ผู้บริโภครแยกไม่ออกกับของในประเทศ ความต้องการมีตลอดปี โอกาสทางการค้าพบว่า ตลาดมีขนาดใหญ่ มีผู้บริโภครที่กำลังซื้อจำนวนมาก มีความนิยมและชอบมะพร้าวอ่อนของไทยมาก ถือว่าเป็นสินค้าตลาดบน ส่วนอุปสรรค คือ ปัญหาจากภัยธรรมชาติต่างๆ และอุปสรรคจากการกีดกันทางการค้าของอินโดนีเซีย

4. ตลาดการค้ามะขามระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย พบว่า อินโดนีเซียมีการส่งออกมะขามไปยังประเทศในกลุ่ม AEC ได้แก่ มาเลเซีย สิงคโปร์ ไทย และเวียดนาม ไซ้อุปทานกรณีการส่งออกมะขามหวานของไทย พบว่า ไซ้อุปทานต้นน้ำ มีปัญหาการผลิต ได้แก่ ปัญหาภัยธรรมชาติทำให้ผลผลิตต่อไร่ต่ำและคุณภาพผลผลิตด้อยลง และด้านต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ไซ้อุปทานกลางน้ำ พบว่า ผู้รวบรวมเมื่อรวบรวมแล้วจะขายต่อทั้งภายในจังหวัดที่เป็นแหล่งผลิต และขายให้ผู้ค้าส่งในจังหวัดอื่นๆ ซึ่งมีทั้งผู้ค้าจากกรุงเทพ จากภาคต่างๆ ส่วนการซื้อขายมะขามหวานของกิจการห้องเย็นจะซื้อจากผู้ปลูกและผู้รวบรวมในท้องถิ่น มาแช่เย็นเพื่อรอการจำหน่ายโดยการทยอยขาย และการกระจายมะขามหวานในไซ้อุปทานระดับปลายน้ำ มี 2 ช่องทาง คือ การจัดจำหน่ายภายในประเทศ และการส่งออก ลักษณะตลาดผู้บริโภครมะขามหวานของอินโดนีเซีย เป็นตลาดที่เน้นที่ราคาเป็นหลัก เน้นคุณภาพ และขายในตลาดบน กรณีการค้าระหว่างไทยและอินโดนีเซีย พบว่า มูลค่าการส่งออกมีความไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับความต้องการในแต่ละปี ผู้นำเข้าอินโดนีเซียจะทำการสั่งซื้อเมื่อสินค้าในสต็อกใกล้หมด แต่สามารถขายได้เรื่อยๆ ตลอดปี มีหลายตราสินค้า

ลักษณะตลาดมะขามเปรี้ยวของไทยและอินโดนีเซีย พบว่า อินโดนีเซียพอใจในคุณภาพมะขามเปรี้ยวของไทย เพราะมีคุณภาพดีกว่า แต่ราคาของอินโดนีเซียต่ำกว่ามาก จึงนำเข้าเฉพาะช่วงที่ผลผลิตในประเทศมีไม่เพียงพอ อินโดนีเซียจึงเป็นตลาดที่ต้องการมะขามเนื้อเมล็ด สีสวย คุณภาพเนื้อแห้งและสะอาดไม่มีสิ่งเจือปน ซึ่งสามารถเลือกที่จะซื้อจากมาเลเซีย เมียนมาร์ อินเดีย ฟิลิปปินส์ เป็นต้น ตลาดมะขามเปรี้ยวนำเข้าของไทยจากอินโดนีเซีย จะซื้อเมื่อผลผลิตในประเทศมีน้อยและราคาสูง

