สัญญาที่ RDG5650112

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ "การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด มาตรฐาน และต้นทุนการขนส่งเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการส่งออกผลไม้เศรษฐกิจของสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคเหนือตอนบนไปยังกลุ่มประเทศ BIMSTEC"

คณะผู้วิจัย

รศ.ดร.เริงชัย ตันสุชาติ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ดร.ฉัตรฤดี จองสุริยะภาส	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
ดร.อัครพล นิมมลรัตน์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สนับสนุนโดยสำนักคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว.ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

บทสรุปผู้บริหาร

ในปัจจุบันการค้าตลาดผลไม้เพื่อส่งออกของไทยไปยังต่างประเทศตกอยู่ในอำนาจของพ่อค้าคนกลางและผู้ส่งออกส่งผลให้เกษตรกรถูกเอารัดเอาเปรียบในเรื่องของราคา ดังนั้นจึงมีการผลักดันแนวคิดเรื่องการรวมกลุ่มของเกษตรกรหรือสหกรณ์การเกษตรที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับผลไม้ แต่ก็ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร โดยสหกรณ์การเกษตรผลไม้ส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ และประสบการณ์ในการส่งออก

ในอดีตประเทศไทยมีการส่งออกผลไม้ไปยังประเทศในกลุ่มประเทศ BIMSTEC เป็นจำนวนมาก โดยในปี 2556 มีปริมาณการส่งออกรวม 39,915 ตัน คิดเป็นมูลค่า 29 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยประเทศในกลุ่ม BIMSTEC ที่มีปริมาณการนำเข้าผลไม้มากที่สุดคือประเทศพม่า (ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าเพื่อส่งออกต่อไปยังประเทศจีน) รองลงมาคือ อินเดีย บังกลาเทศ เนปาล ศรีลังกา และภูฏานตามลำดับ แต่บทบาทของสหกรณ์ในการส่งออกนั้นกลับมีน้อยมาก และจากประเด็นปัญหาดังกล่าวจึงนำมาสู่ประเด็นในการวิจัยครั้งนี้ว่า โอกาสของผลไม้ไทย (กรณีศึกษาลำไยสด) ในสาธารณรัฐอินเดียและสาธารณรัฐประชาชนบังกลาเทศเป็นอย่างไร รูปแบบการบริหารจัดการสหกรณ์ควรเป็นอย่างไรเพื่อเป็นการลดอำนาจการผูกขาดของผู้ส่งออก และเพื่อช่วยเหลือสมาชิกในกลุ่มสหกรณ์ในการระบายผลผลิต

ดังนั้นวัตถุประสงค์ของโครงการนี้คือ (1) ศึกษาโอกาสทางการตลาด และมาตรฐานการส่งออกผลไม้ของสหกรณ์ในภาคเหนือตอนบนของไทยไปยังกลุ่มประเทศ BIMSTEC (2) ศึกษาต้นทุนและรูปแบบการจัดการการขนส่งของสหกรณ์ผู้ส่งออกผลไม้ไปยังตลาดเป้าหมาย (3) เพื่อเสนอแนวทางการจัดการด้านการตลาด และการขนส่งที่สามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขันสำหรับการส่งออกผลไม้ให้แก่สหกรณ์ของไทย

ห่วงโซ่อุปทานการส่งออกลำไยสดไปยังประเทศอินเดียและบังกลาเทศ

ห่วงโซ่ต้นน้ำจะประกอบไปด้วยเกษตรกรชาวสวนลำไย ผู้รวบรวมผลผลิตโดยตรง หรือพ่อค้าในท้องถิ่น และสหกรณ์ โดยพ่อค้าท้องถิ่นถือได้ว่าเป็นตัวสำคัญในการเชื่อมโยงระหว่างเกษตรกรกับล้ง

ในส่วนของห่วงโซ่กลางน้ำภายในประเทศ ในกิจกรรมกรส่งออกจะมีผู้ดำเนินกิจกรรมหลักอยู่ 3 ลักษณะคือ (1) ผู้ประกอบการส่งออกลำไยสด (ล้งลำไยสด) เพื่อการส่งออก (2) ผู้ประกอบการชาวไทยที่รวบรวมผลไม้ไทยเพื่อการส่งออก (3) ผู้ประกอบการชาวต่างประเทศที่รวบรวมผลไม้ไทยเพื่อการส่งออก โดยในการขนส่งลำไยไปอินเดีย และบังคลาเทศจะมีอยู่ 2 รูปแบบ คือ (1) ทางน้ำ ในการขนส่งทางเรือจะออกแหลมฉบังไปยังท่าเรือสำคัญท่าเรือมุมไบ (Port of Mumbai) เมืองมุมไบ และท่าเรือเจนไน (Chennai Port) เมืองเจนไน อย่างไรก็ตามการขนส่งทางเรือจะมีเฉพาะในช่วงฤดูลำไยเท่านั้น (กรกฎาคม-สิงหาคม) นอกจากนี้ในส่วนของบังคลาเทศจะไม่มีการขนส่งทางเรือเนื่องจากความต้องการลำไยมีน้อย (2) การขนส่งทางอากาศ จะมีปริมาณเที่ยวบินตลอดทั้งปี แต่จะเป็นการส่งในรูปแบบของผลไม้รวม (Mixed Fruit) โดยมีเมืองหลักที่สำคัญของอินเดีย ได้แก่ กรุงนิวเดลี มุมไบ เจนไน เป็นต้น และเมืองหลวงของบังกลาเทศคือ กรุงธากา

ในการส่งออกก็จะต้องมีการจัดเตรียมเอกสาร ขั้นตอน พิธีการศุลกากรที่หลากหลาย ซึ่งส่วนมากผู้ส่งออกมักจะเลือกใช้บริการของชิปปิ้งมาเป็นตัวแทนในการส่งออก ทั้งในการขอใบรับรองสุขอนามัยพืช ใบรับรอบแหล่งกำเนิดสินค้า พิธีการศุลกากร และการจองเครื่องบิน หรือเรือ เพื่อเป็นการลดความยุ่งยากของตัวผู้ส่งออกเอง และเพื่อสิทธิพิเศษบางอย่างจากทางสายการบิน หรือสายเดินเรือ

ในห่วงโซ่ปลายน้ำเริ่มตั้งแต่ผู้นำเข้าไปจนถึงผู้บริโภคในประเทศอินเดียและบังกลาเทศ เมื่อลำไยไปถึงยังจุดหมายแล้วก็จะถูกกระจายต่อไปยังแหล่งจำหน่ายต่างๆ โดยผู้นำเข้า ซึ่งตลาดค้าส่งผลไม้ที่สำคัญของเมืองต่างๆ ได้แก่ ตลาด Azadpur Mandi (กรุงนิวเดลี) ตลาด APMC (เมืองมุมไบ) ตลาด Koyambedu Wholesale Market Complex (KWMC) (เมืองเจนไน) ส่วนตลาดค้าส่งผลไม้ของกรุงธากาประเทศบังกลาเทศคือ ตลาด Badamtoli Market จากนั้นลำไยก็จะถกกระจายต่อไปยังห้างสรรพสินค้าชั้นนำ โรงแรม ร้านจำหน่ายผักผลไม้ปลีกทั้งในรูปแบบร้านที่ทันสมัย และในตลาดสดเพื่อจำหน่ายปลีกต่อไป

ต้นทุนและรูปแบบการจัดการการขนส่งของสหกรณ์ผู้ส่งออกผลไม้ไปยังตลาดอินเดียและบังกลาเทศ

ในการขนส่งลำไยจะมีอยู่ด้วยกัน 3 รูปแบบคือ การขนส่งทางน้ำ การขนส่งทางอากาศ และการขนส่งทางบก ซึ่งทั้ง 3 รูปแบบก็จะมีข้อดีและข้อเสียที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้ (1) การขนส่งทางน้ำ ในการขนส่งทางน้ำหรือการขนส่งทางเรือจะเหมาะสมกับการขนส่งสินค้าในคราวละมากๆ โดยมีต้นทุนการขนส่งลำไยสดเฉลี่ยเท่ากับประมาณ 9 บาท / กิโลกรัม ซึ่งจะเห็นได้ว่าข้อดีก็คือสหกรณ์สามารถส่งออกลำไยสดในฤดูได้ในปริมาณที่มาก แต่อย่างไรก็ตามปัญหาของการขนส่งทางเรือก็คือปริมาณคำสั่งซื้อของสินค้าจะต้องมีมากพอที่จะสามารถขึ้นตู้ได้ คู่ค้าหรือผู้นำเข้าจะต้องมีตลาดหรือช่องทางในการกระจายและจำหน่ายสินค้าที่มากพอ (2) การขนส่งทางอากาศ เหมาะกับการขนส่งสินค้าครั้งละไม่มาก โดยข้อดีของการขนส่งทางอากาศก็คือไม่จำเป็นต้องมีสินค้ามากเหมือนกับการขนส่งทางเรือ สามารถส่งสินค้าได้ตลอดทั้งปี คราวละไม่มาก ผลไม้ที่ส่งออกจึงรักษาความสดได้ แต่ก็จะมีข้อเสียในเรื่องของต้นทุนการขนส่ง ต้นทุนการขนส่งทางอากาศของลำไยสดโดยเฉลี่ยเท่ากับ 106 บาท/กิโลกรัม (3) การขนส่งทางบก ปัจจุบันมีหลายเส้นทางที่เป็นไปได้และทุกเส้นทางจะต้องผ่านประเทศพม่า โดยเส้นทางแรก เป็นเส้นทางที่ขนส่งลำไยสดผ่านจุดผ่านแดนถาวรด่านพรมแดนแม่สอดที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตากที่เชื่อมโยงเมืองเมียวดี รัฐกะเหรี่ยง ประเทศพม่า ส่วนเส้นทางที่ 2 เป็นเส้นทางที่ออกทางจุดผ่านแดนถาวรแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงรายเข้าทางด่านพรมแดนท่าขี้เหล็ก แขวงท่าขี้เหล็ก รัฐฉาน ประเทศพม่า โดยทั้งสองเส้นทางในประเทศพม่าจะมีปลายทางที่เมืองตามู (Tamu) ของประเทศพม่าที่เชื่อมกับเมืองมอเรห์ (Moreh) รัฐมณีปุระเพื่อเข้าสู่ 7 รัฐทางด้านตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศอินเดีย ซึ่งได้แก่ รัฐอัสสัม รัฐอรุณาจัล รัฐมณีปุระ รัฐมิโซรัม รัฐตริปุระ รัฐเมฆกัลยา และรัฐนากาแลนด์ อย่างไรก็ตามด้วยสภาพถนน และสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านการขนส่งทางรถยนต์ในประเทศพม่าที่ยังไม่พร้อม ส่งผลให้ไม่มีการขนส่งผลไม้ในเชิงการค้าในเส้นทางบกผ่านประเทศพม่า แต่หากในอนาคตพม่ามีการลงทุนและพัฒนาถนนและระบบการขนส่งให้ดีขึ้น ก็อาจมีความเป็นไปได้สำหรับการขนส่งผ่านเส้นทางทางบกนี้

โอกาสทางการตลาด และมาตรฐานการส่งออกผลไม้ของสหกรณ์ในภาคเหนือตอนบนของไทยไปยังกลุ่มประเทศ BIMSTEC

ปัจจุบันไทยพึ่งพาประโยชน์จาก TIFTA และ AIFTA เสียเป็นส่วนใหญ่ โดยอินเดียไม่มีการเก็บภาษีนำเข้าผลไม้จากประเทศไทยหลายชนิดรวมถึงลำไยสด แต่ยังคงมีการเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษี Octroi ในแต่ละรัฐ นอกจากนี้อินเดียไม่เข้มงวดและไม่มีการกำหนดมาตรฐานในการตรวจสินค้าลำไยสดที่นำเข้าจากประเทศไทย ทำให้มีโอกาสในส่งออกเพิ่มมากขึ้น ในส่วนของประเทศบังคลาเทศ เนื่องจากยังไม่มีข้อตกลงทางการค้าร่วมระหว่างไทยและบังกลาเทศ รวมถึงความตกลงการค้าบีมสเทคที่ยังไม่มีข้อตกลงที่เป็นรูปธรรม จึงทำให้ผลไม้สดของไทยถูกเก็บภาษีนำเข้าในอัตราที่สูงถึงร้อยละ 91.89 แต่ในส่วนของมาตรฐานและข้อบังคับอื่นๆ เรามีศักยภาพเพียงพอที่ทำให้ผ่านเกณฑ์ข้อบังคับเหล่านั้นได้

สำหรับโอกาสทางการตลาดของผลไม้ไทยโดยเฉพาะลำไยสดไทยในประเทศอินเดียและบังคลาเทศ ไทยมีจุดแข็งหลายประการได้แก่ ความเหมาะสมทั้งทางด้านภูมิอากาศของไทย ความรู้ทางด้านการจัดการสวนและการบังคับลำไยให้ออกนอกฤดูของเกษตรกร ทำให้สามารถส่งออกลำไยสดได้ทั้งปี และผลไม้ไทยถือเป็นผลไม้กลุ่ม Exotic โดยมีกลุ่มผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มที่มีรายได้สูงและสูงมาก (Niche Market) นอกจากนี้ชาวอินเดียและบังกลาเทศความเชื่อว่าผลไม้ไทยเป็นผลไม้ที่มีคุณภาพสูง จึงทำให้ผลไม้ไทยมักจะถูกนำไปใช้ในเทศกาลต่างๆ

จุดอ่อนที่สำคัญของตลาดลำไยสดไทยในอินเดียและบังกลาเทศคือ คุณภาพของลำไยสดที่ส่งออกไปจำหน่ายในอินเดียและบังกลาเทศยังไม่มีคุณภาพที่แน่นอน ผู้จำหน่ายไม่มีความรู้ด้านการเก็บรักษาลำไยสดให้ยังคงคุณภาพที่เหมาะสม ผู้บริโภคในทั้ง 2 ประเทศมีส่วนน้อยมากที่รู้จัก รู้ซื้อและรู้กินลำไยอย่างถูกต้อง และนอกจากนี้ราคาลำไยใน 2 ประเทศมีราคาสูงเนื่องจากเป็นการขนส่งทางเครื่องบิน

ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการด้านการตลาด และการขนส่งที่สามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขันสำหรับการส่งออกผลไม้ให้แก่สหกรณ์ของไทย

1. ข้อเสนอแนะแนวทางเพิ่มศักยภาพทางด้านการตลาดและการขนส่งในห่วงโซ่อุปทานการส่งออกผลไม้กรณีศึกษาลำไยสดไปยังประเทศอินเดียและบังกลาเทศ

1.1 ข้อเสนอแนะทางด้านต้นน้ำ

- ส่งเสริมให้เกษตรกรทำลำไยนอกฤดูเพื่อแก้ปัญหาลำไยสดล้นตลาดและราคาตกต่ำ
- ควรมีการจัดอบรมเทคนิคการผลิตและการจัดการสวนสำหรับลำไยนอกฤดูให้แก่เกษตรกร รวมถึงการอบรมการผลิตลำไยคุณภาพ
- ส่งเสริมให้มีการวิจัยและส่งเสริมให้ความรู้แก่เกษตรกรเกี่ยวกับการบริหารจัดการฟาร์ม
- รัฐบาลควรจะมีการเข้ามาแทรกแซงโดยการกำหนดราคาขั้นต่ำของผลผลิตเพื่อเป็นการช่วยเหลือเกษตรกร

- รัฐบาลควรสร้างกลไกในการกำหนดราคาให้มีความแตกต่างระหว่างลำไยที่มีคุณภาพได้ GAP และไม่มี GAP เพื่อจูงใจให้เกษตรกรชาวสวนลำไยตื่นตัวและปรับการผลิตลำไยในฤดูให้เข้าสู่มาตรฐานของ GAP

- ควรจะมีการตกลงทำสัญญาซื้อขายผลผลิตกันอย่างเป็นทางการระหว่างเกษตรกรกับผู้รับซื้อ โดยอาจจะทำออกมาในรูปแบบของเอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร ที่แสดงให้เห็นถึงราคา ปริมาณการที่จะทำการซื้อขายกันอย่างชัดเจน เพื่อเป็นการป้องกันการทำผิดสัญญาทั้ง 2 ฝ่าย

1.2 ข้อเสนอแนะทางด้านกลางน้ำ

- ภาครัฐควรเข้ามาสนับสนุน ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการชาวไทยที่สนใจที่จะส่งผลไม้เพื่อไปจำหน่ายในอินเดียและบังกลาเทศเพิ่มมากขึ้น ทั้งการให้ความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบข้อบังคับ การทำจับคู่ทางการค้า (Business Matching) การนำผู้ประกอบการที่สนใจไปศึกษาดูงานหรือลู่ทางการค้าในประเทศเป้าหมาย

- สายการบินควรเพิ่มเส้นทางบินจากสนามบินอื่นภายในประเทศไทย โดยเฉพาะท่าอากาศยานเชียงใหม่ไปยังอินเดียและบังกลาเทศ ซึ่งจะช่วยลดระยะเวลาการดำเนินทางให้สั้นลง และต้นทุนการขนส่งทางเครื่องบินที่ลดลง

1.3 ข้อเสนอแนะทางด้านปลายน้ำ

- ภาครัฐควรเร่งเจรจาในระดับทวิภาคีให้มีการลดภาษีเพื่อให้ผลไม้ไทยได้มีโอกาสในการขยายตลาดในประเทศบังกลาเทศเพิ่มมากขึ้น

- ควรดำเนินกิจกรรมส่งเสริมตลาดให้แก่ผลไม้ไทย เช่น การร่วมมือกับผู้ขายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยให้เป็นที่รู้จักแก่ผู้บริโภคชาวอินเดียและบังกลาเทศ

2. ข้อเสนอแนะแนวทางสำหรับสหกรณ์ที่สนใจที่จะดำเนินธุรกิจส่งออกลำไยสดไปยังประเทศอินเดียและบังกลาเทศ

2.1 สินค้า สหกรณ์ต้องการให้ผู้นำเข้าหรือมีผู้ประกอบการหรือผู้ส่งออกเข้ามาร่วมกับสหกรณ์ในช่วงแรก โดยร่วมกับสหกรณ์ในการคัดเกรดและการกำหนดราคาที่สหกรณ์ เพื่อให้สหกรณ์ได้เรียนรู้ โดยสหกรณ์อาจทำหน้าที่เป็นเพียงผู้รวบรวมผลผลิตให้ในช่วงแรก แต่เมื่อสหกรณ์ได้เรียนรู้และมีความชำนาญแล้ว สหกรณ์จะสามารถดำเนินการด้วยตนเองได้

2.2 ระบบการชำระเงิน ควรเป็นระบบชำระเงินแบบจ่ายสด เนื่องจากสหกรณ์ดำเนินการในรูปของคณะกรรมการของสหกรณ์โดยมีเป้าหมายเพื่อสมาชิกของสหกรณ์ ดังนั้นสหกรณ์จึงสามารถแบกรับความเสี่ยงได้น้อย

2.3 เงินทุนที่ใช้ ผู้นำเข้าต้องวางเงินส่วนหนึ่งเพื่อเป็นทุนในการจัดหาลำไยสดส่งออกตามคำสั่งซื้อและเป็นเงินมัดจำ

2.4 ความแน่นอนในการคำสั่งซื้อ สหกรณ์ต้องการความแน่นอนในรูปของสัญญาซื้อขายล่วงหน้าที่ลงในรายละเอียด เช่น ลักษณะของสินค้า ปริมาณ ราคา และเวลาการส่งมอบ

2.5 ความช่วยเหลือจากภาครัฐบาล ในช่วงแรก สหกรณ์ต้องการให้รัฐบาลเข้ามาให้ความรู้แก่สหกรณ์ โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับตลาดของประเทศอินเดียและบังกลาเทศ การเปิดตลาด การ

ประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงการทำจับคู่ทางการค้า (Business Matching) การหาตัวแทนในการส่งออก การให้ความรู้เกี่ยวกับการส่งออก พิธีการศุลกากร และข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการส่งออกอื่นๆ รวมถึงการจัดหาเงินทุน เพื่อเป็นการสนับสนุนและผลักดันให้สหกรณ์ที่สนใจเข้ามาดำเนินการส่งออกลำไยสดไปต่างประเทศมากขึ้น

2.6 การส่งออกสินค้าแปรรูปลำไย ลำไยอบแห้ง ในขั้นแรกสหกรณ์เสนอให้มีการทดลองส่งลำไยอบแห้ง ซึ่งจัดเป็นสินค้าแปรรูปไปจำหน่ายในประเทศอินเดียเพื่อเป็นการเปิดตลาด และประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก

การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด มาตรฐาน และต้นทุนการขนส่งเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการส่งออกผลไม้เศรษฐกิจของสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคเหนือตอนบนไปยังกลุ่มประเทศ BIMSTEC

รศ. ดร. เริงชัย ตันสุชาติ ดร.ฉัตรฤดี จองสุริยะภาส และ ดร.อัครพล นิมมลรัตน์

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้คือ ศึกษาโอกาสทางการตลาด และมาตรฐานการส่งออกผลไม้ ศึกษาต้นทุนและรูปแบบการจัดการการขนส่งของสหกรณ์ผู้ส่งออกผลไม้ไปยังตลาดเป้าหมาย เพื่อเป็นเสนอแนวทางการจัดการด้านการตลาดและการขนส่งที่สามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขันสำหรับการส่งออกผลไม้ให้แก่สหกรณ์ของไทย ขอบเขตของการศึกษาของสินค้าคือลำไยสด และประเทศผู้นำเข้าคือ อินเดียและบังกลาเทศ การวิจัยนี้อยู่บนพื้นฐานของการวิจัยเชิงสำรวจร่วมกับการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน การวิเคราะห์ต้นทุนการขนส่ง การวิเคราะห์สวอต และการวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาดของลำไยสดไปยังประเทศอินเดียและบังกลาเทศ ผลการศึกษาพบว่า ในการส่งออกลำไยไปอินเดียนั้นดำเนินการภายใต้กรอบการค้าเสรีไทย-อินเดีย (ITFTA) โดยไม่เสียภาษีนำเข้า และไม่มีข้อกำหนดในการตรวจลำไยสดก่อนเข้าอินเดีย ส่วนการส่งลำไยสดไปบังกลาเทศนั้นจะต้องเสียภาษีหลายชนิดรวมทั้งหมดร้อยละ 91.89 อินเดียและบังกลาเทศมีการนำเข้าลำไยสดจากประเทศไทยตลอดทั้งปี การขนส่งลำไยสดส่วนใหญ่เป็นการขนส่งทางเครื่องบินโดยสายการบินไทย จากสนามบินสุวรรณภูมิไปยังสนามบินเมืองสำคัญต่างๆของอินเดีย เช่น นิวเดลี มุมไบ เชนไน เป็นต้น โดยผู้ส่งออกจะดำเนินการรวบรวมผลไม้ตามคำสั่งของผู้นำเข้าจากตลาดค้าส่งผลไม้ เช่น ตลาดไท ตลาดสี่มุมเมือง ในการดำเนินพิธีการศุลกากรและเอกสารต่างๆ ผู้ส่งออกจะดำเนินการผ่านบริษัทชิปปิ้ง แต่หากเป็นการส่งออกลำไยสดทางเรือจะดำเนินการเฉพาะลำไยในฤดูเท่านั้น โดยส่งออกที่ท่าเรือแหลมฉบังไปยังท่าเรือของเมืองเชนไนและมุมไบ สำหรับโอกาสทางการตลาดนั้นด้วยประชากรของอินเดียที่มีมากเป็นอันดับ 2 ของโลก และมีประชากรที่มีรายได้สูงถึงร้อยละ 10 ของประเทศ ประกอบกับชาวอินเดียมีทัศนะคติที่ดีต่อผลไม้ไทยทั้งด้านรสชาติและคุณภาพและมีความต้องการใช้ผลไม้ไทยสำหรับการเฉลิมฉลองในเทศกาลสำคัญทางศาสนา ในขณะที่บังกลาเทศนั้นหากพิจารณาภาพรวมนั้นมีโอกาสทางการตลาดน้อยกว่าเนื่องจากเป็นประเทศด้อยพัฒนา แต่สำหรับผลไม้ของไทยซึ่งเป็นสินค้าคุณภาพสูงยังมีโอกาสทางการตลาดสูงสำหรับผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม ในมุมมองของสหกรณ์การเกษตรที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับลำไยมีความสนใจและเห็นถึงโอกาสทางการตลาดในการส่งลำไยสดไปจำหน่ายในอินเดียและบังกลาเทศ โดยรูปแบบการส่งออกนั้นในเบื้องต้นสหกรณ์ต้องการทราบข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ลักษณะของสินค้าที่เป็นที่ต้องการของผู้นำเข้า รูปแบบการกำหนดราคาและการชำระเงิน และต้องการให้ผู้นำเข้าเข้ามาร่วมดำเนินการในช่วงแรก เช่น การคัดเกรด การเตรียมของเพื่อส่งออก

Abstract

The objectives of this study were to study market opportunities and fruit export standards, and to study cost and transportation management system of Cooperative export fruit to the target market, in order to propose guidelines for management of marketing and transportation that can enhance the competitiveness of fruit export for Cooperative of Thailand. The scope of this study was fresh longan and the importing countries were India and Bangladesh. This study was based on survey research, supply chain analysis, cost analysis, SWOT analysis and marketing mix analysis of exporting fresh longan to India and Bangladesh. Results found that exporting longan to India was conducted within the framework of the India-Thailand Free Trade Area (ITFTA) by no import duties and no terms of fruit inspection before entering India. To export fruits to Bangladesh, imported fruits must be subjected to import taxes and duties by the many different types of taxes and duties with total tax burden 91.89%. India and Bangladesh have been imported fruits from the UK throughout the year. Fruits are mainly transported by air mode, Thai Airways. The major longan transportation is by Thai Airways aircraft which depart from Suvarnabhumi airport to airports in major cities of India such as New Delhi, Mumbai, Chennai and so on. The exporter will collect the fruits by ordering of the importer from wholesale fruit markets, such as Talaad Thai and Si Mum Mueang Central Market. For customs clearance and legalized export documents, exporter will use logistic and shipping company services. However, for exports longan by sea, export will be performed only in in-seasonal longan and departed from Laemchabang Port to the port of Chennai and Mumbai. For marketing opportunities, with a population of India is the second largest in the world and population with high- incomes up to 10 percent of the country, and the Indian has very good attitude towards Thai fruit in both flavors and qualities and the demand for fruits in Thailand for celebrating religious festivals. While Bangladesh is considering as the overall market opportunity is lower due to the underdeveloped country, but for all of Thai fruits, which are high quality, there are market opportunities for specific consumer groups. In view of the agricultural cooperatives related to longan, they are interested in and see the marketing opportunities of sending fresh longan to India and Bangladesh. The export model, in preliminary, cooperative want to know about the behavior of consumers, the description of goods as required by the importer, pricing and payment, and requirement for the importer to join the action in the beginning such as the grading and preparation fruit for export.

กิตติกรรมประกาศ

โครงการการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด มาตรฐาน และต้นทุนการขนส่งเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ ในการส่งออกผลไม้เศรษฐกิจของสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคเหนือตอนบน ไปยังกลุ่มประเทศ BIMSTEC คณะผู้วิจัยขอบพระคุณท่านประธานและผู้จัดการสหกรณ์การเกษตรที่เข้าร่วมโครงการวิจัยและให้ความร่วมมือในครั้งนี้

นอกจากนี้คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้อำนวยการอดุลย์ โชตินิสากรณ์ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศเมืองมุมไบ และ ผู้อำนวยการชวลิต โรจนประภายนต์ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศกรุงนิวเดลี และ ผู้อำนวยการวัชรา ชำนาญวงษ์สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศกรุงธากา ที่ให้ความช่วยเหลือทั้งข้อมูลที่เป็นประโยชน์และการลงพื้นที่ของนักวิจัย

สุดท้ายนี้คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณเกษตรกร ผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ดำเนินธุรกิจในห่วงโซ่อุปทานส่งออกลำไยไปอินเดียและบังคลาเทศ ที่ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์สำหรับโครงการในครั้งนี้ ทำให้โครงการวิจัยสามารถดำเนินไปได้ด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ แนวความคิดที่เป็นประโยชน์ทั้งปวง คณะผู้วิจัยขอน้อมรับและจะนำไปใช้ประโยชน์ในการทำงานในอนาคต องค์ความรู้ที่เกิดจากโครงการวิจัยนี้ขอให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศชาติโดยรวมต่อไป

คณะผู้จัดทำ

สารบัญ

		หน้า
บทคัดย่อ		บ1
สารบัญรูปผู้วิจัย		
บทที่ 1 บทนำ		1-1
1.1	ความเป็นมาและความสำคัญ	1-1
1.2	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	1-3
1.3	ขอบเขตการศึกษา	1-4
1.4	วิธีการศึกษา	1-6
1.4	ประโยชน์จากการศึกษา	1-8
บทที่ 2 วรรณกรรม ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง		2-1
2.1	ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	2-1
2.2	การทบทวนวรรณกรรม	2-6
บทที่ 3 ห่วงโซ่อุปทานและรูปแบบการจัดการขนส่งลำไยสดจากภาคเหนือของไทยไปยังสาธารณรัฐอินเดียและสาธารณรัฐประชาชนบังคลาเทศ		3-1
3.1	การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานและรูปแบบการจัดการขนส่งผลไม้ (ลำไยจากภาคเหนือ) ไปยังอินเดีย และบังคลาเทศ	3-1
3.2	ลักษณะตลาด	3-52
3.3	การไหลของข้อมูล	3-76
3.4	การไหลของเงิน	3-77
3.5	การวิเคราะห์ต้นทุนและรูปแบบการจัดการการขนส่งของสหกรณ์	3-78
บทที่ 4 มาตรฐาน ข้อบังคับ และระเบียบปฏิบัติในการค้าลำไยและโอกาสทางการตลาด		4-1
4.1	มาตรฐาน ข้อบังคับ และระเบียบปฏิบัติในการส่งออกลำไยของไทย	4-1
4.2	มาตรฐาน ข้อบังคับ และระเบียบปฏิบัติการนำเข้าลำไยของอินเดีย	4-12
4.3	มาตรฐาน ข้อบังคับ และระเบียบปฏิบัติการนำเข้าลำไยของบังคลาเทศ	4-34
4.4	การศึกษาโอกาสทางการตลาดของการส่งออกผลไม้ของสหกรณ์ในภาคเหนือตอนบนของไทยไปยังกลุ่มประเทศ BIMSTEC	4-42
4.5	แนวทางการจัดการด้านการตลาดและการขนส่งเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันสำหรับการส่งออกลำไยของสหกรณ์	4-65

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ 5-1

5.1 สรุปผลการวิจัย 5-1

5.2 ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการด้านการตลาด และการขนส่งที่สามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขันสำหรับการส่งออกผลไม้ให้แก่สหกรณ์ของไทย 5-8

บรรณานุกรม บ-1

ภาคผนวก ผ-1

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	การกระจายผลผลิตของสหกรณ์รอบปีผลผลิตลำไยปี 2556	3-11
3.2	รายชื่อสนามบินที่มีการขนส่งพาณิชย์โดยสายการบินไทยจากสนามบินสุวรรณภูมิไปยังอินเดีย	3-23
3.3	กำหนดตารางเวลาการบินของเครื่องบินพาณิชย์สายการบินไทยจากสนามบินสุวรรณภูมิไปเมืองต่างของอินเดีย	3-24
3.4	รายชื่อสนามบินที่มีการขนส่งพาณิชย์โดยสายการบินแอร์เอเชีย	3-26
3.5	รายชื่อสนามบินที่มีการขนส่งพาณิชย์โดยบางกอกแอร์เวย์	3-27
3.6	รายชื่อสนามบินที่มีการขนส่งพาณิชย์โดยสายการบินไทยจากสนามบินสุวรรณภูมิไปยังบังคลาเทศ	3-28
3.7	กำหนดตารางเวลาการบินของเครื่องบินพาณิชย์ของสายการบินไทยจากสนามบินสุวรรณภูมิไปเมืองธากา	3-28
3.8	ข้อมูลเรือขนส่งสินค้าจากท่าเรือแหลมฉบังไปยังท่าเรือเชนไน	3-33
3.9	ข้อมูลเรือขนส่งสินค้าจากท่าเรือแหลมฉบังไปยังท่าเรือมุมไบ	3-34
3.10	ข้อมูลเรือขนส่งสินค้าจากท่าเรือแหลมฉบังไปยังท่าเรือจิตตะกอง	3-37
3.11	สรุปรายละเอียดการขนส่งเส้นทาง แม่สอด - เมียวดี - มะละแหม่ง - มัณฑะเลย์ - ตามู/มอเร่ห์ - เมืองกุวาฮาติ รัฐอัสสัม	3-39
3.12	สรุปรายละเอียดการขนส่งเส้นทาง แม่สาย - ท่าขี้เหล็ก - เชียงตุง - ตองยี - มัณฑะเลย์ - ตามู/มอเร่ห์ - เมืองกุวาฮาติ รัฐอัสสัม	3-41
3.13	สรุปรายละเอียดการขนส่งเส้นทาง บ้านห้วยต้นนุ่น - ลอยก่อ - เนปิดอว์ - มัณฑะเลย์ - ตามู/มอเร่ห์ - เมืองกุวาฮาติ รัฐอัสสัม	3-43
3.14	สรุปรายละเอียดการขนส่งเส้นทาง กิ่วผาวอก - เชียงตุง - ตองยี - มัณฑะเลย์ - ตามู/มอเร่ห์ - เมืองกุวาฮาติ รัฐอัสสัม	3-45
3.15	สรุปรายละเอียดการขนส่งเส้นทาง บ้านพุน้ำร้อน - ทวาย - มะละแหม่ง - มัณฑะเลย์ - ตามู/มอเร่ห์ - เมืองกุวาฮาติ รัฐอัสสัม	3-49
3.16	ราคาผลไม้ไทยที่จำหน่ายในห้างสรรพสินค้า Food Hall	3-65
3.17	ราคาผลไม้ไทยที่จำหน่ายในห้าง Unimart และ Meena Bazar	3-74
3.18	รายละเอียดต้นทุนของสหกรณ์การเกษตรที่ดำเนินการเกี่ยวกับการค้าลำไยสด	3-78

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
3.19	ค่าใช้จ่ายในการขนส่งทางเรือ	3-79
3.20	ค่าใช้จ่ายในการขนส่งทางอากาศ	3-80
3.21	ค่าใช้จ่ายในการขนส่งทางบก	3-80
3.22	เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการส่งสินค้าระหว่างทางเรือและทางอากาศ	3-81
4.1	การแบ่งชั้นคุณภาพของลำไยเพื่อการส่งออก	4-2
4.2	การแบ่งชั้นขนาดของลำไยเพื่อการส่งออก	4-2
4.3	เกณฑ์ความคลาดเคลื่อนเรื่องคุณภาพของลำไยเพื่อการส่งออก	4-3
4.4	อัตราภาษีการนำเข้าผลไม้ของอินเดียภายใต้กรอบ TIFTA	4-14
4.5	มูลค่าการส่งออกผลไม้จากประเทศไทยไปยังอินเดียภายใต้ TIFTA	4-16
4.6	กฎ ระเบียบ และข้อกำหนดในการนำเข้าผลไม้ของประเทศอินเดียจากประเทศไทย	4-18
4.7	สรุปความตกลงเขตการค้าเสรีไทย – อินเดีย (TIFTA)	4-21
4.8	กลุ่มสินค้าภายใต้กรอบ AIFTA	4-23
4.9	การลดภาษีสินค้านำเข้าอินเดีย (ให้แก่ทุกประเทศ ยกเว้นฟิลิปปินส์)	4-24
4.10	อัตราภาษีของผลไม้ที่ไม่ได้ถูกรวมอยู่ในความตกลงเขตการค้าเสรีสองฉบับข้างต้น	4-25
4.11	ระยะเวลาการลดภาษีสินค้าตามกรอบข้อตกลง BIMSTEC FTA	4-32
4.12	รายการสินค้าที่จะมีการลด/ยกเลิกภาษี	4-33
4.13	อัตราภาษีของบังกลาเทศสำหรับการนำเข้าสินค้าในหมวดผลไม้พิกัด 08	4-36
4.14	ช่องทางการจำหน่ายลำไยสดในตลาดอินเดีย	4-43
4.15	ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศแยกตามรัฐ 10 อันดับแรก	4-51
4.16	ฤดูกาลของผลผลิตผลไม้ของอินเดีย	4-52
4.17	การวิเคราะห์ SWOT ลำไยของระบบจัดการโซ่อุปทานของลำไยสด	4-54
4.18	ช่องทางการจำหน่ายลำไยสดในตลาดบังคลาเทศ	4-58
4.19	ฤดูกาลของผลผลิตผลไม้ของบังกลาเทศ	4-62
4-20	การวิเคราะห์ SWOT ลำไยของระบบจัดการโซ่อุปทานของลำไยสด	4-63

สารบัญภาพ

รูปที่		หน้า
3.1	ภาพรวมห่วงโซ่อุปทานของการเคลื่อนย้ายลำไยสดเพื่อบริโภคภายในประเทศและส่งออกไปประเทศอินเดียและบังคลาเทศ	3-2
3.2	ภาพรวมโซ่อุปทานของการเคลื่อนย้ายลำไยสดเพื่อส่งออกไปประเทศอินเดีย	3-4
3.3	ขั้นตอนการดำเนินงานของเกษตรกรสำหรับส่งลำไยเพื่อขายสดในประเทศและต่างประเทศ	3-7
3.4	กิจกรรมการเก็บลำไยของเกษตรกร	3-7
3.5	ลักษณะตะกร้าสำหรับบรรจุลำไย	3-8
3.6	ขั้นตอนการดำเนินการของพ่อค้ารวบรวมผลผลิตลำไยสดในพื้นที่เพื่อขายสดในประเทศและต่างประเทศ	3-9
3.7	ขั้นตอนการดำเนินการของสหกรณ์เพื่อขายสดในประเทศและต่างประเทศ	3-11
3.8	ลำไยสดที่จำหน่ายผ่านไปรษณีย์	3-13
3.9	กระบวนการส่งออกลำไยสดจากไทยไปยังอินเดียและบังคลาเทศ	3-14
3.10	ขั้นตอนการส่งออกลำไยสดจากไทยไปยังอินเดียและบังคลาเทศทางเรือ	3-15
3.11	ขั้นตอนการส่งออกลำไยสดจากไทยไปยังอินเดียและบังคลาเทศทางเครื่องบิน	3-17
3.12	ผลไม้ไทยที่ถูกคัดบรรจุในบรรจุภัณฑ์ลักษณะต่างๆ ที่พร้อมวางจำหน่ายในอินเดีย	3-18
3.13	การบรรจุผลไม้ในกล้องโฟมและกล่องกระดาษ	3-18
3.14	สถานีตรวจสอบสินค้า	3-20
3.15	ศูนย์บริการสินค้าสดและผลไม้ และขั้นตอนการส่งออกสินค้าทางอากาศ	3-21
3.16	เส้นทางการขนส่งทางอากาศจากไทยไปอินเดียโดยสายการบินไทย	3-25
3.17	เส้นทางการขนส่งทางอากาศจากไทยไปอินเดียโดยสายการบินไทย	3-26
3.18	เส้นทางการขนส่งทางอากาศจากไทยไปบังคลาเทศโดยสายการบินไทย	3-28
3.19	ขั้นตอนการขนส่งสินค้าทางเรือ	3-30
3.20	แผนที่ท่าเรือของอินเดียในรัฐต่างๆ	3-31
3.21	ระบบการขนส่งสินค้าทางเรือ ไทย – สิงคโปร์ – อินเดีย	3-32
3.22	เส้นทางเดินเรือจากท่าเรือแหลมฉบัง (ไทย) – สิงคโปร์ – ท่าเรือเชนไน (อินเดีย)	3-33
3.23	เส้นทางเดินเรือจากท่าเรือแหลมฉบัง (ไทย) – ท่าเรือมุมไบ (อินเดีย)	3-35
3.24	ท่าเรือของประเทศบังคลาเทศ	3-35

สารบัญภาพ (ต่อ)

รูปที่		หน้า
3.25	แผนที่เส้นทางขนส่งทางทะเลจากประเทศไทยไปบังคลาเทศ	3-36
3.26	แผนที่เส้นทางขนส่งทางบก เส้นทางแม่สอด – พม่า – อินเดีย	3-38
3.27	แผนที่เส้นทางขนส่งทางบก เส้นทางแม่สาย – พม่า – อินเดีย	3-40
3.28	แผนที่เส้นทางขนส่งทางบก เส้นทางแม่ฮ่องสอน – พม่า – อินเดีย	3-42
3.29	แผนที่เส้นทางขนส่งทางบก เส้นทางเชียงดาว – พม่า – อินเดีย	3-46
3.30	แผนที่เส้นทางขนส่งทางบก เส้นทางกาญจนบุรี – พม่า – อินเดีย	3-48
3.31	สรุปเส้นทางการขนส่งทางบกจากประเทศไทยไปยังประเทศอินเดีย	3-50
3.32	แผนที่เส้นทางขนส่งทางบก เส้นทางกาญจนบุรี – พม่า – อินเดีย	3-51
3.33	แผนที่ของตลาด APMC เมือง Navi Mumbai	3-52
3.34	ผลไม้ไทยที่จำหน่ายในตลาด APMC เมือง Navi Mumbai	3-53
3.35	กล่องโฟมบรรจุมังคุด และกล่องกระดาษบรรจุมะขามหวานในตลาด APMC เมือง Navi Mumbai	3-54
3.36	ลักษณะของรถบรรทุกในตลาด APMC	3-55
3.37	แผนที่ของตลาด Azadpur Mandi เมืองนิวเดลี	3-55
3.38	การวางผลไม้จำหน่ายในตลาด	3-56
3.39	ตลาด Kayambedu เมืองเจนไน	3-57
3.40	เส้นทางการขนส่งจากตลาด APMC ไปยังตลาด Crowford	3-58
3.41	ลำไยสดที่จำหน่ายในตลาด Crowford Market	3-59
3.42	ตลาด จำหน่ายในตลาด INA	3-59
3.43	ผลไม้ การวางจำหน่าย และร้านจำหน่ายผลไม้ในตลาด Khan Market	3-60
3.44	ผลลำไยสดที่จำหน่ายในตลาด Khan Market	3-61
3.45	ผลไม้ การวางจำหน่าย และร้านจำหน่ายผลไม้บนถนน Mahatma Gandhi Road	3-62
3.46	Central Food Hall ในห้างสรรพสินค้า Central Mall	3-62
3.47	ผลไม้ไทยที่จำหน่ายใน Food Hall	3-63
3.48	ผลไม้ไทยที่จำหน่ายใน Food Hall	3-64
3.49	ระบบการการกระจายสินค้าของ Foodhall ไปยังสาขาต่างในอินเดีย	3-66
3.50	เครื่องหมายการค้าของบริษัทค้าปลีกในเครือของ Reliance Retail ภายใต้ Reliance Industries	3-66

