

บทคัดย่อ

การศึกษาระบบตลาดผักและผลไม้ไทยสู่ประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ ภายใต้กรอบ AEC เป็นงานวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ พบว่า มีช่องทางการจำหน่ายโดยผ่านผู้เกี่ยวข้องตั้งแต่ ผู้ผลิตมีทั้งกลุ่มวิสาหกิจและเกษตรกรรายย่อย คนกลาง คือผู้รวบรวม ผู้ส่งออกระดับชาติ ผู้ส่งออกระดับท้องถิ่น นายหน้าขนาดใหญ่ และสุโงโก-ลก ที่ตลาดปลายทางในมาเลเซีย นำเข้าโดยผู้ค้าส่ง และสิงคโปร์โดยผ่านผู้นำเข้า ตลาดผู้บริโภคในมาเลเซียเป็นตลาดสด ร้อยละ 55 – 60 ในขณะที่สิงคโปร์เป็นร้านค้าปลีกสมัยใหม่ร้อยละ 60 – 70 สำหรับปัญหาที่สำคัญของ ตลาดผักและผลไม้ไทยไปสู่มาเลเซียและสิงคโปร์ คือ การรักษามาตรฐาน และคุณภาพ ปัญหาการออกกฎระเบียบเพื่อการกีดกันค้าสินค้าผักและผลไม้ไทย สำหรับระบบโลจิสติกส์ผักและผลไม้พบว่าไทยต้องปรับปรุงในข้อตกลงระหว่างประเทศไทยและมาเลเซีย และสิงคโปร์ โดยให้รถขนส่งไทยสามารถขนส่งสินค้าผ่านได้สะดวกเช่นเดียวกับที่มาเลเซียเข้าไทยได้ง่าย การปรับตัวในห่วงโซ่อุปทาน ต้องร่วมกันพัฒนาระบบตลาดทั้งผู้ผลิต คนกลางไทยและภาครัฐ (Co-Create Marketing) พัฒนาตัวเองสู่ความเป็นสากล กลยุทธ์เพื่อการแข่งขันการส่งออกผัก ผลไม้ของไทย คือต้องสร้างตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) ให้แก่สินค้าแต่ละประเภท การสร้างความเชื่อมั่น ที่เข้มแข็งให้กับลูกค้า และการสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มผู้ผลิตผักและผลไม้ไทยภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

Abstract

The study of Thai vegetable and fruit market system to Malaysian and Singapore markets under ASEAN Economic Community (AEC) was a study of both qualitative and quantitative method. The study found that there was a channel of selling products through those related who were groups of enterprises and small holding farmers. Middlemen were those of product collectors, national exporters, local exporters, Hat Yai brokers, and Sungai Kolok brokers. At destination market in Malaysia, products would be imported by wholesalers. For Singapore destination, products would be imported by national importers. In Malaysia, 55 - 60 percent of consumer markets were fresh markets when 60 -70 percent of those in Singapore were modernized retail stores. The major problems of Thai vegetables and fruit market system to Malaysian and Singapore markets were keeping of products to meet standard and qualification requirements and issuing of rules and regulations to obstruct Thai vegetables and fruit products. For logistics system of vegetables and fruits, the study found that Thai entrepreneurs needed to negotiate among Thailand, Malaysia, and Singapore for the improvements of truck transportation to let trucks from Thailand pass through Malaysian borders as conveniently as those from Malaysia to Thailand. The supply chain needed to have collaborative adjustment from producers, Thai middlemen, and government sector to develop the co-create marketing system that could further lead to international level. Then he study suggested that the competition strategies of exporting Thai vegetables and fruits were creating of market positioning for each type of products, strengthening beliefs among customers, and strengthening of producing groups for Thai vegetable and fruit producers under AEC.