ซึ่งไทยจะนำเข้าจากอินโดนีเซีย ลาว หรือเมียนมาร์ ขึ้นอยู่กับราคาแหล่งใดถูกกว่า ใช้อุปทานคั้นน้ำของมะขามเปรี้ยว พบว่า มาจากผลผลิตในประเทศ และการนำเข้าจากประเทศเพื่อนบ้านเมื่อราคาในประเทศสูง มะขามเปรี้ยวส่วนมากในไทยเป็นการปลูกตามหัวไร่ปลายนา หากมีผู้รวบรวมมาส่งสินค้าก็จะระดมแรงงานมาเก็บ/แกะฝักมะขาม จึงไม่อยู่ในข่ายที่จะขอ GAP ได้ และพบว่ามี การปลอมปน เช่น ยัดไส้ด้วยสิ่งเจือปนต่างๆ ทั้งเมล็ดมะขาม และอื่นๆ ส่วนใช้อุปทานกลางน้ำ พบว่า ผู้รวบรวมรายย่อยและพ่อค้าขายจรับซื้อเพื่อนำไปขายต่อให้แก่ผู้รวบรวมรายใหญ่ในจังหวัด มีทั้งที่มีและไม่มีห้องเย็นเป็นของตนเอง ปัญหาที่พบ คือ ปัญหาการปลอมปน และมีการจัดการที่ไม่สะอาด และใช้อุปทานปลายน้ำ ไทยส่งออกป้อนอินโดนีเซียเป็นลักษณะขายขาด โดยทางอินโดนีเซียจะติดต่อผู้ส่งออกไทยเพื่อต่อรองราคาเมื่อเป็นที่พอใจทางผู้นำเข้าจะระบุปริมาณที่ต้องการ และให้ส่งสินค้าไปให้

ผลการศึกษาห่วงโซาพรวมของใช้อุปทานลำไยและทุเรียนสดจากไทยสู่อินโดนีเซีย (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 ใช้อุปทานผลไม้จากประเทศไทยสู่ประเทศอินโดนีเซีย : กรณีลำไยและทุเรียน

ด้านการส่งออก ผู้ส่งออกไทยต้องเตรียมใบ RIPH (Regulation on Import of Horticulture Product) ให้แก่ผู้นำเข้า ต้องขอใบรับรองสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชจากบริษัทที่เป็นตัวแทนที่ได้รับ การมอบหมายมาจากอินโดนีเซีย ที่มีเพียงบริษัทเดียวเท่านั้น คือ บริษัท SGS (Thailand) จำกัด ด้าน ผู้นำเข้าต้องขึ้นทะเบียนกับรัฐบาลอินโดนีเซียมิฉะนั้นจะไม่มีสิทธิ์นำเข้าสินค้าได้ นอกจากนี้รัฐบาล อินโดนีเซียได้กำหนดให้ผู้นำเข้าต้องมีการขายสินค้าให้แก่ผู้กระจายสินค้า (distributor) ที่มีโกดังเก็บ สินค้าอย่างน้อย 3 ราย กรณีไม่ผ่านผู้กระจายสินค้าต้องขายให้แก่พ่อค้าในตลาดค้าส่ง ร้านค้าขนาดเล็ก แบบดั้งเดิม (Traditional trade) โรงแรม และร้านอาหาร แต่หากผู้นำเข้าต้องการจะกระจายผลไม้มายัง ตลาดร้านค้าสมัยใหม่ (Modern trade) เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าเฉพาะสำหรับผักและผลไม้ (Fruit shop) นั้น ผู้นำเข้าจำเป็นต้องขายผ่านผู้กระจายสินค้าเท่านั้น

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของผลไม้ไทยเพื่อการส่งออกไปอินโดนีเซียนั้นอยู่ภายใต้กรอบของ แบบจำลองเพชร (Diamond model) พบว่า ทั้งลำไยและทุเรียนมีศักยภาพในการส่งออกไปอินโดนีเซีย อยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดี โดยลำไยมีศักยภาพเหนือกว่าทุเรียนเล็กน้อย ซึ่งพิจารณาได้จากคะแนนเฉลี่ย ของศักยภาพลำไยอยู่ 3.25 ในขณะที่คะแนนศักยภาพของทุเรียนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.00 (จาก 5 คะแนน) ประเด็นที่ต้องมีการดำเนินการเพื่อเพิ่มศักยภาพของลำไยและทุเรียนอย่างเร่งด่วน คือ โอกาส และ รongลงมา คือ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ซึ่งทั้งลำไยและทุเรียนมีศักยภาพเพียงปานกลาง สำหรับสองปัจจัยนี้ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของลำไยและทุเรียนของไทยเพื่อการส่งออกไปอินโดนีเซีย ตามแบบจำลองเพชร

ปัจจัย	คะแนน	
	ลำไย	ทุเรียน
ปัจจัยหลัก		
1) เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต	4.00	3.86
2) กลยุทธ์ โครงสร้างองค์กร และการแข่งขัน	4.00	4.00
3) อุปสงค์ภายในประเทศ	3.50	2.50
4) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.83	3.00
คะแนนเฉลี่ยปัจจัยหลัก	3.58	3.34
ปัจจัยสนับสนุน		
5) ภาครัฐ	3.33	3.33
6) โอกาส	2.50	2.00
คะแนนเฉลี่ยปัจจัยสนับสนุน	2.92	2.67
เฉลี่ยรวม	3.25	3.00