สารบัญภาพ (ต่อ)

รูปที่		หน้า
3.51	การจำหน่ายผลไม้ใน Reliance Fresh	3-67
3.52	ร้าน Pazhamudir และลำไยสดที่จำหน่าย (เมืองเจนไน)	3-68
3.53	สาขาของร้าน Pazhamudir เมืองเจนไน	3-69
3.54	ผู้ประกอบการนำเข้าผลไม้ไทยเพื่อจำหน่ายให้กับโรงแรมในนิวเดลี	3-70
3.55	แผนที่ตลาด Badamtoli Market	3-71
3.56	กิจกรรมในตลาด Badamtoli Market	3-72
3.57	ตลาด Gulshan Market	3-73
3.58	ผลไม้ไทยที่จำหน่ายใน Unimart	3-75
3.59	ผลไม้ไทยที่จำหน่ายในห้าง Meena Bazar	3-75
3.60	การไหลของข้อมูลในห่วงโซ่อุปทานของการส่งออกลำไยสดจากภาคเหนือตอนบนของไทยไปยังอินเดียและบังคลาเทศ	3-76
3.61	การไหลของเงินของการส่งออกลำไยสด	3-77
4.1	แผนผังแสดงขั้นตอนและระยะเวลาการปฏิบัติราชการ	4-5
4.2	การตรวจและออกใบรับรองสุขอนามัยพืช อาคาร S-1 (สำหรับผู้ส่งออก/ผู้แทน)	4-10
4.3	การตรวจและออกใบรับรองสุขอนามัยพืช อาคาร S-1 (สำหรับพนักงานเจ้าหน้าที่)	4-11
4.4	มูลค่าการส่งออกผลไม้รวมจากไทยไปอินเดีย	4-17
4.5	ตัวอย่างแบบ Form AI (ด้านหน้า)	4-27
4.6	ตัวอย่างแบบ Form AI (ด้านหลัง)	4-28
4.7	ช่องทางการจำหน่ายลำไยจากไทยไปอินเดีย	4-45
4.8	กิจกรรมส่งเสริมสินค้าอาหารไทยร่วมกับห้าง Godrej Nature's Basket ณ เมืองมุมไบ	4-46
4.9	กิจกรรมส่งเสริมสินค้าอาหารไทยร่วมกับห้าง Lulu Market ณ เมืองโคจิ รัฐเกรละ วันที่ 22 - 31 สิงหาคม 2557	4-47
4.10	จำนวนประชากรของอินเดียระหว่างปี 2001 – 2013	4-49
4.11	สัดส่วนของประชากรตามระดับชั้นของรายได้	4-49
4.12	ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ของอินเดียระหว่างปี 2001 – 2013	4-50
4.13	ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวแยกตามรัฐ	4-51
4.14	ช่องทางการจำหน่ายลำไยจากไทยไปบังกลาเทศ	4-57

สารบัญภาพ (ต่อ)

รูปที่		หน้า
4.15	จำนวนประชากรของบังกลาเทศระหว่างปี 2001 - 2013	4-60
4.16	ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ของบังกลาเทศระหว่างปี 2001 – 2013	4-61
4.17	ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัว (GDP) ของบังกลาเทศระหว่างปี 2009 – 2010 ถึง 2013 - 2014	4-61
4.18	การสนทนากลุ่มระหว่างทีมวิจัยกับสหกรณ์	4-65

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การสหกรณ์สำหรับประเทศไทยถือกำเนิดขึ้นในสมัยของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ประเทศไทยมีการติดต่อค้าขายกับต่างประเทศ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างเศรษฐกิจในชนบท จากเพื่อเลี้ยงตัวเองเป็นเชิงพาณิชย์ ชาวนาต้องการขยายการเพาะปลูก เพื่อเพิ่มผลผลิตสำหรับการขาย จึงจำเป็นต้องมีการกู้ยืมเงินจากพ่อค้าหรือคหบดีในสมัยนั้น และจำเป็นต้องจ่ายดอกเบี้ยในอัตราสูง เสียเปรียบในการทำสัญญาเงินกู้ เนื่องจากขาดการศึกษา รวมไปถึงราคาข้าวตกต่ำเนื่องจากพึ่งพิงอยู่กับสภาพธรรมชาติ ส่งผลให้ชาวนามีหนี้สินมากขึ้น (ประคอง งามสิริศักดิ์, 2551) ปัจจุบันนี้รัฐบาลหลายแห่งทั่วโลกต่างยอมรับว่าสหกรณ์เป็นคำตอบในการแก้ปัญหาในข้างต้น รวมถึงเชื่อด้วยว่าสหกรณ์จะสามารถเป็นพาหนะที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ เช่นเดียวกันกับประเทศไทยที่ได้นำสหกรณ์เข้ามาเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาทางเศรษฐกิจในข้างต้น (ถวิล เลิศประเสริฐ, 2523) โดยสหกรณ์แห่งแรกของประเทศไทย คือ สหกรณ์วัดจันทร์ไม่จำกัดสินใช้ จังหวัดพิษณุโลก ก่อตั้งเมื่อ ปี พ.ศ. 2459 จากนั้นรัฐบาลได้ขยายการจัดตั้งสหกรณ์อีกกระทั่งมีทั้งสิ้น 150 แห่ง เมื่อสิ้นปี พ.ศ. 2474 โดยปัจจุบันมีจำนวนสหกรณ์ทั้งสิ้นกว่า 10,400 สหกรณ์ สมาชิกกว่า 10 ล้านคน

จากอดีตจนถึงปัจจุบัน สหกรณ์ยังคงเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการช่วยเหลือเกษตรกร โดยพืชเศรษฐกิจหลักที่สร้างรายได้หลักให้แก่สหกรณ์ 6 ชนิด ในปี พ.ศ. 2552 ได้แก่ ยางพารา ข้าวเปลือก ปาล์ม ข้าวโพด อ้อย และมันสำปะหลัง นอกเหนือไปจาก 6 พืชเศรษฐกิจหลัก 6 ชนิดดังกล่าวแล้ว กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ยังพบว่า ผลไม้หลัก ได้แก่ มังคุด ทุเรียน มะม่วง และกล้วยหอม มีโอกาสที่ขึ้นมาเป็นผลผลิตที่สร้างรายได้หลักให้แก่สหกรณ์ในอนาคต เนื่องจากมีความต้องการของตลาดอยู่ แต่ทว่าสหกรณ์ไทย จำเป็นต้องปรับปรุงคุณภาพและมาตรฐาน รวมถึงสร้างรูปลักษณ์ของสินค้าที่มาจากภาคสหกรณ์ให้ชัดเจนขึ้น เพื่อนำไปสู่การสร้างรายได้ที่แน่นอน (กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, 2553)

สำหรับพื้นที่ในเขตภาคเหนือตอนบนของไทยนั้นเป็นแหล่งผลิตผลไม้ที่สำคัญของไทยหลายชนิด เช่น ลำไยและลิ้นจี่ โดยผลไม้ที่มีการปลูกและมีความสำคัญที่สุดคือ ลำไย โดยในปี 2556 จังหวัดที่มีพื้นที่เพาะปลูกและมีผลผลิตลำไยออกสู่ตลาดมากที่สุดคือ พื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และลำพูน โดยมีพื้นที่เท่ากับ 316,143 ไร่ และ 122,908 ไร่ ตามลำดับ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2557) โดยผลผลิตส่วนใหญ่เป็นลำไยพันธุ์อิดอร์และผลผลิตลำไยในฤดู สำหรับปัญหาลำไยที่พบประจำทุกปี

ของภาคเหนือคือ ปริมาณผลผลิตลำไยสดในฤดูที่ออกสู่ตลาดในระหว่างเดือน กรกฎาคม – สิงหาคม มีปริมาณมาก ผลที่ตามมาคือ เกิดปัญหาลำไยสดล้นตลาด ส่งผลราคาลำไยสดในฤดูที่ตกต่ำ นอกจากนี้ยังพบว่าปัญหาด้านการขาดแคลนแรงงานในการเก็บเกี่ยวผลผลิต และค่าจ้างแรงงานที่สูง ทำให้ผลผลิตลำไยคุณภาพส่วนใหญ่ถูกจำหน่ายในลักษณะลำไยรูดร่วงสำหรับนำไปทำลำไยอบแห้ง ซึ่งราคารับซื้อลำไยรูดร่วงนั้นโดยปกติจะเป็นราคาที่ต่ำมากเมื่อเทียบกับลำไยสดที่จำหน่ายแบบสดช่อ ในการแก้ปัญหาดังกล่าวที่ผ่านมาระบบของการดำเนินงานของสหกรณ์ได้เข้ามามีส่วนช่วยเหลือเกษตรกรที่เป็นสมาชิกอย่างมาก โดยสหกรณ์การเกษตรจะเข้ามารับซื้อผลผลิตลำไยสดจากเกษตรกรที่เป็นสมาชิก พร้อมทั้งจัดหาช่องทางการกระจายสินค้า เช่น ขายส่งต่อให้กับตลาดกลางผลไม้ในเขตภาคกลาง เช่น ตลาดไท และตลาดสี่มุมเมือง การส่งไปขายในจังหวัดต่างๆ การจำหน่ายผลผลิตให้กับห้างสรรพสินค้า เช่น โลตัส แมคโคร การเชื่อมโยงเครือข่ายของสหกรณ์การเกษตรด้วยกันภายในจังหวัดในช่วยเหลือระบายผลผลิตร่วมกัน อย่างไรก็ตามการดำเนินงานที่ผ่านมาเป็นการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเฉพาะช่วงเก็บเกี่ยวผลผลิตเท่านั้น

ปัจจุบันนี้ รัฐบาลได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของกลไกการดำเนินงานและบทบาทของสหกรณ์ที่สามารถแก้ไขปัญหาให้กับเกษตรกรได้อย่างตรงจุด จึงได้พยายามผลักดันให้สหกรณ์มีบทบาทเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับโอกาสจากการที่ไทยได้เป็นสมาชิกของกลุ่มประเทศ BIMSTEC ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศเกิดใหม่ ซึ่งอาจเป็นตลาดการค้าที่สำคัญของไทยในอนาคตรวมถึงอาจเป็นช่องทางหนึ่งในการระบายผลไม้ในฤดูได้ ทำให้ภาครัฐได้พยายามประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ประชาชนทุกภาคส่วน รวมไปถึงภาคสหกรณ์การเกษตรได้เข้าใจและตระหนักในประเด็นที่ประเทศไทยจะเข้าไปเป็นสมาชิก BIMSTEC หรือ The Bay of Bengal Initiative for Multi-Sectoral Technical and Economic Cooperation ว่าเป็นกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศที่อยู่อนุทวีปเอเชียใต้และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เกิดจากนโยบายมองตะวันตก (Look West Policy) ของไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์ให้ไทยเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงความร่วมมือทางเศรษฐกิจ โดยจัดตั้งเมื่อวันที่ 6 มิถุนายน 2540 โดยมีประเทศดั้งเดิม 4 ประเทศได้แก่ บังกลาเทศ อินเดีย ศรีลังกา และไทย ส่วนพม่าเข้าเป็นสมาชิกเมื่อเดือนธันวาคม 2540 ต่อมาเนปาล และภูฏาน ได้เข้าเป็นสมาชิกเมื่อเดือนธันวาคม 2546 ส่งผลให้ปัจจุบันมีสมาชิกทั้งหมด 6 ประเทศ

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าภายใต้กรอบความร่วมมือ BIMSTEC และอัตราการเติบโตของตลาดประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มเอเชียใต้ล้วนเป็นโอกาสที่สำคัญของไทยในการขยายการส่งออกของสินค้าเกษตรโดยเฉพาะผลไม้หลายชนิดที่มีศักยภาพในการส่งออกสูงโดยเฉพาะอย่างยิ่งจะเป็นโอกาสสำหรับสหกรณ์การเกษตรในการระบายผลผลิตสินค้าในฤดูที่มีจำนวนมากเพื่อการส่งออก ซึ่งเท่ากับเป็นการช่วยเหลือสมาชิกของสหกรณ์ อย่างไรก็ตามในปัจจุบันทั้งเกษตรกรและสหกรณ์ส่วนใหญ่จะขายผลผลิตโดยเฉพาะที่มีคุณภาพระดับส่งออกให้แก่บริษัทผู้ส่งออก (ล้ง) แทนที่จะส่งออกเอง จะมีก็

เพียงสหกรณ์ส่วนน้อยมากที่มีการส่งออกสินค้าจากกลุ่มของตนเองโดยไม่ผ่านผู้ส่งออก (นิภา หวังสินทวีกุล, 2551) เช่น สหกรณ์การเกษตรเหมืองจี้จังหวัดลำพูนที่ขายส่งลำไยสดตรงให้แก่ผู้นำเข้าของเวียดนาม ซึ่งภายใต้กรอบความร่วมมือเศรษฐกิจต่างๆ ที่ล้วนแล้วแต่เอื้อประโยชน์ให้เกิดการแข่งขันที่มีความเสรีมากขึ้น รวมไปถึงกฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ ที่ลดลงด้วยเช่นกันนั้น สหกรณ์มีโอกาสที่จะส่งออกไปยังต่างประเทศโดยตรงมากขึ้นเพื่อลดการกดราคาจากผู้ส่งออก และเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการจากลูกค้าโดยตรง

ทว่าจากการที่สหกรณ์ส่วนใหญ่ขายผลผลิตของตนให้แก่ผู้ส่งออกทำหน้าที่ในการส่งออกนั้น ส่งผลให้สหกรณ์ไม่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการส่งออก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขนส่ง ที่มีรูปแบบในการขนส่งเพื่อการส่งออกหลายรูปแบบ เช่น ทางน้ำ ทางอากาศ ทางบก และการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ การเลือกใช้รูปแบบในการขนส่งเพื่อการส่งออกในแต่ละรูปแบบนั้นล้วนแล้วแต่มีต้นทุน ประโยชน์ และข้อจำกัดที่แตกต่างกันไป รวมไปถึงไม่มีประสบการณ์ในการเลือกช่องทางกระจายสินค้าของตนในตลาดประเทศเป้าหมาย ส่งผลให้ช่องทางจำหน่ายสินค้าของสหกรณ์ที่ส่งออกเองไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร นำไปสู่คำถามของงานวิจัย ได้แก่ รูปแบบการจัดการการขนส่งผลไม้ของสหกรณ์ผู้ส่งออกผลไม้ไปยังตลาด BIMSTEC ควรจะเป็นอย่างไร มาตรฐานในการส่งออกผลไม้ของไทยและมาตรฐานในการนำเข้าผลไม้ของประเทศผู้นำเข้า รวมถึงโอกาสทางการตลาดของผลไม้ไทยโดยเฉพาะลำไยในกลุ่มประเทศ BIMSTEC เป็นอย่างไร

ดังนั้นเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมให้แก่สหกรณ์การเกษตรผู้ปลูกไม้ผลให้มีความสามารถหรือเพิ่มศักยภาพในการส่งออกในกลุ่มประเทศ BIMSTEC งานวิจัยชิ้นนี้จะทำการศึกษาโอกาสทางการตลาด มาตรฐาน และทำการเปรียบเทียบต้นทุนและรูปแบบการขนส่งเพื่อการส่งออกสำหรับสหกรณ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการส่งออก รวมไปถึงศึกษาช่องทางสำหรับสหกรณ์ในการกระจายสินค้าของตนในตลาดประเทศเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นข้อมูลและเตรียมความพร้อมให้แก่สหกรณ์ในการเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจอย่างเต็มที่

1.2 วัตถุประสงค์

1. ศึกษาโอกาสทางการตลาด และมาตรฐานการส่งออกผลไม้ของสหกรณ์ในภาคเหนือตอนบนของไทยไปยังกลุ่มประเทศ BIMSTEC
2. ศึกษาต้นทุนและรูปแบบการจัดการการขนส่งของสหกรณ์ผู้ส่งออกผลไม้ไปยังตลาดเป้าหมาย
3. เพื่อเสนอแนวทางการจัดการด้านการตลาด และการขนส่งที่สามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขันสำหรับการส่งออกผลไม้ให้แก่สหกรณ์ของไทย

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านประชากร พื้นที่และเวลา

การศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาในสหกรณ์การเกษตรผู้ปลูกผลไม้ที่อยู่ในเขตภาคเหนือ โดยเฉพาะในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน ซึ่งเป็นพื้นที่จังหวัดที่มีทั้งพื้นที่เพาะปลูก จำนวนผลผลิต และจำนวนเกษตรกรผู้ปลูกลำไยมากที่สุดในเขตภาคเหนือตอนบน รวมถึงมีล้ง หรือผู้ประกอบการส่งออกมากที่สุดในเขตภาคเหนือตอนบน โดยจะศึกษาจากสหกรณ์ที่มีศักยภาพในการส่งออกจำนวน 3 ราย โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกจากขนาดของสหกรณ์ แบ่งเป็นขนาดใหญ่ 1 กลุ่ม ขนาดกลาง 1 กลุ่ม และ กลุ่มขนาดเล็ก 1 (โดยที่กลุ่มขนาดเล็กอาจอยู่ในรูปของกลุ่มเกษตรกรหรือวิสาหกิจ) และเนื่องจากกลุ่มประเทศ BIMSTEC ประกอบไปด้วย 7 ประเทศที่มีความแตกต่างทางเศรษฐกิจและความหลากหลายทางวัฒนธรรมค่อนข้างมาก จากความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ให้ข้อคิดเห็นในการเลือกประเทศปลายทางของผลไม้ 2 ประเทศคือ อินเดีย และบังกลาเทศ

2. ขอบเขตของสินค้าที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้สินค้าลำไยที่ใช้ในการศึกษาคือ ลำไยสดคุณภาพส่งออก โดยจะต้องเป็นที่มีลักษณะการเก็บเกี่ยวเพื่อจำหน่ายแบบลำไยสดช่อ ในฤดูในรอบปีการเก็บเกี่ยว 2556 - 2557

3. ขอบเขตด้านการวิเคราะห์

จากวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อจะมีเนื้อหาของการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ดังนี้

1. การศึกษาผู้เล่นที่เกี่ยวข้องภายในห่วงโซ่อุปทาน (Players) รูปแบบการไหล 4 อย่างภายในห่วงโซ่อุปทาน (Flows) ได้แก่ การไหลของสินค้า (Physical Flows) การไหลของข้อมูล (Information Flows) การไหลของเงิน (Cash Flows) และการไหลย้อนกลับ (Reverse Flows) รวมไปถึงความร่วมมือภายในห่วงโซ่อุปทาน (Collaboration) เพื่อที่จะสามารถจัดทำแผนภาพห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Mapping) โดยเริ่มต้นศึกษาตั้งแต่ลำไยสดจากสวนของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยในเขตจังหวัดเชียงใหม่และลำพูนที่จำหน่ายผ่านระบบสหกรณ์ หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำหรือไปถึงสถานที่จำหน่ายลำไยปลีกให้แก่ผู้บริโภคในประเทศอินเดียและบังกลาเทศ

2. การศึกษาต้นทุนในการขนส่งนั้น จะบนพื้นฐานของการขนส่งทั้ง 2 ประเภทคือ การขนส่งทางน้ำ และการขนส่งทางอากาศ โดยทำการเก็บข้อมูลจากบริษัทผู้ให้บริการขนส่งในรูปแบบนั้นๆ โดยเฉพาะเส้นทางการขนส่งลำไยจากประเทศไทยไปยังอินเดียและบังกลาเทศโดยทางเรือและ

ทางเครื่องบิน สำหรับการขนส่งทางบกหรือทางถนนนั้นเนื่องจากเส้นทางการขนส่งจากไทยไปยังเมืองหลวงหรือเมืองที่สำคัญทางเศรษฐกิจนั้นต้องผ่านประเทศพม่าซึ่งปัจจุบันไม่มีการขนส่งผลไม้ในเส้นทางดังกล่าว การศึกษาจะนำเสนอถึงเฉพาะเส้นทางการขนส่งและความเป็นไปได้ในการขนส่งทางบกเท่านั้น

3. การศึกษาช่องทางการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพในประเทศเป้าหมายนั้น เป็นการศึกษาเพื่อวิเคราะห์โอกาสตลาดในประเทศเป้าหมายของลำไย รูปแบบการกระจายลำไยแบบใดมีประสิทธิภาพมากที่สุด หรือเข้าถึงผู้บริโภคมากที่สุด โดยทีมวิจัยจะใช้การสัมภาษณ์ร่วมกับแบบสอบถามกึ่งสัมภาษณ์ ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในตลาดประเทศเป้าหมาย

4. ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. การศึกษาห่วงโซ่อุปทานของสหกรณ์การเกษตร

การศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาผู้เล่นที่เกี่ยวข้องภายในห่วงโซ่อุปทาน (Players) รูปแบบการไหล 4 อย่างภายในห่วงโซ่อุปทาน (Flows) ได้แก่

1. การไหลของสินค้า (Physical Flows)
2. การไหลของข้อมูล (Information Flows)
3. การไหลของเงิน (Cash Flows)
4. การไหลย้อนกลับ (Reverse Flows)

รวมไปถึงความร่วมมือภายในห่วงโซ่อุปทาน (Collaboration) เพื่อที่จะสามารถจัดทำแผนภาพห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Mapping) ของสหกรณ์กรณีศึกษาได้

2. การศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบ และต้นทุนในการขนส่ง

ในการศึกษาต้นทุนในการขนส่งนั้น ขั้นแรกจะทำการศึกษารูปแบบและต้นทุนในการขนส่งที่สหกรณ์กรณีศึกษาใช้อยู่ โดยคำนวณจากต้นทุนทั้งสิ้น 11 ต้นทุน ได้แก่

1. ค่าผลไม้สด
2. ค่าแรงงานบรรจุหีบห่อ
3. ค่าบรรจุภัณฑ์
4. ค่าขนส่งจากแหล่งผลิตถึงจุดส่งออก
5. ค่าขนส่งในการส่งออกข้ามประเทศ
6. ค่าขนส่งจากจุดนำเข้าจนถึงตลาด
7. ค่าเอกสารในการออกของและการตรวจของศุลกากร
8. ภาษีของประเทศผู้นำเข้า
9. ค่าใช้จ่ายในการกระจายสินค้าและตลาดในประเทศผู้นำเข้า

หลังจากสามารถระบุต้นทุนในการส่งออกจากรูปแบบการขนส่งในปัจจุบันของสหกรณ์ได้แล้ว ทีมวิจัยจะทำการศึกษาต้นทุนในการส่งออกจากรูปแบบการขนส่งอื่นๆ ได้แก่ การขนส่งทางบก การขนส่งทางน้ำ และการขนส่งทางอากาศ ใช้การคำนวณใน 11 ต้นทุนเดียวกันกับในส่วนข้างต้น โดยทำการเก็บข้อมูลจากบริษัทผู้ให้บริการขนส่งในรูปแบบนั้นๆ

3. **การศึกษาช่องทางการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพในประเทศเป้าหมาย**

การศึกษาช่องทางการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพในประเทศเป้าหมายนั้น เป็นการศึกษาเพื่อวิเคราะห์ตลาดในประเทศเป้าหมาย ในแต่ละชนิดของผลไม้ รูปแบบการกระจายสินค้าแบบใดมีประสิทธิภาพมากที่สุด หรือเข้าถึงผู้บริโภคมากที่สุด โดยทีมวิจัยจะใช้แบบสอบถาม ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในตลาดประเทศเป้าหมาย เพื่อวิเคราะห์ช่องทางในการเข้าถึงผลไม้ชนิดต่างๆ ของลูกค้า เช่น ผู้บริโภคชาวอินเดียและบังกลาเทศส่วนใหญ่ซื้อลำไยสดหรือผลไม้ไทยได้ที่ไหน เป็นต้น ราคาเท่าใด ผู้ซื้อมีทัศนคติเกี่ยวกับผลไม้ไทยอย่างไร เพื่อให้สหกรณ์ได้ทราบข้อมูลว่าลูกค้าในตลาดประเทศเป้าหมายที่จะทำการส่งออกเข้าถึงสินค้าผ่านทางช่องทางไหน เพื่อที่จะสามารถปรับการกระจายสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.4 วิธีการศึกษา

งานวิจัยชิ้นนี้ จะทำการศึกษาห่วงโซ่อุปทานของการส่งออกลำไยตั้งแต่ต้นน้ำคือ เกษตรกรผู้ปลูกลำไยในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูนไปจนถึงผู้บริโภคที่ปลายน้ำในประเทศผู้นำเข้า เพื่อทำความเข้าใจถึงกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการศึกษาต้นทุนการขนส่งและการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดของผลไม้ไทยในประเทศอินเดียและบังกลาเทศ โดยวิธีการดำเนินการวิจัย รวมถึงสถานที่และวิธีการเก็บข้อมูลในแต่ละประเด็นนั้น สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. **การศึกษาห่วงโซ่อุปทานของสหกรณ์การเกษตร**

ทีมวิจัยจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อกลุ่มตัวอย่างสหกรณ์การเกษตรผู้ปลูกไม้ผลเพื่อการส่งออกในเขตภาคเหนือตอนบนจำนวน 12 ราย เป็นกรณีศึกษา แบ่งเป็นชนิดผลไม้ละ 3 กลุ่มและแบ่งขนาดของสหกรณ์เป็นเล็ก กลาง ใหญ่ เพื่อเลือกกรณีศึกษาแต่ละขนาดมา 1 กลุ่ม ทีมวิจัยจะใช้การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant observation) และการลงพื้นที่ (Field Study) ในการให้ได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อสามารถจัดทำแผนภาพห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Mapping) ที่สามารถระบุผู้เล่น การไหล และความร่วมมือภายในห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งจะนำไปใช้เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์เปรียบเทียบ รูปแบบ และต้นทุนในการขนส่ง จากสหกรณ์ไปยังประเทศปลายทางได้ถูกต้อง โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ร่วมกับการ

ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) เพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูลเชิงคุณภาพ

2. การศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบ และต้นทุนในการขนส่ง

เมื่อทีมวิจัยสามารถจัดทำแผนภาพห่วงโซ่อุปทานของสหกรณ์กรณีศึกษา ที่ซึ่งหมายถึงสามารถระบุรูปแบบและเส้นทางการขนส่งจากสหกรณ์ไปถึงลูกค้าในปัจจุบันได้ถูกต้อง ทางทีมวิจัยจะเริ่มดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant observation) และการลงพื้นที่ (Field Study) เพื่อให้ได้มาซึ่งต้นทุนในการส่งออกของสหกรณ์จากการใช้การขนส่งในรูปแบบในปัจจุบัน ที่ซึ่งต้นทุนประกอบไปด้วยต้นทุนทั้งสิ้น 12 ตัว (ตามที่ได้อธิบายไว้ในข้อ 8.2) เพื่อท้ายที่สุดจะสามารถทำการระบุได้ว่า การส่งออกของสหกรณ์โดยรูปแบบการขนส่งในปัจจุบันนี้มีต้นทุนเท่าไหร่ มีลักษณะเป็นอย่างไร เส้นทางที่ใช้คือเส้นใด เป็นต้น

หลังจากที่สามารถทำการระบุรูปแบบ และต้นทุนในการส่งออกจากรูปแบบการขนส่งในปัจจุบันของสหกรณ์ได้แล้ว ทางทีมวิจัยจะทำการศึกษาต้นทุนในการส่งออกจากรูปแบบการขนส่งอื่นๆ เช่น ทางน้ำ (Sea Transport) ทางอากาศ (Air Transport) หรือจากการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ (Intermodal Transport) โดยจะทำการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก และการลงพื้นที่ จากผู้ให้บริการการขนส่งในรูปแบบต่างๆ (Freight Forwarder) เช่น ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางน้ำ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลของต้นทุนทั้ง 12 ตัว ถ้าหากสหกรณ์จะทำการส่งออกโดยขนส่งรูปแบบต่างๆ รวมไปถึงเพื่อนำเสนอเส้นทางการขนส่งใหม่ที่อาจจะเป็นประโยชน์ต่อสหกรณ์ รวมไปถึงศึกษารูปแบบ และต้นทุนของการขนส่งในกรณีที่การส่งออกไม่สามารถไปถึงตลาดเป้าหมายโดยตรงและจำเป็นต้องใช้การขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบเพื่อให้เข้าถึงตลาด เช่น ไม่มีสนามบินในตลาดเป้าหมายจำเป็นใช้การขนส่งภายในประเทศอีกครั้งเพื่อไปส่งยังตลาดเป้าหมาย หรือ สายการบินระหว่างประเทศไม่มีเส้นทางการบินในประเทศไปยังตลาดจำเป็นต้องเปลี่ยนถ่ายไปยังสายการบินในประเทศ เป็นต้น เพื่อให้ข้อมูลแก่สหกรณ์ว่า การจะส่งออกไปยังตลาดเป้าหมายที่จำเป็นต้องใช้การขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบมีวิธีการ เส้นทาง และต้นทุนอย่างไร

3. การศึกษาช่องทางการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพในตลาดประเทศเป้าหมาย

เมื่อทีมวิจัยสามารถระบุต้นทุนการส่งออกในแต่ละรูปแบบการขนส่งในแต่ละเส้นทางเพื่อให้ทางสหกรณ์การเกษตรในแต่ละขนาดใช้เป็นกลยุทธ์ในการเพิ่มความสามารถในการส่งออกได้แล้วนั้น เมื่อสินค้าถึงประเทศเป้าหมายแล้ว สหกรณ์จำเป็นที่จะต้องทราบว่าจะกระจายสินค้าของตนผ่านช่องทางไหนถึงจะมีประสิทธิภาพมากที่สุดในแต่ละตลาดเป้าหมาย เช่น ถ้าสหกรณ์ส่งออกผลไม้ของตนไปยังประเทศอินเดียและบังกลาเทศแล้วได้แล้ว การกระจายสินค้าควรจะกระทำผ่านช่องทาง

ไหน ซุปเปอร์มาร์เก็ต ตลาดขายส่ง หรือโรงแรม เป็นต้น การจะได้มาซึ่งรูปแบบการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพนั้น ทางทีมวิจัยจะใช้การเก็บแบบสอบถาม (Questionnaires) จากกลุ่มตัวอย่างในตลาดประเทศเป้าหมาย เพื่อให้ทราบถึงช่องทาง และรูปแบบการเข้าถึงสินค้าชนิดนั้นๆของผู้บริโภคในตลาดเป้าหมาย ร่วมกับการลงพื้นที่ (Field Study) และการสังเกต (Observation) ในการวิเคราะห์รูปแบบการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพในตลาดเป้าหมาย

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้รูปแบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่สามารถระบุถึงผู้เล่นที่เกี่ยวข้อง การไหลของสินค้า และความร่วมมือภายในห่วงโซ่อุปทานของสหกรณ์การเกษตรกรณีศึกษา เพื่อที่จะสามารถทำการเปรียบเทียบเส้นทางการขนส่งได้อย่างถูกต้อง

2. สามารถระบุรูปแบบ เส้นทาง และต้นทุนในการขนส่งสินค้าของสหกรณ์ในปัจจุบันได้ เพื่อที่จะสามารถใช้เป็นข้อมูลในการทำการเปรียบเทียบกับรูปแบบการขนส่งอื่นๆ ที่สามารถใช้เป็นกลยุทธ์ในการเพิ่มความสามารถในการส่งออกไป BIMSTEC

3. สามารถระบุถึงรูปแบบ เส้นทาง และต้นทุนในการขนส่งสินค้าในรูปแบบอื่นๆ เช่น ในการส่งออกลำไย 1 หน่วยไปยังประเทศอินเดียและบังกลาเทศ ควรส่งออกในลักษณะใด (ตู้คอนเทนเนอร์ พาเลท) ควรส่งออกทางเครื่องบิน ทางเรือ หรือทางบก และแต่ละเส้นทางมีต้นทุนในการขนส่งเท่าไหร่ และสหกรณ์กรณีศึกษาควรเลือกใช้รูปแบบไหน เพราะอะไร เป็นต้น

4. สามารถระบุรูปแบบการกระจายสินค้าที่เหมาะสมในตลาดประเทศเป้าหมาย เพื่อเป็นข้อมูลให้สหกรณ์ปรับปรุงการกระจายสินค้าในตลาดประเทศเป้าหมายของตน เช่น ลำไยในอินเดียควรขายที่ซุปเปอร์มาร์เก็ต หรือตลาดสดทั่วไป เป็นต้น

5. สามารถตอบโจทย์ให้แก่สหกรณ์การเกษตรผู้ปลูกผลไม้เพื่อการส่งออกได้ว่า สหกรณ์แต่ละขนาด (เล็ก กลาง ใหญ่) ควรใช้การขนส่งรูปแบบใด และมีต้นทุนแตกต่างกันอย่างไรในแต่ละรูปแบบ เช่น ในการส่งออกลิ้นจี่ 1 หน่วยไปยังประเทศอินเดียและบังกลาเทศ สหกรณ์แต่ละขนาดควรส่งออกในลักษณะใด เช่น หากมีปริมารการส่งออกที่น้อยควรส่งออกทางเครื่องบิน หรือหากมีปริมาณการส่งออกจำนวนมากควรส่งทางเรือ หรือขนาดกลางควรส่งทางบก และแต่ละเส้นทางมีต้นทุนในการขนส่งเท่าไหร่ และสหกรณ์กรณีศึกษาควรเลือกใช้รูปแบบไหน เพราะอะไร เพื่อที่จะสามารถช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาด BIMSTEC ได้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)

ก. ความหมาย

สภาวิชาชีพการจัดการโซ่อุปทาน (Council of Supply Chain Management Professional) ได้ให้คำนิยามของห่วงโซ่อุปทาน โดยกล่าวว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ประกอบไปด้วย การวางแผนและการบริหารกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาและจัดซื้อ การแปรรูป และกิจกรรมโลจิสติกส์ทุกๆ กิจกรรม และที่สำคัญยังรวมไปถึงการประสานงาน (Coordination) และการทำงานร่วมกัน (Collaboration) ระหว่างผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ผู้ผลิต ผู้ให้บริการขนส่ง และลูกค้า หรือกล่าวคือองค์กรที่อยู่ในห่วงโซ่เดียวกัน

แลมเบิร์ท (Lambert, et al., 1998) ได้ให้ความหมายของ การจัดการห่วงโซ่อุปทาน หมายถึง การบูรณาการของกระบวนการทางธุรกิจที่เริ่มต้นจากผู้บริโภคขั้นสุดท้ายผ่านไปจนกระทั่งถึงผู้จัดจำหน่ายขั้นแรกสุดที่ทำหน้าที่จัดหาสินค้า บริการ และสารสนเทศ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผู้บริโภค ส่วนทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์ (2552) ได้ให้ความหมายของ การจัดการห่วงโซ่อุปทาน คือ การจัดการความสัมพันธ์กับผู้หาสินค้าและลูกค้าเพื่อทำการส่งสินค้าและบริการที่มีคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งโดยมีต้นทุนที่ต่ำกว่าในทุกๆ กิจกรรมตลอดห่วงโซ่อุปทาน

จากคำนิยามที่กล่าวมาข้างต้นนั้น สรุปได้ว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทาน คือ การจัดการความสัมพันธ์ขององค์กรภายในห่วงโซ่อุปทานทุกๆ องค์กร เช่น ผู้หาสินค้า ไปจนถึงกระทั่งลูกค้า เพื่อทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจที่มากขึ้น โดยมีต้นทุนที่ต่ำกว่าในทุกกิจกรรมตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยห่วงโซ่อุปทานจะดำเนินไปได้ด้วยการประสานงานและการทำงานร่วมกันขององค์กรภายในห่วงโซ่เดียวกัน

ข. ส่วนประกอบของห่วงโซ่อุปทานขั้นพื้นฐาน

ห่วงโซ่อุปทานขั้นพื้นฐานประกอบไปด้วยองค์กรอิสระ 3 องค์กร (3 entities) และการไหล 4 ประเภท (four flows) โดยองค์กรอิสระทั้ง 3 องค์กร ประกอบไปด้วย

1. ผู้หาวัตถุดิบ (supplier) ทำหน้าที่เป็นผู้จัดหาวัตถุดิบที่จำเป็นในการใช้ผลิต
2. ผู้ผลิต (producer) ทำหน้าที่รับปัจจัยการผลิตมาและผลิตสินค้าขั้นสุดท้าย
3. ลูกค้า (customer)

ส่วนการไหล 4 ประเภทนั้น ประกอบไปด้วย

1. การไหลของข้อมูล เช่น คำสั่งซื้อ ใบกำกับสินค้า
2. การไหลของเงิน เช่น การจ่ายเงินให้แก่ผู้ขายปัจจัยการผลิต
3. การไหลของผลิตภัณฑ์ เช่น วัตถุดิบ ส่วนประกอบ สินค้าขั้นสุดท้าย
4. การไหลกลับของผลิตภัณฑ์ เช่น การนำกลับมาซ่อม การนำไปทำลาย

ค. กิจกรรมหลักในห่วงโซ่อุปทาน

ปวีณา เชาวลิตวงศ์ (2548) แยกกิจกรรมหลักภายในห่วงโซ่อุปทานเป็น 4 กิจกรรม ได้แก่

1. การจัดหา (Procurement) เป็นการหาวัตถุดิบ หรือวัสดุ เพื่อทำการป้อนเข้าไปให้แก่ห่วงโซ่อุปทาน กิจกรรมการจัดหาจะส่งผลต่อคุณภาพและต้นทุนในการผลิต
2. การขนส่ง (Transportation) เป็นกิจกรรมที่เพิ่มให้แก่สินค้าในแง่ของการโยกย้ายสถานที่ของสินค้า ซึ่งหากการขนส่งไม่ดี เช่น เสียหาย หรือล่าช้า ย่อมทำให้ต้นทุนในการผลิตเพิ่มขึ้น
3. การจัดเก็บ (Warehousing) เป็นกิจกรรมที่มิได้เพิ่มคุณค่าให้แก่ตัวสินค้า แต่เป็นกิจกรรมที่จำเป็นสำหรับการรองรับความต้องการของลูกค้าที่ไม่คงที่ รวมถึงมีประโยชน์ทางด้านในการผลิตครั้งละมาก ๆ เพื่อต้นทุนรวมที่ต่ำลง
4. การกระจายสินค้า (Distribution) เป็นกิจกรรมที่ช่วยกระจายสินค้าจากจุดจัดเก็บไปยังร้านค้าปลีก หรือศูนย์กระจายสินค้า หรือตัวลูกค้า

2.1.2 การจัดการการขนส่ง (Transportation Management)

1. ต้นทุนการขนส่ง (Transportation Cost)

งานวิจัยชิ้นนี้ จะทำการศึกษาและเปรียบเทียบต้นทุนในการส่งออกผลไม้ของผู้ส่งออกไทยและของสหกรณ์การเกษตรผลไม้ในเขตภาคเหนือตอนบน เนื่องจากในปัจจุบันผู้ส่งออกผลไม้ไทยไปยังอินเดียได้ใช้เฉพาะการขนส่งทางอากาศและทางทะเลเท่านั้น ส่วนการเคลื่อนย้ายผลไม้ภายในประเทศไทยเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการส่งออกนั้นใช้การขนส่งทางบกและทางอากาศ ดังนั้นเพื่อที่จะสามารถทำการเปรียบเทียบให้สหกรณ์การเกษตรผลไม้ในเขตภาคเหนือทราบว่า ต้นทุนการขนส่งแต่ละรูปแบบเป็นอย่างไร และรูปแบบการขนส่งใดที่เหมาะสมกับสหกรณ์ จะทำการศึกษาเปรียบเทียบต้นทุนการขนส่งใน 3 รูปแบบ ได้แก่

1.1 ต้นทุนการขนส่งทางบก (Land Transport)

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2551) ได้ทำการศึกษาต้นทุนในการส่งออกผลไม้ไปยังประเทศจีน โดยได้กำหนดต้นทุนในการส่งออกทุเรียน

มังคุด ลำไยสดจากไทยไปจีนทางถนน โดยการใส่ตู้คอนเทนเนอร์ขนาด 20 หรือ 40 ฟุต ประกอบไปด้วย ต้นทุนทั้งสิ้น 12 ตัวดังนี้

1. ค่าผลไม้สด
2. ค่าแรงงานบรรจุหีบห่อ
3. ค่าบรรจุภัณฑ์
4. ค่าขนส่งจากแหล่งผลิตถึงมุกดาหาร
5. ค่าขนส่งในลาว
6. ค่าขนส่งในเวียดนาม
7. ค่าขนส่งในจีนถึงตลาดเจียงหนาน
8. ค่าเอกสารในการออกของและการตรวจของศุลกากร
9. ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT)
10. ค่าชิปปิ้ง
11. ค่าเข้าตลาดและค่าบริการตลาด
12. ค่านายหน้าฝากขาย

1.2 ต้นทุนการขนส่งทางทะเล (Sea Transport)

ธเนศ สิริสุวรรณกิจ (2549) ระบุว่าต้นทุนในการส่งออกสินค้าทางเรือประกอบไปด้วย

1. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับค่าระหว่างเรือ ได้แก่ อัตราส่วนมูลค่ากับน้ำหนักของสินค้า ระยะทางขนส่ง ลักษณะของสินค้า น้ำหนักสินค้า มูลค่าสินค้า ความเสี่ยงและความอันตรายในการขนส่ง ความต้องการด้านการยกขน ราคาค่าขนสินค้าที่มีลักษณะคล้ายกัน มูลค่าของการให้บริการ ขนาดหีบห่อ ปัจจัยด้านคู่แข่ง เส้นทางการขนส่ง
2. ปัจจัยที่ใช้พิจารณากำหนดอัตราค่าระวางเรือ ได้แก่ ประเภทของสินค้าและเรือ เช่น สินค้าบรรจุตู้ สินค้าเทกอง เป็นต้น เส้นทางและระยะทางในการขนส่ง สภาพตลาดและการแข่งขัน ต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่ง

ในขณะที่ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2551) ทำการศึกษาต้นทุนในการส่งออกทุเรียน มังคุด ลำไยสด ไปยังประเทศจีนโดยทางเรือ ซึ่งเป็นการขนส่งโดยผ่านทางท่าเรือแหลมฉบังโดยบรรจุในตู้คอนเทนเนอร์ขนาด 40 ฟุต ประกอบไปด้วยต้นทุนทั้งสิ้น 12 ตัวดังนี้

1. ค่าผลไม้สด
2. ค่าแรงงานบรรจุหีบห่อ

3. ค่าบรรจุภัณฑ์
4. ค่าขนส่งจากแหล่งผลิตถึงแหลมฉบัง
5. ค่าบริการท่าเรือฮ่องกง
6. ค่าบริการท่าเรือแหลมฉบัง
7. ค่าบริการท่าเรือฮ่องกง
8. ค่าเอกสารในการออกของและการตรวจของศุลกากร
9. ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT)
10. ค่าขนส่งจากฮ่องกง-ตลาดเจียงหนาน
11. ค่าเข้าตลาดและค่าบริการตลาด
12. ค่านายหน้าฝากขาย

1.3 ต้นทุนการขนส่งทางอากาศ (Air Transport)

Lam (2006) ได้ทำการศึกษาและระบุวิธีการคำนวณต้นทุนในการส่งออกสินค้าเกษตร โดยระบุว่าประกอบไปด้วยผลรวมของต้นทุนทั้งสิ้น 12 ต้นทุน เช่น ต้นทุนการจัดเตรียมสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ต้นทุนการประกันภัย ต้นทุนการเคลื่อนย้าย ต้นทุนการขนส่ง เป็นต้น โดยในส่วนของต้นทุนการขนส่งนั้น มีวิธีการคำนวณโดยเริ่มจากการศึกษาหน่วยของการขนส่ง ซึ่งส่วนใหญ่ในกรณีของสินค้าเกษตรจะมีหน่วยการขนส่งเป็นตู้คอนเทนเนอร์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรูปแบบของแต่ละบริษัทด้วย โดยเริ่มคำนวณจากต้นทุนในการเคลื่อนย้ายสินค้าจากโรงงานหรือแหล่งผลิตมายังสนามบิน หน่วยเป็นตู้คอนเทนเนอร์หรือกล่อง จากนั้นนำมารวมกับค่าขนส่งต่อคอนเทนเนอร์หรือกล่องที่ทางสายการบินคิด ก็จะเท่ากับต้นทุนการขนส่งสินค้าทางอากาศ

เมื่อเปรียบเทียบกับวิธีการศึกษาต้นทุนการขนส่งทางบกและทางน้ำในส่วนที่ผ่านมานั้น จะพบว่ามีการคำนวณที่ละเอียดกว่า ดังนั้น เพื่อให้งานวิจัยชิ้นนี้สามารถเปรียบเทียบได้อย่างสมดุล ผู้วิจัยจะใช้วิธีการคำนวณต้นทุนการส่งออกทางอากาศเช่นเดียวกันกับทางบกและทางน้ำ โดยปรับเปลี่ยนค่าบริการท่าเรือ เป็นค่าบริการการขนส่งของสนามบินแทน

2.1.3 การศึกษาช่องทางการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ

เพ็ญศรี เจริญวานิช และคณะ (2545) ใช้การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามและลงพื้นที่ร่วมกับใช้การวิเคราะห์ทางสถิติ เช่น ร้อยละ เพื่อดูว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในตลาดเป้าหมายในแต่ละประเทศเข้าถึงมะม่วงผ่านทางช่องทางใด ในการศึกษาช่องทางการจำหน่ายมะม่วงสดในตลาดเป้าหมาย เพื่อทำให้ทราบถึงช่องทางในการจำหน่ายมะม่วงที่มีประสิทธิภาพที่สุดในตลาด

การวิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อนและสภาพแวดล้อมภายใน-ภายนอก

หรือ SWOT Analysis เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ SWOT Analysis ประกอบด้วย การวิเคราะห์ใน 4 ด้าน ได้แก่

S - Strength คือ การวิเคราะห์จุดแข็งของเราเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

W – Weakness คือ การวิเคราะห์จุดอ่อนของเราเมื่อเทียบกับคู่แข่งขัน

O – Opportunity คือ การวิเคราะห์โอกาส ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่จะทำให้สินค้าเราขายได้มากขึ้น

T- Threat คือ การวิเคราะห์อุปสรรค ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ทำให้สินค้าเราขายได้น้อยลง

ผลจากการ วิเคราะห์ SWOT จะทำให้ทราบว่า องค์กรของเรามีศักยภาพมากน้อยเพียงใด โดยจุดแข็ง (Strength) จะแสดงให้เห็นว่าองค์กรมีอะไรบ้างที่เป็นจุดแข็งที่ควรคงไว้ จุดอ่อน (Weakness) จะแสดงให้เห็นสิ่งที่ที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้น ส่วนโอกาส (Opportunity) และ อุปสรรค (Threat) เป็นปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ แต่สามารถนำมาใช้ในการปรับปรุงองค์กร เพื่อให้เข้ากับปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกได้มากขึ้น (สุปัญญา, 2543) ซึ่งผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกจะเมื่อนำมาประเมินด้วยวิธี TOWS matrix เพื่อนำไปเป็นแนวคิดในการวางแผนยุทธศาสตร์ว่าจะต้องทำอย่างไรจากสถานการณ์ของจุดแข็งและจุดอ่อนที่ธุรกิจนั้นๆ มีอยู่และจากโอกาสและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อธุรกิจนั้นๆ

2.1.4 ส่วนผสมสมทางการตลาด (Marketing Mixes)

เสาวภา มีถาวรกุล (2548) กล่าวว่าส่วนผสมสมทางการตลาด (Marketing Mixes) หรือที่เรียกว่า 4Ps หมายถึง กลุ่มของเครื่องมือการตลาดที่กิจการใช้ในการดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์การตลาดในตลาดเป้าหมายและเป็นตัวแปรทางการตลาดที่กิจการสามารถควบคุมได้ซึ่งกิจการต้องนำมาใช้ร่วมกัน หรือนำมาผสมสมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายและการกำหนดส่วนผสมสมตลาดนี้ จำเป็นต้องคำนึงถึงความจำเป็นและความต้องการของตลาดเป้าหมายมีรายละเอียดดังนี้

1. **ผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึง สินค้าหรือบริการซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถสนองความจำเป็น ความต้องการและความพอใจของผู้บริโภคได้ทั้งเป็นสิ่งที่เสนอให้กับตลาดเพื่อเรียกร้องความสนใจและความเป็นเจ้าของ ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติที่มีตัวตนและไม่มีตัวตน

2. **ราคา (Price)** หมายถึง เป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปของเงินตรา ซึ่งการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ควรเป็นราคาที่เหมาะสมและยุติธรรม (The right price) ฉะนั้นต้องคำนึงถึง

วิธีการกำหนดราคา นโยบาย และกลยุทธ์การกำหนดราคา เพราะราคาเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ

3. **การจัดจำหน่าย (Place)** หมายถึง เป็นกิจกรรมทางการตลาดในการนำผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องออกสู่ตลาดเป้าหมายในการจัดจำหน่ายนี้ รวมถึง สถานที่จำหน่ายที่ไหน จำหน่ายผ่านคนกลางระดับไหน อย่างไร และมีการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์อย่างไร และการเก็บรักษาอย่างไร ซึ่งในการนำผลิตภัณฑ์ที่กำหนดไว้ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel) เป็นการพิจารณาว่าจะมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยผ่านคนกลางระดับไหนบ้าง อย่างไร ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นเส้นทางผ่านของการแลกเปลี่ยนกรรมสิทธ์ในผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคสุดท้ายหรือผู้ใช้เพื่อการอุตสาหกรรม โดยมีกลุ่มสถาบันเข้าทำหน้าที่ในการนำผลิตภัณฑ์จากการผลิตสู่การบริโภคในช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลางทุกชนิด และผู้บริโภค

3.2 การกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ในปริมาณที่ตลาดเป้าหมายต้องการไปยังสถานที่ที่ถูกต้อง และในเวลาที่เหมาะสม กิจกรรมในส่วนนี้ได้แก่ การขนส่ง การเก็บรักษา การคลังสินค้า การควบคุมสินค้าคงคลัง การคะเนยอดขาย การวางแผนการจำหน่าย การดำเนินการเกี่ยวกับการสั่งซื้อ การบรรจุหีบห่อ การเคลื่อนย้ายวัสดุและสินค้า เป็นต้น

4. **การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** หมายถึง เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้จำหน่ายในการเสนอผลิตภัณฑ์กับตลาดเป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การส่งเสริมการตลาดเป็นวิธีที่ช่วยเสริมสร้างการติดต่อสื่อสารให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจ ในผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายในตลาดมากยิ่งขึ้น

2.2 การทบทวนวรรณกรรม

2.2.1 การศึกษาเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทาน

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2547) ได้ทำการศึกษาโครงสร้างพื้นฐานการตลาดลำไยภาคเหนือตอนบนเพื่อการส่งออก พบว่า โซ่อุปทานของการส่งออกลำไยอบแห้งจะเริ่มจากเกษตรกร ซึ่งเป็นเจ้าของผลผลิตจะทำการจัดหาปัจจัยการผลิต ดูแลรักษา ตลอดจนถึงการเก็บเกี่ยว การคัดเกรดและจัดชั้นคุณภาพก่อนการจำหน่าย และจะขนส่งไปให้พ่อค้าโดยรถยนต์ เมื่อผลผลิตลำไยสดถึงมือพ่อค้าก็จะทำการคัดเกรดลำไยสดเพื่อนำไปแปรรูปเป็นลำไยอบแห้ง จัดหาภาชนะบรรจุ เก็บรักษาแล้วขนส่งไปยังพ่อค้าส่งออก ส่วนพ่อค้าส่งออกจะทำการคัดเกรด เก็บรักษาผลผลิตในโกดัง รวมถึงดำเนินการในส่วนของเอกสารต่างๆเพื่อการส่งออก และทำการขนส่งทางเรือและรถยนต์ไปยัง

ผู้บริโภคปลายทาง ซึ่งได้แก่ ประเทศจีน โดยใช้การขนส่งทางเรือจากอำเภอเชียงแสน และอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ไปยังท่าเรือเชียงรุ้ง ท่าเรือเม่งหาน ท่าเรือก้วนเหล่ย ที่เมืองสิบสองปันนา มณฑลยูนนาน จากนั้นก็จะทำการกระจายสินค้าจนถึงผู้บริโภคในประเทศจีน ส่วนการขนส่งทางบกจะเริ่มจากอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงรายไปยังท่าขี้เหล็กประเทศพม่า และต่อไปยังเมืองยองหรือเมืองเชียงตุง ก่อนจะไปสิ้นสุดที่เมืองสิบสองปันนา ประเทศจีน เส้นทางที่สองเริ่มจาก อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงรายไปที่ห้วยทราย และต่อไปที่น้ำหลวงทา บ่อเต็น บ่อหาน ประเทศลาว และต่อไปยังเมืองสิบสองปันนา ประเทศจีน และเส้นทางสุดท้าย จากจังหวัดหนองคายไปทางเวียงจันทร์ ผ่านเวียดนามและไปสิ้นสุดที่เมืองหนานหมิง

เกรียงไกร เตชกานนท์ และภัททา เกิดเรือง (2550) ได้ศึกษาผลกระทบของการเปิดเสรีการค้าและการปรับตัวในห่วงโซ่อุปทานในภาคอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย โดยใช้แนวคิด Global Value Chain และพบว่าผู้ผลิตขนาดกลางและเล็กยังไม่สามารถปรับตัวได้ดี ในขณะที่ผู้ผลิตเสื้อผ้าขนาดใหญ่ที่ได้ลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ๆ พัฒนาความสามารถในการผลิตและการออกแบบและพยายามสร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับอุตสาหกรรมต้นน้ำ (สิ่งทอ) เพื่อเสนอบริการแบบครบวงจรแก่ลูกค้ามากขึ้นสามารถปรับตัวได้

ทนงศักดิ์ คุ้มพาล และวันชัย รัตนวงศ์ (2550) ได้ทำการศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขันในธุรกิจแก้วมังกร โดยการศึกษาพบว่าการนำเข้าแก้วมังกร การขนส่งได้ใช้เวลานาน และรวมไปถึงอุปกรณ์ที่ใช้บรรจุไม่เหมาะสม ทำให้เกิดความเสียหายกับสินค้า ซึ่งการปรับปรุงคุณภาพลังบรรจุ วิธีการจัดเรียง ตลอดจนการเปลี่ยนเส้นทางการขนส่งจากเวียดนามถึงประเทศไทย สามารถลดความสูญเสียกับธุรกิจได้รวมเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 12.10 ล้านบาทต่อปีหรือร้อยละ 40.33 ของมูลค่าในการขนส่งตลอดเส้นทางโดยการศึกษา เน้นการปรับเปลี่ยนเส้นทางในกิจกรรมขนส่งและปรับปรุงคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ และการจัดเรียง เพื่อลดต้นทุน และลดความเสียหายต่อสินค้า

นิภา หวังสินทวีกุล (2550) ศึกษาห่วงโซ่อุปทานของมะม่วงพันธ์น้ำดอกไม้เพื่อส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นในจังหวัดฉะเชิงเทรา และศึกษาห่วงโซ่อุปทานระหว่างชมรมชาวสวนจังหวัดฉะเชิงเทราและผู้ประกอบการส่งออก ผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงความเชื่องโยงระหว่างผู้เล่นต่างๆ ในห่วงโซ่อุปทาน และแสดงถึงการไหลของข้อมูลและสินค้าภายในห่วงโซ่อุปทานด้วย รวมไปถึงการสำรวจราคาที่ผู้เล่นแต่ละรายได้รับหรือมอบให้ผู้เล่นรายอื่นด้วย เช่น ราคาที่ผู้ส่งออกขายให้ผู้นำเข้าที่ประเทศญี่ปุ่นอยู่ที่กิโลกรัมละ 210.54 บาท ในขณะที่ราคาที่ผู้ส่งออกรับซื้อจากกลุ่มเกษตรกรอยู่ที่กิโลกรัมละไม่ต่ำกว่า 30 บาท เป็นต้น รวมถึงพบปัญหาในเชิงการจัดการห่วงโซ่อุปทาน คือ เกษตรกรผู้ปลูกมีการปลูกมะม่วงแบบลักษณะผลักอุปทาน(Demand Pull) ในขณะที่ผู้ส่งออกมีการขายสินค้าในลักษณะของการดึงอุปสงค์เข้าหาอุปทาน (Demand Pull) ส่งผลให้เกิดการล้นตลาดของผลผลิตใน

บางช่วงเวลา และการขาดการควบคุมคุณภาพของผลผลิตที่ดีพอ ก่อให้เกิดความไม่เพียงพอของมะม่วงไทย สำหรับการส่งออก นอกจากนี้ยังพบปัญหาการไม่ลื่นไหลของข้อมูลระหว่างผู้ประกอบการกับบริษัทที่ทำนิติกรรมในการขนส่ง ทำให้เกิดความไม่เข้าใจ และข้อมูลผิดพลาด และผลผลิตเกิดการช้ำ เสียหาย ไม่สามารถส่งออกได้ ขณะขนย้ายจากสวนไปยังชมรม และภายในชมรมชาวสวนจังหวัดฉะเชิงเทรา และยังต้นทุนค่าอบไอน้ำ และค่าขนส่งไปยังปลายทาง ในราคาที่สูง ซึ่งเป็นการขนส่งทางอากาศเป็นร้อยละ 60 ของต้นทุนทั้งหมด ทำให้ผู้ประกอบการต้องตั้งราคาน้ำดอกไม้เบอร์ 4 สูงกว่าราคารับซื้อจากเกษตรกรมาก

รภัส มิชณิมานนท์ (2551) ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์การจัดการโซ่อุปทานของผู้ประกอบการลำไยสดด้วยการวิเคราะห์สายธารคุณค่าในจังหวัดเชียงใหม่ และลำพูน โดยผลการวิจัยพบว่า การดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนของเกษตรกรนั้นส่งผลต่อคุณภาพของลำไย และระยะเวลาในการดำเนินการของผู้ประกอบการ เช่น ล้ง ผู้รวบรวม ใช้เวลาในการดำเนินในแต่ละกิจกรรมนานเกินไป และผลจากการจำลองสถานการณ์พบว่า ถ้าหากมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการดำเนินงานใหม่ตามแนวทางปฏิบัติที่เป็นเลิศจะทำให้ระยะเวลาในการทำงานของพ่อค้ารวบรวมใช้เวลาลดลง 5.15 ชั่วโมง และมีอัตราการผลิตเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่าของอัตราการผลิตเดิม,ผู้ประกอบการลำไยอบแห้งเปลือกใช้เวลาลดลง 9.02 ชั่วโมง และมีอัตราการผลิตเพิ่มขึ้นเป็น 1.50 เท่าของอัตราการผลิตเดิม, ผู้ประกอบการลำไยอบแห้งเนื้อใช้เวลาลดลง 3.17 ชั่วโมง และมีอัตราการผลิตเพิ่มขึ้นเป็น 1.20 เท่าของอัตราการผลิตเดิม สุดท้ายล้งใช้เวลาลดลง 1.43 ชั่วโมง และมีอัตราการผลิตเพิ่มขึ้นเป็น1.57 เท่าของอัตราการผลิตเดิม

วลัยลักษณ์ อัตธีรวงศ์ (2551) การศึกษาโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ในประเทศไทยเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันให้มีศักยภาพในการแข่งขันกับนานาชาติโดยใช้ SCOR model **ณัฏฐรินดา ฐิติเจริญพงษ์ (2552)** ได้ทำการศึกษาเรื่อง การประเมินประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานข้าวโพดกระป๋อง จากผลการศึกษาพบว่า มีกิจกรรมทั้งหมด 14 กิจกรรม มีกิจกรรมที่จำเป็นแต่ไม่เกิดคุณค่าเพิ่ม 11 กิจกรรม กิจกรรมที่มีคุณค่าเพิ่ม 2 กิจกรรม และกิจกรรมที่ไม่เกิดคุณค่าเพิ่ม 1 กิจกรรม ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 82.41 16.64 และ 0.96 ตามลำดับ และพบว่า หากทำการลดกิจกรรมที่ซ้ำซ้อนกันคือ กิจกรรมการตรวจคุณภาพ และทำการเพิ่มสัดส่วนของเกษตรกรแบบมีสัญญาผูกพัน(Contact Farming) จะทำให้ลดระยะเวลาในการดำเนินงานในห่วงโซ่อุปทานได้ ซึ่งจากการจำลองสถานการณ์พบว่า สามารถลดระยะเวลาของห่วงโซ่อุปทานข้าวโพดกระป๋องได้ถึง 12.74 ชั่วโมง จากระยะเวลาเต็ม 81.36 ชั่วโมง เหลือเพียง 68.62 ชั่วโมง

สุภาวดี โพธิยะราช (2553) ได้ศึกษาถึงผลกระทบของนโยบายการค้าเสรีต่อเศรษฐกิจไทย กรณีการชำเข้าผักและผลไม้จากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ผลการศึกษาได้ชี้ให้เห็นถึงภาพรวมการนำเข้าผัก ผลไม้จากประเทศจีน ห่วงโซ่อุปทานและกิจกรรมโลจิสติกส์ในการนำเข้าผัก

ผลไม้ จากประเทศจีนสู่ผู้บริโภคไทย และระบบการตลาดทั้งหมด ระบบการผลิตและการกระจายสินค้า นอกจากนี้ยังชี้ให้เห็นถึงการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัดในการค้าผัก ผลไม้ของประเทศจีนที่มีต่อประเทศไทยภายใต้การเปิดเสรีการค้า

ศรัณยวีร์ คำสี (2555) ทำการศึกษาเรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์พริกหวานไฮโดรโปนิคส์เพื่อการส่งออก โดยผลการศึกษาพบว่า กิจกรรมการตรวจสอบความสมบูรณ์ของผลพริกหวานก่อนทำการเก็บเกี่ยวเป็นกิจกรรมที่ซ้ำซ้อนกับกิจกรรมการคัดเกรดพริกหวาน เมื่อทำการตัดกิจกรรมดังกล่าวออกสามารถลดเวลาดำเนินการของห่วงโซ่อุปทานได้ 0.66 ชั่วโมงหรือคิดเป็น 1.52% และจากการวิเคราะห์ด้านต้นทุนโลจิตติกส์พบว่า กิจกรรมที่ก่อให้เกิดต้นทุนโลจิสติกส์สูง ได้แก่ กิจกรรมการบรรจุกล่องกระดาษลูกฟูกและกิจกรรมการจัดเก็บพริกหวานในห้องเย็น หลังจากการเสนอแนะแนวทางการปรับลดต้นทุนโลจิสติกส์ทำให้สามารถลดต้นทุนการดำเนินงานของกรณีศึกษาได้341,389.85 บาทต่อปีคิดเป็น 19.81%

2.2.2 การศึกษาเกี่ยวกับต้นทุนในกิจกรรมการขนส่งในระบบโลจิสติกส์

เพ็ญศรี เจริญวานิช และคณะ(2545) ได้นำเสนองานวิจัยเรื่อง การศึกษาช่องทางการจำหน่ายมะม่วงสดในตลาดเป้าหมาย ซึ่งได้นำเสนอแผนภาพช่องทางการส่งออกมะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ไปยังประเทศญี่ปุ่น โดยใช้การเก็บข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามและลงพื้นที่ โดยผลการศึกษาพบว่า ช่องทางในการส่งออกมะม่วงสดในตลาดต่างประเทศโดยรวมนั้นมีการขนส่งผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งสิ้น 3 ช่องทางด้วยกัน ได้แก่ ทางบก ทางอากาศ และทางน้ำ โดยประเทศไทยใช้ช่องทางอากาศในการขนส่งมะม่วงไปยังประเทศญี่ปุ่นเป็นส่วนใหญ่ และมีบางส่วนที่ใช้การขนส่งทางน้ำผ่านทะเล ในขณะที่ช่องทางในการจำหน่ายที่ประเทศญี่ปุ่นแบบค้าปลีกที่สำคัญคือ ผ่านทาง ซุปเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าปลีก และตลาดสด ในส่วนของช่องทางการนำเข้ามะม่วงสดจากไทยที่มีประสิทธิภาพของตลาดประเทศญี่ปุ่นได้แก่ การทำสัญญากับตัวแทนนำเข้าเพื่อดำเนินการทางด้านศุลกากรในประเทศญี่ปุ่น โดยเคลื่อนย้าย ขนส่ง ไปยังผู้ค้าส่งหรือผู้บริโภคผ่านทางบริษัทเทรดดิ่งที่มีความชำนาญและมีช่องทางในการจัดจำหน่ายอยู่แล้วในประเทศญี่ปุ่น งานวิจัยชิ้นนี้นอกจากทำให้ทราบถึงช่องทางในการจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่นแล้วนั้น ยังทำให้ทราบถึงความสำคัญในการร่วมมือกันของผู้ส่งออกและบริษัทต่างๆ อีกด้วย

การศึกษาต้นทุนในการส่งออกสินค้าทางเรือ **ธเนศ สิริสุวรรณกิจ (2549)** พบว่าประกอบไปด้วย 1.ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับค่าระหว่างเรือ ได้แก่ อัตราส่วนมูลค่ากับน้ำหนักของสินค้า ระยะทางขนส่ง ลักษณะของสินค้า น้ำหนักสินค้า มูลค่าสินค้า ความเสี่ยงและความอันตรายในการขนส่ง ความต้องการด้านการยกขน ราคาค่าขนสินค้าที่มีลักษณะคล้ายกัน มูลค่าของการให้บริการขนาดหีบห่อ ปัจจัยด้านคู่แข่ง เส้นทางการขนส่ง 2.ปัจจัยที่ใช้พิจารณากำหนดอัตราค่าระวางเรือ

ได้แก่ ประเภทของสินค้าและเรือ เช่น สินค้าบรรจุตู้ สินค้าเทกอง เป็นต้น เส้นทางและระยะทางในการขนส่ง สภาพตลาดและการแข่งขัน ต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่ง และ **ธเนศ สิริสุวรรณกิจ (2549)** ยังได้ทำการศึกษาเรื่องการวางแผนระบบโลจิสติกส์เพื่อการส่งออกผลไม้ ในเรื่องเดียวกันยังได้ทำการศึกษาวิเคราะห์กิจกรรมโลจิสติกส์ในการส่งผลไม้ไปยังประเทศจีน โดยเน้นด้านการศึกษาด้านการขนส่ง เนื่องจากเล็งเห็นถึงปัญหาเมื่อถึงฤดูกาลส่งออกผู้ส่งออกบางรายไม่สามารถขนส่งสินค้าออกไปยังลูกค้าปลายทางได้ เนื่องจาก ขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ จึงได้ทำการศึกษา ถึงการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกล่วงหน้าแบบรายเดือน และการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบเป็นทางเลือกในการขนส่ง เพื่อลดต้นทุนของการขนส่งจากการขนส่ง เส้นทางเดิม และเป็นการลดระยะเวลาในกิจกรรมการขนส่งได้อีกด้วย และสุดท้ายนี้ **ธเนศ สิริสุวรรณกิจ (2549)** ยังได้ทำการศึกษาการวางแผนระบบโลจิสติกส์เพื่อการส่งออกผลไม้ โดยผลการศึกษาได้พบปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ส่งออกที่อยู่ในระบบโลจิสติกส์ไม่สามารถส่งออกผลไม้ได้ตามเวลาที่กำหนด เนื่องจากมีตู้คอนเทนเนอร์ในปริมาณที่ไม่เพียงพอสำหรับการบรรจุ ทำให้เกิดการแย่งกันใช้บริการตู้คอนเทนเนอร์ และผู้ส่งออกต้องแบกรับต้นทุนค่าขนส่งที่สูงร้อยละ 75.10-81.46 ของต้นทุนโลจิสติกส์ที่ส่งออกทั้งหมด นอกจากนี้ได้ทำการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของต้นทุนและรูปแบบการขนส่งและทางเลือกใหม่ของเส้นทางการขนส่ง เส้นทางการขนส่งที่น่าสนใจสำหรับเป็นทางเลือกในอนาคต ได้แก่ ชุมพร- ท่าเรือสุราษฎร์ธานี-ท่าเรือแหลมฉบัง-ฮ่องกง และ นครศรีธรรมราช-ท่าเรือสุราษฎร์ธานี-ท่าเรือแหลมฉบัง-ฮ่องกง ซึ่งสามารถลดต้นทุนการขนส่งจากเส้นทางปัจจุบันที่ใช้อยู่ได้ประมาณ 3,350 บาท/ตู้ และ 11,550 บาท/ตู้ ตามลำดับ

Sing Ching Tongdee (2549) ได้ทำการศึกษาการขนส่งสินค้าจากไทยไปจีนโดยใช้เส้นทางบก จากหนองคาย – ลาว – เวียดนาม – มณฑลกวางสี ประเทศจีน พบว่า ค่าขนส่งตู้คอนเทนเนอร์ห้องเย็นขนาด 40 ฟุต น้ำหนัก 20 ตัน มีค่าใช้จ่าย 45,000 บาท ใช้เวลา 2 – 3 วัน แต่ถ้าออกจากแหล่งผลิตจะใช้เวลาประมาณ 3 วัน ค่าใช้จ่ายประมาณ 69,000 – 78,000 บาท ต่อตู้ และหากทำการขนส่งต่อจากมณฑลกวางสีไปถึงมณฑลกวางโจวระยะทาง 2,300 – 2,500 กิโลเมตร จะเสียค่าขนส่ง 105,800 – 115,000 บาท ใช้ระยะเวลาประมาณ 4 วัน

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2552) ศึกษาห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์มะม่วงภาคตะวันออก 6 จังหวัด โดยทำการศึกษามะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ เขียวเสวย โชคอนันต์ แรดและมหาชนก ผลการศึกษาพบว่า พื้นที่ศึกษามีเนื้อที่มะม่วงยืนต้นรวม 160,546 ไร่ ผลผลิตรวม 84,238 ตัน โดยจังหวัดฉะเชิงเทรามีเนื้อที่ให้ผลและผลผลิตมากที่สุด แต่จังหวัดสระแก้วกลับให้ผลผลิตต่อไร่มากที่สุด ภาคการตลาดเกษตรกรส่วนใหญ่ใช้วิธีการขายผลผลิตแบบชั่งน้ำหนักมากกว่าการขายเหมาสวน และนิยมขายใยรูปผลดิบ ร้อยละ 66.75 ผลผลิตที่ขายส่วนใหญ่เป็นเกรดบริโภคในประเทศร้อยละ 81.95 ต้นทุนโลจิสติกส์ในรูปแบบมะม่วงผลสดเท่ากับ 9.279 บาทต่อกิโลกรัม ปัญหาที่พบด้านคุณภาพ

ผลผลิตที่ได้มาตรฐานส่งออกมีปริมาณไม่เพียงพอ ขาดความต่อเนื่องในการเข้าถึงองค์ความรู้/เทคโนโลยีเพื่อพัฒนาการผลิตมะม่วงคุณภาพ ด้านราคาเกษตรกร/กลุ่มเกษตรกรมนภาคอื่นเข้ามาขายตัดราคาในตลาดชายแดน โดยเฉพาะในช่วงผลผลิตกระจุกตัวทำให้ราคาตกต่ำ ด้านเงินทุนเกษตรกรยังมีข้อมูลพันทางการเงินกับผู้ประกอบการค้า ขาดการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสนับสนุนในการพัฒนาต่อยอดกิจกรรมธุรกิจให้ครบวงจร ด้านตลาดซื้อขาย การคัดเกรดมีมาตรฐาน เกณฑ์การชี้วัดคุณภาพมะม่วงต่างกัน ความต้องการของตลาดปลายทางลดลง ด้านบุคลากร แต่ละห่วงโซ่อุปทานขาดเวทีเชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง แรงงานที่มีทักษะในการคัดเกรดไม่เพียงพอ ด้านหน่วยงานภาครัฐการเข้าไม่ถึงข้อมูลข่าวสารของภาครัฐ ปริมาณผลการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี นำไปสู่ภาคปฏิบัติน้อย ด้านโลจิสติกส์ โรงงานแปรรูปมะม่วงมีการซื้อผลผลิตมะม่วงดองจากนอกพื้นที่เป็นจำนวนมากในแต่ละปี กลุ่มเกษตรกร/สหกรณ์บางแห่ง มีห้องเย็นสำหรับแช่มะม่วงไม่เพียงพอ เกษตรกร พ่อค้าบางส่วน ขาดความรู้ในเรื่องการบริหารจัดการหลังการเก็บ เกี่ยวและวิธีการเก็บรักษาที่ถูกต้อง ทำให้มีสินค้ามะม่วงถูกตีกลับ ขบวนการบริหารจักการโลจิสติกส์ยังขาดประสิทธิภาพทำให้ต้นทุนโลจิสติกส์สูง และเกษตรกรมีการตีรถเปล่ากลับเมื่อส่งสินค้าแล้ว

ศิริรัตน์, อภิชาต (2551) ได้ทำการศึกษาหัวข้อ การประเมินประสิทธิภาพผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ไทยบนเส้นทางไทย-จีน เพื่อประเมินระดับความสามารถทางการแข่งขันของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของไทย ซึ่งได้มีวิธีรวบรวมข้อมูลมีสองอย่าง ได้แก่ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ที่มาจากสมาชิกสมาพันธ์ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย โดยผลการวิเคราะห์จะถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน โดยส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจ จะใช้การวิเคราะห์แบบสถิติเชิงพรรณนา อาทิ สัดส่วน ร้อยละ เป็นต้น เพื่อทำให้ทราบลักษณะที่สำคัญของบริษัท ในส่วนที่ 2 เป็นการประเมินประสิทธิภาพของผู้ให้บริการ จะใช้การวิเคราะห์แบบสถิติเชิงพรรณนา ในการวิเคราะห์ตามแต่ละตัวชี้วัด อาทิ เช่น ผลการประเมินด้านเวลาพบว่า ระยะเวลาในการส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าในประเทศจีนนับตั้งแต่ได้รับคำสั่งซื้อโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 10 วัน เป็นต้น ซึ่งผลการศึกษาพบว่า การรวมกลุ่มเพื่อสร้างความร่วมมือและ การแบ่งปันข้อมูล ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย ยังอยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ โดยงานวิจัยชิ้นนี้แสดงให้เห็นถึงวิธีที่ใช้ในการวิเคราะห์ประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ ของผู้ประกอบการ

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2551) ได้ทำการศึกษาระบบLogistics และ Supply chain สินค้าเกษตรเพื่อขยายตลาดส่งออกในประเทศเอเชีย โดยเปรียบเทียบการขนส่งในทางบกและทางทะเล จากเส้นทาง R9 และR12 และทางท่าเรือแหลมฉบังและคลองเตย โดยผลการศึกษาพบว่า เมื่อเปรียบเทียบการขนส่งทางบกและทางทะเล ต้นทุนโลจิสติกส์การส่งออกทุเรียน มังคุด และลำไยทางบกสูงกว่าทางทะเลร้อยละ6.57,3.68และ3.15 ตามลำดับ โดยต้นทุนของการส่งออกทางบกที่สำคัญที่สุดได้แก่ ต้นทุนในกิจกรรมการขนส่งจากแหล่ง

ผลิตถึงตลาดปลายทาง รองลงมาได้แก่ ค่ากิจกรรมบรรจุภัณฑ์และค่า VAT และการขนส่งทางทะเล ต้นทุนค่าโลจิสติกส์ที่สำคัญ ได้แก่ ค่ากิจกรรมบรรจุภัณฑ์ ค่า VAT และค่ากิจกรรมขนส่งจากแหล่งผลิตถึงตลาดปลายทาง

สมชาย สมพร และกนก (2552) ทำการศึกษาในหัวข้อ โครงการศึกษาวิจัยระบบ Logistics และ Supply Chain ผลไม้และผลิตภัณฑ์เพื่อขยายตลาดส่งออกไปประเทศในเอเชีย กรณีศึกษาเส้นทาง R3E และ R3W ผลการศึกษาพบว่า เส้นทาง R3W ระยะทางสั้น และต้นทุนโลจิสติกส์ต่ำกว่าเส้นทาง R3E ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ การขนส่งผลไม้ตามเส้นทาง R3E เป็นการขนส่งผลไม้จากแหล่งผลิตในแต่ละพื้นที่มายังอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย หลังจากนั้นจะขนถ่ายลงแพขนานยนต์เพื่อข้ามฟากไปยังห้วยทราย แขวงบ่อแก้วของประเทศลาว แล้วทำการขนถ่ายมายังรถยนต์แล้วส่งไปยัง เมืองบ่อเต็น/บ่อหาน ชายแดนติดกับประเทศจีน แล้วผู้นำเข้าจีนก็จะนำรถมาขนถ่ายก่อนส่งไปยังเชียงรุ้ง และเข้าสู่ตลาดคุนหมิงก่อนกระจายไปยังมณฑลต่างๆ หากแหล่งผลิตอยู่ที่ภาคเหนือแล้วใช้เส้นทาง R3E มีระยะทาง 552 กิโลเมตร ใช้ระยะเวลาในการขนส่ง 12 ชั่วโมง ค่าขนส่งอยู่ที่ประมาณ 3,332 – 3,832 บาท/ตัน หากแหล่งผลิตอยู่ที่ภาคตะวันออกแล้วใช้เส้นทาง R3E(จันทบุรี – ท่าขี้เหล็ก – บ่อหาน) มีระยะทาง 1,402 กิโลเมตร ใช้ระยะเวลาในการขนส่ง 23 ชั่วโมง ค่าขนส่งอยู่ที่ประมาณ 5,042 – 5,542 บาท/ตัน และถ้าหากแหล่งผลิตอยู่ที่ภาคใต้แล้วใช้เส้นทาง R3E(ชุมพร – ห้วยทราย – บ่อหาน) มีระยะทาง 1,620 กิโลเมตร ใช้ระยะเวลาในการขนส่ง 26 ชั่วโมง ค่าขนส่งอยู่ที่ประมาณ 5,592 – 6,092 บาท/ตัน สำหรับเส้นทาง R3W เป็นการขนส่งจากแหล่งผลิตไปยังอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย หลังจากนั้นจะทำการขนถ่ายใส่รถกระบะแล้วขนส่งไปยังท่าขี้เหล็กประเทศพม่า และเปลี่ยนถ่ายใส่รถบรรทุก 10 ล้อ เพื่อขนส่งไปยังเมืองต้าลั่ว หากแหล่งผลิตอยู่ที่ภาคเหนือ แล้วใช้เส้นทาง R3W มีระยะทาง 499 กิโลเมตร ใช้ระยะเวลาในการขนส่ง 12 ชั่วโมง ค่าขนส่งอยู่ที่ประมาณ 2,368 – 2,702 บาท/ตัน หากแหล่งผลิตอยู่ที่ภาคตะวันออกแล้วใช้เส้นทาง R3W(จันทบุรี – ท่าขี้เหล็ก – ต้าลั่ว) มีระยะทาง 1,349 กิโลเมตร ใช้ระยะเวลาในการขนส่ง 24 ชั่วโมง ค่าขนส่งอยู่ที่ประมาณ 4,300 – 4,634 บาท/ตัน และถ้าหากแหล่งผลิตอยู่ที่ภาคใต้แล้วใช้เส้นทาง R3W(ชุมพร – ท่าขี้เหล็ก – ต้าลั่ว) มีระยะทาง 1,567 กิโลเมตร ใช้ระยะเวลาในการขนส่ง 27 ชั่วโมง ค่าขนส่งอยู่ที่ประมาณ 4,795 – 5,129 บาท/ตัน

ภัทรพร (2553) ทำการศึกษากิจกรรมโลจิสติกส์เพื่อการส่งออกมะม่วงน้ำดอกไม้จากประเทศไทยของ พบว่ากิจกรรมโลจิสติกส์ที่พบในกระบวนการส่งออกตั้งแต่การเคลื่อนย้ายมะม่วงจากศูนย์รวบรวม มายังโรงงานอบไอน้ำของผู้ส่งออก จนถึงกระบวนการส่งออกทางเครื่องบิน ประกอบไปด้วย 6 กิจกรรม กิจกรรมการขนส่ง กิจการรับและเก็บรักษาสินค้า กิจกรรมการเคลื่อนย้ายพัสดุ กิจกรรมการบริการลูกค้า กิจกรรมการบรรจุหีบห่อ และกิจกรรมการจัดการสินค้าคงคลัง โดยในแต่ละกิจกรรมจะพบปัญหา และอุปสรรคที่จะส่งผลต่อต้นทุน ที่เพิ่มขึ้นและคุณภาพมะม่วงที่ส่งออก โดย

ปัญหาที่สำคัญที่พบอยู่ในกิจกรรมการขนส่ง จากการใช้รถ อย่างไม่เต็มศักยภาพในแต่ละเที่ยวของการไปรับมะม่วงจากศูนย์รวบรวม การขนส่งที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่า จากกิจกรรมการขนส่งสินค้ากลับคืนไปยังศูนย์รวบรวม และต้นทุนค่าขนส่งไปยังลูกค้าที่มีราคาสูง รวมไปถึงปัญหาในกิจกรรมการเคลื่อนย้ายพัสดุ ที่เกิดจากการทำงานที่ผิดพลาดของพนักงาน และการทำงานที่ซ้ำซ้อนทำให้เกิดปัญหาคอขวดในสายการผลิต และความเสียหายของมะม่วงในปริมาณที่มาก

นราพันธ์ (2555) ศึกษาเรื่อง ต้นทุนโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการโรงสีในห่วงโซ่อุปทานข้าวอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน โดยทำการศึกษาโรงสีข้าว 3 โรง เป็นโรงสีข้าวขนาดใหญ่ 1 โรง และโรงสีข้าวขนาดกลาง 2 โรง ซึ่งผลการศึกษาพบว่า โรงสีข้าวขนาดใหญ่มีต้นทุนโลจิสติกส์รวมโดยเฉลี่ยเท่ากับ 2.66 บาทต่อกิโลกรัม โรงสีข้าวขนาดกลางมีต้นทุนโลจิสติกส์รวมโดยเฉลี่ยเท่ากับ 12 บาทต่อกิโลกรัมและ 20 บาทต่อกิโลกรัม และหากพิจารณาลงไปในรายละเอียดจะพบว่า ต้นทุนโลจิสติกส์ที่สูงที่สุดคือต้นในการบริหารจัดการ ซึ่งมีขนาดร้อยละ 73.67

บทที่ 3
ห่วงโซ่อุปทานและรูปแบบการจัดการขนส่งลำไยสดจากภาคเหนือของไทยไปยังสาธารณรัฐอินเดียและสาธารณรัฐประชาชนบังคลาเทศ

ในบทนี้จะเป็นการศึกษาถึงห่วงโซ่อุปทานและรูปแบบการจัดการขนส่งลำไยสดจากแหล่งผลิตในเขตภาคเหนือของประเทศไทยคือ จังหวัดเชียงใหม่และลำพูน ไปยังประเทศปลายทางผู้นำเข้าคือ อินเดียและบังกลาเทศ เพื่อที่จะสามารถเข้าใจรายละเอียดและทราบถึงขั้นตอน ช่องทางการตลาด ปัญหาและอุปสรรคของลำไยสดไทยที่ส่งไปจำหน่ายในอินเดียและบังกลาเทศตลอดห่วงโซ่อุปทานดังกล่าว การศึกษาจะใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) จากตัวอย่างที่ประกอบไปด้วย เกษตรกรและกลุ่มเกษตรกร ผู้ประกอบการล้ง ผู้ส่งออก ผู้นำเข้า พ่อค้าปลีก พ่อค้าส่ง และผู้บริโภค โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ร่วมกับการสุ่มตัวอย่างแบบสโนว์บอลหรือแบบลูกโซ่ (Snow Ball or Chain Sampling)