ผลการประเมินมูลค่าคะแนนโอกาสทางการค้าของไทยกับอินโดนีเซีย โดยใช้แนวคิด OT Analysis (Opportunities and treat analysis) พบว่า มีค่าคะแนนโอกาส เท่ากับ 3.03 จากคะแนนเต็ม 5

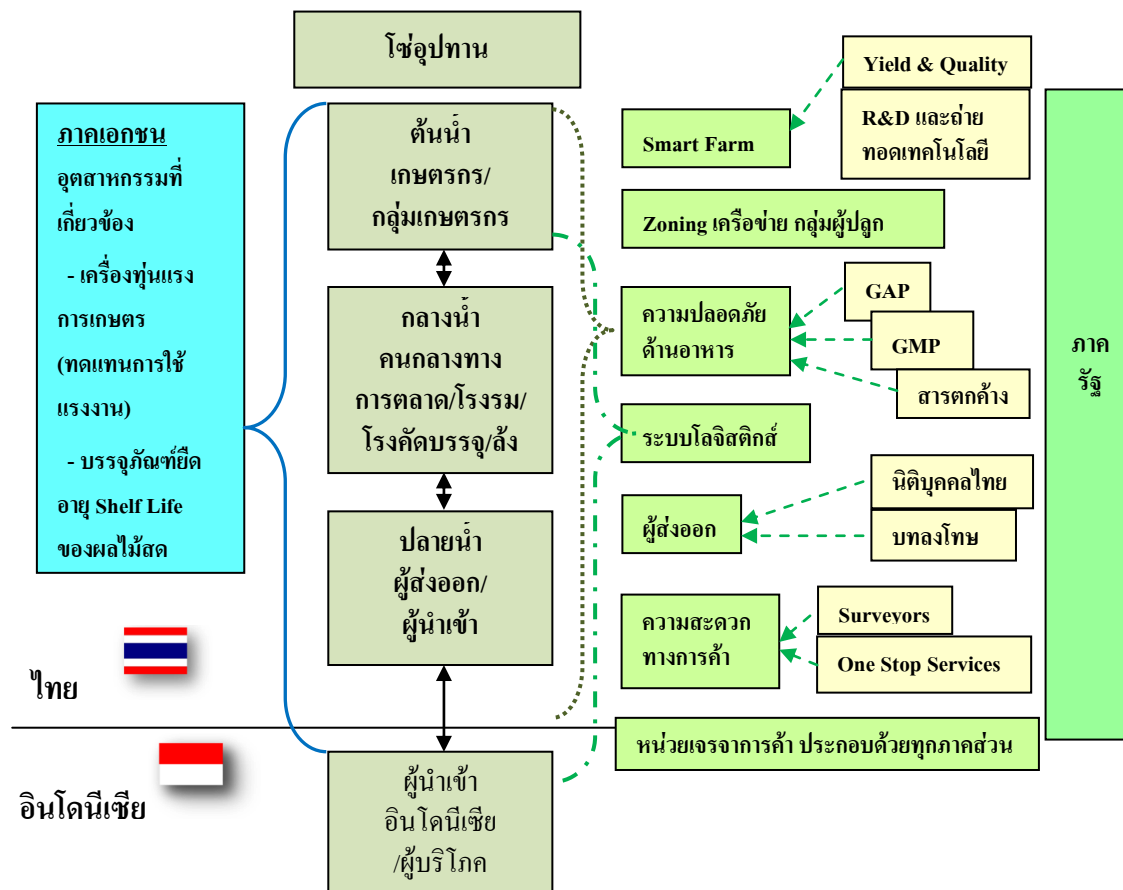
คะแนน แปลผลได้ว่าโอกาสทางการค้าของไทยกับอินโดนีเซียอยู่ในระดับปานกลาง หากคิดเป็นค่าร้อยละจะเท่ากับร้อยละ 60.60 เท่านั้น โดยมีปัจจัยชี้ความสำเร็จ (Key Success Factor: KSF) ทางการค้า 4 อันดับแรก คือ ข้อตกลงทางการค้า นโยบายของรัฐ ภาวะเศรษฐกิจ และผู้บริโภค มีค่าน้ำหนักปัจจัยที่ร้อยละ 32.00, 15.33, 13.33 และ 10.00 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อโซ่อุปทานผลไม้เป้าหมายโดยภาพรวม พบว่า ผลกระทบเชิงบวกในระดับต้นน้ำอธิบายได้ว่าผู้ปลูกไม้ผลจะต้องมีความร่วมมือระหว่างผู้ผลิต เป็นกลุ่ม ชมรมผู้ปลูก วิสาหกิจชุมชน เครือข่าย หรือสถาบันเกษตรกร และมีการรับรอง GAP สำหรับสินค้าเกษตรส่งออก ผลกระทบในระดับกลางน้ำในกรณีของผลไม้บางชนิด ได้แก่ ลำไย มะพร้าวอ่อน มะขามหวานและมะขามเปรี้ยว ที่ต้องมีการแปรรูป จะต้องปรับตัวให้เข้าสู่มาตรฐาน GMP เพื่อการส่งออก และในความสัมพันธ์ของการดำเนินงานของโซ่อุปทาน พบว่า การดำเนินงานต่อไปในอนาคตต้องการความร่วมมือของผู้ประกอบการทุกระดับในโซ่อุปทานผลไม้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดการ ผู้ส่งออกจะทำหน้าที่เชื่อมโยงข้อมูลด้านอุปทานภายในประเทศ ประสานกับข้อมูลความต้องการซื้อและลักษณะสินค้าที่ต้องการจากต่างประเทศ ทำให้เกิดการวางแผนได้สอดคล้องตลอดสายโซ่อุปทาน