3.1 การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานและรูปแบบการจัดการขนส่งผลไม้ (ลำไยจากภาคเหนือ) ไปยังอินเดีย และบังคลาเทศ

3.1.1 ห่วงโซ่อุปทานของลำไยจากสหกรณ์ในภาคเหนือตอนบนเพื่อการส่งออกไปต่างประเทศ

จากการเก็บข้อมูลด้วยพื้นที่และการสัมภาษณ์สหกรณ์ ผู้รวบรวมผลผลิตในพื้นที่ ล้งหรือผู้ส่งออกลำไย เจ้าหน้าที่ศุลกากร เจ้าหน้าที่ของ THAI CARGO ตัวแทนผู้นำเข้าผลไม้ ผู้จัดการห้างสรรพสินค้า ผู้จำหน่ายในตลาดค้าส่ง ตลาดค้าปลีก ร้านรถเข็นจำหน่ายผลไม้ข้างทาง (Street Fruit Cart) ในประเทศอินเดียนำมาสร้างแผนภาพโซ่อุปทานการไหลของสินค้าซึ่งในที่นี้คือ ลำไยสด (Physical Flows) ได้ดังรูปที่ 3.1 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ลำไยสดจากสวนของเกษตรกรจะถูกเก็บเกี่ยว โดยมีกระบวนการคัดคุณภาพ ขนาดของผลลำไย เกรด AA, A, B, C และ D ตั้งแต่ในสวน และลำไยจะถูกขายและเคลื่อนย้ายไปสู่สหกรณ์การเกษตรที่เกษตรกรเป็นสมาชิก หรือผู้รวบรวมผลผลิตในท้องที่

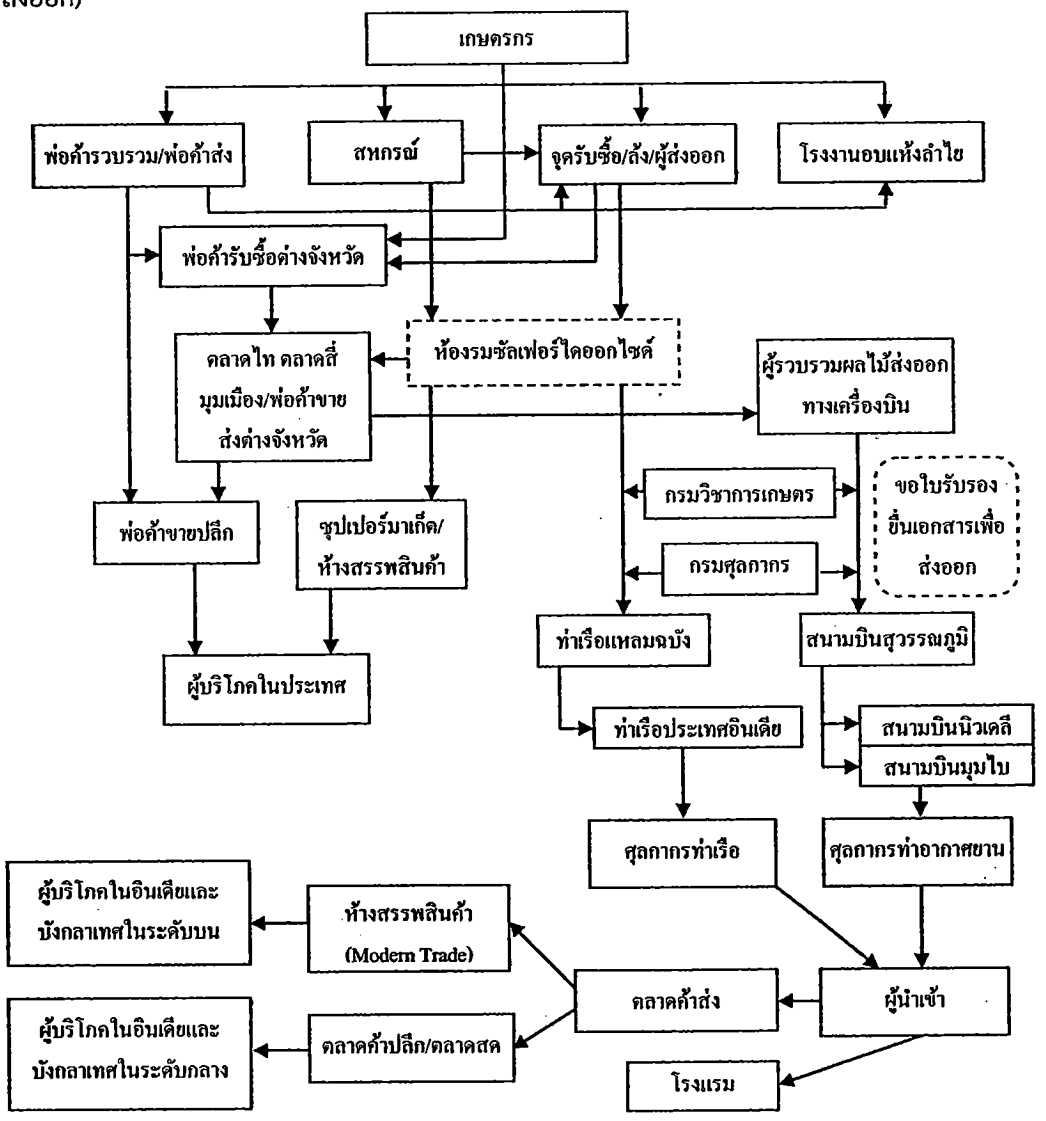
2. ในกรณีของสหกรณ์

2.1 ลำไยจะถูกตรวจสอบคุณภาพและขนาดเพื่อกำหนดราคารับซื้อจากสหกรณ์และผ่านเข้ากระบวนการรม SO_2

2.2 เมื่อผ่านกระบวนการรม SO_2 แล้วสหกรณ์จะติดต่อกับผู้รับซื้อ ประกอบด้วยผู้ซื้อภายในประเทศ ได้แก่ Tesco Lotus, Makro ไปรษณีย์ไทย พ่อค้าในท้องถิ่นอื่น และผู้ซื้อต่างประเทศคือ ผู้นำเข้าลำไยไปยังประเทศเวียดนาม เพื่อทำการจัดเตรียมรถบรรทุก

2.3 ลำไยสดจะถูกขนส่งโดยรถบรรทุกจากสหกรณ์ไปยัง Tesco Lotus, Makro ไปรษณีย์ไทย พ่อค้าในท้องถิ่นอื่น เพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภคภายในประเทศ และถูกขนส่งโดยรถบรรทุกจากสหกรณ์ไปยังประเทศเวียดนามผ่านประเทศลาว

3. ในกรณีของผู้รวบรวมผลผลิตในท้องที่ ลำไยจะถูกขนส่งไปยังจุดรับซื้อ (ล้งหรือผู้ส่งออก)



รูปที่ 3.1 ภาพรวมห่วงโซ่อุปทานของการเคลื่อนย้ายลำไยสดเพื่อบริโภคภายในประเทศและส่งออกไปประเทศอินเดียและบังคลาเทศ

ที่มา: จากการสำรวจ

4. ลำไยจะถูกตรวจสอบคุณภาพและขนาดเพื่อกำหนดราคารับซื้อจากจุดรับซื้อ (ล้งหรือผู้ส่งออก) และผ่านเข้ากระบวนการรม SO_2 จากนั้นเคลื่อนย้ายขึ้นตู้คอนเทนเนอร์ที่ควบคุมอุณหภูมิ (Reefer)

5. จุดรับซื้อ (ล้งหรือผู้ส่งออก)

5.1 ในกรณีส่งออก: จุดรับซื้อ (ล้งหรือผู้ส่งออก) จะติดต่อกับตัวแทนธุรกิจขนส่งสินค้า (Shipping Agent) เพื่อทำการจองระวางขนส่งสินค้าของสายเดินเรือต่างๆ และดำเนินเอกสารเกี่ยวกับพิธีการศุลกากร

5.2 ในกรณีส่งจำหน่ายในประเทศ: จุดรับซื้อ (ล้งหรือผู้ส่งออก) จะติดต่อบริษัทขนส่งพร้อมกับผู้รับซื้อในตลาดค้าส่งผลไม้ ได้แก่ ตลาดไทและตลาดสี่มุมเมือง เพื่อรับสินค้า

6. สำหรับการส่งออกลำไยสดจากภาคเหนือไปยังอินเดียนั้น จากการศึกษาโดยการสัมภาษณ์ผู้ส่งออก และผู้นำเข้าพบว่ามีรูปแบบการขนส่งลำไยสดที่ผ่านกระบวนการรม SO_2 เพื่อจำหน่ายในอินเดียใน 2 ลักษณะคือ คือการขนส่งทางทะเลโดยเรือเดินสมุทร และการขนส่งทางอากาศโดยเครื่องบิน

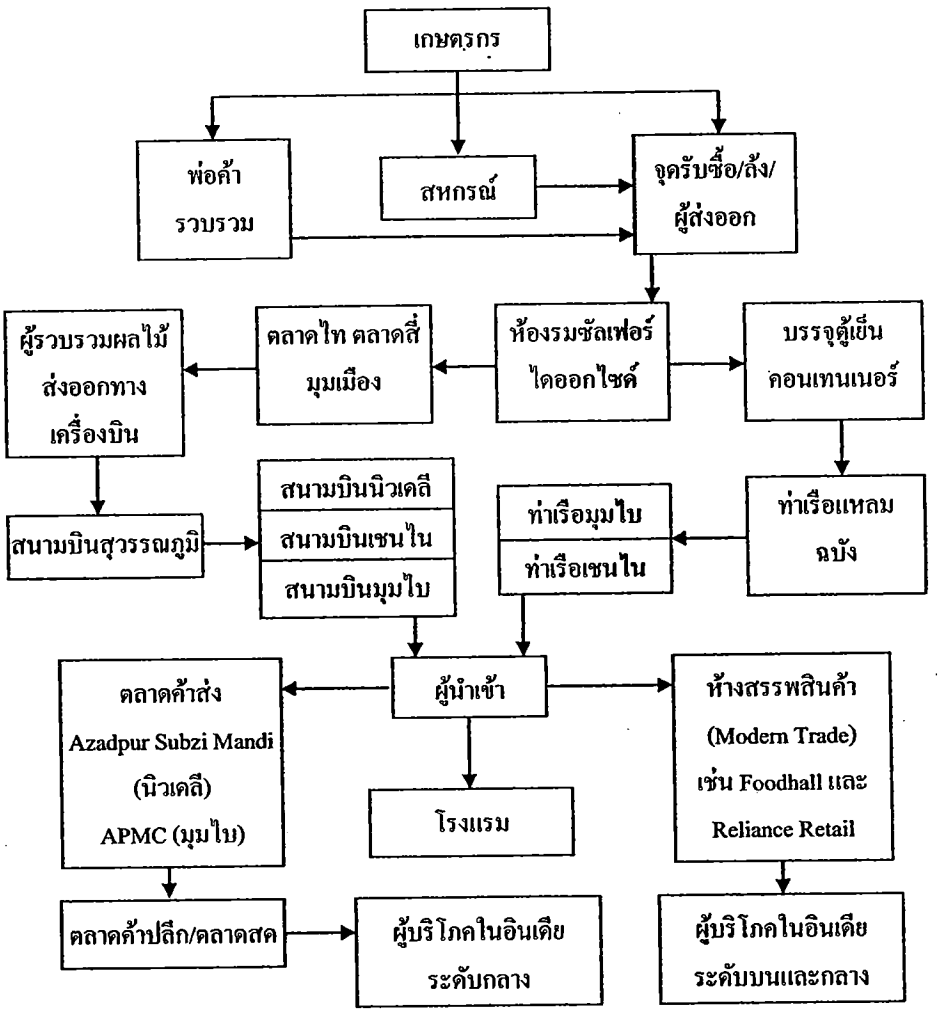
6.1 การขนส่งทางเรือ เมื่อผ่านขั้นตอนการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์เสร็จ ทางล้งหรือผู้ส่งออกจะทำการขนย้ายลำไยสดขึ้นตู้คอนเทนเนอร์ที่มีการควบคุมอุณหภูมิ (Reefer) ขนาด 20 ST FTD หรือ 40 ST FTD (แล้วแต่ปริมาณลำไยสดที่ส่งออกในแต่ละครั้ง) จากนั้นขนส่งโดยรถหัวลากคอนเทนเนอร์พร้อมหางจากภาคเหนือไปยังทางเรือไปยังท่าเรือแหลมฉบัง โดยในขั้นตอนการส่งออกการดำเนินการเอกสาร การจัดหาตู้และรถลาก ผู้ส่งออกจะว่าจ้างชิปปิ้ง (Shipping) สำหรับการดำเนินการพิธีการทางศุลกากร เอกสารผ่านธนาคาร การติดต่อบริษัทเรือเดินทะเล จากนั้นจะทำการขนถ่ายสินค้าขึ้นเรือเดินทะเล โดยท่าเรือปลายทาง ได้แก่ ท่าเรือเชนไน และท่าเรือมุมไบ

6.2 การขนส่งทางเครื่องบิน เนื่องจากในการขนส่งผลไม้ไปยังอินเดียในแต่ละเที่ยวบิน ผู้ส่งออกจะส่งออกผลไม้หลายชนิด ได้แก่ ฝรั่ง เงาะ มังคุด ชมพู รวมถึงลำไยสด ดังนั้นผู้ส่งออกจึงต้องทำหน้าที่รวบรวมผลไม้หลายชนิดเพื่อให้ได้ทั้งชนิดและปริมาณตามคำสั่งซื้อของผู้นำเข้าชาวอินเดีย โดยลำไยสดเมื่อผ่านรม SO_2 เสร็จล้งหรือผู้รวบรวมจะทำการจำหน่าย/กระจายสินค้าไปยังตลาดไทหรือตลาดสี่มุมเมือง ซึ่งจะมีผู้ส่งออกมาทำการรวบรวมผลผลิตลำไยสดพร้อมกับผลไม้ชนิดอื่นๆ อีกครั้งที่ตลาดไทหรือตลาดสี่มุมเมือง โดยลำไยจะถูกจัดมัดซ่อในถุงพลาสติก และบรรจุในกล่องโฟม จากนั้นขนส่งผลไม้ไปยังสนามบินสุวรรณภูมิ โดยผู้ส่งออกจะผู้ส่งออกจะว่าจ้างชิปปิ้ง (Shipping) สำหรับการดำเนินการพิธีการทางศุลกากร เอกสารผ่านธนาคาร การติดต่อบริษัทขนส่งทางเครื่องบิน จากนั้นทำการขนถ่ายสินค้าขึ้นเครื่องบิน โดยมีสนามบินปลายทางคือ ท่าอากาศยานนานาชาติฉัตรปาตี ศิวะจี (Chattrapathi Shivaji International Airport) เมืองมุมไบ และท่าอากาศยานนานาชาติอินทิรา คานธี (Indira Gandhi International Airport) เมืองนิวเดลี

7. เมื่อลำไยสดจากไทยถูกขนส่งทางเรือหรือเครื่องบินถึงประเทศอินเดีย ผู้นำเข้าจะดำเนินพิธีการศุลกากรเพื่อนำลำไยออกจากท่าเรือหรือท่าอากาศยาน

8. ลำไยสดจะถูกนำกระจายไปยังห้างสรรพสินค้า ตลาดค้าส่ง และตลาดค้าปลีกเพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภคชาวอินเดียต่อไป

ในส่วนของกระบวนการจัดการลำไยสดเพื่อส่งออกไปยังประเทศอินเดีย จากการศึกษาและลงพื้นที่เก็บข้อมูลของคณะวิจัยสามารถจำแนกการดำเนินการของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานการส่งออกลำไยสดไปประเทศอินเดีย ดังรูป 3.2 พบว่า มีทั้งหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องมากมาย เช่น เกษตรกร ล้ง บริษัทขนส่ง พ่อค้าผู้รวบรวมผลผลิต ผู้นำเข้า ผู้ส่งออก เป็นต้น ซึ่งสามารถจำแนกได้ดังนี้



รูปที่ 3.2 ภาพรวมโซ่อุปทานของการเคลื่อนย้ายลำไยสดเพื่อส่งออกไปประเทศอินเดีย

ที่มา: จากการสำรวจ

1. เกษตรกร

จากการศึกษาข้อมูลและสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกลำไยในเขตภาคเหนือ เช่น เชียงใหม่และลำพูน พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ยังทำการผลิตลำไยในฤดู แต่ก็มีเกษตรกรบางส่วนที่ได้ปรับเปลี่ยนการผลิตเป็นการผลิตลำไยนอกฤดูแล้ว ทั้งนี้เนื่องจากราคาของลำไยนอกฤดูนั้นสูงกว่าลำไยในฤดู ส่วนการผลิตลำไยในฤดูนั้นเมื่อถึงช่วงเวลาเก็บเกี่ยวเกษตรกรมักจะประสบกับปัญหาราคาผลผลิตลำไยสดในฤดูตกต่ำ ปัญหาการขาดแคลนแรงงานในการเก็บเกี่ยว และแรงงานการคัดเกรดลำไย เป็นต้น

1.1 การดำเนินการขายผลผลิตของเกษตรกร

1.1.1 **ดำเนินการขายเอง** เกษตรกรสามารถจำหน่ายลำไยสดของตนได้ใน 3 ลักษณะคือ

1. จำหน่ายให้แก่พ่อค้าในท้องที่ ในลักษณะนี้จะมีพ่อค้าในท้องที่มาติดต่อและรับซื้อลำไยสดถึงสวน จากนั้นจะรวบรวมส่งจุดรับซื้อ (ล้ง) ต่อไป
2. จำหน่ายให้แก่สหกรณ์การเกษตรที่เกษตรกรเป็นสมาชิก
3. จำหน่ายตรงให้แก่ร้านจำหน่ายลำไยสดปลีกภายในจังหวัด

ในกรณีที่เกษตรกรขายให้แก่พ่อค้าในท้องที่ หรือสหกรณ์นั้น เกษตรกรจะต้องทำการติดต่อไปยังพ่อค้าในท้องที่ จุดรับซื้อ (ล้ง) หรือสหกรณ์ก่อนเกี่ยวกับราคาซื้อขาย ลักษณะของจัดเก็บผลผลิตลำไย การบรรจุในภาชนะหรือตะกร้าแบบใด ปริมาณผลผลิตที่เก็บเกี่ยวและส่งมอบในวันดังกล่าวเท่าใด การดำเนินการขายเองนี้เกษตรกรจะต้องเป็นผู้เก็บเกี่ยวเอง ดังนั้นต้นทุนด้านแรงงานเก็บเกี่ยว และอุปกรณ์การเก็บเกี่ยวเกษตรกรเจ้าของสวนจะต้องเป็นผู้แบกรับ

1.1.2 **ดำเนินการขายแบบเหมาสวน** เป็นลักษณะซื้อขายล่วงหน้า คือ ทำการขายก่อนที่ผลผลิตจะออกสู่ตลาด ซึ่งนิยมเรียกกันว่า "ตกเขียว" โดยพ่อค้าจะทำการเข้ามาตกลงราคากับเกษตรกร เมื่อมีการตกราคากันได้แล้วพ่อค้าจะทำการจ่ายเงินมัดจำให้กับเกษตรกรตามที่ตกลงกันไว้ ส่วนที่เหลือจะทำการจ่ายหลังจากที่ทำการเก็บเกี่ยวผลผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้ว ในการขายลักษณะนี้เกษตรกรไม่ต้องรับผิดชอบใดๆ เนื่องจากพ่อค้าที่มาเหมาสวนจะเป็นคนจัดการเองทั้งหมดในทุกๆ กระบวนการเก็บเกี่ยวจนถึงการขนส่ง

1.1.3 **การรวมกลุ่มกันขาย** เป็นการสร้างอำนาจการต่อรองด้านราคากับพ่อค้าคนกลาง ซึ่งมักได้ใช้ได้ผลดีในช่วงที่มีผลผลิตออกสู่ตลาดน้อย โดยเฉพาะการทำลำไยนอกฤดู ซึ่งไม่ได้มีการรวมกลุ่มเฉพาะเพื่อการขายอย่างเดียวเท่านั้น กลุ่มเกษตรกรที่ทำการรวมกลุ่มกันเพื่อทำการขายนั้น ส่วนใหญ่แล้วเป็นกลุ่มเกษตรกรที่ทำการผลิตลำไยนอกฤดู มีการวางแผนการราดสาร การดูแลลำไยเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพใกล้เคียงกัน เมื่อถึงช่วงเก็บเกี่ยวและทำการขายผลผลิต โดย

ขายแบบเหมาสวน ทำให้สามารถต่อรองราคากับพ่อค้าคนกลางได้และสมาชิกในกลุ่มได้รับราคาในระดับเดียวกัน

1.2 รูปแบบผลผลิตลำไย

ในการเก็บเกี่ยวผลผลิตลำไย จะมีการเก็บรวบรวมในหลายๆ รูปแบบ ซึ่งในแต่ละรูปแบบนั้นก็จะมีช่องทางในการจัดจำหน่ายที่แตกต่างกัน รวมไปถึงมูลค่า และความยากง่ายในการเก็บรวบรวมผลผลิตลำไยในแต่ละรูปแบบ

1.2.1 **การทำตะกร้าขาว** เป็นการจัดเก็บผลผลิตลำไยสดเพื่อการส่งออก ดังนั้นในการทำตะกร้าขาวจึงจำเป็นที่จะต้องใช้แรงงานที่มีความชำนาญในการแต่งช่อ จัดลงตะกร้า และการตกแต่งหน้าตะกร้า ซึ่งแรงงานประเภทนี้หายากในช่วงที่มีผลผลิตลำไยมาก สำหรับลำไยสดวัตถุดิบขั้นต้นสำหรับการทำลำไยสดส่งออกไปยังอินเดียจะถูกจัดและบรรจุในตะกร้าขาว

1.2.2 **การทำตะกร้าแบบพ่าย** เป็นการจัดเก็บผลผลิตลำไยสดที่ไม่ยุ่งยาก สามารถทำได้ง่าย คือการนำลำไยสดมาวางพาดสลับกันไปมาจนเต็มตะกร้า ซึ่งในการจัดเก็บในลักษณะนี้ไม่ต้องพึ่งพาแรงงานที่มีความชำนาญมากนัก เนื่องจากสามารถทำได้ง่าย

1.2.3 **การขายแบบมัดช่อ (มัดปุ๊ก)** เป็นการจัดเก็บลำไยสดด้วยการนำส่วนของก้านมามัดติดกันและตกแต่งให้เป็นช่อ จากนั้นจึงทำการบรรจุลงตะกร้าหูเหล็ก

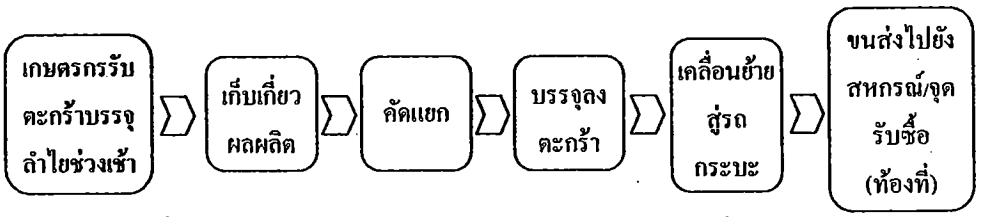
1.2.4 **การขายแบบรูดร่วง** เป็นการจัดเก็บผลผลิตลำไยสดที่เกษตรรายย่อยนิยมทำกันมากที่สุด เนื่องจากง่าย ไม่ต้องใช้แรงงานที่มีความชำนาญ วิธีการเพียงแค่ทำการรูดลำไยออกจากก้านลงไปในกระสอบ ซึ่งลำไยแบบรูดร่วงทั้งหมดจะถูกนำไปทำลำไยอบแห้งแบบทั้งเปลือกหรือแบบอบเนื้อต่อไป

1.3 การดำเนินงานของเกษตรกรสำหรับส่งลำไยสดเพื่อขายในประเทศและต่างประเทศ

สำหรับกระบวนการดำเนินการเก็บเกี่ยวและขายผลผลิตของเกษตรกรเอง ซึ่งเริ่มจากการติดต่อกับพ่อค้าผู้รวบรวมผลผลิตในท้องที่หรือจุดรับซื้อ (ล้ง) หรือสหกรณ์ และสิ้นสุดกระบวนการที่การส่งมอบผลผลิตให้แก่พ่อค้าผู้รวบรวมผลผลิตในท้องที่หรือจุดรับซื้อ (ล้ง) หรือสหกรณ์ แสดงดังรูป 3 โดยที่ในด้านของกระบวนการดำเนินงานของเกษตรกรเพื่อส่งลำไยสดขายในประเทศและต่างประเทศมีการดำเนินการที่คล้ายคลึงกัน จะแตกต่างที่กระบวนการคัดแยกและบรรจุลงตะกร้าเท่านั้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจุดรับซื้อ (ล้ง) หรือสหกรณ์ว่าต้องการให้มีการบรรจุในลักษณะใด

จากรูป 3.3 แสดงขั้นตอนการดำเนินงานของเกษตรกรสำหรับส่งลำไยเพื่อขายสดในประเทศและต่างประเทศ

1. เกษตรกรจะรับภาชนะหรือตะกร้าจากผู้รวบรวมท้องที่ หรือสหกรณ์ในช่วงเช้าประมาณ 7.00 – 8.00 น.

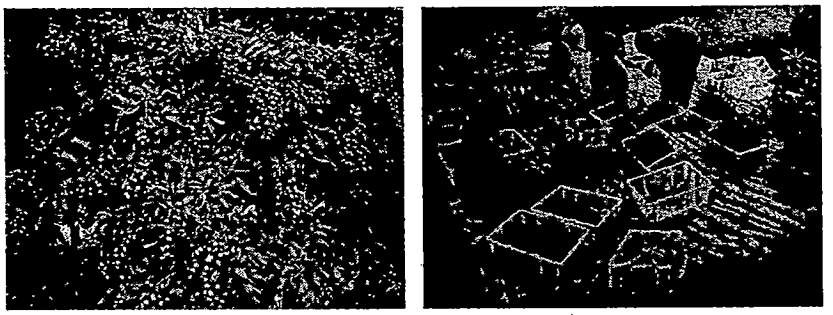


รูปที่ 3.3 ขั้นตอนการดำเนินงานของเกษตรกรสำหรับส่งลำไยเพื่อขายสดในประเทศและต่างประเทศ

ที่มา: จากการสำรวจ

2. เกษตรกรจะดำเนินกระบวนการเก็บเกี่ยวผลผลิตลำไยสด โดยในกระบวนการเก็บเกี่ยวลำไยสดเป็นกระบวนการใช้แรงงานเป็นหลัก ซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มของแรงงานตามหน้าที่ได้ 2 กลุ่มคือ

1. แรงงานที่ทำหน้าที่ปีนต้นลำไย เพื่อทำการเก็บผลผลิตลำไย
2. แรงงานที่ทำหน้าที่เดินตะกร้า ซึ่งจะทำหน้าที่รับตะกร้าจากแรงงานที่ปีนต้นลำไย เพื่อนำมายังจุดคัดแยกผลผลิตลำไย ดังรูป 3.4



รูป 3.4 กิจกรรมการเก็บลำไยของเกษตรกร

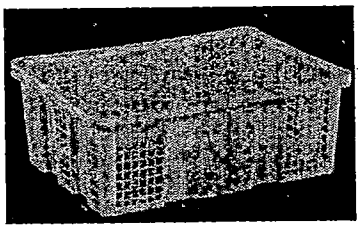
ที่มา: จากการสำรวจ

3. เมื่อได้ผลผลิตลำไยในปริมาณหนึ่งก็จะเข้าสู่กระบวนการคัดแยกผลผลิตลำไย ในขั้นตอนนี้จะมีแรงงานส่วนหนึ่งทำหน้าที่กำจัดใบลำไย คัดแยก และตกแต่งช่อ โดยที่การคัดแยกนั้นเกรดของลำไยจะถูกกำหนดจากจุดรับซื้อ/ล้ง เช่น การใช้เกรด AAA, AA, A, B, C และ D หรืออาจจะใช้เป็นเบอร์ 1, 2, 3, 4 และ 5

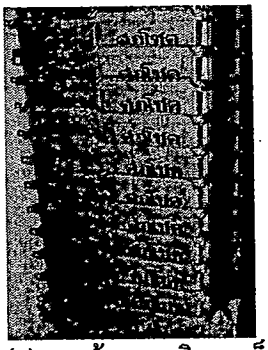
4. การบรรจุลงตะกร้า ซึ่งรูปแบบในการจัดผลผลิตลำไยลงตะกร้านั้นขึ้นอยู่กับว่าจุดรับซื้อ/ล้งต้องการแบบไหน สำหรับตะกร้าสำหรับบรรจุลำไยจากการสัมภาษณ์สหกรณ์พบว่ามี 3 ลักษณะดังนี้

1. ตะกร้าลำไยทรงเตี้ย (สีขาว)

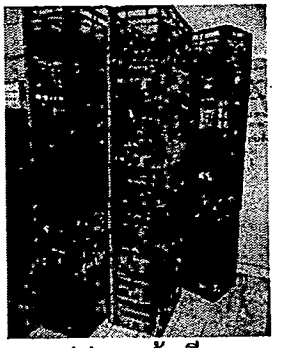
เป็นตะกร้าสำหรับบรรจุลำไยสำหรับการส่งออกลำไยสดทางเรือไปต่างประเทศ เช่น จีน อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ เป็นต้น โดยทั่วไปเกษตรกรจะบรรจุลำไยสดน้ำหนัก 11.5 กิโลกรัม สำหรับน้ำหนักรวมลำไยสดและตะกร้าประมาณ 12.7 - 13.00 กิโลกรัม ดังรูป 3.5



(1) ตะกร้าลำไยทรงเตี้ย (สีขาว)



(2) ตะกร้าพลาสติกหูเหล็ก



(3) ตะกร้าเขียว

รูป 3.5 ลักษณะตะกร้าสำหรับบรรจุลำไย

ที่มา: จากการสำรวจ

2. ตะกร้าพลาสติกหูเหล็ก

เป็นตะกร้าสำหรับบรรจุลำไยสำหรับการส่งออกลำไยสดทางบกไปต่างประเทศ เช่น เวียดนาม และมาเลเซีย เป็นต้น โดยทั่วไปเกษตรกรจะบรรจุลำไยสดน้ำหนัก 18 กิโลกรัม สำหรับน้ำหนักรวมลำไยสดและตะกร้าประมาณ 21 กิโลกรัม

3. ตะกร้าเขียว

เป็นตะกร้าสำหรับบรรจุลำไยสำหรับการส่งลำไยสดเพื่อจำหน่ายให้แก่ห้าง Tesco Lotus และ Makro โดยทั่วไปเกษตรกรจะบรรจุลำไยสดน้ำหนักประมาณ 18 กิโลกรัม

5. เมื่อทำการบรรจุลงตะกร้าเสร็จแล้ว แรงงานอีกส่วนหนึ่งก็จะทำการเคลื่อนย้อยตะกร้าลำไยสดขึ้นรถกระบะบรรทุกเพื่อเตรียมขนส่งไปยังจุดรับซื้อของพ่อค้าท้องที่ หรือจุดรับซื้อ (ล้ง) หรือ สหกรณ์ต่อไป

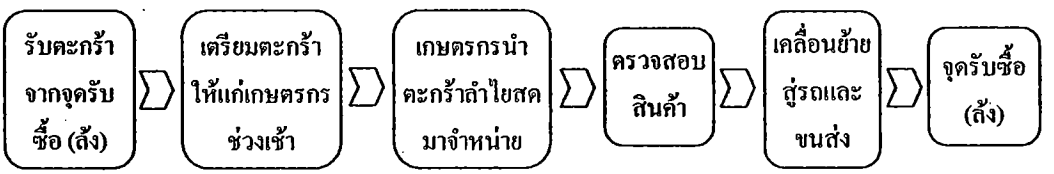
6. ขนส่งไปยังสหกรณ์/จุดรับซื้อ(ท้องที่) โดยรถกระบะบรรทุกเพื่อการส่งมอบ ในขั้นตอนการส่งมอบลำไยสดนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะการขาย

1. หากการขายให้แก่พ่อค้าผู้รวบรวมผลผลิตในพื้นที่ ในกรณีนี้เกษตรกรจะขาย ส่งมอบ และขนส่งตะกร้าบรรจุลำไยไปให้แก่พ่อค้าผู้รวบรวมผลผลิตในพื้นที่ในช่วงบ่าย ระหว่าง 13.00 – 16.00 น.

2. หากขายให้แก่สหกรณ์ ในกรณีนี้เกษตรกรจะขาย ส่งมอบ และขนส่งตะกร้าบรรจุลำไยไปให้แก่สหกรณ์ที่เกษตรกรเป็นสมาชิกในในช่วงระหว่าง 16.00 – 20.00 น.

2. พ่อค้าผู้รวบรวมผลผลิตลำไยสดในพื้นที่ (พ่อค้าท้องที่)

จากการศึกษาและสัมภาษณ์เกษตรกรและผู้รวบรวมผลผลิตในพื้นที่ พบว่าเนื่องจากพื้นที่ปลูกของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูนเป็นพื้นที่ขนาดเล็ก กระจายกันอยู่ทั่วไปในหลายอำเภอ และแต่ละสวนลำไยของเกษตรกรก็มีช่วงเวลาของการเก็บเกี่ยวที่แตกต่างกัน ถึงแม้จะเป็นลำไยในฤดู ทำให้พ่อค้าผู้รวบรวมผลผลิตในท้องที่เข้ามาเป็นตัวกลางที่เชื่อมโยงทั้งการไหลของสินค้า เงิน และข้อมูล ทั้งนี้เนื่องจากจุดรับซื้อ (ล้ง) ส่วนใหญ่ยังมีการกระจุกตัวเฉพาะพื้นที่โดยเฉพาะในจังหวัดลำพูนและจังหวัดเชียงใหม่ โดยพ่อค้าผู้รวบรวมผลผลิตลำไยสดในพื้นที่จะตั้งจุดรับซื้อผลผลิตภายในหมู่บ้าน เพื่อรับซื้อผลผลิตลำไยสดจากเกษตรกรในหมู่บ้านหรือพื้นที่ใกล้เคียง โดยค่าตอบแทนที่พ่อค้าผู้รวบรวมผลผลิตลำไยสดในพื้นที่ได้รับคือส่วนต่างระหว่างราคาที่รับซื้อผลผลิตลำไยสดจากเกษตรกรและราคาที่ขายให้แก่จุดรับซื้อ (ล้ง) ส่วนค่าใช้จ่ายที่พ่อค้าผู้รวบรวมผลผลิตลำไยสดในพื้นที่ต้องแบกรับคือ ค่าแรงงาน และค่าขนส่งจากจุดรับซื้อในหมู่บ้านไปยังจุดรับซื้อ (ล้ง) สำหรับขั้นตอนการดำเนินงานของพ่อค้าผู้รวบรวมผลผลิต แสดงดังรูป 4



รูป 3.6 ขั้นตอนการดำเนินการของพ่อค้ารวบรวมผลผลิตลำไยสดในพื้นที่เพื่อขายสดในประเทศและต่างประเทศ

จากรูป 3.6 ในขั้นตอนแรกในการดำเนินการของพ่อค้าผู้รวบรวมผลผลิตลำไยสดในพื้นที่คือ

1. ช่วงเย็นหรือช่วงค่ำก่อนวันที่จะดำเนินการรับซื้อจากเกษตรกร พ่อค้าผู้รวบรวมท้องที่จะไปรับตะกร้าสำหรับบรรจุลำไยสดจากจุดรับซื้อ (ล้ง)

2. ในช่วงเช้าของวันที่เกษตรกรเก็บเกี่ยว พ่อค้าผู้รวบรวมท้องที่จะจัดเตรียมตะกร้าเพื่อให้เจ้าของสวนลำไย หรือเกษตรกรมารับตะกร้าเพื่อดำเนินการบรรจุลำไย

3. ในช่วงบ่ายเมื่อเกษตรกรนำตะกร้าลำไยมาส่ง พ่อค้าผู้รวบรวมท้องที่จะทำการตรวจรับและตรวจสอบสินค้าโดยพิจารณาจากขนาด คุณภาพ และประเมินราคาลำไยสดในแต่ละขนาด AA, A, B, C และ D

4. ในช่วงเย็นพ่อค้าผู้รวบรวมผลผลิตลำไยสดในพื้นที่จะรวบรวมตะกร้าลำไยสดเคลื่อนย้ายขึ้นรถบรรทุก และขนส่งจุดรับซื้อ (ล้ง) ในช่วงระหว่าง 18.00 – 21.00 น. แล้วแต่ระยะทางระหว่างจุดรับซื้อของพ่อค้าผู้รวบรวมผลผลิตในท้องที่ กับจุดรับซื้อ (ล้ง)

5. ส่งมอบตะกร้าลำไยสดให้แก่จุดรับซื้อ (ล้ง) รับค่าสินค้า และรับตะกร้าเปล่าสำหรับบรรจุลำไยสดในวันต่อไป

3. สหกรณ์ (ทำหน้าที่เป็นผู้จุดรับซื้อ เป็นล้ง และเป็นผู้ส่งออก)

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ของสำนักงานสหกรณ์จังหวัดลำพูนพบว่า ในพื้นที่จังหวัดลำพูนมีสหกรณ์การเกษตรหลายแห่งที่รับซื้อผลผลิตลำไยสดจากเกษตรกร ทุกสหกรณ์มีเป้าหมายคือ ต้องการช่วยเหลือเกษตรกรชาวสวนลำไยให้สามารถขายผลผลิตได้ในราคาที่เหมาะสม โดยเฉพาะในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดจำนวนมาก ราคาลำไยสดมักผันผวนและตกต่ำ ส่วนใหญ่สหกรณ์การเกษตรจะรับซื้อลำไยสดจากเกษตรกรเพื่อไปแปรรูปและเพิ่มมูลค่าเป็นลำไยอบแห้ง มีส่วนน้อยที่รับซื้อลำไยสดจากเกษตรกร เพื่อจำหน่ายสดต่อโดยการส่งออกไปต่างประเทศ หรือการจำหน่ายให้แก่ห้าง Makro และ Tesco Lotus การจำหน่ายทางไปรษณีย์ หรือการจำหน่ายให้แก่พ่อค้าตลาดค่าส่งสินค้าเกษตร เช่น ตลาดไท หรือตลาดสี่มุมเมือง รวมไปถึงการขายให้แก่พ่อค้าขายส่งต่างจังหวัด อย่างไรก็ตามไปไม่พบว่ามีสหกรณ์การเกษตรใดที่ดำเนินการรวบรวมผลผลิตลำไยสดจากเกษตรกรเพื่อจัดส่งและจำหน่ายให้กับผู้นำเข้าชาวอินเดีย หรือส่งออกไปประเทศอินเดียเลย

จากการสัมภาษณ์ประธาน และผู้จัดการสหกรณ์การเกษตรที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับลำไยสดของจังหวัดลำพูน 3 แห่ง ได้แก่

1. สหกรณ์ผู้ผลิตผลการเกษตรเหมืองจี้ จำกัด
2. สหกรณ์การเกษตรแม่ทา จำกัด
3. สหกรณ์ส่งเสริมเกษตรกรป่าซางจำกัด

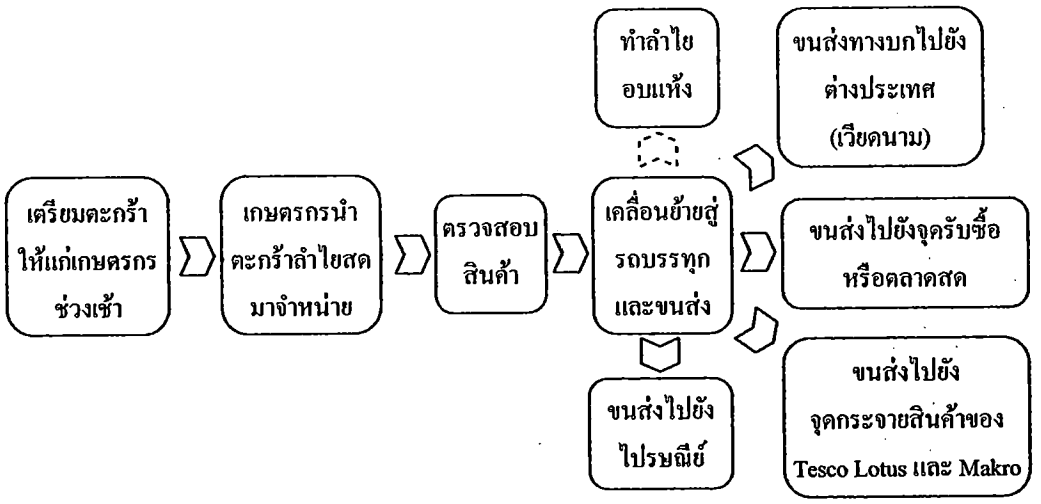
พบว่ามีบทบาทอย่างมากในการช่วยเหลือเกษตรกรสมาชิกผู้ปลูกลำไย โดยเฉพาะในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดซึ่งเป็นช่วงที่มีปริมาณผลผลิตออกสู่ตลาดมาก ราคาผลผลิตมักผันผวนและตกต่ำ โดยสหกรณ์จะทำหน้าที่หาตลาดและรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรที่เป็นสมาชิก ตารางแสดงการกระจายผลผลิตของสหกรณ์ในรอบปีผลผลิตปี 2556 ที่ศึกษา

สำหรับลักษณะของกิจกรรมภายในห่วงโซ่อุปทานของแต่ละสหกรณ์ที่ใกล้เคียงกันแตกต่างกันผู้ซื้อหรือปลายทางว่าเป็นผู้ซื้อภายในประเทศหรือต่างประเทศ ซึ่งสามารถสรุปขั้นตอนและกิจกรรมของสหกรณ์ทั้ง 3 ได้ดังรูป 3.7