ส่วนผลกระทบเชิงลบ พบว่า การแข่งขันทางการค้า เป็นปัจจัยเร่งให้เกิดการสูญเสียซึ่งจริยธรรมในการประกอบการ เกิดการสูญเสียส่วนแบ่งตลาดอินโดนีเซียอันเกิดจากเงื่อนไขทางกฎระเบียบ ข้อบังคับของรัฐบาลอินโดนีเซีย ในลักษณะที่เป็นการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี และเกิดจากการแข่งขันทางการค้าของประเทศในกลุ่ม AEC ด้วยกันเอง ในการขยายตัวของการผลิตและการค้าสินค้าเกษตรประเภทเดียวกัน เช่น กรณีลำไย มีการขยายตัวในการผลิตที่เวียดนาม กัมพูชา กรณีทุเรียนจากการแข่งขันกับมาเลเซีย กัมพูชา เวียดนาม กรณีมะขามจากการแข่งขันกับลาว กัมพูชา เมียนมาร์

แนวทางในการปรับตัวเชิงรุกของผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน ซึ่งผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานจึงต้องประกอบด้วย 3 กลุ่มทำงานสัมพันธ์กัน คือ ผู้ประกอบการธุรกิจโซ่อุปทานระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ภาคเอกชนผู้สนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจโซ่อุปทาน และภาครัฐผู้สนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจโซ่อุปทาน โดยมีแนวทางปรับตัว ดังภาพที่ 2 และข้อเสนอแนะจากการวิจัย ตามแนวคิด “As is – To be” มีความคาดหวังจากประเด็น “As is – To be” ดังกล่าว จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้ คือ ภาครัฐควรมีการสนับสนุนการรวมตัวที่เข้มแข็งของเกษตรกร โดยสนับสนุนการรวมกลุ่มเกษตรกรอย่างเป็นรูปธรรม ความช่วยเหลือใดๆ ของภาครัฐควรกระทำผ่านกลุ่ม/สถาบันเกษตรกร ผลักดันเรื่องฟาร์มอัจฉริยะ (smart farm) การจัดตั้งกลุ่มพื้นที่ (Zoning) การพัฒนาด้านอาหารปลอดภัย การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ การกำหนดมาตรการเกี่ยวกับการส่งออกและสร้างความสะดวกทางการค้า และการจัดตั้งหน่วยงานเจรจา เพื่อถ่ายทอดข้อมูลเกี่ยวกับข้อบังคับ กฎระเบียบต่าง ๆ ตลอดจนลักษณะความ

ต้องการผลไม้ ที่เป็นปัจจุบันและถูกต้องให้แก่ทุกระดับของโซ่อุปทาน ตลอดจนสนับสนุนงานวิจัย เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไม้ผลทั้งทางด้านเทคโนโลยีและการจัดการ



ภาพที่ 2 ภาพรวมของแนวทางการปรับตัวเชิงรุกภายใต้ AEC ของผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน

ภาคผนวกที่ 4

รายงานการดำเนินการนำเงื่อนไขการรับทุนวิจัย

1. กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการไปใช้ประโยชน์

1. นำเสนอผลงานภาคบรรยายใน “การประชุมวิชาการพืชสวนแห่งชาติ ครั้งที่ 12” เรื่อง โอกาสและอุปสรรคของการค้าผลไม้ระหว่างไทยและอินโดนีเซีย ภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จัดโดย สมาคมพืชสวนแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2556 ณ ห้อง A (GH203) ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา กรุงเทพฯ ฯ

2. นำเสนอผลงานภาคบรรยายพิเศษ “การประชุมวิชาการวิทยาการหลังเก็บเกี่ยวแห่งชาติ ครั้งที่ 11” เรื่อง โอกาสและอุปสรรคของผลไม้ไทยใน ASEAN จัดโดย ศูนย์นวัตกรรมเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว หน่วยงานร่วมมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมื่อวันที่ 22 สิงหาคม 2556 ณ ห้องลีลาวดี 4 โรงแรมโนโวเทล หัวหิน ชะอำ บีช รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดเพชรบุรี

2. ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ กิจกรรมที่ดำเนินการมา และผลที่ได้รับตลอดโครงการ

2.1 ตารางเปรียบเทียบกิจกรรมที่วางแผนไว้ กิจกรรมที่ดำเนินการ และผลที่ได้รับตลอดโครงการ

วัตถุประสงค์	กิจกรรม (ตามแผน)	ผลที่ได้รับ	หมายเหตุ
วัตถุประสงค์ ข้อ 1 เพื่อศึกษา โซ่อุปทานผลไม้ส่งออก สำคัญของ ไทย ในมิติของคู่ค้าและคู่แข่ง กับอินโดนีเซีย	1. การรวบรวมข้อมูลทุกมิติ ของการ นำเข้าและส่งออกผลไม้ทั้งฝ่ายไทยและ อินโดนีเซีย	ได้ข้อมูล	บรรลุตาม แผน
	2. การระดมความคิดทีมนักวิจัยและ ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อกำหนดชนิดผลไม้ส่งออก สำคัญที่จะศึกษาอย่างน้อย 3 ชนิด	ได้ไม้ผลเป้าหมาย คือ ลำไย ทุเรียน มะพร้าว และ มะขาม	บรรลุตาม แผน
	3. ดำรวจผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน 3.1 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ได้แก่ เกษตรกรผู้เป็นต้นน้ำ ผู้รวบรวม/ตัวแทน จัดหาผลไม้ส่งออกผู้เป็นกลางน้ำ ผู้ส่งออก	สามารถวิเคราะห์ โซ่อุปทานของไม้ ผลแต่ละชนิด และ โซ่อุปทานไม้ผล	บรรลุตาม แผน

วัตถุประสงค์	กิจกรรม (ตามแผน)	ผลที่ได้รับ	หมายเหตุ
	ผู้เป็นปลายน้ำ และเจ้าหน้าที่หน่วยงาน ภาครัฐเอกชนและภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับโซ่ อุปทานผลไม้เป้าหมายส่งออกจากไทยไป อินโดนีเซีย 3.2 รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิการ นำเข้าผลไม้จากอินโดนีเซียมาไทยและการ กระจายสินค้าผลไม้นำเข้าโดยการสำรวจ ผู้นำเข้าผลไม้จากอินโดนีเซียมาไทย 3.3 สำรวจข้อมูลที่ดินอินโดนีเซีย	ของการค้าระหว่าง ไทยกับอินโดนีเซีย ได้	บรรลุตาม แผน
วัตถุประสงค์ ข้อ 2. เพื่อ วิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค ของการนำเข้าและส่งออก ผลไม้ระหว่างไทยและ อินโดนีเซีย และ 3. เพื่อคาดการณ์ ผลกระทบทั้งทางบวกและ ทางลบที่จะมีต่อโซ่อุปทาน ของผลไม้ ชนิดที่มี ความสำคัญในการค้าระหว่าง ไทยและอินโดนีเซีย	4.วิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิและปฐมภูมิ และ สำรวจข้อมูลเพิ่มเติมที่ต้องการขยายความ ชัดเจนของข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ (1) การวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของ การนำเข้าและส่งออกผลไม้ระหว่างไทย และอินโดนีเซีย (2) การวิเคราะห์ผลกระทบทางบวกและลบ ภายใต้ข้อตกลงประชาคมฯ	สามารถวิเคราะห์ (1) โอกาสและ อุปสรรคของการ นำเข้าและส่งออก ผลไม้ระหว่างไทย และอินโดนีเซีย (2) ผลกระทบ ทางบวกและลบ ภายใต้ข้อตกลง ประชาคมฯ และ (3) ศักยภาพ การส่งออกไม้ผล ลำไยและทุเรียน ตามแบบจำลอง เพชร	บรรลุตาม แผน
วัตถุประสงค์ ข้อ 4. เพื่อ กำหนดแนวทางในการ ปรับตัวเชิงรุกต่อข้อตกลง ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี พ.ศ. 2558 ของ ผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานของ ผลไม้ ชนิดที่มีความสำคัญใน การค้าระหว่างไทยและ อินโดนีเซีย	5. การประชุมระดมความคิดรับทราบ ข้อเสนอแนะ เพื่อแก้ไขและปรับปรุง รายงานฉบับร่าง 6. จัดทำรูปเล่มและส่งรายงานฉบับสมบูรณ์	ได้รายงานฉบับ สมบูรณ์ และ บทความสำหรับ เผยแพร่	บรรลุตาม แผน