ตาราง 3.1 การกระจายผลผลิตของสหกรณ์รอบปีผลผลิตลำไยปี 2556

รายชื่อสหกรณ์	ส่งออกต่างประเทศ	Tesco Lotus หรือ Makro)	ไปรษณีย์	จำหน่ายให้จุดรับซื้อ(ล้ง)หรืออื่นๆ	ลำไยอบแห้ง
สหกรณ์ผู้ผลิตผลิตผลการเกษตรเหมืองจี้ จำกัด	เวียดนาม 93%	Tesco Lotus 5%	-	Makro และส่งเสริมเกษตรกรป่าซาง จำกัด 2%	-
สหกรณ์ส่งเสริมเกษตรกรป่าซาง จำกัด	-	Makro 76 %	20 %	ตลาดราม 2 4%	-
สหกรณ์การเกษตรแม่ทา จำกัด	-	-	-	-	100%

ที่มา: จากการสัมภาษณ์



รูป 3.7 ขั้นตอนการดำเนินการของสหกรณ์เพื่อขายสดในประเทศและต่างประเทศ

1. ในช่วงเช้าของวันที่เกษตรกรเก็บเกี่ยว สหกรณ์จะจัดเตรียมตะกร้าเพื่อให้เจ้าของสวนลำไยซึ่งเป็นสมาชิกของสหกรณ์มารับตะกร้าเพื่อดำเนินการบรรจุลำไย
2. ในช่วงบ่ายเมื่อเกษตรกรนำตะกร้าลำไยมาส่ง

3. จะมีเจ้าหน้าที่ในการตรวจรับและตรวจสอบสินค้าโดยพิจารณาจากขนาด คุณภาพ และประเมินราคาลำไยสดในแต่ละขนาด AA, A, B, C และ D โดยเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพของสินค้าจะมี 2 ลักษณะ

3.1 ในกรณีที่รับซื้อลำไยสดจากเกษตรกรเพื่อการส่งออกให้แก่ผู้ซื้อหรือผู้นำเข้าชาวเวียดนาม จะมีเจ้าหน้าที่ของผู้นำเข้าเวียดนามมาเป็นผู้ตรวจสอบคุณภาพของสินค้า ขนาด AA, A, B, C และ D และกำหนดราคารับซื้อ จากนั้นทำการติดสัญลักษณ์เพื่อบอกขนาดของลำไยในตะกร้า

3.2 ในกรณีที่รับซื้อเพื่อจำหน่ายภายในประเทศจะมีพนักงานประจำของสหกรณ์ทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพและขนาด และกำหนดราคารับซื้อ จากนั้นทำการติดสัญลักษณ์เพื่อบอกขนาดของลำไยในตะกร้า

4. ในช่วงเย็นสหกรณ์จะดำเนินการเคลื่อนย้ายส่งมอบลำไยโดยแบ่งเป็น

4.1 ขนส่งทางบกไปยังต่างประเทศ (เวียดนาม) โดยการเคลื่อนย้ายลำไยสดแบบมัดช่อที่บรรจุในตะกร้าหูเหล็กขึ้นรถบรรทุก จากนั้นนำน้ำแข็งทับโดยรอบ และคลุมด้วยผ้าห่มชุบน้ำ จากนั้นขนส่งไปยังเวียดนามทางจังหวัดหนองคายเพื่อผ่านประเทศลาวไปยังประเทศเวียดนาม

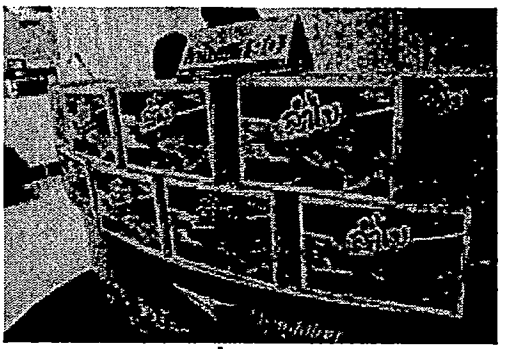
4.2 ขนส่งไปยังจุดกระจายสินค้าของ Tesco Lotus และ Makro

โดยการเคลื่อนย้ายลำไยสดแบบมัดช่อที่บรรจุในตะกร้าเชียวของ Tesco Lotus จากนั้นนำเข้าสู่ห้องรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ เสร็จแล้วนำตะกร้าออกจากห้องรมเพื่อพักเพื่อลดอุณหภูมิ นำตะกร้าลำไยขึ้นรถบรรทุกจากนั้นนำน้ำแข็งทับโดยรอบ และคลุมด้วยผ้าห่มชุบน้ำ ในกรณีของสหกรณ์ผู้ผลิตผลผลิตผลการเกษตรเหมืองจี้ จำกัด ตะกร้าลำไยจะถูกส่งไปยัง Tesco Lotus เพื่อจำหน่ายปลีกต่อไป ส่วนสหกรณ์ส่งเสริมเกษตรกรป่าซาง จำกัด ที่จำหน่ายให้กับแม็คโครนั้น รถบรรทุกของบริษัทแม็คโคร จะเดินทางไปยังศูนย์ค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคครบวงจรของบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ณ อำเภอ วังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อนำไปกระจายสินค้าสู่สาขาต่างของแม็คโครทั่วประเทศต่อไป

4.3 ขนส่งไปยังไปรษณีย์

ในการระบายสินค้าของสหกรณ์ส่งเสริมเกษตรกรป่าซาง จำกัด โดยการจำหน่ายผ่านไปรษณีย์นั้น จะดำเนินการร่วมกับบริษัทไปรษณีย์ไทย ดังรูป 3.8 โดยลำไยที่ผ่านการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ ขนาด AA และ A น้ำหนัก 5 กิโลกรัมจะถูกบรรจุในกล่องกระดาษภายใต้เครื่องหมายการค้าของสหกรณ์ โดยไปรษณีย์จะรับซื้อราคาลำไยในราคา 150 – 180 บาท ต่อกล่อง โดยค่ากล่องกระดาษราคา 8 บาทสหกรณ์จะเป็นผู้รับผิดชอบ ทั้งนี้ในการตรวจรับสินค้าทางไปรษณีย์จะจัดส่งเจ้าหน้าที่มาตรวจรับไปรษณีย์สินค้าด้วย จากนี้กล่องลำไยจะถูกขนส่งขึ้นรถกระบะบรรทุกไปยังไปรษณีย์เพื่อดำเนินการจัดส่งให้แก่ผู้รับสินค้าปลายทางทั่วประเทศ สำหรับการรับประกันคุณภาพสินค้า สหกรณ์มีการรับประกัน หากสินค้าไม่ได้คุณภาพตามเกรด ยินดีรับคืนสินค้า-คืนเงินทั้งหมด

หรือบางส่วน ในปี 2556 ราคาลำไยสดที่ไปรษณีย์จำหน่ายเท่ากับ 249 บาท เป็นราคาจำหน่ายเดียวกันไม่ว่าใกล้หรือไกลในระยะเวลาไม่เกิน 3 วัน



รูป 3.8 ลำไยสดที่จำหน่ายผ่านไปรษณีย์

ที่มา: จากการสำรวจ

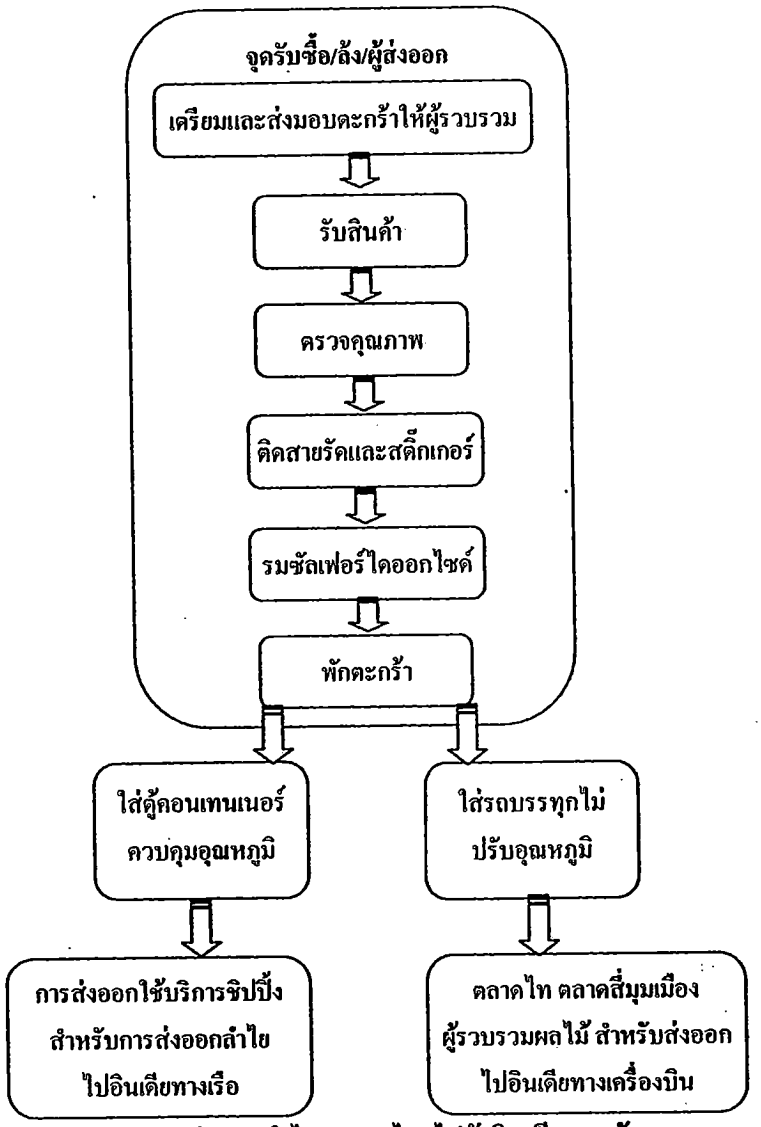
4.4 ขนส่งไปยังจุดรับซื้อ (ล้ง) หรือตลาดสด

ผลผลิตบางส่วน (สัดส่วนที่น้อยมาก) ของสหกรณ์บางครั้งจะถูกระบายไปยังจุดรับซื้อ (ล้ง) เพื่อทำลำไยสดสำหรับการส่งออก และมีบางส่วนจะถูกขนส่งเพื่อไปจำหน่ายตลาดค้าปลีก โดยสหกรณ์ส่งเสริมเกษตรกรป่าซาง จำกัด จะส่งให้กับพ่อค้า ณ ตลาดราม 2

4. จุดรับซื้อ (ล้ง)

จุดรับซื้อ หรือล้ง เป็นองค์ประกอบและเป็นห่วงโซ่กลางน้ำที่สำคัญของห่วงโซ่อุปทานสำหรับการค้าลำไยสดภายในประเทศและการส่งออกลำไยไปต่างประเทศ จากการสัมภาษณ์บริษัท เบสท์ฟรุ๊ต จำกัด (เจ๊อ้อย) ซึ่งเป็นบริษัทที่ดำเนินการรับซื้อลำไยสดจากพ่อค้าผู้รวบรวมผลผลิตลำไยสดในท้องที่เพื่อรวบรวม เพื่อทำการส่งออกลำไยสดไปยังประเทศอินเดีย พบว่า ในปี 2556 ที่ผ่านมาบริษัทมีสัดส่วนปริมาณการส่งออกลำไยไปอินเดียน้อย ผลผลิตลำไยสดส่วนใหญ่จะถูกส่งออกไปยังประเทศจีน และอินโดนีเซีย ลำไยที่มีการรวบรวมและส่งออกนั้นเป็นลำไยสดเฉพาะในฤดูเท่านั้น การขนส่งจากประเทศไทยไปยังอินเดียเป็นการขนส่งทางเรือ โดยขนส่งขึ้นเรือที่ท่าเรือแหลมฉบัง และมีปลายทางที่เมืองมุมไบ และ เชนไน ในกระบวนการขั้นตอนการส่งออกบริษัทจะอาศัยบริษัทชิปปิ้งในการดำเนินการเอกสาร พิธีการศุลกากร การจัดหาเรือ และอื่นๆ สำหรับผลผลิตบางส่วนจะถูกส่งไปยังตลาดกลางค้าส่งผลไม้เช่น ตลาดไท และตลาดสี่มุมเมือง ซึ่งจะมีพ่อค้าหรือผู้ประกอบการที่รวบรวมผลไม้หลายชนิดที่ทำธุรกิจส่งออกผลไม้ไทยไปยังอินเดียโดยการขนส่งทางเครื่องบิน ดังรูป 3.9 สำหรับการดำเนินการของจุดรับซื้อ (ล้ง) จะเริ่มต้นจาก

1. การรับผลผลิตจากพ่อค้าผู้รวบรวมผลผลิตลำไยสดในท้องที่หรือจากเกษตรกรโดยตรงโดยจะเปิดรับซื้อตั้งแต่เวลา 15.00 น. ถึง 4.00 น. ของวันถัดไป โดยลำไยจะถูกบรรจะในบรรจุในตะกร้าขาว



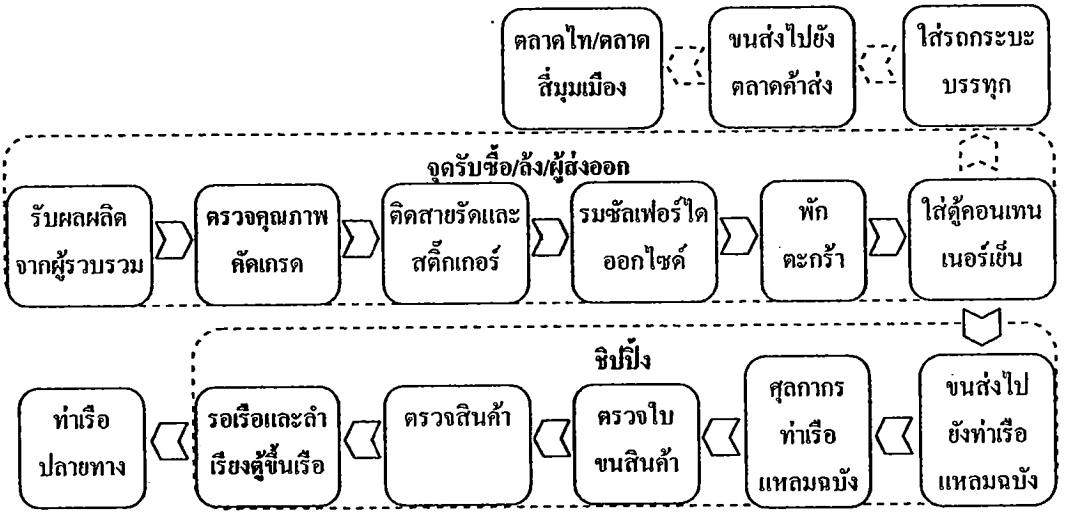
รูป 3.9 กระบวนการส่งออกลำไยสดจากไทยไปยังอินเดียและบังคลาเทศ

ที่มา: จากการสำรวจ

2. การตรวจคุณภาพ ในกระบวนการนี้จะเป็นกระบวนการตรวจสอบคุณภาพ โดยการตรวจสอบว่าลำไยสดที่บรรจุในตะกร้านั้นมีผลลำไยนั้นแตกหรือมีรอยแมลงที่ผิวเปลือก หรือเสียหายใดๆ หรือไม่ ที่สำคัญจะต้องตรวจสอบว่าลำไยสดในตะกร้ามีขนาดของลำไยในขนาด AA, A, B, C และ D ใกล้เคียงกันทั้งตะกร้า ในการคัดและตัดเกรดลำไยจะต้องใช้แรงงานที่มีประสบการณ์ที่

ต้องอาศัยการมอง การใช้มือสัมผัส และความเร็ว เนื่องจากต้องแข่งกับเวลาและปริมาณลำไยสดที่เข้ามาจำหน่ายที่มากในแต่ละวัน หลังจากนั้นแรงงานที่ทำการตรวจคุณภาพและคัดเกรดจะทำการบันทึกปริมาณที่นำมาขายในแต่ละเกรดลงในสมุดบัญชี เพื่อให้เกษตรกรหรือพ่อค้าผู้รวบรวมนำไปรับเงินที่ฝ่ายบัญชี เพื่อได้รับเงินแล้ว พ่อค้าผู้รวบรวมผลผลิตในท้องที่จะรับตะกร้าเปล่าไปสำหรับบรรจุลำไยสดที่จะนำมาส่งให้แก่จุดรับซื้อ (ล้ง) ในวันต่อไป

3. การติดสายรัดและสติ๊กเกอร์ ในกระบวนการนี้แรงงานจะทำการติดสายเพื่อรัดตะกร้าและสติ๊กเกอร์ โดยที่ไม่ต้องทำการเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ใหม่ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ของลำไยนั้นเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ทางจุดรับซื้อ/ล้ง/ผู้ส่งออกนั้นกำหนดให้กับผู้ที่จะนำผลผลิตมาขายตั้งแต่ต้นแล้ว ซึ่งสายรัดและสติ๊กเกอร์นั้นจะเป็นเครื่องหมายที่บ่งบอกถึงเกรดของลำไย



รูป 3.10 ขั้นตอนการส่งออกลำไยสดจากไทยไปยังอินเดียและบังคลาเทศทางเรือ

ที่มา: จากการสำรวจ

4. การรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ หลังจากทำการติดสายรัดและสติ๊กเกอร์จะทำการขนย้ายตะกร้าลำไยมายังห้องรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ และทำการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ ปัจจุบันมีล้งมีรูปแบบการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ 2 ลักษณะ

4.1 การรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์โดยการเผากำมะถัน ใช้เวลาประมาณ 1-2 ชั่วโมง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของห้องและปริมาณตะกร้าลำไยที่ร่ม

4.2 การรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์โดยแก๊ซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ ใช้เวลาประมาณ 50 นาที ถึง 1 ชั่วโมง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของห้องและปริมาณตะกร้าลำไยที่ร่ม

ทั้งนี้ระยะเวลาในการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์อาจจะไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้นำเข้าต่างประเทศต้องการให้สีผิวของลำไยมีลักษณะเป็นอย่างไร สำหรับการส่งออกไปยังอินเดียและบังคลาเทศนั้นไม่มีกฎระเบียบ หรือข้อบังคับใดๆ เกี่ยวกับลำไย เช่นปริมาณ SO_2 ที่ตกค้างในผลลำไยสด

5. พักตะกร้า หลังจากการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์เสร็จ จะทำการนำตะกร้ามาพักไว้ข้างนอก เพื่อทำการลดอุณหภูมิของลำไยภายหลังการรมด้วยการเผากำมะถันหรือรมด้วยแก๊สซัลเฟอร์ไดออกไซด์ และเป็นการรอเพื่อขนถ่ายสินค้าเข้า

5.1 ตู้คอนเทนเนอร์ที่ควบคุมอุณหภูมิ (Reefer) สำหรับการเตรียมสินค้าและเคลื่อนย้ายสินค้าไปยังท่าเรือแหลมฉบังเพื่อส่งออกทางเรือไปยังประเทศอินเดีย

5.2 รถบรรทุก 10 ล้อ สำหรับการเตรียมสินค้าและเคลื่อนย้ายสินค้าไปยังตลาดค้าส่งสินค้าเกษตร ได้แก่ ตลาดไท และตลาดสี่มุมเมือง ซึ่งเป็นแหล่งรวมรวบผลไม้ ที่ผู้รวบรวมผลไม้สำหรับการส่งออกทางอากาศไปอินเดีย

6. ในกรณีที่บรรจุเข้าตู้คอนเทนเนอร์เย็นที่พ่วงกับรถหัวลาก แรงงานจะทำการขนย้ายลำไยจากห้องเย็นเข้าสู่ตู้คอนเทนเนอร์เย็น ซึ่งมีการควบคุมอุณหภูมิไว้ที่ 2 องศาเซลเซียส ตู้คอนเทนเนอร์มี 2 ขนาด คือ 40 ฟุต บรรจุได้ประมาณ 2,200 ตะกร้าและตู้ขนาด 20 ฟุต บรรจุได้ประมาณ 1,100 ตะกร้า ซึ่งในปี 2556 ทางบริษัทได้ดำเนินการทำตู้ลำไยสดสำหรับส่งออกไปอินเดียทั้งขนาด 20 และ 40 ฟุต ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคำสั่งซื้อ และปริมาณที่ส่งออกในครั้งนั้น ส่วนกรณีที่เคลื่อนย้ายขึ้นรถบรรทุก 10 ล้อ เพื่อขนส่งไปยังตลาดไท สามารถบรรทุกลำไยสดพร้อมตะกร้าได้ประมาณ 500 – 600 ตะกร้าต่อลำรถ

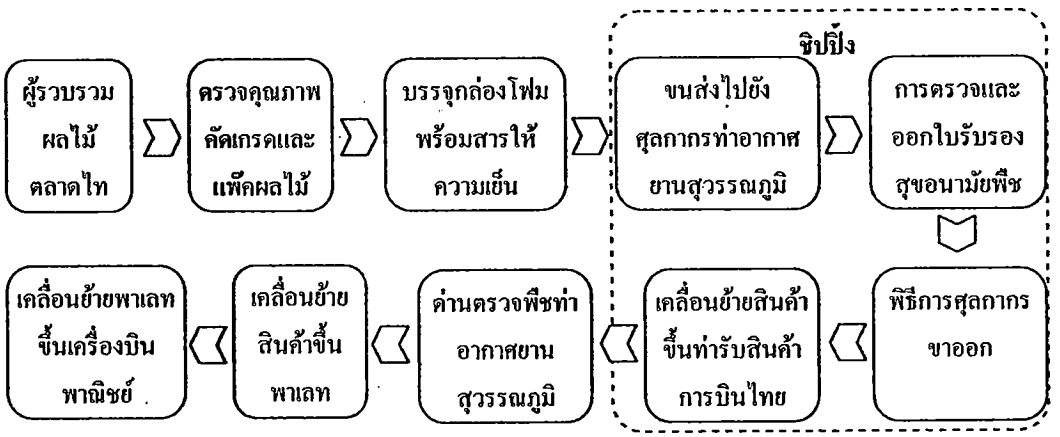
7. ในกรณีที่ขนส่งโดยรถหัวลากเพื่อลากตู้คอนเทนเนอร์เย็นจากจุดรับซื้อ (ล้ง) ไปยังท่าเรือแหลมฉบัง ใช้ระยะเวลาประมาณ 14 – 18 ชั่วโมง เพื่อเข้าสู่การดำเนินการพิธีการศุลกากรและการเคลื่อนย้ายสินค้าขึ้นเรือเดินสมุทรโดยมีปลายทางคือ ประเทศอินเดีย โดยขั้นตอนของการส่งออก การจองตู้คอนเทนเนอร์เย็น การดำเนินพิธีการศุลกากร และการจองเรือจะใช้บริการผ่านบริษัทชิปปิ้ง ส่วนกรณีที่เคลื่อนย้ายขึ้นรถบรรทุก 10 ล้อ เพื่อขนส่งไปยังตลาดไทใช้ระยะเวลาประมาณ 10 ชั่วโมง ซึ่งรถบรรทุกจะจัดคนขับและคนรถไว้ให้ 1 คน

8. ในกรณีส่งออกลำไยไปอินเดีย เมื่อรถหัวลากพร้อมตู้คอนเทนเนอร์เย็นถึงท่าเรือแหลมฉบังแล้ว เจ้าหน้าที่ก็จะทำการจรวจใบขนส่งสินค้าว่ามาจากที่ไหน ติดต่อกับทางท่าเรือไว้หรือยัง จากนั้นก็จะทำการตรวจสินค้าว่าเป็นสินค้าชนิดเดียวกับในเอกสารหรือไม่ เมื่อเสร็จสิ้นการตรวจแล้วก็จะนำตะกร้าขนย้ายเข้าตู้คอนเทนเนอร์เย็น เตรียมพร้อมสำหรับการขนส่งทางเรือ เมื่อเรือมาถึงก็ทำการขนย้ายตู้คอนเทนเนอร์ขึ้นเรือทำการขนส่งไปยังท่าเรือปลายทางต่อไป ซึ่งได้แก่ ท่าเรือมุมไบและท่าเรือเชนไน

9. ในกรณีส่งลำไยสดไปยังตลาดไท เมื่อรถบรรทุก 10 ล้อถึงตลาดไทจะมีคนงานของตลาดเป็นผู้ลำเลียงตะกร้าลำไยลงรถซึ่งเป็นความรับผิดชอบของตลาดไท จากนั้นจะมีพ่อค้าขายส่งหรือผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจรวบรวมผลไม้สำหรับการส่งออกทางเครื่องบินไปยังประเทศอินเดีย

3.1.2 การขนส่งลำไยทางเครื่องบินไปอินเดียและบังคลาเทศ

การขนส่งลำไยทางเครื่องบินไปยังปลายทางประเทศอินเดียและบังคลาเทศนั้น จากการสัมภาษณ์ผู้ส่งออกพบว่า ผู้ส่งออกไม่ได้ทำการส่งออกลำไยสดเพียงผลไม้แค่ชนิดเดียว แต่จะมีผักหรือผลไม้ชนิดอื่นๆด้วย เช่น ฝรั่ง แก้วมังกร เงาะ มังคุด ส้ม เป็นต้น เนื่องจากว่าการที่จะส่งลำไยเพียงชนิดเดียวนั้นไม่คุ้มค่ากับค่าขนส่งทางอากาศ สำหรับขั้นตอนการขนส่งลำไยทางเครื่องบินไปยังปลายทางประเทศอินเดียมีการดำเนินการดังรูป 3.11 มีรายละเอียดดังนี้

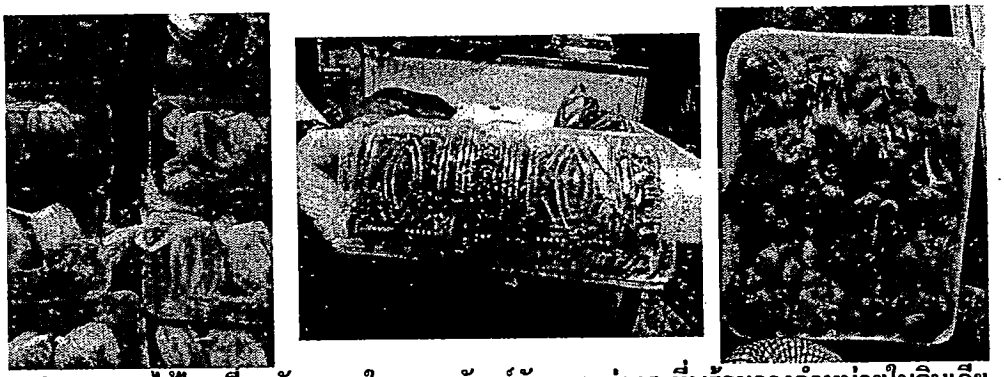


รูป 3.11 ขั้นตอนการส่งออกลำไยสดจากไทยไปยังอินเดียและบังคลาเทศทางเครื่องบิน

ที่มา: จากการสำรวจ

1. ผู้ส่งออกจะทำการรวบรวมลำไยสด (ลำไยพันธุ์ดอ เกรด A) และผลไม้อื่นๆ เช่น ฝรั่ง แก้วมังกร เงาะ มังคุด ส้ม จากผู้จำหน่ายใน ตลาดไท และตลาดสี่มุมเมือง

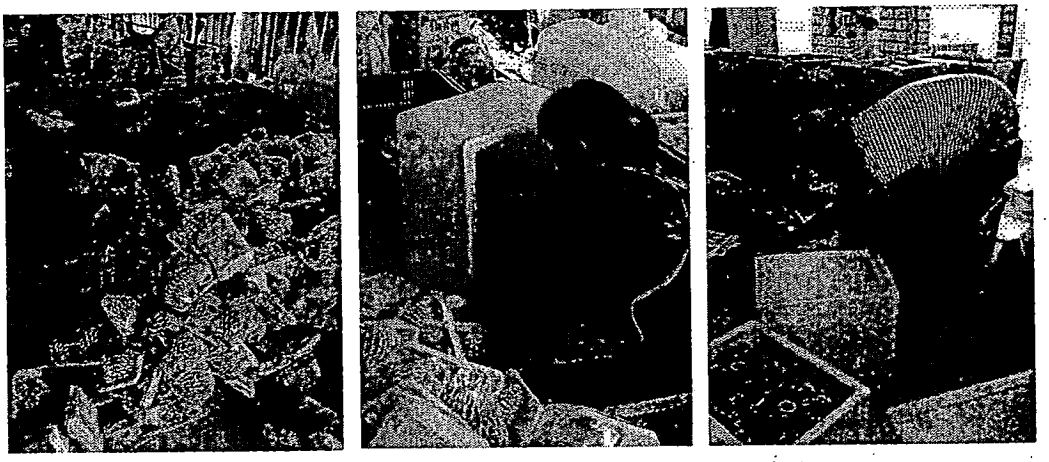
2. หลังจากทำการรวบรวมเสร็จแล้ว ขั้นตอนต่อไปจะเป็นการตรวจสอบคุณภาพผลไม้คัดเกรด และทำการแพ็คผลไม้ใส่ในบรรจุภัณฑ์ ในลักษณะที่พร้อมวางจำหน่ายในทันทีเมื่อถึงปลายทาง โดยลำไยจะถูกบรรจุใน 2 รูปแบบ คือ 1. ลำไยพร้อมก้านถูกนำมาจัดช่อแล้วบรรจุในถูกพลาสติกใสที่มีรูระบายอากาศแบบจับจีบ น้ำหนัก 500 กรัม 2. ลำไยถูกนำมาตัดก้านออกแล้วบรรจุในถาดพลาสติกและหุ้มด้วยฟิล์มพลาสติกใส



รูป 3.12 ผลไม้ไทยที่ถูกคัดบรรจุในบรรจุภัณฑ์ลักษณะต่างๆ ที่พร้อมวางจำหน่ายในอินเดีย

ที่มา: จากการสำรวจ

3. หลังจากทำการบรรจุผลไม้ลงในบรรจุภัณฑ์ที่พร้อมวางจำหน่ายแล้ว ทางผู้ส่งออกจะทำการนำผลไม้ที่อยู่ในบรรจุภัณฑ์นั้นบรรจุลงในกล่องโฟมอีกทีหนึ่ง พร้อมกับใส่สารให้ความเย็น (ดินวิทยาศาสตร์ที่ถูกนำไปแช่น้ำ และนำไปแช่เย็นจนแข็ง) เพื่อไม่ให้ผลไม้เน่าเสียได้ง่าย แล้วทำการขนถ่ายสินค้าไปยังรถบรรทุกต่อไป



รูป 3.13 การบรรจุผลไม้ในกล้องโฟมและกล่องกระดาษ

ที่มา: จากการสำรวจ

4. ในขั้นตอนพิธีการส่งออกผู้ส่งออกบางรายอาจต้องการใช้บริการของ Freight Forwarder หรือ ตัวแทนของผู้ส่งสินค้า (Shipper/Consignor) หรือใช้บริการของชิปปิ้ง (Shipping) เพื่อทำหน้าที่ส่งสินค้าไปต่างประเทศ โดยบริการอาจครอบคลุมถึงการจัดหาเครื่องบินและตารางบินที่เหมาะสมสำหรับการขนส่ง การจัดทำเอกสารทางด้านศุลกากร และการปฏิบัติตามขั้นตอนของกรมศุลกากร เนื่องจากการทำงานในขั้นตอนนี้ มีรายละเอียดมาก แต่ผิดพลาดไม่ได้ ผู้ส่งออกบางรายจึงนิยมใช้บริการของผู้ที่ชำนาญเหล่านี้ เนื่องจากสินค้าที่ส่งเป็นผลไม้สด ดังนั้นชิปปิ้งหรือผู้ส่งออก

จะต้องทำการขอใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate) โดยขั้นตอนการขอใบรับรองสุขอนามัยพืช มีดังนี้

4.1 ชิปปิ้งหรือผู้ส่งออกจัดทำเอกสารคำขอ พ.ก. 7 พร้อมแนบเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยทำการกรอกรายละเอียดตามความเป็นจริง โดยเฉพาะรายละเอียดของชนิดพืช ชื่อทางวิทยาศาสตร์ ปริมาณ น้ำหนัก และจำนวนบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการตรวจสอบ

4.2 ทำการขนถ่ายสินค้าเข้าคลังสินค้า พร้อมทั้งยื่นคำขอ พ.ก. 7 พร้อมเอกสารที่เกี่ยวข้อง หลังจากนั้นเจ้าหน้าที่จะทำการตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง รวมถึงรายชื่อ ชนิดพืช ผลผลิตพืช ที่จะทำการส่งออกว่าเป็นพืชสงวนหรือสิ่งต้องห้ามของประเทศปลายทางหรือไม่ เมื่อทำการตรวจเอกสารเสร็จแล้วจึงทำการสุ่มตรวจตัวอย่าง

4.3 เมื่อทำการสุ่มตรวจตัวอย่างเสร็จแล้ว ผลที่การตรวจจะเกิดขึ้นได้ 3 กรณี ได้แก่

- *กรณีตรวจพบศัตรูพืช*

หากว่าเป็นศัตรูพืชกักกันของประเทศปลายทางจะถูกทำการคัดพืชชนิดนั้นออกทั้งหมด และทำการออกใบรับรองสุขอนามัยให้กับพืชชนิดอื่นที่ตรวจไม่พบศัตรูพืช

- *กรณีตรวจพบการซุกซ่อน/ลักลอบส่งออกพืช*

หากมีการตรวจพบเป็นครั้งที่ 1 ทำการคัดพืชชนิดนั้นออกให้หมดและทำการออกใบรับรองสุขอนามัยให้กับพืชชนิดที่เหลือ

หากมีการตรวจพบเป็นครั้งที่ 2 ภายในระยะ 30 วันจากครั้งแรก ในครั้งนั้นจะไม่มีการออกใบรับรองสุขอนามัยพืชให้กับสินค้าทั้งหมด และหากยังมีการส่งสินค้าในครั้งต่อไปจะถูกทำการตรวจสินค้าทั้งหมดต่อเนื่องกัน 30 ครั้งหรือตลอดระยะเวลา 6 เดือน

หากมีการตรวจพบเป็นครั้งที่ 3 ภายในระยะเวลาของการตรวจสินค้าทั้งหมดอย่างต่อเนื่อง 30 ครั้งหรือตลอดระยะเวลา 6 เดือนจะไม่มีการออกใบรับรองสุขอนามัยให้กับสินค้าทั้งหมด และจะถูกงดให้บริการออกใบรับรองสุขอนามัยพืชเป็นระยะเวลา 30 วัน

- *กรณีตรวจพบการแจ้งปริมาณหรือน้ำหนักของพืชไม่ตรงกับที่ส่งออกจริง*

ในกรณีนี้จะมีบทลงโทษเช่นเดียวกันกับของกรณีตรวจพบการซุกซ่อน/ลักลอบส่งออกพืช

- *กรณีตรวจพบพืช/ผลผลิตพืชที่เป็นสิ่งต้องห้ามของประเทศปลายทาง*

หากทำการตรวจพบจะทำการคัดพืชชนิดนั้นออกทั้งหมดและทำการออกใบรับรองสุขอนามัยพืชให้กับพืชชนิดอื่นที่เหลือ

เมื่อทำการสุ่มตรวจเสร็จสิ้นทางเจ้าหน้าที่จะทำการออกใบรับรองสุขอนามัยให้ เพื่อดำเนินขั้นตอนต่อไป

นอกเหนือจากใบรับรองสุขอนามัยพืชแล้ว เอกสารอื่นที่จำเป็นสำหรับประกอบการส่งออกได้แก่

- การขอใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าจากกรมการค้าต่างประเทศ
- เอกสารการจองเครื่องบินสำหรับการขนส่งสินค้าทางอากาศ
- ใบขนสินค้าขาออก
- บัญชีราคาสินค้า (Invoice) จำนวนต้องเท่ากับจำนวนใบขนสินค้าขาออกที่ยื่นทั้งหมด
- บัญชีรายละเอียดการบรรจุหีบห่อ (Packing List)

5. หลังจากได้รับใบรับรองสุขอนามัยพืชพร้อมทั้งเอกสารที่จำเป็นอื่นๆ แล้ว ทางชิปปิ้งหรือผู้ส่งออกจะดำเนินพิธีการทางศุลกากร ซึ่งพิธีการทางศุลกากรนั้นได้เริ่มดำเนินการตั้งแต่ก่อนที่จะทำการขนส่งสินค้ามายังท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

5.1 โดยชิปปิ้งหรือผู้ส่งออกส่งข้อมูลใบขนสินค้าขาออกทุกรายการจากเครื่องคอมพิวเตอร์ของชิปปิ้งหรือผู้ส่งออกมายังเครื่องคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากรโดยผ่านบริษัทผู้ให้บริการระบบแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็คทรอนิกส์ ภายใต้ระบบศุลกากรอิเล็กทรอนิกส์ แบบไร้เอกสาร (e-Customs) เมื่อเครื่องคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากรได้ตรวจสอบข้อมูลในใบขนย้ายสินค้าขาออก (Cargo Permit) ที่ถูกส่งมาถูกต้องครบถ้วนแล้ว จะออกเลขที่ใบกำกับการขนย้ายสินค้าขาออกและตรวจสอบเงื่อนไขต่างๆ ที่กรมศุลกากรกำหนดไว้ เพื่อจัดกลุ่มใบขนสินค้าขาออกเป็น 2 ประเภทได้แก่ ใบกำกับการขนย้ายสินค้าที่ไม่ต้องตรวจสอบพิธีการ (Green Line) และใบกำกับการขนย้ายสินค้าที่ต้องตรวจสอบพิธีการ (Red Line) ดังรูป 3.14

จุดรับใบขนสินค้าโดยไม่ต้องตรวจสอบพิธีการ (Green Line)

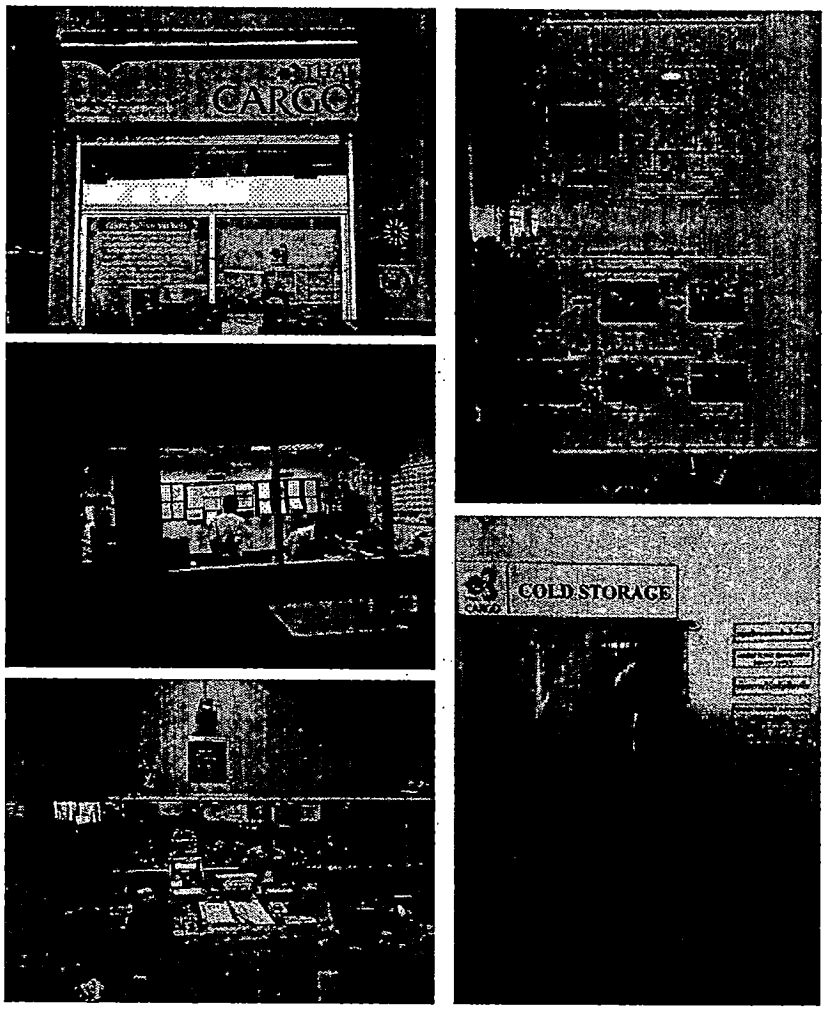
จุดตรวจสอบใบขนสินค้าที่ต้องตรวจสอบพิธีการ (Red Line)

รูป 3.14 สถานีตรวจสอบสินค้า

ที่มา: จากการสำรวจ

- ใบกำกับการขนย้ายสินค้าที่ไม่ต้องตรวจสอบพิธีการ (Green Line) เป็นใบขนย้ายสินค้าที่ผู้ส่งออกสามารถชำระค่าอากร (ถ้ามี) และดำเนินการนำสินค้าไปตรวจปล่อยเพื่อส่งออกได้เลย

- ใบกำกับการขนย้ายสินค้าที่ต้องตรวจสอบพิธีการ (Red Line) เป็นใบขนย้ายสินค้าที่ผู้ส่งออกหรือตัวแทนต้องนำใบขนสินค้าไปติดต่อกับหน่วยงานประเมินอากรของท่าที่จะส่งสินค้าออกเพื่อทำการตรวจสอบสินค้า



รูป 3.15 ศูนย์บริการสินค้าสดและผลไม้ และขั้นตอนการส่งออกสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทย

ที่มา: จากการสำรวจ

6. หลังจากสินค้าผ่านสถานีตรวจสอบ (Checking Post) ของศุลกากรทางอากาศยานสุวรรณภูมิแล้ว สินค้าจะถูกขนย้ายไปยังท่ารับสินค้าการบินไทยของศูนย์บริการสินค้าสดและผลไม้ คลังสินค้าการบินไทย โดยขั้นตอน ณ ศูนย์บริการสินค้าสดและผลไม้ ประกอบด้วย

6.1 นำสินค้าลงจากรถกระบะบรรทุก ขึ้นพาเลทพลาสติก ผู้ส่งออกหรือตัวแทน ยื่นเอกสารใบกำกับการขนย้ายสินค้า (Cargo Permit) ให้การบินไทย จากนั้นเจ้าหน้าที่การบินไทยตรวจรับเอกสาร ตรวจรับสินค้า โดยเจ้าหน้าที่การบินไทยอาจสุ่มเปิดกล่องบรรจุเพื่อตรวจสอบอีกครั้ง

6.2 การบินไทยนำสินค้าขึ้นชั่งน้ำหนักแล้วออกเอกสารใบชั่งสินค้าให้กับผู้ส่งออกหรือตัวแทน จากนั้นผลไม้อาจถูกสุ่มตรวจโรคพืชและศัตรูพืชอีกครั้งโดยงานบริการส่งออกสินค้าเกษตร ด่านตรวจพืชท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ภายหลังจากการชั่งน้ำหนักสินค้าแล้วผู้ส่งออกหรือตัวแทนนำเอกสารใบตราส่งสินค้าทางอากาศ (Air Waybill) House Air Waybill บัญชีสินค้าสำหรับเครื่องบิน (House Manifest) ใบชั่งสินค้า ใบกำกับการขนย้ายสินค้า (Cargo Permit) และใบเสร็จรับเงิน (ถ้ามี) ไปยื่นให้การบินไทย เพื่อสร้าง CAR Record ต่อไป

6.3 นำสินค้าเอกซ์เรย์ โดยเครื่องเอกซ์เรย์

6.4 จัดเก็บสินค้าโดยรถโฟคลิฟ

6.5 นำสินค้าจัดไปบรรทุก (Load) ในพาเลท

6.6 แล้วส่งมอบสินค้าเพื่อทำการจัดเก็บสินค้าเตรียมพร้อมสำหรับการขนถ่ายขึ้นเครื่องบิน

6.7 จัดบรรทุก (Load) สินค้าขึ้นเครื่องบินพาณิชย์การบินไทย แล้วทำการขนส่งไปยังประเทศปลายทางต่อไป

7. การบินไทยทำการจัดบรรทุก (Load) สินค้า แล้วส่งมอบสินค้าเพื่อทำการจัดเก็บสินค้า แล้วนำไปบรรทุกขึ้นเครื่องบินต่อไป

3.1.2.1 การขนส่งลำไยทางเครื่องบินไปยังปลายทางประเทศอินเดีย

เส้นทางคมนาคมติดต่อกับอินเดียได้สะดวก คือ ทางอากาศ อินเดียมีสนามบิน 126 แห่ง เป็นสนามบินนานาชาติ 11 แห่ง (ที่สำคัญ คือ เดลี มุมไบ เจนไน กัลกัตตา บังกะลอร์ และไฮเดอราบัด) สนามบินในประเทศ 89 แห่ง และสนามบินเอกชน 26 แห่ง สายการบินแห่งชาติของอินเดีย คือ Air India สำหรับสายการบินในประเทศที่เป็นที่นิยม คือ Kingfisher Airline, Air India และ Jet Airways (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2555)

จากสัมภาษณ์ผู้นำเข้าผลไม้และลำไยสดของประเทศอินเดียทำให้ทราบว่า ปัจจุบันมีผู้ให้บริการขนส่งทางเครื่องบินทั้งการขนส่งผู้โดยสาร และการขนส่งเชิงพาณิชย์ หลายสายการบิน ได้แก่

- สายการบินไทย (Thai Airways)
- สายการบินบางกอกแอร์เวย์ (Bangkok Airway)
- สายการบินเจ็ตแอร์เวย์ (Jet Airway)
- สายการบินแอร์เอเชีย (Air Asia)

แต่สำหรับการขนส่งผลไม้สดของประเทศไทยทางอากาศนั้นผู้นำเข้าจะใช้บริการของสายการบินไทย โดยเครื่องบินพาณิชย์ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีสนามบินต้นทางที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (BKK) และปลายทางที่เมืองสำคัญต่างๆ ของอินเดีย ได้แก่ นิวเดลี มุมไบ บังกาลอ เชนไน กัลกัตตา ดังตารางที่

ตาราง 3.2 รายชื่อสนามบินที่มีการขนส่งพาณิชย์โดยสายการบินไทยจากสนามบินสุวรรณภูมิไปยังอินเดีย

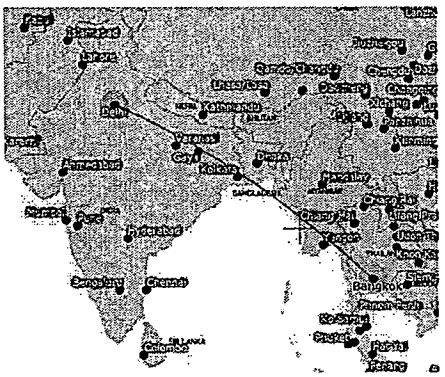
เมืองปลายทาง	ชื่อสนามบิน	ระยะทาง (ไมล์)	ระยะเวลา
นิวเดลี	Indira Gandhi International Airport (DEL)	1,824	4 ชม. 30 น.
มุมไบ	Chhatrapati Shivaji International Airport (BOM) [สนามบินใหม่] Bambai Airport (BOM) [สนามบินเก่า]	1,878	4 ชม. 30 น.
บังกาลอ	Kempegowda International Airport (BLR)	1,544	3 ชม. 35 น.
เชนไน	Chennai International Airport (MAA)	1,379	3 ชม. 20 น.
กัลกัตตา	Subhas Chandra Bose Airport (CCU)	1,009	2 ชม. 30 น.

ที่มา: http://www.staralliance.com/ หมายเหตุ: สนามบินต้นทางคือ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (BKK)

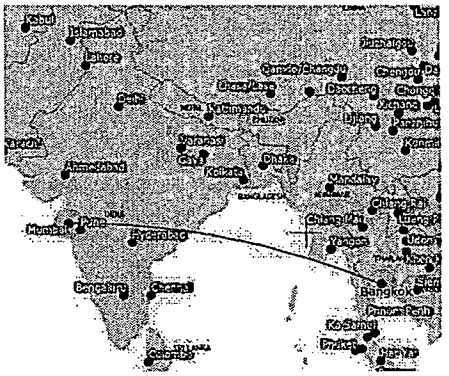
ตาราง 3.3 กำหนดตารางเวลาการบินของเครื่องบินพาณิชย์สายการบินไทยจากสนามบินสุวรรณภูมิไปเมืองต่างของอินเดีย

Flight No.	Depart	At	Arrive	At	Day of Operation							Validity		Aircraft Type
					M	T	W	TH	F	SA	S	Start	End	
BANGKOK - DELHI														
TG890	BKK	6.30	DEL	9.30	-	-	-	-	-	-	✓	30-Mar-14	25-Oct-14	74F
TG315	BKK	17.55	DEL	20.55	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	30-Mar-14	25-Oct-14	74R
TG896	BKK	20.35	DEL	23.35^{+1}	-	-	-	✓	-	-	-	30-Mar-14	25-Oct-14	74F
TG2923	BKK	23.15	DEL	02.15^{+1}	✓	-	✓	✓	✓	-	✓	30-Mar-14	25-Oct-14	320
BANGKOK - MUMBAI														
TG317	BKK	18.55	BOM	21.55	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	30-Mar-14	25-Oct-14	777
BANGKOK - CHENNAI														
TG337	BKK	21.50	MAA	23.40	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	30-Mar-14	25-Oct-14	333
BANGKOK - BANGALORE														
TG325	BKK	21.20	BLR	23.25	✓	✓	-	-	-	-	-	30-Mar-14	31-Jul-14	330
TG325	BKK	21.20	BLR	23.25	-	-	✓	✓	✓	-	-	30-Mar-14	25-Oct-14	330
TG325	BKK	21.20	BLR	23.25	-	-	-	-	-	✓	✓	30-Mar-14	31-Jul-14	330
BANGKOK - KOLKATA														
TG313	BKK	2345	CCU	0045^{+1}	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	30-Mar-14	25-Oct-14	333

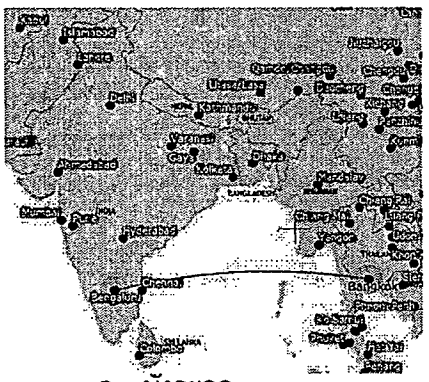
ที่มา: http://www.thaicargo.com/



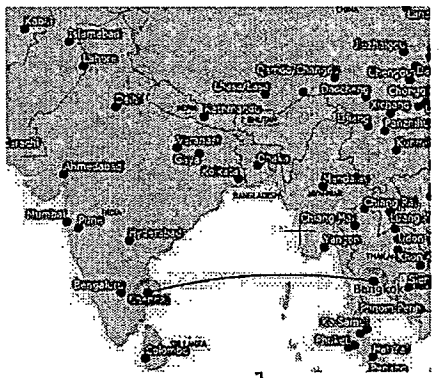
ก. นิวเดลี



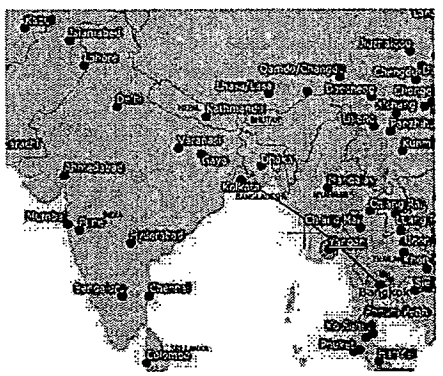
ข. มุมไบ



ค. บังกะลอ



ง. เชนไน



จ. กัลกัตตา

รูป 3.16 เส้นทางการขนส่งทางอากาศจากไทยไปอินเดียโดยสายการบินไทย

ที่มา: http://www.staralliance.com/

ตาราง 3.3 แสดงกำหนดตารางเวลาการบินของเครื่องบินพาณิชย์ของสายการบินไทย โดยผลไม้จะถูกจัดวางในพื้นที่ในการขนส่งใต้ท้องเครื่องบินผู้โดยสาร จากการสัมภาษณ์ผู้ส่งออกจะเห็นได้ว่าการบินไทยได้เปรียบในการขนส่งสินค้าโดยเฉพาะผลไม้ไทยหลายประการ ได้แก่

1. การบินไทยมีความพร้อมและสามารถให้บริการขนส่งสินค้าสดโดยเฉพาะผลไม้สดไปยัง 5 เมืองปลายทางที่เป็นเมืองหลักของอินเดีย ในขณะที่สายการบินอื่นๆ นั้นไม่ให้บริการขนส่งสินค้าสดหรือผลไม้สด

2. การบินไทยให้บริการขนส่งสินค้าไปยังทั้ง 5 เมืองปลายทางทุกวันตลอดทั้งปี ทำให้ผู้ส่งออกผลไม้สดสามารถดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้สดได้ทั้งปี และเมื่อเทียบช่วงระยะเวลาที่ให้บริการพบว่าสอดคล้องกับช่วงที่ลำไยสดในภาคเหนือออกสู่ตลาดคือ ในช่วงเดือน กรกฎาคม – กันยายน ด้วย

3. การบินไทยมีการให้บริการที่ครบวงจร และมีอาคารคลังสินค้าระหว่างประเทศเป็นของตัวเอง

4. การบินไทยเป็นสายการบินที่ให้บริการและมีผู้ใช้บริการทั้งการขนส่งสินค้าจากไทยไปอินเดีย และขนส่งสินค้าจากอินเดียมายังไทย

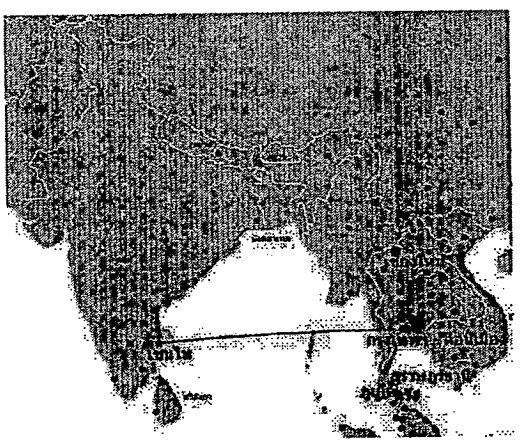
จากความได้เปรียบทั้ง 5 ประการทำให้ผู้ส่งออกผลไม้ไทยไปยังอินเดียเลือกที่จะใช้บริการของการบินไทย

ตาราง 3.4 รายชื่อสนามบินที่มีการขนส่งพาณิชย์โดยสายการบินแอร์เอเชีย

เมืองปลายทาง	ชื่อสนามบิน	ระยะทาง (กิโลเมตร)	ระยะเวลา
เชนไน	Chennai International Airport (MAA)	2,213	3 ชม. 20 น.

ที่มา: http://www.staralliance.com/

หมายเหตุ: สนามบินต้นทางคือ ท่าอากาศยานดอนเมือง (DMK)



รูป 3.17 เส้นทางการขนส่งทางอากาศจากไทยไปอินเดียโดยสายการบินไทย

ที่มา: http://www.airasia.com/th/th/where-we-fly/route-map.page

สำหรับสายการบินแอร์เอเชีย ถึงแม้จะมีการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศด้วยเครื่องบิน Airbus A320-200 โดยมีต้นทางที่ท่าอากาศยานดอนเมือง (ไทย) และปลายเมืองเชนไน (อินเดีย) แต่การให้บริการของสายการบินแอร์เอเชียมีข้อจำกัดมาก เนื่องจากมีให้บริการเพียงเส้นทางเดียวเท่านั้นคือดอนเมือง – เชนไน และให้บริการเฉพาะวันอังคารและวันเสาร์เท่านั้น ดังตาราง 3.4 ขนาดพัสดุที่ส่งจะต้องมีขนาด 140 × 70 × 70 เซนติเมตร และมีน้ำหนักไม่เกิน 85 กิโลกรัมต่อกล่อง และความสามารถของเครื่องบินในแต่ละ

เที่ยวจะบรรทุกพัสดุรวมได้ไม่เกิน 2.5 ตันเท่านั้น (https://cargo .airasia.com/Load.aspx) ทำให้การขนส่งสินค้าจำพวกผลไม้สดซึ่งเป็นสินค้าที่มีน้ำหนักมากและเน่าเสียง่ายทางเครื่องบินจากไทยไปอินเดียที่ต้องส่งครั้งละ 500 กิโลกรัมเป็นไปไม่ได้

สำหรับสายการบินบางกอกแอร์เวย์ ได้มีการให้บริการขนส่งสินค้าทางเครื่องบินจากประเทศไทย โดยมีปลายทางที่เมืองมุมไบ อย่างไรก็ตามสายการบินบางกอกแอร์เวย์ไม่ได้มีเครื่องบินพาณิชย์สำหรับขนส่งสินค้าจากไทยไปยังอินเดียโดยตรง แต่การขนส่งอาศัยสายการบินตัวแทนคือ สายการบิน Global Air Transport Services Pvt. Ltd. ดังตาราง 3.5

ตาราง 3.5 รายชื่อสนามบินที่มีการขนส่งพาณิชย์โดยบางกอกแอร์เวย์

เมือง ปลายทาง	ชื่อสนามบิน	ระยะทาง (ไมล์)	ระยะเวลา
มุมไบ	Chhatrapati Shivaji International Airport (BOM) [สนามบินใหม่] Bambai Airport (BOM) [สนามบินเก่า] ตัวแทนผู้ให้บริการ: Global Air Transport Services Pvt. Ltd.	1,878	4 ชม. 30 น.

ที่มา: http://www.staralliance.com/

หมายเหตุ: สนามบินต้นทางคือ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (BKK)

ในส่วนของสายการบินเจ็ตแอร์เวย์ได้มีการให้บริการขนส่งสินค้าทางเครื่องบินจากประเทศไทย โดยมีต้นทางที่สนามบินสุวรรณภูมิและปลายทางที่เมืองมุมไบและนิวเดลี และให้บริการขนส่งทางเครื่องบินทุกวัน

3.1.2.2 การขนส่งลำไยทางเครื่องบินไปยังปลายทางประเทศบังคลาเทศ

ในการขนส่งผลไม้จากไทยไปยังบังกลาเทศ จากการสัมภาษณ์ผู้ส่งออกที่มีบริษัทในจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้ทราบว่าเส้นทางการขนส่งนั้นจะดำเนินการขนส่งผลไม้จากท่าอากาศนายนานาชาติเชียงใหม่ไปยังสนามบินสุวรรณภูมิโดยสายการบินไทย ใช้ระยะเวลาการเดินทาง 50 นาที จากนั้นทำขนถ่ายสินค้าเพื่อการเปลี่ยนเครื่องบินสำหรับการบินจากสนามบินสุวรรณภูมิไปยังสนามบิน ฮัซรัต ชัตจาลาล อินเตอร์เนชันแนล แอร์พอร์ต (Hazrat Shahjalal International Airport) โดยสายการบินไทย ใช้ระยะเวลาการเดินทาง 2.35 นาที

ตาราง 3.6 รายชื่อสนามบินที่มีการขนส่งพาณิชย์โดยสายการบินไทยจากสนามบินสุวรรณภูมิไปยัง บังคลาเทศ

เมืองปลายทาง	ชื่อสนามบิน	ระยะทาง (ไมล์)	ระยะเวลา
ธากา	Hazrat Shahjalal International Airport (DAC)	963	2 ชม. 35 น.

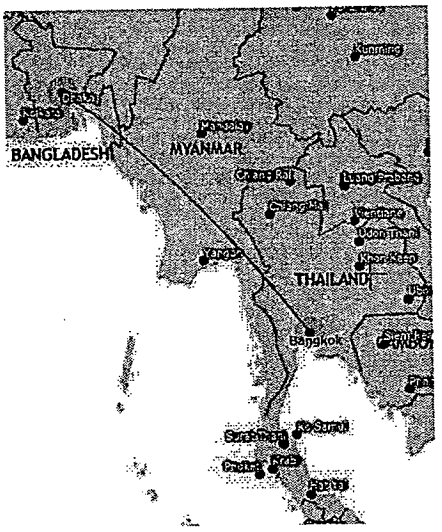
ที่มา: http://www.staralliance.com/

บังคลาเทศมีสนามบินนานาชาติ 3 แห่ง คือ ธากา จิตตะกองและ ซิลเล็ต สำหรับการส่งผลไม้สดทางเครื่องบินไปยังประเทศบังคลาเทศนั้น สายการบินไทยจะทำการขนส่งจากสนามบินสุวรรณภูมิ ไปยังสนามบิน Hazrat Shahjalal International Airport เมืองธากา ซึ่งเป็นเมืองหลวงของบังคลาเทศเพียงเมืองเดียว โดยให้บริการทุกวัน การขนส่งใช้ระยะเวลา 2 ชม. 35 นาที ด้วยระยะทาง 963 ไมล์ ดังตาราง 3.7 และและรูป 3.8

ตาราง 3.7 กำหนดตารางเวลาการบินของเครื่องบินพาณิชย์ของสายการบินไทยจากสนามบินสุวรรณภูมิไปเมืองธากา

Flight No.	Dep.	At	Arr.	At	Day of Operation							Validity		Aircraft Type
					M	T	W	TH	F	SA	S	Start	End	
BANGKOK - DHAKA														
TG321	BKK	1035	DAC	1210	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	30-Mar-14	25-Oct-14	777

ที่มา: http://www.staralliance.com/



รูป 3.18 เส้นทางการขนส่งทางอากาศจากไทยไปบังคลาเทศโดยสายการบินไทย

ที่มา: http://www.staralliance.com/

3.1.3 การขนส่งลำไยทางเรือไปอินเดียและบังคลาเทศ

สำหรับการขนส่งลำไยสดทางเรือไปยังปลายทางประเทศอินเดียนั้น จากการสัมภาษณ์ผู้ส่งออกพบว่า ผู้ประกอบการจะตัวแทนของผู้ส่งสินค้า (Shipper/Consignor) หรือใช้บริการของชิปปิ้ง (Shipping) เพื่อทำหน้าที่ส่งสินค้าไปต่างประเทศ โดยบริการอาจครอบคลุมถึงการจัดตู้คอนเทนเนอร์ รถลากตู้คอนเทนเนอร์ การหาเรือบรรทุกสินค้า การจัดทำเอกสารทางด้านศุลกากร และการปฏิบัติตามขั้นตอนของกรมศุลกากร

ขั้นตอนการขนส่งสินค้าทางเรือ

ในการขนส่งสินค้าทางเรือจะมีขั้นตอนในการส่งมากกว่าทางอากาศ ดังนั้นผู้ส่งออกส่วนใหญ่จึงมักเลือกใช้บริการของ ตัวแทนผู้ส่งออก (Freight-Forwarder) มาเป็นผู้ดำเนินการแทน โดยขั้นตอนในการขนส่งทางเรือมีดังนี้

1. ในขั้นตอนแรกผู้ส่งออกต้องทำการส่งใบกำกับสินค้า (Invoice) ให้กับทางตัวแทนผู้ส่งออก (Freight-Forwarder) โดยในใบกำกับสินค้าประกอบไปด้วย ชนิดของสินค้าที่ส่ง น้ำหนัก จำนวนกล่อง ประเภทตู้คอนเทรนเนอร์ที่ต้องการ บริษัทเดินเรือ (ถ้ามี) และวันเวลาที่จัดส่งสินค้า เพื่อให้ทางตัวแทนผู้ส่งออกทราบถึงรายละเอียดของสินค้าที่จะทำการส่ง และสามารถจัดเตรียมเอกสารสำหรับการส่งออกได้อย่างถูกต้อง

2. หลังจากที่ตัวแทนผู้ส่งออก (Freight-Forwarder) ได้รับใบกำกับสินค้าจากผู้ส่งออกแล้ว จากนั้น จะทำการจัดเตรียมเอกสารที่ต้องใช้สำหรับการส่งสินค้า จองเที่ยวเรือและตู้คอนเทรนเนอร์ เมื่อสามารถจองเที่ยวเรือและตู้คอนเทรนเนอร์ได้ตามที่ผู้ส่งออกต้องการเรียบร้อยแล้ว ทางตัวแทนผู้ส่งออกก็จะแจ้งเรื่องให้กับผู้ส่งออกทราบเพื่อเป็นการยืนยัน และนัดวันเวลาที่จะรับของ (ในกรณีที่ไม่สามารถจองเที่ยวเรือหรือตู้คอนเทรนเนอร์ได้ตามที่ต้องการทางตัวแทนผู้ส่งออกก็จะแจ้งกลับไปให้ผู้ส่งออกทราบเช่นกัน)

3. ในขั้นตอนต่อมาเมื่อถึง วัน เวลาที่นัดรับสินค้าทางตัวแทนผู้ส่งออกจะไปรับตู้คอนเทรนเนอร์จากบริษัทเดินเรือขึ้นมาเพื่อบรรจุสินค้าเข้าตู้ โดยก่อนที่จะมีการโหลดสินค้าเข้าตู้ สินค้าจะต้องถูกตรวจสอบสารปนเปื้อน และศัตรูพืชก่อนถึงจะมีการบรรจุเข้าตู้ได้ โดยหลักเกณฑ์ในการตรวจสอบมีดังนี้

- *กรณีตรวจพบศัตรูพืช*

หากว่าเป็นศัตรูพืชกักกันของประเทศปลายทางจะถูกทำการคัดพืชชนิดนั้นออกทั้งหมดและทำการออกใบรับรองสุขอนามัยให้กับพืชชนิดอื่นที่ตรวจไม่พบศัตรูพืช

- *กรณีตรวจพบการซุกซ่อน/ลักลอบส่งออกพืช*

หากมีการตรวจพบเป็นครั้งที่ 1 ทำการคัดพืชชนิดนั้นออกให้หมดและทำการออกใบรับรองสุขอนามัยให้กับพืชชนิดที่เหลือ

หากมีการตรวจพบเป็นครั้งที่ 2 ภายในระยะ 30 วันจากครั้งแรก ในครั้งนั้นจะไม่มีการออกใบรับรองสุขอนามัยพืชให้กับสินค้าทั้งหมด และหากยังมีการส่งสินค้าในครั้งต่อไปจะถูกทำการตรวจสินค้าทั้งหมดต่อเนื่องกัน 30 ครั้งหรือตลอดระยะเวลา 6 เดือน

หากมีการตรวจพบเป็นครั้งที่ 3 ภายในระยะเวลาของการตรวจสินค้าทั้งหมดอย่างต่อเนื่อง 30 ครั้งหรือตลอดระยะเวลา 6 เดือนจะไม่มีการออกใบรับรองสุขอนามัยให้กับสินค้าทั้งหมด และจะถูกงดให้บริการออกใบรับรองสุขอนามัยพืชเป็นระยะเวลา 30 วัน

- *กรณีตรวจพบการแจ้งปริมาณหรือน้ำหนักของพืชไม่ตรงกับที่ส่งออกจริง*

  ในกรณีนี้จะมีบทลงโทษเช่นเดียวกันกับของกรณีตรวจพบการซุกซ่อน/ลักลอบส่งออกพืช

- *กรณีตรวจพบพืช/ผลผลิตพืชที่เป็นสิ่งต้องห้ามของประเทศปลายทาง*

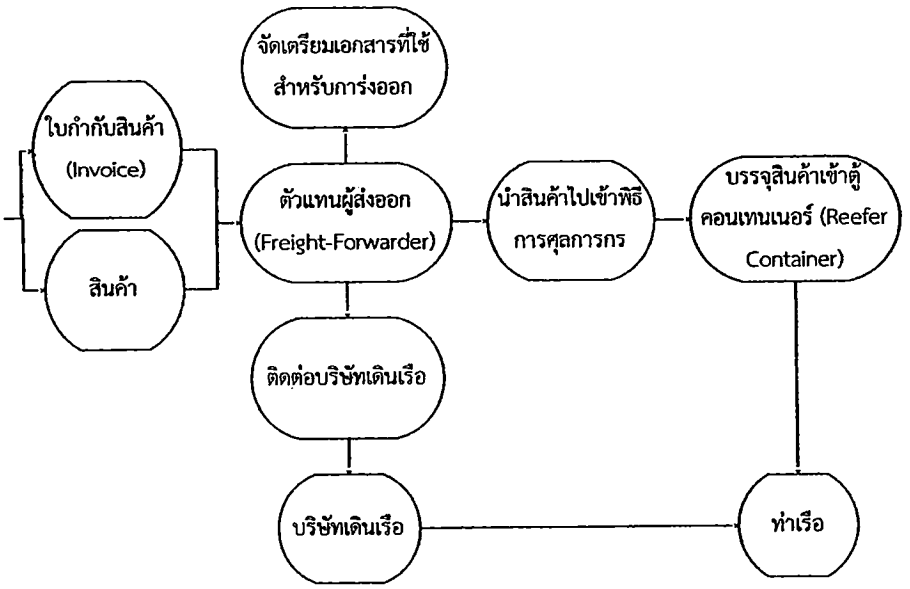
  หากทำการตรวจพบจะทำการคัดพืชชนิดนั้นออกทั้งหมดและทำการออกใบรับรองสุขอนามัยพืชให้กับพืชชนิดอื่นที่เหลือ

หลังจากที่ผ่านการตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่ก็จะออกใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate) ให้กับทางตัวแทนผู้ส่งออก โดยนอกจากใบรับรองสุขอนามัยพืชแล้วเอกสารอื่นที่จำเป็นสำหรับการส่งออกได้แก่

1. ใบแสดงแหล่งกำเนิดสินค้า (Certificate of Origin)
2. ใบกำกับสินค้า (Invoice)
3. ใบตราส่งสินค้า (Bill of landing)

4. หลังจากที่ผ่านพิธีการศุลกากร และการตรวจสุขอนามัยพืชเป็นที่เรียบร้อยแล้ว สินค้าก็จะถูกนำไปบรรจุใส่ตู้คอนเทรนเนอร์ โดยตู้ที่ใช้จะต้องเป็นตู้ประเภททำความเย็น (Reefer Container) โดยจะมี 2 ขนาดคือ

1. ขนาด 20 ฟุต สามารถบรรจุได้สูงสุด 22 ตัน
2. ขนาด 40 ฟุต สามารถบรรจุไดสูงสุด 36 ตัน



รูป 3.19 ขั้นตอนการขนส่งสินค้าทางเรือ

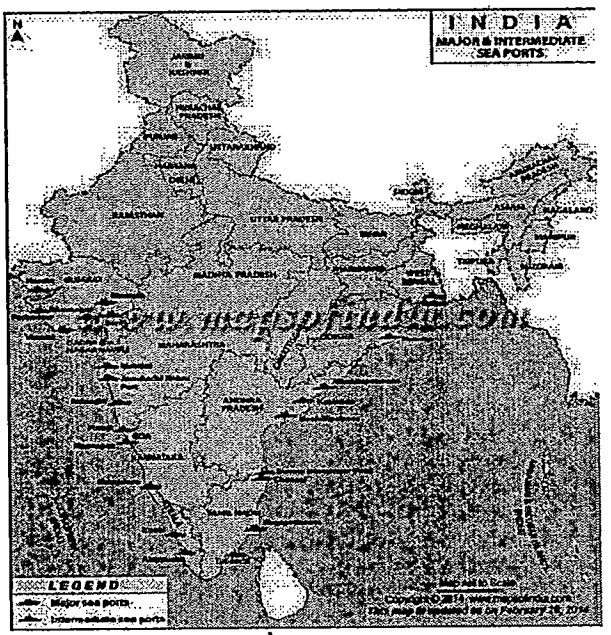
ที่มา: จากการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้ส่งออก

โดยสาเหตุที่ต้องใช้ตู้ทำความเย็นเนื่องจากลำไยเป็นผลไม้สด ซึ่งจะไม่สามารถเก็บไว้ได้นานแต่ในการขนส่งทางเรือจากประเทศไทยไปยังประเทศอินเดียนั้นต้องใช้เวลาประมาณ 15 วัน ดังนั้นถ้าไม่ถูกเก็บไว้ในห้องเย็นสินค้าก็จะเน่าเสียได้ โดยตู้ที่นำมาบรรจุสินค้าทางตัวแทนผู้ส่งออกจะเป็นคนไปนำตู้มาจากบริษัทเดินเรือ หลังจากที่บรรจุสินค้าเข้าตู้เสร็จแล้วทางตัวแทนผู้ส่งออกก็จะส่งตู้สินค้ากลับไปให้กับบริษัทเดินเรือโดยใช้รถลาก ลากไปจนถึงท่าเรือโดยรถที่ใช้เป็นหัวลากจะต้องเป็นรถที่มีปลั๊กไฟสำหรับตู้ทำความเย็น โดยระยะเวลาในการเดินทางจากเชียงใหม่ถึงท่าเรือจะใช้เวลาประมาณ 1 วัน

5. เมื่อสินค้าไปถึงท่าเรือแล้ว ทางตัวแทนผู้ส่งออกก็จะต้องดำเนินการคืนคืนตู้ให้กับทางบริษัทเดินเรือ และส่งต่อสินค้าให้กับบริษัทเดินเรือเป็นผู้จัดการจัดส่งสินค้าไปยังปลายทางต่อไป

3.1.3.1 การขนส่งลำไยทางเรือไปยังปลายทางประเทศอินเดีย

การขนส่งสินค้าระหว่างไทยและอินเดีย มีหลากหลายเส้นทาง ซึ่งเป็นทางเลือกให้กับผู้ประกอบการที่ต้องการขนส่งสินค้าไปอินเดีย เนื่องจากอินเดียเป็นประเทศที่มีขนาดใหญ่ มีทะเลโอบล้อมทั้งฝั่งตะวันตกและฝั่งตะวันออกต่อเนื่องจนถึงด้านใต้สุดซึ่งตลอดแนวชายฝั่งทะเลนี้จะมีท่าเรือตั้งอยู่รวมทั้งสิ้น 200 แห่งท่าเรือในประเทศอินเดียแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มท่าเรือหลัก (Major Ports) จะขึ้นอยู่กับกระทรวงการขนส่งทางทะเล (Ministry of Shipping) มีจำนวน 13 แห่งและกลุ่มท่าเรือรอง (Non-Major Ports) ซึ่งจะเป็นท่าเรือที่บริหารโดยบริษัทหรือหน่วยงานที่ได้รับสัมปทานจากคณะกรรมการพาณิชย์นาวีของรัฐ (State Maritime Board) หรือรัฐบาลของแต่ละรัฐ มีจำนวน 187 แห่ง รัฐที่มีท่าเรือมากที่สุดคือ รัฐมหาราษฏระ (Maharashtra) (เมืองหลวงคือ มุมไบ) จำนวน 55 แห่ง รองลงมาคือ รัฐคุชราต (Gujarat) จำนวน 41 แห่ง ดังรูป 3.20



รูป 3.20 แผนที่ท่าเรือของอินเดียในรัฐต่างๆ

ที่มา: http://www.mapsofindia.com/maps/india/sea-ports.htm (2014)

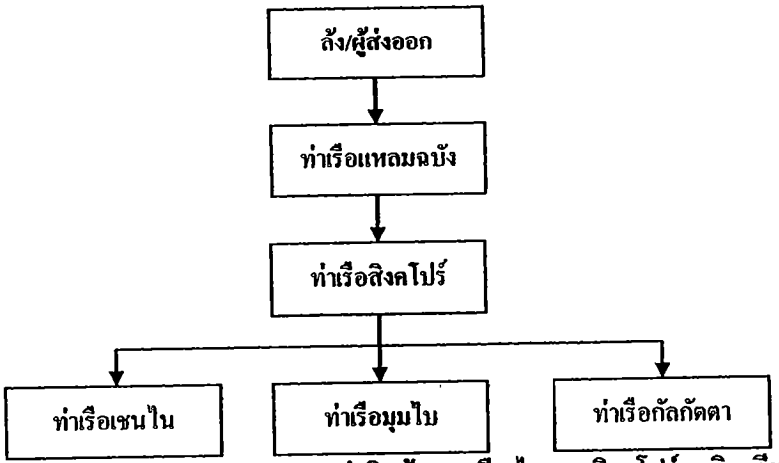
สำหรับกลุ่มท่าเรือหลักจำนวน 13 แห่งประกอบไปด้วย Jawaharlal Nehru Port Trust (JNPT),Kandla,Mumbai Port Trust, Mormugao, New Mangalore Port, Trust (NMPT), Cochin, Tuticorin, Ennore, Chennai, Vizag, Paradip, Haldia และ Kolkalta ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นจะต้องมีการพิจารณาก่อนว่าจะทำการขนส่งสินค้าด้วยรูปแบบใด และจะขนส่งเข้าในฝั่งใดของอินเดีย เพื่อที่ผู้ประกอบการสามารถประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการขนส่ง รวมถึงสร้างความสะดวกแก่การกระจายสินค้าไปยังเมืองต่างๆของอินเดีย โดยปัจจุบัน ท่าเรือในอินเดียที่ใช้ขนส่งสินค้าระหว่างไทยและอินเดียมี 3 แห่ง ดังต่อไปนี้

1. **ท่าเรือมุมไบ (Mumbai Port)** เป็นท่าเรือหลักในการขนส่งสินค้าของอินเดียและเป็นศูนย์กลางทางการค้า ตั้งอยู่ในเมืองมุมไบ เมืองหลวงของรัฐมหาราษฏระ ซึ่งอยู่ฝั่งตะวันตกของอินเดีย เป็นท่าเรือน้ำลึกที่มีพื้นที่ราว 400 ตารางกิโลเมตร ส่วนใหญ่ใช้ขนส่งผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม เหล็กและเหล็กกล้า ธัญพืช และสินค้าที่บรรจุในตู้คอนเทนเนอร์ เป็นต้น

2. **ท่าเรือเชนไน (Chennai Port)** เป็นท่าเรือที่สำคัญอันดับที่ 2 ของอินเดีย รองจากท่าเรือมุมไบ ท่าเรือเชนไนเป็นศูนย์กลางสำคัญของท่าเรือฝั่งตะวันออกของอินเดีย ตั้งอยู่ในเมืองเจนไน เมืองหลวงของรัฐทมิฬนาฑู ครอบคลุม 3 รัฐทางใต้ของอินเดีย และเป็นเส้นทางขนส่งทางเรือสู่เมืองต่างๆได้แก่ โคชิน โคลัมโบ ธากา สิงคโปร์ ย่างกุ้ง เป็นต้น เป็นท่าเรือน้ำลึกที่มีท่าเทียบเรือราว 21 แห่ง ส่วนใหญ่ใช้ขนส่งแร่เหล็ก ถ่านหิน แกรนิต ปุ๋ย ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม รถยนต์ เป็นต้น

3. **ท่าเรือกัลลัตตา (Kolkata Port)** เป็นท่าเรือเก่าแก่และเป็นศูนย์กลางการขนส่งและกระจายสินค้าไปยังพื้นที่ฝั่งตะวันออกและตะวันออกเฉียงเหนือของอินเดีย รวมถึงการกระจายสินค้าต่อไปยังเนปาลและภูฏาน ท่าเรือกัลลัตตาประกอบด้วย 2 ส่วนใน 2 เมืองสำคัญของรัฐ เบงกอลตะวันตก ได้แก่

- Kolkata Dock System อยู่ในเมืองกัลลัตตา เมืองหลวงของรัฐเบงกอลตะวันตก ส่วนใหญ่ใช้ขนส่งผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม ไม้ ถั่ว เป็นต้น
- Haldia Dock Complex อยู่ในเมือง Haldia ซึ่งห่างจากเมืองกัลกัตตาไปทางตะวันตกเฉียงใต้ราว 50 กิโลเมตร ส่วนใหญ่ใช้ขนส่งผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม ถ่านหิน แร่เหล็ก เป็นต้น



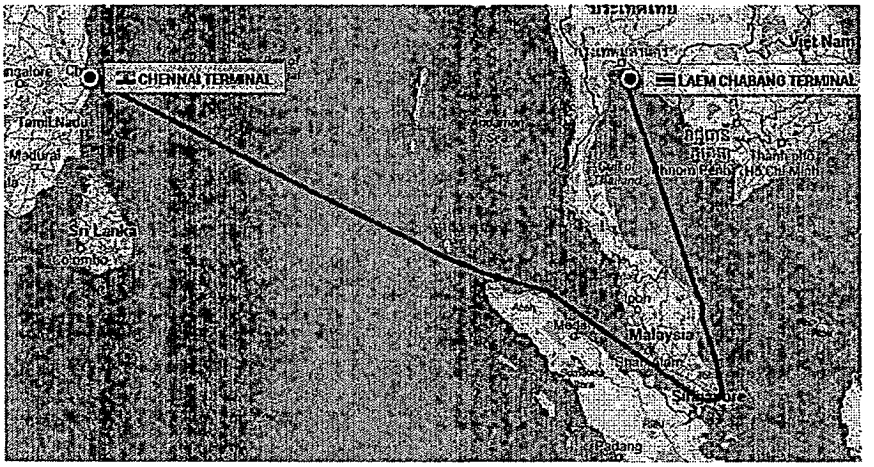
รูป 3.21 ระบบการขนส่งสินค้าทางเรือ ไทย – สิงคโปร์ – อินเดีย

ที่มา: จากการสำรวจ

จากการสัมภาษณ์ผู้ส่งออกพบว่า การขนส่งตู้คอนเทนเนอร์ควบคุมอุณหภูมิ (REEFER) ขนาด 20 ฟุต และ 40 ฟุต ทางเรือในปัจจุบันใช้เส้นทาง ไทย – สิงคโปร์ – อินเดีย โดยมีท่าเรือต้นทางคือ ท่าเรือแหลมฉบัง ส่วนท่าเรือปลายทางคือเมืองท่าเรือที่สำคัญของอินเดีย 3 ท่าเรือคือ เชนไน มุมไบ และกัลกัตตา

1.1 ไทย – สิงคโปร์ – เชนไน

การขนส่งลำไยสดจากไทยจะทำการส่งสินค้าจากท่าเรือแหลมฉบังไปยังท่าเรือเชนไน (Port of Chennai) ซึ่งอยู่ทางตะวันออกเฉียงใต้ของอินเดีย และมีการแวะขนถ่ายสินค้าที่ประเทศสิงค์โปร์ โดยระยะทางเดินเรือจากท่าเรือแหลมฉบังไปยังท่าเรือเชนไนโดยรวมจะเท่ากับ 5,245 กิโลเมตร ใช้ระยะเวลาการเดินทางประมาณ 12 – 15 วัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับตารางการเดินเรือของแต่ละสายเดินเรือ ความเร็วของเรือ สภาพอากาศ คลื่นลมในทะเล และระยะเวลาการแวะขนถ่ายสินค้าที่ประเทศสิงค์โปร์



รูป 3.22 เส้นทางเดินเรือจากท่าเรือแหลมฉบัง (ไทย) – สิงคโปร์ – ท่าเรือเชนไน (อินเดีย)

ที่มา: www.searates.com

จากการสืบค้นจากฐานข้อมูล www.oceaschedules.com พบว่ามีผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางเรือจากท่าเรือแหลมฉบังไปยังท่าเรือเชนไน 9 สายเดินราย แสดงดังตาราง 3.8 ได้แก่ HANJIN SHIPPING, HAPAG-LLOYD, HYUNDAI MERCHANT MARINE CO., LTD., MAERSK LINE, MITSUI OSK LINE, MSC, NYK LINE, SAFMARINE และ WAN HAI LINE LTD (สืบค้น ณ วันที่ 10 มีนาคม 2557) ซึ่งพบว่า ทั้ง 9 สายการเดินเรือจะใช้เวลาขนส่งสินค้าจากท่าเรือแหลมฉบังไปยังท่าเรือเชนไนอยู่ในช่วง 12-15 วัน

ตาราง 3.8 ข้อมูลเรือขนส่งสินค้าจากท่าเรือแหลมฉบังไปยังท่าเรือเชนไน

Carrier	Depart	Arrive	Transit Time	Vessel	Voyage	Lloyd's number
HANJIN SHIPPING	15-Mar-14	23-Mar-14	8	X-PRESS INDUS	0080W	9159646
HAPAG-LLOYD	10-Mar-14	22-Mar-14	13	MANILA EXPRESS	4104	9301859
HYUNDAI MERCHANT	12-Mar-14	20-Mar-14	8	IBN AL ABBAR	006W	9194490