2.2 ตารางเปรียบเทียบ Output ที่เสนอในข้อเสนอโครงการ และที่ทำได้จริง

Output		ในกรณีล่าช้า (ผลสำเร็จไม่ถึง 100%) ระบุสาเหตุ และการแก้ไขที่ท่านดำเนินการ
กิจกรรมในข้อเสนอโครงการ	ผลสำเร็จ (%)	
1. การรวบรวมข้อมูลทุกข้อมูมิ ของการนำเข้าและส่งออกผลไม้ทั้งฝ่ายไทยและอินโดนีเซีย	100%	
2. การระดมความคิดทีมนักวิจัยและผู้เชี่ยวชาญ เพื่อกำหนดชนิดผลไม้ส่งออกสำคัญที่จะศึกษาอย่างน้อย 3 ชนิด	100%	
3. ดำรวจผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน 3.1 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ได้แก่ เกษตรกรผู้เป็นต้นน้ำ ผู้รวบรวม/ตัวแทนจัดหาผลไม้ส่งออกผู้เป็นกลางน้ำ ผู้ส่งออก ผู้เป็นปลายน้ำ และเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐเอกชนและภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโซ่อุปทานผลไม้เป้าหมายส่งออกจากไทยไปอินโดนีเซีย 3.2 รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิการนำเข้าผลไม้จากอินโดนีเซียมาไทยและการกระจายสินค้าผลไม้นำเข้าโดยการสำรวจผู้นำเข้าผลไม้จากอินโดนีเซียมาไทย 3.3 ดำรวจข้อมูลที่อินโดนีเซีย	100%	
4.วิเคราะห์ข้อมูลทุกข้อมูมิและปฐมภูมิ และสำรวจข้อมูลเพิ่มกรณีที่ต้องการขยายความชัดเจนของข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ 4.1 การวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของการนำเข้าและส่งออกผลไม้ระหว่างไทยและอินโดนีเซีย 4.2 การวิเคราะห์ผลกระทบทางบวกและลบภายใต้ข้อตกลงประชาคมฯ 4.3 ศักยภาพการส่งออกไม้ผลลำไยและทุเรียน ตามแบบจำลองเพชร	100%	
5. การประชุมระดมความคิดรับทราบข้อเสนอแนะ เพื่อแก้ไขและปรับปรุงรายงานฉบับร่าง	100%	
6. จัดทำรูปเล่มและส่งรายงานฉบับสมบูรณ์และบทความสำหรับเผยแพร่	100%	
7. การนำผลจากโครงการไปใช้ประโยชน์ 7.1 นำเสนอผลงานภาคบรรยายใน “การประชุมวิชาการพืชสวนแห่งชาติ ครั้งที่ 12 วันที่ 9 พฤษภาคม 2556 ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา กรุงเทพฯ” 7.2 นำเสนอผลงานภาคบรรยายพิเศษ “การประชุมวิชาการวิชาการหลังเก็บเกี่ยวแห่งชาติ ครั้งที่ 11” วันที่ 22 สิงหาคม 2556 ณ โรงแรมโนโวเทล หัวหินชะอำ บีช รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดเพชรบุรี	100%	