MARINE CO., LTD.						
MAERSK LINE	15-Mar-14	31-Mar-14	15	BALTRUM TRADER	1403	9138317
MITSUI OSK LINE	12-Mar-14	21-Mar-14	9	MOL HORIZON	012W	9629158
MSC	11-Mar-14	22-Mar-14	12	MSC GIANNA	HP410R	9152856
NYK LINE	12-Mar-14	21-Mar-14	9	SINAR TANJUNG	006	9120920
SAFMARINE	15-Mar-14	31-Mar-14	15	BALTRUM TRADER	1403	9138317
WAN HAI LINES LTD.	13-Mar-14	25-Mar-14	12	PEARL RIVER BRIDGE	S334	9444986

ที่มา: www.oceanschedules.com

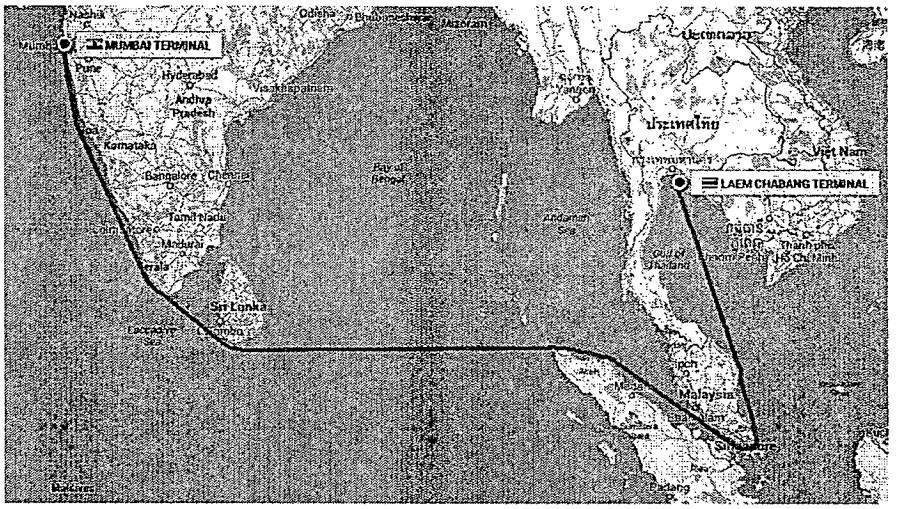
2. ไทย – สิงคโปร์ –มุมไบ

การขนส่งลำไยสดจากไทยจะขนส่งจากท่าเรือแหลมฉบังไปยังท่าเรือมุมไบ (Port of Mumbai) เมืองมุมไบ ซึ่งตั้งอยู่ฝั่งตะวันตกของอินเดีย การขนส่งใช้ระยะเวลา 15 – 18 วัน ซึ่งเป็นการขนส่งที่ใช้ระยะเวลาการเดินทางมากกว่าเส้นทางไทย – สิงคโปร์ – เชนไน 3 - 4 วัน จากการสืบค้นจากฐานข้อมูล www.oceaschedules.com พบว่าการขนส่งสินค้าทางเรือจากท่าเรือแหลมฉบังไปยังท่าเรือมุมไบนั้น มีสายการเดินเรือ 10 ราย ซึ่งได้แก่ EVERGREEN LINE , HANJIN SHIPPING , HAPAG-LLOYD, K LINE, MAERSK LINE, MSC, NYK LINE, SAFMARINE, WAN HAI LINES LTD. และ ZIM (จากการสืบค้นวันที่ 11 มีนาคม 2557) แสดงดังตาราง 3.9 ซึ่งพบว่า สายการเดินเรือทั้ง 10 สายการเดินเรือใช้เวลาในการขนส่งสินค้าจากท่าเรือแหลมฉบังไปบังท่าเรือมุมไบประมาณ 12 – 21 วัน

ตาราง 3.9 ข้อมูลเรือขนส่งสินค้าจากท่าเรือแหลมฉบังไปยังท่าเรือมุมไบ

Carrier	Depart	Arrive	Transit Time	Vessel	Voyage	Lloyd's number
EVERGREEN LINE	19-Mar-14	31-Mar-14	12	YM ANTWERP	054W	9443580
HANJIN SHIPPING	17-Mar-14	29-Mar-14	12	PONA	0013W	9349875
HAPAG-LLOYD	12-Mar-14	24-Mar-14	12	PATRAIKOS	027W	9442172
K LINE	13-Mar-14	24-Mar-14	12	PATRAIKOS	027W	9442172
MAERSK LINE	15-Mar-14	5-Apr-14	21	BALTRUM TRADER	1403	9138317
MSC	11-Mar-14	1-Apr-14	21	MSC GIANNA	HP410R	9152856
NYK LINE	16-Mar-14	28-Mar-14	12	PONA	013	9349875
SAFMARINE	15-Mar-14	5-Apr-14	21	BALTRUM TRADER	1403	9138317
WAN HAI LINES LTD.	13-Mar-14	27-Mar-14	14	PEARL RIVER BRIDGE	S334	9444986
ZIM	13-Mar-14	25-Mar-14	12	ZIM ASIA	71W	9113654

ที่มา: www.oceanschedules.com



รูป 3.23 เส้นทางเดินเรือจากท่าเรือแหลมฉบัง (ไทย) – ท่าเรือมุมไบ (อินเดีย)

ที่มา:www.searates.com

3.1.3.2 การขนส่งลำไยทางเรือไปยังปลายทางประเทศบังคลาเทศ

จากการสัมภาษณ์ผู้ส่งออกผลไม้ของไทยและผู้นำเข้าผลไม้ไทยที่บังกลาเทศพบว่าปัจจุบันไม่มีการขนส่งผลไม้จากไทยไปยังบังกลาเทศทางเรือ ทั้งนี้เนื่องจากปริมาณความต้องการผลไม้ไทยของผู้บริโภคชาวบังกลาเทศนั้นจำนวนไม่มากและไม่สม่ำเสมอ ประกอบกับเส้นทางขนส่งสินค้าทางบกจากท่าเรือจิตตะกองไปยังเมืองหลวงธากานั้นมีเพียง 1 เลนไป และ 1 เลนกลับเท่านั้น และบางช่วงถนนไม่เรียบ หากการจราจรไม่ติดขัดรถบรรทุกจะใช้ระยะเวลาขนส่งประมาณ 3 ชั่วโมง แต่ถ้าการจารจรติดขัดจะต้องใช้ระยะเวลาขนส่งถึง 8 ชั่วโมง นอกจากนี้ระบบขนส่งของบังกลาเทศยังขาดแคลนระบบ Cool Chain ดังนั้นจึงไม่นิยมมีการขนส่งผลไม้จากท่าเรือจิตตะกองไปยังกรุงธากา

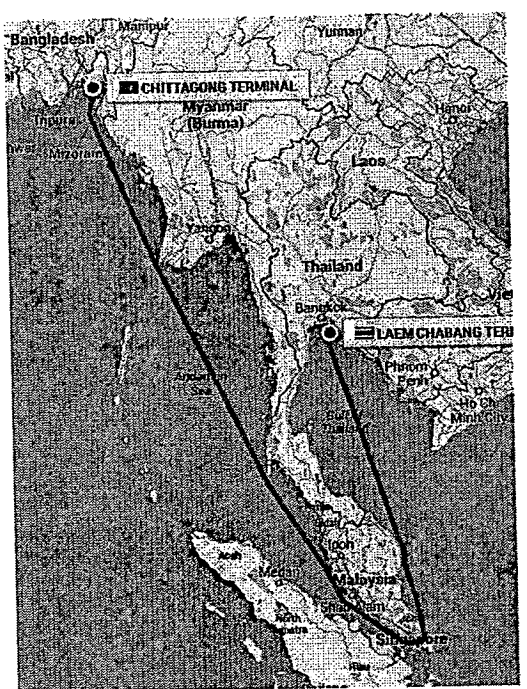
รูป 3.24 ท่าเรือของประเทศบังคลาเทศ

ที่มา:www.searates.com

ดังนั้นในส่วนนี้จะอธิบายเส้นทางการขนส่งสินค้าทางเรือจากท่าเรือแหลมฉบังไปยังท่าเรือจิตตะกองของบังกลาเทศเพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจจะส่งออกสินค้าทางเรือในอนาคต การขนส่งเริ่มต้นที่ท่าเรือแหลมฉบังผ่านสิงคโปร์ไปยังท่าเรือจิตตะกองของสาธารณรัฐบังคลาเทศ ใช้เวลาราวเฉลี่ย 15-17 วัน ด้วยระยะทางเดินเรือ 4,205.86 km. สำหรับท่าเรือจิตตะกอง (Port of Chittagong) ซึ่งเป็นท่าเรือหลักของสาธารณรัฐบังคลาเทศ ดังรูป 3.24 ตั้งอยู่บริเวณปากแม่น้ำคาร์นาฟูลี ซึ่งไหลมาจากทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของเขตจิตตะกองฮิลล์แทรค (Chittagong Hill Tracts) ลงสู่ปากอ่าวเบลกอล สินค้าที่ส่งมาที่ท่าเรือนี้ จะถูกส่งไปเลี้ยงชาวบังคลาเทศ 150 ล้านคน รวมถึงทางตอนใต้ของราชอาณาจักรภูฏาน และเนปาล และบางส่วนของอินเดียที่อยู่รอบๆ อาณาเขตสาธารณรัฐบังคลาเทศ คือ รัฐอัสสัม และรัฐเบงกอลตะวันตกของอินเดีย ซึ่งมีประชากรรวมราว 450 ล้านคน รวมไปถึงพื้นที่ทางเหนือคือภาคใต้ของจีน มณฑลยูนนาน และเขตปกครองตนเองธิเบต รวมทั้งภาคตะวันตกของสหภาพพม่าประชากรรวมราว 600 ล้านคน

1. ไทย – สิงคโปร์ - จิตตะกอง

จากการสืบค้นจากฐานข้อมูล www.oceaschedules.com พบว่าการขนส่งสินค้าทางเรือจากท่าเรือแหลมฉบังไปยังท่าเรือจิตตากองนั้น มีเพียงสายการเดินเรือ 4 สายการเดินเรือ แสดงดังตาราง 3.10 ซึ่งได้แก่ HAPAG-LLOYD, CMA CGM, DELMAS และ MCC TRANSPORT (จากการสืบค้นวันที่ 20 มีนาคม 2557) ซึ่งพบว่าทั้ง 4 สายการเดินเรือจะใช้เวลาขนส่งสินค้าจากท่าเรือแหลมฉบังไปยังท่าเรือจิตตากองเฉลี่ย 15-17 วัน



รูปที่ 3.25 แผนที่เส้นทางขนส่งทางทะเลจากประเทศไทยไปบังคลาเทศ

ที่มา: www.searates.com

ตาราง 3.10 ข้อมูลเรือขนส่งสินค้าจากท่าเรือแหลมฉบังไปยังท่าเรือจิตตะกอง

Carrier	Depart	Arrive	Transit Time	Vessel	Voyage	Lloyd's number
HAPAG-LLOYD	24-Mar-14	4-Apr-14	10	APL AMMAN	088S	9247948
CMA CGM	24-Mar-14	5-Apr-14	12	MOUNT BOKOR	QT111R	9301550
DELMAS	24-Mar-14	5-Apr-14	12	MOUNT BOKOR	QT111R	9301550
MCC TRANSPORT	25-Mar-14	7-Apr-14	13	ANNABA	179R	9306201

ที่มา:www.oceanschedules.com

3.1.4 การขนส่งสินค้าทางบกจากประเทศไทยไปยังประเทศอินเดีย

ในการขนส่งสินค้าจากประเทศไทยไปยังประเทศอินเดียนั้นนอกจากทางเรือและทางอากาศแล้วก็ยังมีอีกหนึ่งเส้นทางที่สามารถขนส่งได้ก็คือ การขนส่งทางบก จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการนำเข้าผลไม้และผู้ขนส่งสินค้าพบว่าในปัจจุบันไม่มีการใช้เส้นทางนี้ในการขนส่งผลไม้จากไทยไปอินเดียในเชิงพาณิชย์ เนื่องจากเป็นสินค้าที่เน่าเสียง่าย และมีความบอบบาง เนื่องจากมีระยะทางค่อนข้างไกล และคุณภาพของถนนยังไม่ดีเท่าที่ควร และจากการศึกษาโดยการรวบรวมข้อมูลพบว่าเส้นทางการขนส่งทางบกนั้นสามารถจะแบ่งได้เป็น 5 เส้นทางได้แก่

1. เส้นทางที่ 1 แม่สอด – พม่า – อินเดีย

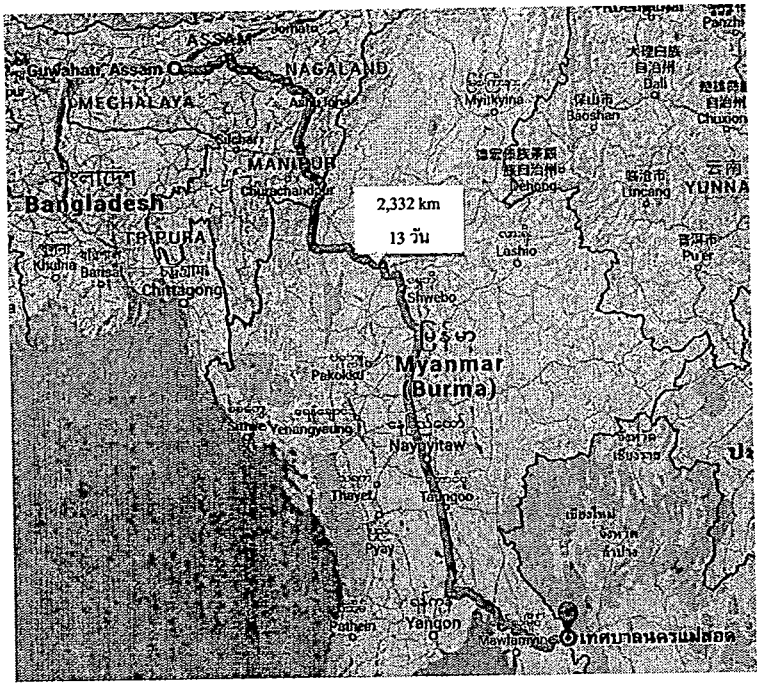
เส้นทางนี้เป็นเส้นทางที่ครอบคลุมทั้งหมด 3 ประเทศ คือ ไทย พม่า และอินเดีย (แม่สอด - เมียวดี - มะละแหม่ง - มัณฑะเลย์ - ตามู/มอเร่ห์ (Moreh) รัฐมณีปุระ - เมืองกุวาฮาติ (Guwahati) รัฐอัสสัม) มีระยะทางรวมทั้งหมด 2,342 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง ประมาณ 13 วัน ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ช่วง ได้แก่

ช่วงที่ 1 การขนส่งในประเทศไทย

เป็นการขนส่งภายในประเทศ โดยเริ่มจากแหล่งผลิตลำไยในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนคือ จังหวัดเชียงใหม่ ถึงอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก บริเวณชายแดนไทย – พม่า (แม่สอด – เมียวดี) โดยมีระยะทางทั้งสิน 360 กิโลเมตร ใช้ระยะเวลาเดินทางประมาณ 4.40 ชั่วโมง ในภาพรวมสภาพถนนค่อนข้างดี มีการบำรุงรักษา และกำลังมีการปรับปรุงขยายเส้นทาง

ช่วงที่ 2 การขนส่งในประเทศพม่า

ในช่วงนี้จะเป็นการขนส่งในประเทศพม่า เริ่มจากชายแดนไทย – พม่า โดยใช้เส้นทาง เมียวดี - ผะอัน - มัณฑะเลย์ – ตามู มีระยะทางรวมทั้งสิน 1,388 กิโลเมตร ใช้เวลา 8-10 วัน จากนั้นจะเข้าสู่ประเทศอินเดียที่ชายแดน ตามู/มอเร่ห์ เมืองมอเร่ห์ถือได้ว่าเป็นประตูสู่ 7 รัฐทางภาคตะวันออกของอินเดีย คือ รัฐอัสสัม รัฐอรุณาจัล รัฐมณีปุระ รัฐมิโซรั่ม รัฐตริปุระ รัฐเมฆกัลยา และรัฐนากาแลนด์ หรือเรียกว่า รัฐ 7 สาวน้อย รวมประชากรกว่า 45 ล้านคน



รูปที่ 3.26 แผนที่เส้นทางขนส่งทางบก เส้นทางแม่สอด – พม่า – อินเดีย

ที่มา: www.google.co.th/maps

ตารางที่ 3.11 สรุปรายละเอียดการขนส่งเส้นทาง แม่สอด - เมียวดี - มะละแหม่ง - มัณฑะเลย์ - ตามู/มอเร่ห์ - เมืองกุวาฮาติ รัฐอัสสัม

รายการ	ประเทศไทย	ด่านชายแดน	ประเทศพม่า	ด่านชายแดน	ประเทศอินเดีย	รวม	สรุป
	เชียงใหม่-แม่สอด	แม่สอด - เมียวดี	เมียวดี – มะละแหม่ง - มัณฑะเลย์ - ตามู	ตามู - มอเร่ห์	มอเร่ห์ - อิมฟาล - กุวาฮาติ		
ระยะทาง (กิโลเมตร)	360	0	1,388	0	594	2,342	2,342
ระยะเวลาเดินทาง (ชั่วโมง)	4.40 – 5 ชั่วโมง		8-10 วัน		3 วัน	12 วัน	13 วัน
ระยะเวลาขนถ่ายพิธีการศุลกากร (ชั่วโมง)		3		4		7	
ค่าขนส่ง (บาท)	10,000		185,000		12,000	207,000	217,000
ค่าธรรมเนียมศุลกากร และ ค่าบริการ (บาท)		6,000		4,000		10,000	
สภาพถนน (ระดับ)	สภาพถนนดีมาก มีการบำรุงรักษาและกำลังปรับปรุงขยายเส้นทาง	มีสินค้าจำนวนมาก แต่ยังขาดความสม่ำเสมอ	สภาพถนนไม่ดี บางช่วงขาดการบำรุงรักษา เดินรถได้ช่องทางเดียว ฤดูฝนเดินทางด้วยความยากลำบาก แต่มีแผนในการปรับปรุงสภาพเส้นทาง	ขาดสิ่งอำนวยความสะดวก กำลังปรับปรุง	สภาพถนนไม่ดี บางช่วงขาดการบำรุงรักษา และมีแผนในการปรับปรุงสภาพเส้นทาง		

ที่มา: สรุปมาจากสำนักโลจิสติกส์การค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2555.

ช่วงที่ 3 การขนส่งในประเทศอินเดีย

ในช่วงนี้จะเป็นการขนส่งจากชายแดนอินเดีย – พม่า (มอเร่ห์) เข้าสู่เมืองกุวาฮาติ รัฐอัสสัม โดยมีระยะทางรวมทั้งสิน 594 กิโลเมตร ใช้เวลาในการเดินทาง ประมาณ 3 วัน

ซึ่งจุดเด่นของเส้นทางนี้คือ เป็นเส้นทางการขนส่งดั้งเดิม ใกล้กับเมืองย่างกุ้งที่เป็นเมืองเศรษฐกิจของประเทศพม่า แต่ปัญหาที่เห็นได้ชัดคือปัญหาสภาพถนน โดยเฉพาะในเขตประเทศพม่าซึ่งสภาพถนนนั้นไม่ดีในบางช่วง หากเป็นฤดูฝนการเดินทางจะมีความลำบาก และเป็นการเดินรถช่องทางเดียว มีการสลับ ขึ้น - ลง อย่างละ 1 วัน

2. **เส้นทางที่ 2 แม่สาย – พม่า – อินเดีย**

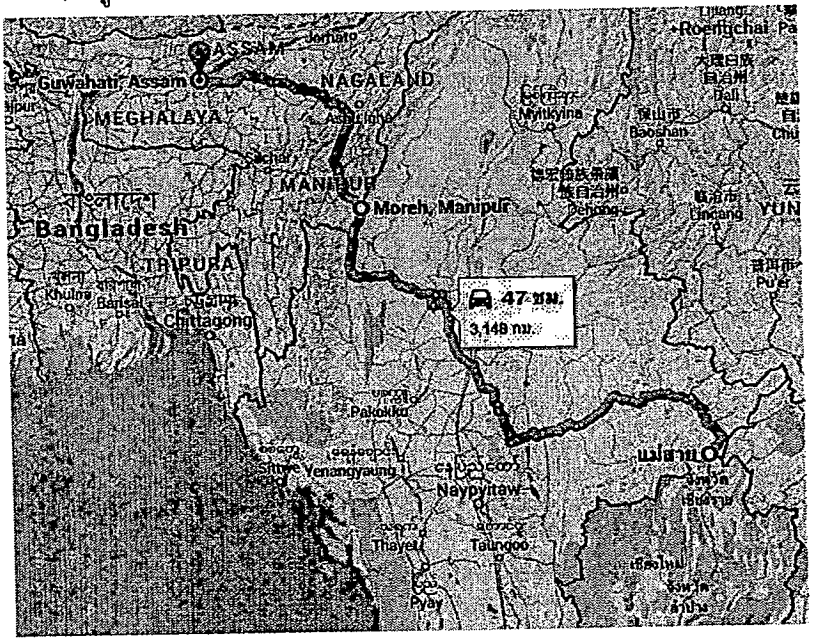
โดยเส้นทางนี้จะเคลื่อนที่ผ่านทั้งหมด 3 ประเทศ คือ ไทย พม่า และอินเดีย (แม่สาย - ท่าขี้เหล็ก - เชียงตุง - ตองยี - มัณฑะเลย์ - ตามู/มอเร่ห์ - เมืองกุวาฮาติ รัฐอัสสัม) เส้นทางนี้มีระยะทางรวมทั้งหมด 2,175 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง ประมาณ 15 วัน ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ช่วงได้แก่

ช่วงที่ 1 การขนส่งในประเทศไทย

เป็นการขนส่งภายในประเทศ โดยต้นเริ่มจากอ. เมือง เชียงใหม่ ถึงอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ระยะทาง 260 กิโลเมตร ใช้เวลาประมาณ 4 ชั่วโมง

ช่วงที่ 2 การขนส่งในประเทศพม่า

การขนส่งสินค้าในสาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า จากท่าขี้เหล็ก - เชียงตุง - ตองยี - มัณฑะเลย์ – ตามู ระยะทาง 1,321 กิโลเมตร ใช้เวลา 10-13 วัน เนื่องจากถนนไม่ค่อยดี โดยเฉพาะฤดูฝน จนถึงด่านชายแดนพม่า-อินเดีย (ตามู-มอเร่ห์)



รูปที่ 3.27 แผนที่เส้นทางขนส่งทางบก เส้นทางแม่สาย – พม่า – อินเดีย

ที่มา: www.google.co.th/maps

ตารางที่ 3.12 สรุปรายละเอียดการขนส่งเส้นทาง แม่สาย - ท่าขี้เหล็ก - เชียงตุง - ตองยี - มัณฑะเลย์ - ตามู/มอเร่ห์ - เมืองกุวาฮาติ รัฐอัสสัม

รายการ	ประเทศไทย	ด่านชายแดน	ประเทศพม่า	ด่านชายแดน	ประเทศอินเดีย	รวม	สรุป
	เชียงใหม่ - แม่สาย	แม่สาย – ท่าขี้เหล็ก	ท่าขี้เหล็ก - เชียงตุง - ตองยี – มัณฑะเลย์ - ตามู	ตามู - มอเร่ห์	มอเร่ห์ - อิมฟาล - กุวาฮาติ		
ระยะทาง (กิโลเมตร)	260	0	1,321	0	594	2,175	2,175
ระยะเวลาเดินทาง (ชั่วโมง)	4 ชั่วโมง		10-13 วัน		3 วัน	14 วัน	15 วัน
ระยะเวลาขนถ่ายพิธีการศุลกากร (ชั่วโมง)		3		4		7	
ค่าขนส่ง (บาท)	5,000		360,000		12,000	377,000	387,000
ค่าธรรมเนียมศุลกากรและค่าบริการ (บาท)		6,000		4,000		10,000	
สภาพถนน (ระดับ)	สภาพถนนดีมาก มีการบำรุงรักษาและกำลังปรับปรุงขยายเส้นทาง	มีความสะดวกแต่ขาดเทคโนโลยีและความสม่ำเสมอ	สภาพถนนไม่ดี บางช่วงขาดการบำรุงรักษา เดินรถได้ช่องทางเดียว ฤดูฝนเดินทางด้วยความยากลำบาก แต่มีแผนในการปรับปรุงสภาพเส้นทาง	ขาดสิ่งอำนวยความสะดวก กำลังปรับปรุง	สภาพถนนไม่ดี บางช่วงขาดการบำรุงรักษา และมีแผนในการปรับปรุงสภาพเส้นทาง		

ที่มา: ปรับมาจากสำนักโลจิสติกส์การค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2555.

3. **ช่วงที่** 3 การขนส่งในประเทศอินเดีย

ในช่วงนี้จะเป็นการขนส่งจากชายแดนอินเดีย – พม่า (มอเร่ห์) เข้าสู่เมืองกุวาฮาติ รัฐอัสสัม โดยมีระยะทางรวมทั้งสิน 594 กิโลเมตร ใช้เวลาในการเดินทาง ประมาณ 3 วัน

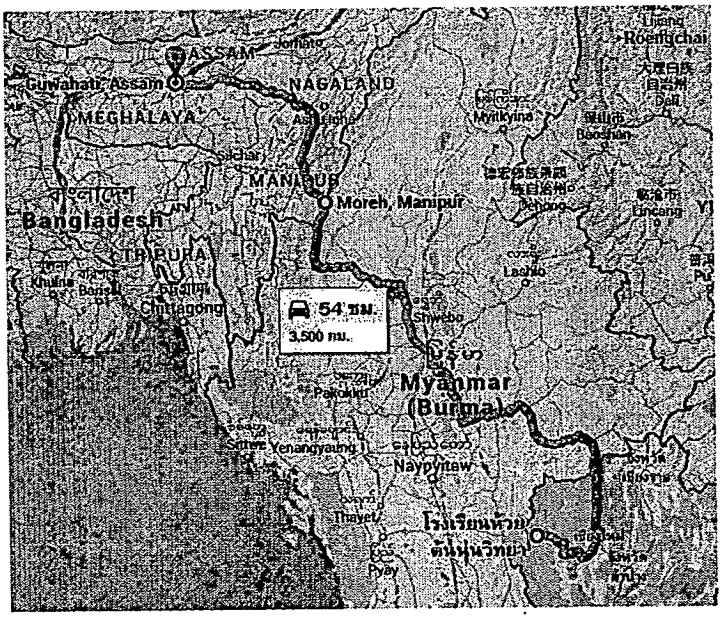
ในภาพรวมเส้นทางนี้ยังประสบปัญหาในเรื่องของสภาพถนน โดยเฉพาะถนนในช่วงเชียงตุง – ตองยี ที่สภาพถนนนั้นยังไม่ดีเท่าที่ควร ประกอบกับในช่วงดังกล่าวเป็นเส้นทางบนภูเขา ทำให้ในช่วงฤดูฝนการเดินทางจะค่อนข้างลำบาก

3. **เส้นทางที่ 3 แม่ฮ่องสอน – พม่า – อินเดีย**

โดยเส้นทางนี้จะเคลื่อนที่ผ่านทั้งหมด 3 ประเทศ คือ ไทย พม่า และอินเดีย (จุดผ่อนปรน บ้านห้วยต้นนุ่น ต. แม่เงา อ. ขุนยวม (หรือที่ฝั่งพม่าเรียกว่า BP-13) - ลอยก่อ - เนปิดอว์ - มัณฑะเลย์ - ตามู/มอเร่ห์ - เมืองกุวาฮาติ รัฐอัสสัม) มีระยะทางรวมทั้งหมด 1,821 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง ประมาณ 16 วัน ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ช่วงได้แก่

ช่วงที่ 1 ในประเทศไทย

การขนส่งสินค้าในประเทศไทย กรุงเทพมหานครถึงห้วยต้นนุ่น จังหวัดแม่ฮ่องสอน ระยะทาง 240 กิโลเมตร ใช้เวลา 5 ชั่วโมง เข้าด่านชายแดนไทย ห้วยต้นนุ่น - บ้านน้ำมาน จังหวัดลอยก่อ (Loikaw) ของสาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า



รูปที่ 3.28 แผนที่เส้นทางขนส่งทางบก เส้นทางแม่ฮ่องสอน – พม่า – อินเดีย

ที่มา: www.google.co.th/maps

ตารางที่ 3.13 สรุปรายละเอียดการขนส่งเส้นทาง บ้านห้วยต้นนุ่น - ลอยก่อ - เนปิดอว์ - มัณฑะเลย์ - ตามู/มอเร่ห์ - เมืองกุวาฮาติ รัฐอัสสัม

รายการ	ประเทศไทย	ด่านชายแดน	ประเทศพม่า	ด่านชายแดน	ประเทศอินเดีย	รวม	สรุป
	เชียงใหม่ - ห้วยต้นนุ่น	ห้วยต้นนุ่น-ลอยก่อ	ลอยก่อ -เนปิดอว์-มัณฑะเลย์-ตามู	ตามู - มอเร่ห์	มอเร่ห์ - อิมฟาล - กุวาฮาติ		
ระยะทาง (กิโลเมตร)	240	0	987	0	594	1,821	1,821
ระยะเวลาเดินทาง (ชั่วโมง)	5 ชั่วโมง		10-12 วัน		3 วัน	14 วัน	15 วัน
ระยะเวลาขนถ่ายพิธีการศุลกากร (ชั่วโมง)		3		4		7	
ค่าขนส่ง (บาท)	5,000		200,000	12,000	12,000	217,000	227,000
ค่าธรรมเนียมศุลกากรและค่าบริการ (บาท)		6,000		4,000		10,000	
สภาพถนน (ระดับ)	สภาพถนนดีมาก มีการบำรุงรักษาและกำลังปรับปรุงขยายเส้นทาง	ขาดสิ่งอำนวยความสะดวก	สภาพถนนไม่ดี บางช่วงขาดการบำรุงรักษา เดินรถได้ช่องทางเดียว ฤดูฝนเดินทางด้วยความยากลำบาก แต่มีแผนในการปรับปรุงสภาพเส้นทาง	ขาดสิ่งอำนวยความสะดวก กำลังปรับปรุง	สภาพถนนไม่ดี บางช่วงขาดการบำรุงรักษา และมีแผนในการปรับปรุงสภาพเส้นทาง		

ที่มา: ปรับมาจากสำนักโลจิสติกส์การค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2555.

ช่วงที่ 2 การขนส่งในประเทศพม่า

การขนส่งสินค้าในประเทศพม่า เริ่มจากชายแดนไทย (แม่ฮ่องสอน) จากนั้นจะเดินทางเข้าสู่ ลอยก่อ ซึ่งในช่วงนี้ สภาพถนนจะเป็น ลูกรัง และภูเขา จนถึง ลอยก่อ หลังจากนั้นสภาพถนนก็จะเป็นลาดยาง จนถึงชายแดนพม่า-อินเดีย (ตามู-มอเรห์) รวมระยะทาง 987 กิโลเมตร ใช้เวลาประมาณ 10-12 วัน

ช่วงที่ 3 การขนส่งในประเทศอินเดีย

ในช่วงนี้จะเป็นการขนส่งจากชายแดนอินเดีย – พม่า (มอเร่ห์) เข้าสู่เมืองกุวาฮาติ รัฐอัสสัม โดยมีระยะทางรวมทั้งสิน 594 กิโลเมตร ใช้เวลาในการเดินทาง ประมาณ 3 วัน

ในภาพรวม สภาพของถนนทั้งฝั่งไทยและพม่ายังไม่ค่อยดีนัก โดยมีลักษณะเป็นลูกรัง ประกอบกับเป็นพื้นที่ภูเขาทำให้การเดินทางในช่วงฤดูฝนเป็นไปด้วยความลำบาก และนอกจากนี้ยังมีปัญหาในเรื่องของยาเสพติด (เส้นทางการขนส่งยาเสพติด) จึงทำให้ไม่ได้รับความนิยม ปัจจุบันบ้านห้วยต้นนุ่น อำเภอขุนยวม จังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นจุดผ่อนปรนภาคเหนือตอนบนยังไม่ได้รับการยกระดับเป็นด่านถาวร ทั้งนี้จากการสัมมนา "รู้ลึกโอกาสการค้าชายแดนผ่านด่านถาวร" เมื่อวันที่ 24 มกราคม 2557 ณ โรงแรมเชียงใหม่แกรนด์วิว จังหวัดเชียงใหม่ ทำให้ทราบถึงปัญหาเกี่ยวกับจุดผ่อนปรนบ้านห้วยต้นนุ่น ดังนี้

1. ปัญหาการพัฒนาเส้นทางการคมนาคมขนส่งบ้านห้วยต้นนุ่นให้เป็นทางลาดยางตลอดเส้นทางเนื่องจากเป็นเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า
2. ปัญหาความชัดเจนในทางปฏิบัติเกี่ยวกับการนำของเข้า-ส่งของออกชั่วคราว ตาม พ.ร.บ. ศุลกากร พ.ศ. 2469 มาตรา 5 ทวิ
3. ปัญหาขาดความชัดเจนว่าหน่วยงานใดจะเป็นหน่วยงานหลักที่เป็นศูนย์กลางการติดต่อขอข้อมูลเกี่ยวกับการนำเข้าส่งออกในพื้นที่จุดผ่อนปรนให้แก่ผู้ประกอบการ เนื่องจากเรื่องดังกล่าวมีหน่วยงานและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก จึงทำให้ผู้ประกอบการเกิดความสับสนและไม่ได้รับการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการนำเข้าส่งออกในพื้นที่จุดผ่อนปรนเท่าที่ควร

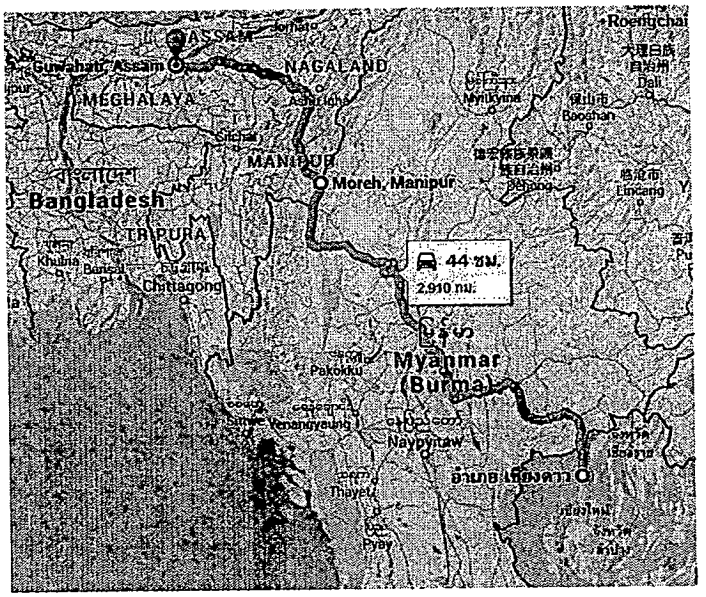
4. เส้นทางที่ 4 เชียงดาว – พม่า – อินเดีย

เส้นทางนี้เป็นอีกเส้นทางหนึ่งที่สามารถขนส่งสินค้าจากจังหวัดเชียงใหม่ได้เลย โดยจะเคลื่อนที่ผ่านทั้งหมด 3 ประเทศ คือ ไทย พม่า และอินเดีย (กิ่วผาวอก (ต.เมืองนะ อ.เชียงดาว จ. เชียงใหม่) - เชียงตุง - ตองยี - มัณฑะเลย์ - ตามู/มอเร่ห์ - เมืองกุวาฮาติ รัฐอัสสัม) มีระยะทางรวมทั้งหมด 1,908 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง ประมาณ 15 วัน ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ช่วงได้แก่

ตารางที่ 3.14 สรุปรายละเอียดการขนส่งเส้นทาง กิ่วผาวอก - เชียงตุง - ตองยี - มัณฑะเลย์ - ตามู/มอเร่ห์ - เมืองกุวาฮาติ รัฐอัสสัม

รายการ	ประเทศไทย	ด่านชายแดน	ประเทศพม่า	ด่านชายแดน	ประเทศอินเดีย	รวม	สรุป
	เชียงใหม่-กิ่วผาวอก	กิ่วผาวอก-บ้านป่าแขม	บ้านป่าแขม - ตองยี – มัณฑะเลย์ - ตามู	ตามู - มอเร่ห์	มอเร่ห์ - อิมฟาล - กุวาฮาติ		
ระยะทาง (กิโลเมตร)	140	0	1,174	0	594	1,908	1,908
ระยะเวลาเดินทาง (ชั่วโมง)	2 ชั่วโมง		10-12 วัน		3 วัน	14 วัน	15 วัน
ระยะเวลาขนถ่ายพิธีการศุลกากร (ชั่วโมง)		3		4		7	
ค่าขนส่ง (บาท)	3,000		200,000	12,000		215,000	225,000
ค่าธรรมเนียมศุลกากรและค่าบริการ (บาท)		6,000		4,000		10,000	
สภาพถนน (ระดับ)	สภาพถนนดีมาก มีการบำรุงรักษาและกำลังปรับปรุงขยายเส้นทาง	ขาดสิ่งอำนวยความสะดวก	สภาพถนนไม่ดี บางช่วงขาดการบำรุงรักษา เดินรถได้ช่องทางเดียว ฤดูฝนเดินทางด้วยความยากลำบาก แต่มีแผนในการปรับปรุงสภาพเส้นทาง	ขาดสิ่งอำนวยความสะดวก กำลังปรับปรุง	สภาพถนนไม่ดี บางช่วงขาดการบำรุงรักษา และมีแผนในการปรับปรุงสภาพเส้นทาง		

ที่มา: ปรับมาจากสำนักโลจิสติกส์การค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2555.



รูปที่ 3.29 แผนที่เส้นทางขนส่งทางบก เส้นทางเชียงดาว – พม่า – อินเดีย

ที่มา: www.google.co.th/maps

ช่วงที่ 1 การขนส่งสินค้าในประเทศไทย

เริ่มต้นจากอำเภอเมือง จ. เชียงใหม่ และเดินทางสู่อำเภอเชียงดาว มีระยะทางประมาณ 70 กิโลเมตร ถึงจุดผ่อนปรนกิ่วผาวอกบ้านอรุโณทัย ตำบลเมืองนะ ประมาณ 70 กิโลเมตร ใช้ระยะเวลาเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมง โดยมีระยะทางรวมทั้งสิน 140 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางรวมประมาณ 2 ชั่วโมง ถึงด่านชายแดนไทยกิ่วผาวอก

ช่วงที่ 2 การขนส่งสินค้าในประเทศพม่า

โดยการขนส่งสินค้าจากบ้านป่าแขม เมืองหางไปยังเมืองต่วนและเดินทางต่อไปเมืองตองยี ระยะทาง 395 กิโลเมตร และหลังจากนั้นเดินทางอีก 282 กิโลเมตร จนถึงเมืองมัณฑะเลย์ แล้วเดินทางอีก 467 กิโลเมตร จนถึงเมืองตามู รวมทั้งสิ้น 1,174 กิโลเมตร ใช้เวลาประมาณ 10-12 วัน

ช่วงที่ 3 การขนส่งสินค้าในประเทศอินเดีย

จากด่านชายแดนมอเร่ห์-ตามู ไปยังเมืองอิมฟาล และหลังจากนั้นจะเดินทางเข้าสู่เมืองกุวาอาติ รัฐอัสสัม ซึ่งใช้เวลาในการเดินทาง 3 วัน ระยะทาง 594 กิโลเมตร

ด่านกิ่วผาวอก ตั้งอยู่บ้านอรุโณทัย หมู่ที่ 10 ต.เมืองนะ อ.เชียงดาว จ.เชียงใหม่ ห่างจากตัวจังหวัดเชียงใหม่เพียง 140 กิโลเมตร ห่างจาก อ.ฝาง ประมาณ 100 กิโลเมตร (กรณีไปช่องทางอ่างขาง และบ้านใหม่หนองบัว) ด้านการคมนาคมทางฝั่งไทยมีความสะดวก ส่วนทางประเทศพม่าอยู่ระหว่างการก่อสร้างที่เชื่อมไปถึงเมืองต่างๆ หลายเมือง เช่น เมืองหา เมืองต่วน เมืองสาด เมืองปั่น เมืองตองยี ถึงเมืองหลวงเก่ามัณฑะเลย์ ที่เป็นศูนย์กลางการค้าทางเหนือของพม่า และมีถนน

เชื่อมต่อไปยังเมืองหลวงใหม่ กรุงเนปิดอว์ (ปินมานา) และหากการก่อสร้างสะพานข้ามแม่น้ำสาละวินเสร็จสมบูรณ์ การเชื่อมโยงการคมนาคมระหว่างเมืองต่างๆ จะเอื้อประโยชน์ต่อศักยภาพ การขับเคลื่อนการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

เส้นทางนี้ถือเป็น 1 ใน 3 เส้นทาง ที่ไทยได้มีการเสนอขอให้เปิดด่านถาวร และนอกจากนี้ยังอยู่ในพื้นที่ของจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งถือเป็นแหล่งผลิตลำไยอันดับหนึ่งของไทย แต่ในปัจจุบันการขนส่งเส้นทางนี้ยังไม่สามารถใช้ได้เนื่องจากทางประเทศพม่าได้มีการระงับการเข้า – ออก เนื่องจากเส้นทางนี้มักจะประสบปัญหาเรื่องยาเสพติด และปัญหาการลักลอบเข้าเมือง นอกจากนี้จากการบทสรุปการสัมมนา "รู้ลึกโอกาสการค้าชายแดนผ่านด่านถาวร" เมื่อวันที่ 24 มกราคม 2557 ณ โรงแรมเชียงใหม่แกรนด์วิว จังหวัดเชียงใหม่ ทำให้ทราบถึงปัญหาเกี่ยวกับจุดผ่อนปรนกิ่วผาวอก ดังนี้

1. ปัญหาการโยกย้ายผู้ว่าราชการจังหวัดบ่อยโดยเฉพาะอย่างยิ่งจังหวัดที่มีพื้นที่ชายแดน เช่น จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งส่งผลให้การดำเนินการผลักดันจุดผ่อนปรนให้เป็นจุดผ่านแดนถาวรในระดับพื้นที่ขาดความต่อเนื่อง

2. ปัญหาไม่มียุทธศาสตร์อำเภอและยุทธศาสตร์กลุ่มอำเภอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งยุทธศาสตร์กลุ่มอำเภอที่มีพื้นที่ชายแดนในจังหวัดเชียงใหม่ (อำเภอเวียงแหง อำเภอเชียงดาว อำเภอไชยปราการ อำเภอฝาง อำเภอแม่อาย) ซึ่งอำเภอเหล่านี้เป็นมีเขตพื้นที่ชายแดนที่มีความสำคัญในอนาคต

3. ปัญหาขาดการบูรณาการในเรื่องการยกระดับจุดผ่อนปรนให้เป็นจุดผ่านแดนถาวรของกระทรวงมหาดไทย ซึ่งส่วนราชการที่สังกัดกระทรวงมหาดไทย ได้แก่ กรมการปกครอง กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กรมที่ดิน กรมโยธาธิการและผังเมือง กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ควรหารือและทำความตกลงกำหนดแนวทางเตรียมการยกระดับจุดผ่อนปรนให้เป็นจุดผ่านแดนถาวรให้ชัดเจน

4. ขาดกลไกดำเนินการยกระดับจุดผ่อนปรนให้เป็นจุดผ่านแดนถาวรอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นควรแต่งตั้งคณะทำงานเพื่อยกระดับจุดผ่อนปรนให้เป็นจุดผ่านแดนถาวรในพื้นที่ ทั้งในระดับหมู่บ้าน ตำบล กลุ่มอำเภอที่มีพื้นที่ชายแดน จังหวัด กลุ่มจังหวัด

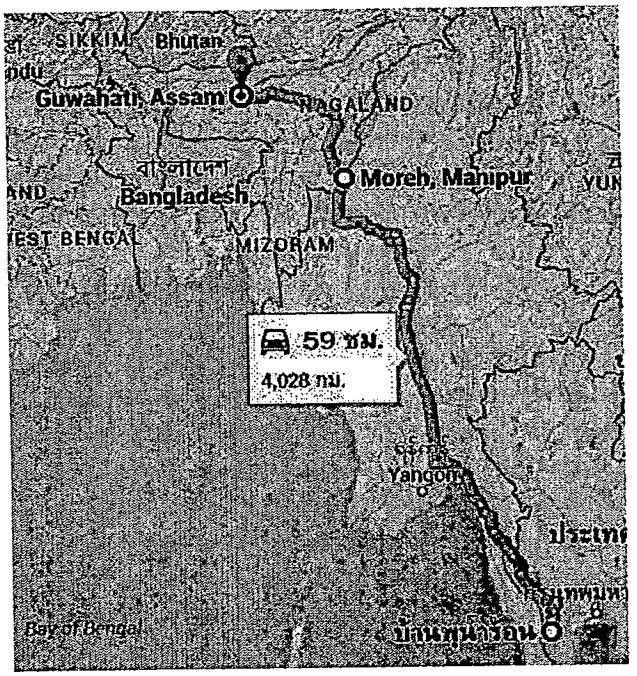
5. เส้นทางที่ 5 กาญจนบุรี – พม่า – อินเดีย

โดยเส้นทางนี้จะเคลื่อนที่ผ่านทั้งหมด 3 ประเทศ คือ ไทย พม่า และอินเดีย (บ้านพุน้ำร้อน - ทวาย - มะละแหม่ง - มัณฑะเลย์ - ตามู/มอเร่ห์ - เมืองกุวาฮาติ รัฐอัสสัม) มีระยะทางรวมทั้งหมด 2,841กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง ประมาณ 17 วัน ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ช่วงได้แก่

ช่วงที่ 1 การขนส่งสินค้าในประเทศไทย

การขนส่งสินค้าในประเทศไทย กรุงเทพมหานครถึงจังหวัดกาญจนบุรี เข้าสู้บ้านพุน้ำร้อนระยะทาง 800 กิโลเมตร ใช้ระยะเวลาเดินทางประมาณ 11 ชั่วโมง 30 นาที เข้าด่านชายแดน

ไทยบ้านพุน้ำ ปัจจุบันการเดินทางโดยรถยนต์จะต้องใช้ความระมัดระวังเป็นพิเศษ เนื่องจากในบางช่วงสภาพถนนโค้งแคบ ไม่มีไหล่ทาง วิ่งสวนทางกันเพียง 2 ช่องจราจรเท่านั้น และนอกจากนี้ยังมีชุมชนหมู่บ้านตั้งอยู่สองข้างทาง ซึ่งไม่เหมาะกับรถขนส่งสินค้าขนาดใหญ่ หากจะขึ้นไปยังจุดชายแดนไทย-พม่า จะต้องขับรถขึ้นเขา ผ่านถนนลูกรังอีกประมาณครึ่งกิโลเมตร ปัจจุบันชายแดนแห่งนี้ทางการไทยอนุมัติให้บริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวล็อปเมนต์จำกัด (มหาชน) สามารถเดินทางเข้าออกได้เพียงรายเดียว เพื่อเข้าไปก่อสร้างถนนไปเมืองทวาย



รูปที่ 3.30 แผนที่เส้นทางขนส่งทางบก เส้นทางกาญจนบุรี – พม่า – อินเดีย

ที่มา: www.google.co.th/maps

ช่วงที่ 2 การขนส่งสินค้าในประเทศพม่า

เริ่มต้นจากชายแดนไทย (บ้านพุน้ำร้อน) เข้าสู่ ทวาย เป็นระยะทาง 130 กิโลเมตร จากนั้นก็จะเดินทางเข้าสู่ มะละแหม่งระยะทาง 315 กิโลเมตร รวมระยะทางจากเมืองทวายไปเมืองมะละแหม่ง เป็นระยะทาง 325 กิโลเมตร โดยสภาพถนนในช่วงนี้ยังไม่ดีเท่าที่ควรลักษณะเป็นลูกรังสลับการลาดยาง จากนั้นเดินทางต่ออีก 825 กิโลเมตร ถึงเมืองมัณฑะเลย์ แล้วเดินทางอีก 467 กิโลเมตร จนถึงเมืองตามู รวมทั้งสิ้น 1,947 กิโลเมตร ใช้เวลาประมาณ 10-12 วัน

ช่วงที่ 3 การขนส่งสินค้าในประเทศอินเดีย

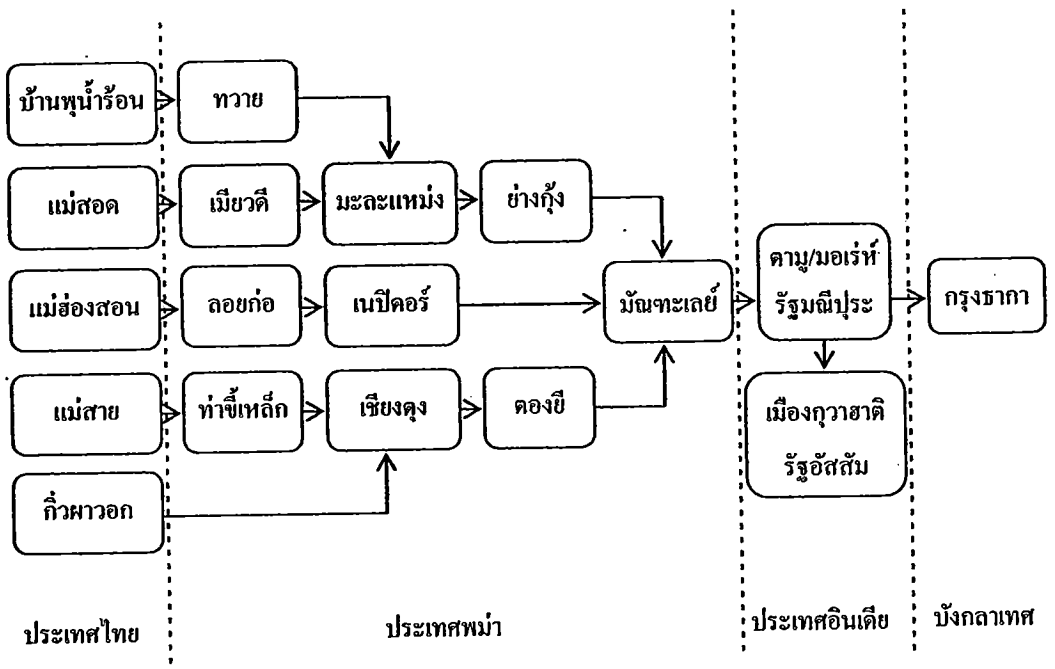
จากด่านชายแดนมอเร่ห์-ตามู ไปยังเมืองอิมฟาล และหลังจากนั้นจะเดินทางเข้าสู่เมืองกุวาอาติ รัฐอัสสัม ซึ่งใช้เวลาในการเดินทาง 3 วัน ระยะทาง 594 กิโลเมตร

ตารางที่ 3.15 สรุปรายละเอียดการขนส่งเส้นทาง บ้านพุน้ำร้อน - ทวาย - มะละแหม่ง - มัณฑะเลย์ - ตามู/มอเร่ห์ - เมืองกุวาฮาติ รัฐอัสสัม

รายการ	ประเทศไทย	ด่านชายแดน	ประเทศพม่า	ด่านชายแดน	ประเทศอินเดีย	รวม	สรุป
	เชียงใหม่-ด่านพุน้ำร้อน	ด่านพุน้ำร้อน - ทวาย	ทวาย - มะละแหม่ง - มัณฑะเลย์-ตามู	ตามู - มอเร่ห์	มอเร่ห์ - อิมฟาล - กุวาฮาติ		
ระยะทาง (กิโลเมตร)	800	0	1,947	0	594	3,341	3,341
ระยะเวลาเดินทาง (ชั่วโมง)	1 วัน		10-12 วัน		3 วัน	15 วัน	16 วัน
ระยะเวลาขนถ่ายพิธีการศุลกากร (ชั่วโมง)		3		4		7	
ค่าขนส่ง (บาท)	20,000		250,000		12,000	282,000	292,000
ค่าธรรมเนียมศุลกากรและค่าบริการ (บาท)		6,000		4,000		10,000	
สภาพถนน (ระดับ)	สภาพถนนดีมาก มีการบำรุงรักษาและกำลังปรับปรุงขยายเส้นทาง	ต้องปรับปรุง	ต้องการการปรับปรุงอย่างเร่งด่วน สภาพถนนไม่ดี ยังไม่สามารถเดินรถได้ แต่มีแผนในการปรับปรุงสภาพเส้นทาง	ขาดสิ่งอำนวยความสะดวก กำลังปรับปรุง	สภาพถนนไม่ดี บางช่วงขาดการบำรุงรักษา และมีแผนในการปรับปรุงสภาพเส้นทาง		

ที่มา: สำนักโลจิสติกส์การค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2555

ในปัจจุบันเส้นทางนี้ยังไม่เปิดให้ใช้เนื่องจากยังในช่วงของการพัฒนา (โครงการท่าเรือน้ำลึกทวาย) นอกจากนี้เนื่องจากแหล่งผลิตลำไยสดในฤดูอยู่ในเขตภาคเหนือตอนบน ดังนั้นการที่จะขนส่งลำไยสดจาก จ. เชียงใหม่ และลำพูนเพื่อส่งออกทางบกผ่านจังหวัดกาญจนบุรีจึงมีต้นทุนทั้งเวลา และค่าขนส่งมากขึ้น จึงเป็นเส้นทางการส่งออกลำไยสดในฤดูไปยังประเทศอินเดียที่ไม่เหมาะสม

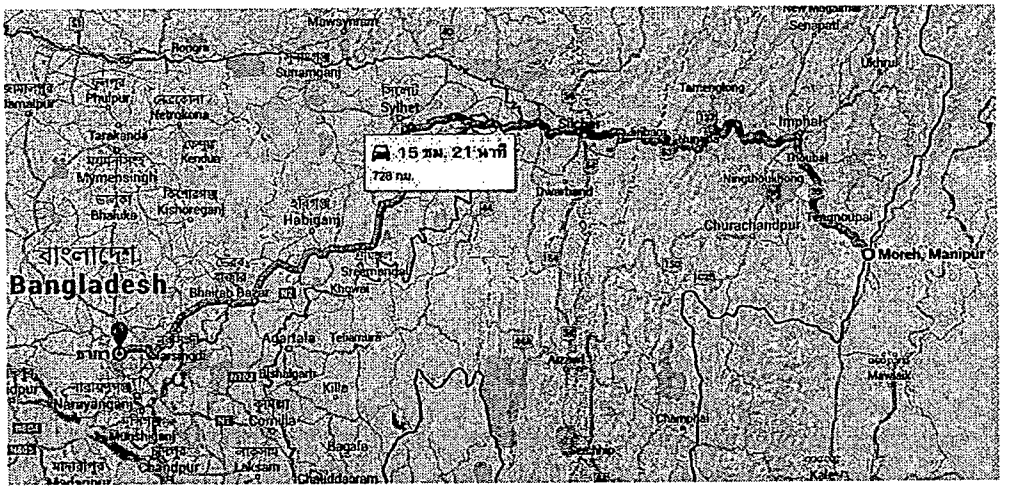


รูปที่ 3.31 สรุปเส้นทางการขนส่งทางบกจากประเทศไทยไปยังประเทศอินเดีย

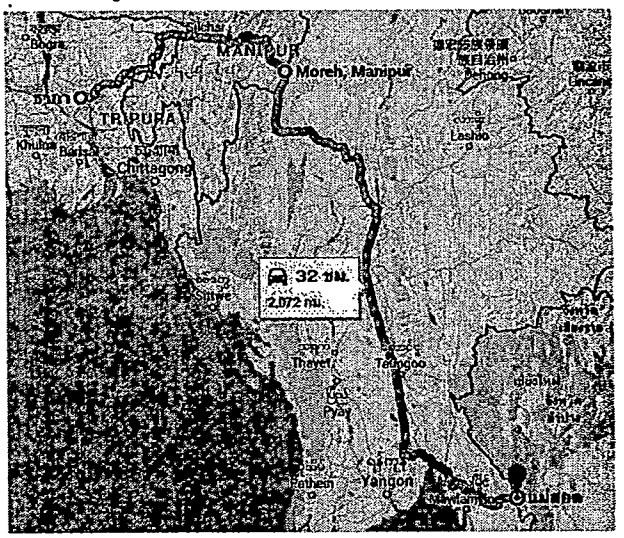
ที่มา: สำนักโลจิสติกส์การค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2555.

3.1.5 การขนส่งสินค้าทางบกจากประเทศไทยไปยังประเทศบังกลาเทศ

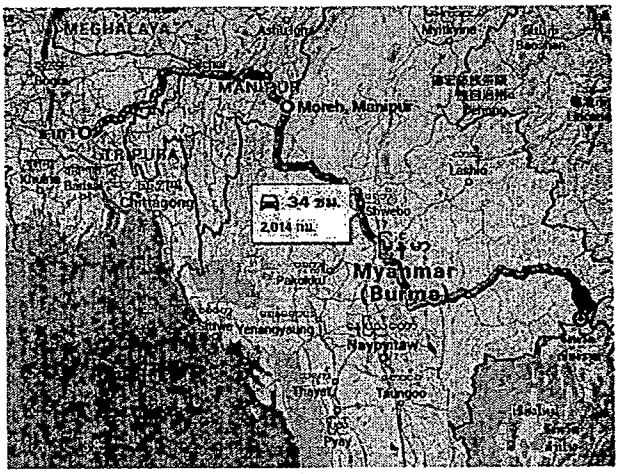
ในการขนส่งสินค้าทางบกจากประเทศไทยไปยังประเทศบังกลาเทศเพื่อเข้าไปจำหน่ายในกรุงธากา (เมืองหลวงของบังกลาเทศ) ปัจจุบันจะต้องใช้เส้นทางที่ผ่านประเทศพม่าเพื่อขนส่งสินค้าผ่านประเทศอินเดียทางเมืองมอเรห์ผ่านรัฐมณีปูระและรัฐอัสสัม แล้วจึงขนส่งจากอินเดียเข้าบังกลาเทศอีกต่อหนึ่ง โดยเส้นทางเริ่มต้นจากเมืองมอเรห์ รัฐมณีปูระ – ผ่านรัฐอัสสัมเส้นทางหลวงที่ 53 – ผ่าน International Border Trade Center ที่เชื่อมระหว่างเส้นทางหลวงที่ 151 ของอินเดียกับเส้นทางหลวงที่ 281 ของเขตบริหารการปกครองซิลเฮต (Sylhet) ต่อด้วยเส้นทางหลวง R250 ซึ่งเป็นเส้นทางที่ตรงไปยังกรุงธากา ระยะทางรวมทั้งสิ้น 728 กิโลเมตร ระยะเวลาการขนส่ง 3 - 4 วัน สำหรับเส้นขนส่งลำไยสดจากไทยไปยังกรุงธากานั้นต้องผ่านถึง 2 ประเทศ ดังนั้นใช้ระยะเวลาการขนส่งที่นานและประสบปัญหาในเรื่องของสภาพถนนที่ไม่ค่อยดีนักจึงไม่มีการขนส่งในเส้นทางนี้



รูป ก. แผนที่เส้นทางขนส่งทางบกระหว่างเมืองมอเร่ห์ (อินเดีย) และ ธากา (บังกลาเทศ)



รูป ข. แผนที่เส้นทางขนส่งทางบกระหว่างอำเภอแม่สอด (ไทย) เมืองมอเร่ห์ (อินเดีย) และ ธากา (บังกลาเทศ)



รูป ค. แผนที่เส้นทางขนส่งทางบกระหว่างอำเภอแม่สาย (ไทย) เมืองมอเร่ห์ (อินเดีย) และ ธากา (บังกลาเทศ)

รูปที่ 3.32 แผนที่เส้นทางขนส่งทางบก เส้นทางกาญจนบุรี – พม่า – อินเดีย

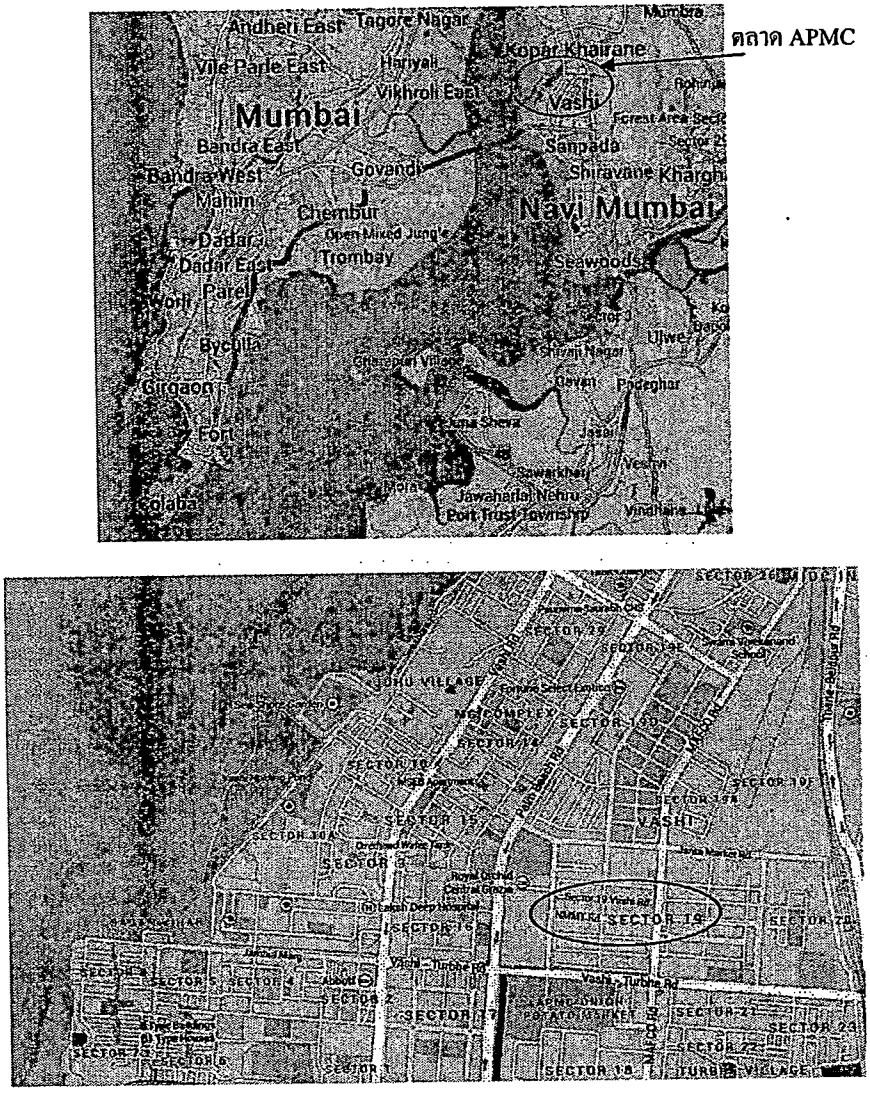
ที่มา: www.google.co.th/maps

3.2 ลักษณะตลาด

3.2.1 ผู้นำเข้า: อินเดีย

3.2.1.1 การนำเข้าสินค้าทางเครื่องบินและการกระจายสินค้า

เมื่อลำไยสดไทยได้ถูกขนส่งทางอากาศโดยเครื่องบินพาณิชย์จะมาถึงสนามบินที่ Indira Gandhi International Airport (DEL) กรุงนิวเดลี เวลาประมาณ 20.55 – 02.15 และถึงสนามบิน Chhatrapati Shivaji International Airport เมืองมุมไบ เวลา 21.55 ผู้นำเข้าจะอาศัยบริษัทชิปปิ้งในการดำเนินพิธีการศุลกากร และนำสินค้าออกจากคลังสินค้าท่าอากาศยาน และกระจายไปยังตลาดค้าส่ง โรงแรม หรือร้านสาขาของบริษัทผู้นำเข้า (Food Hall)



รูป 3.33 แผนที่ของตลาด APMC เมือง Navi Mumbai

ที่มา: https://www.google.co.th/maps

3.2.1.2 การนำเข้าสินค้าทางเรือและการกระจายสินค้า

เมื่อลำไยสดไทยถูกขนส่งทางเรือไปสู่ท่าเรือมุมไบ และ ท่าเรือเชนไน ผู้นำเข้าจะอาศัยบริษัทชิปปิ้งในการดำเนินพิธีการศุลกากรขาเข้า และนำสินค้าออกจากท่าเรือเข้าสู่คลังสินค้าที่ควบคุมอุณหภูมิ จากนั้นลำไยจะถูกทยอยกระจายไปยังร้านค้าส่งในตลาด

3.2.2 ตลาดค้าส่ง: อินเดีย

1. ตลาด APMC Fruits and Vegetable Market (เมืองมุมไบ)

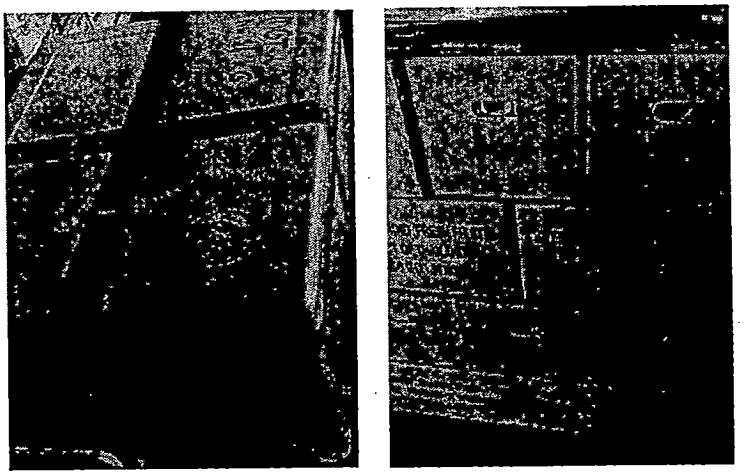
ตลาด APMC เป็นตลาดค้าส่งผลไม้ที่ใหญ่ที่สุดของรัฐมหาราษฎระ ตั้งอยู่ที่เมืองเมือง Navi Mumbai บนถนน Vashi, Sector-19 เป็นตลาดที่ติดกับทะเลอาราเบียน ทางด้านในของ Thane Creek และอยู่ทางด้านตะวันออกของเมืองมุมไบ ดังรูป 3.33 ตลาด APMC เป็นตลาดที่ถูกจัดตั้งขึ้นมาจากคณะกรรมการ Agricultural Produce Market Committee ที่ถูกจัดตั้งขึ้นมาโดยรัฐบาลระดับรัฐ Maharashtra ของอินเดีย

รูป 3.34 ผลไม้ไทยที่จำหน่ายในตลาด APMC เมือง Navi Mumbai

ที่มา: จากการสำรวจ

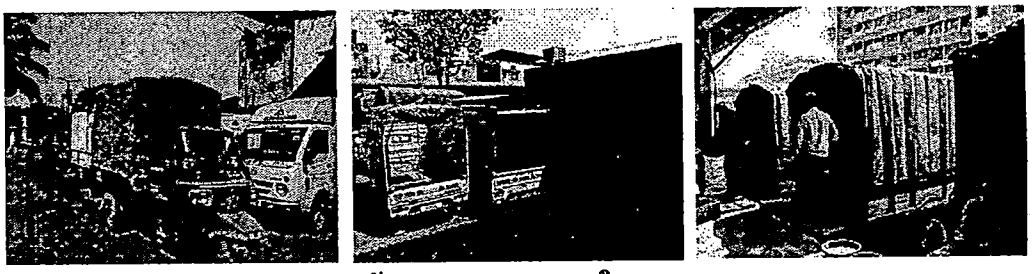
จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลของทีมวิจัยในตลาด APMC พบว่า ผลไม้จะถูกจัดให้มีพื้นที่ซื้อขายเฉพาะในพื้นที่ Phase-I, Market-II และพบว่ามีผลไม้ไทยหลากหลายชนิดที่มีการจำหน่ายในตลาดแห่งนี้ เช่น ฝรั่ง มังคุด เงาะ แก้วมังกร ลำไย มะขามหวาน และส้ม เป็นต้น ดังรูป 3.34 นอกจากนี้ยังพบว่ามีบริษัทผู้นำเข้าผลไม้ไทยรายใหญ่ที่สำคัญคือ Anusaya Fresh India Pvt. Ltd. ที่นำเข้าผลไม้กลุ่มที่เรียกว่า Exotic Fruit โดยผลไม้ไทยที่บริษัทนำเข้าส่วนหนึ่งจะถูกนำมาจำหน่ายในตลาด APMC ส่งโรงแรมระดับ 5 ดาวสำหรับการจัดเลี้ยงหรือรับรองแขก และส่งต่อให้แก่ซุปเปอร์มาเก็ต (Supermarket Chain) ในมุมไบ

โดยผลไม้ไทยที่ถูกขนส่งทางเครื่องบินโดยสายการบินไทยเมื่อมายังสนามบิน Chhatrapati Shivaji International Airport และผ่านพิธีการศุลกากรแล้วจะถูกลำเลียงโดยรถบรรทุกมายังตลาด APMC ในช่วงเช้ามืด พ่อค้าขายส่งจะนำสินค้าวางขายในตลาด ผลไม้ไทยที่มีจำหน่ายได้แก่ ลำไย ฝรั่ง เงาะ มังคุด เป็นต้น โดยผลไม้จะถูกบรรจุในกล่องโฟมและขายยกกล่อง ส่วนมะขามหวานจะบรรจุในกล่องกระดาษ ดังรูป 3.35 เมื่อพ่อค้าขายส่งได้รับกล่องโฟมบรรจุผลไม้ไทยที่ถูกขนส่งทางเครื่องบินในช่วงเช้ามือจะนำมาเปิดกล่องและวางจำหน่ายให้แก่พ่อค้าขายปลีกหรืออาจนำส่งให้กับพ่อค้าขายปลีกต่อไป การขนส่งจะอาศัยรถบรรทุก 6 ล้อ และรถกระบะบรรทุกดังรูป 3.36



รูป 3.35 กล่องโฟมบรรจุมังคุด และกล่องกระดาษบรรจุมะขามหวาน ในตลาด APMC เมือง Navi Mumbai

ที่มา: จากการสำรวจ

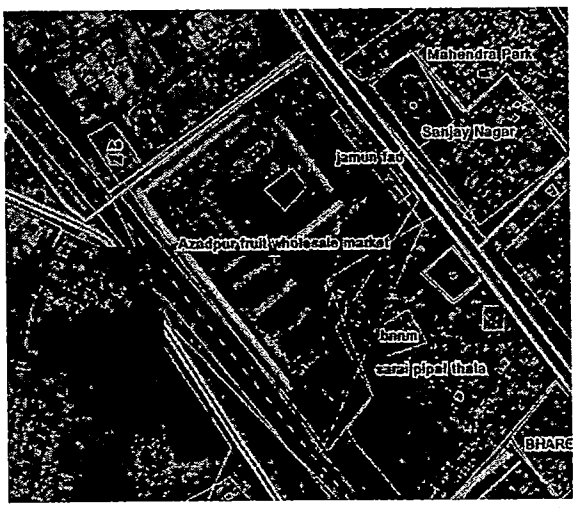


รูป 3.36 ลักษณะของรถบรรทุกในตลาด APMC

ที่มา: จากการสำรวจ

2. **ตลาด Azadpur Mandi**

ตลาด Azadpur Mandi เป็นตลาดค้าส่งสินค้าเกษตรสำหรับผักและผลไม้ที่ใหญ่ที่สุดในกรุงนิวเดลี และใหญ่ที่สุดในเอเชีย เป็นทั้งสถานที่รับผลิตผลทางการเกษตรจากเกษตรกรหรือผู้ผลิต และการกระจายสินค้า มีผู้ประกอบการค้าผลไม้จำนวนมาก แผนที่แสดงดังรูป 3.37 จากการที่ทีมวิจัยได้ลงพื้นที่สำรวจตลาดพบว่ามีผลไม้ไทยหลายชนิดที่จำหน่ายในตลาด Azadpur Mandi เช่น ฝรั่ง ส้ม สับปะรด ลำไย เป็นต้น รวมไปถึงมีผักที่นำเข้าจากประเทศไทยด้วยโดยเฉพาะอย่างยิ่งเครื่องเทศ เช่น ใบมะกรูด

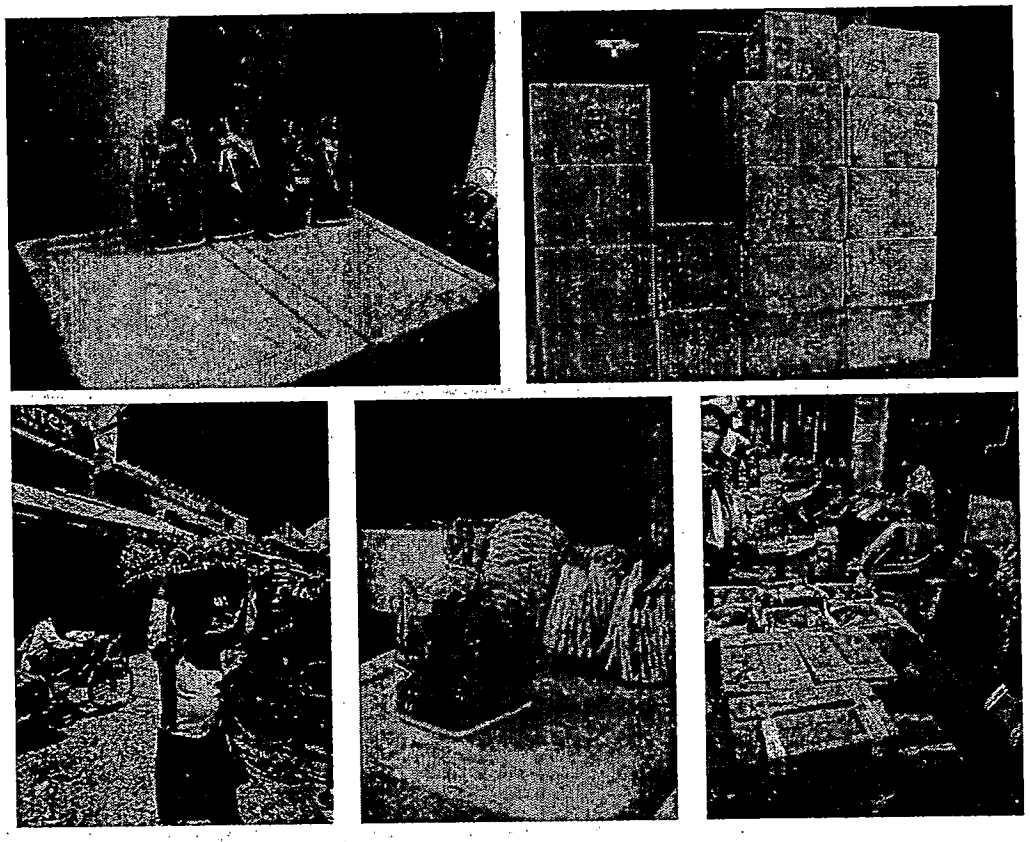


รูป 3.37 แผนที่ของตลาด Azadpur Mandi เมืองนิวเดลี

ที่มา: https://www.google.co.th/maps

โดยผลไม้ไทยจะถูกนำเข้าทางเครื่องบินโดยสายการบินไทย เมื่อผ่านพิธีการศุลกากรแล้วกล่องโฟมบรรจุผลไม้ไทยจะถูกขนส่งโดยรถบรรทุกมายังตลาด Azadpur Mandi ในช่วงเช้าตรู่เพื่อจำหน่ายให้พ่อค้าขายส่งที่รับสินค้าไปอีกต่อหนึ่ง หรือจำหน่ายให้พ่อค้าขายปลีก สำหรับลำไยสด

ทีมวิจัยได้พบ เป็นลำไยที่ถูกบรรจุในกล่องโฟมและถูกขนส่งจากประเทศไทยโดยสายการบินไทย โดยภายในบรรจุลำไยสดแบบมีก้านขนาดเกรด A และผ่านการรวม SO_2 แล้ว ซึ่งมีทั้งแบบมัดซ่อ และเป็นลูกลำไยแบบตัดก้าน ถูกบรรจุในถุงพลาสติกแบบเจาะรู น้ำหนักลำไยสดพร้อมถุง 500 กรัม

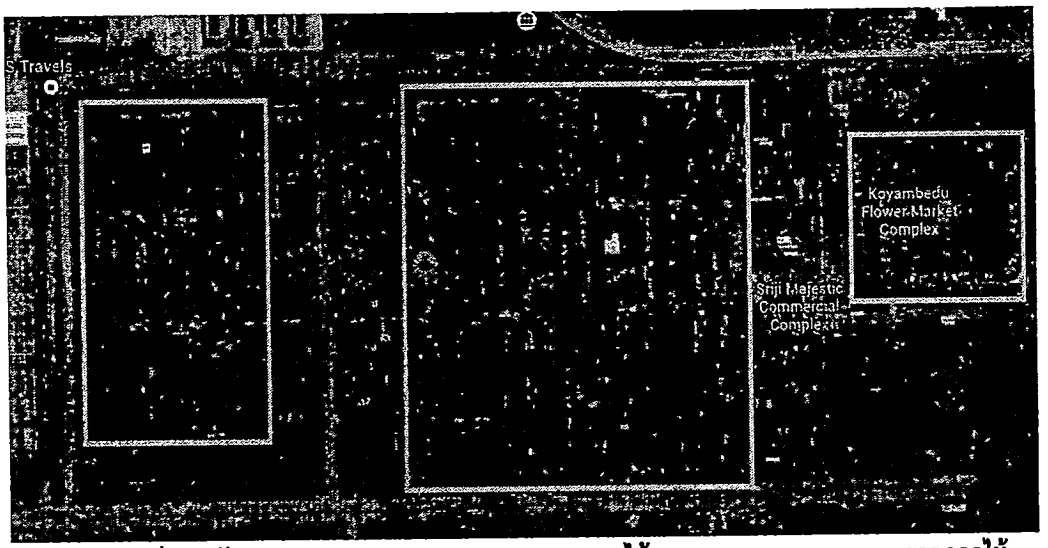


รูป 3.38 การวางผลไม้จำหน่ายในตลาด

ที่มา: จากการสำรวจ

3. ตลาด Kayambedu (เมืองเจนไน)

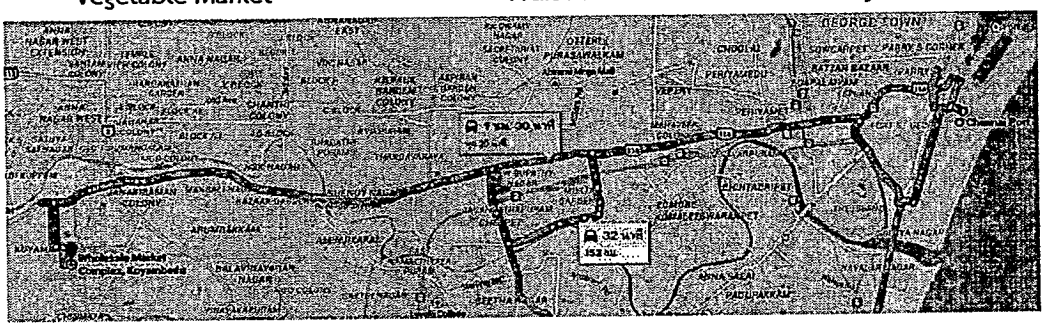
Koyambedu Wholesale Market Complex (KWMC) เป็นตลาดค้าส่งสินค้าที่เน่าเสียง่ายที่ใหญ่ที่สุดในเมืองเจนไนซึ่งเป็นเมืองหลวงของรัฐทมิฬนาฑู ตลาด Koyambedu มีเนื้อที่ประมาณ 1.19 ตารางกิโลเมตร แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกคือ ตลาดค้าส่งสินค้าที่เน่าเสียง่าย โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ (1) ร้านจำหน่ายผัก และ (2) ร้านจำหน่ายผลไม้และดอกไม้ ส่วนที่สองคือ ตลาดสิ่งทอ (Textile Market) และส่วนที่สามคือ ตลาดธัญพืช โดยลำไยสดจากประเทศที่ที่ถูกขนส่งทางเรือจากท่าเรือแหลมฉบังถูกขนถ่ายผ่านท่าเรือ Chennai Port แล้วจึงขนส่งโดยรถบรรทุกมายังตลาด Koyambedu โดยมีระยะทางการขนส่ง 15.2 กิโลเมตร ระยะเวลา 40 นาทีถึง 1.30 ชั่วโมง



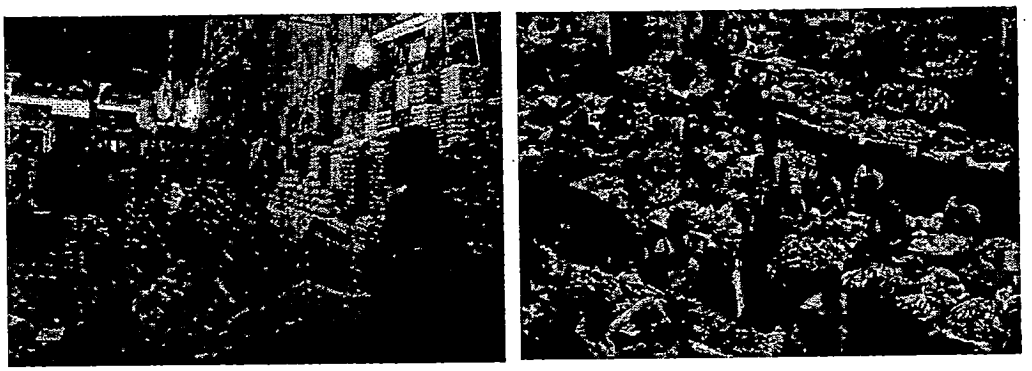
ก. ตลาดผัก Vegetable Market

ข. ตลาดผลไม้ Fruit Market

ค. ตลาดดอกไม้ Kamaraj Flower Market



ง. เส้นทางการขนส่งผลไม้จากท่าเรือ Chennai Port ไปยังตลาด Kayambedu เมืองเจนไน



รูป 3.39 ตลาด Kayambedu เมืองเจนไน

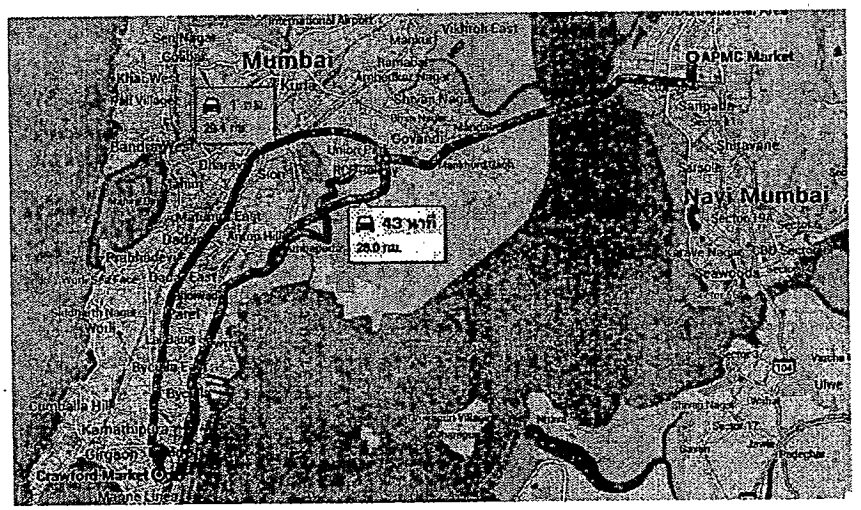
ที่มา: https://www.google.co.th/maps, http://www.thehindu.com/ และ http://chennai2014.blogspot.com/p/markets.html

3.2.3 ตลาดค้าปลีก: อินเดีย

1. ตลาด Crowford Market (เมืองมุมไบ)

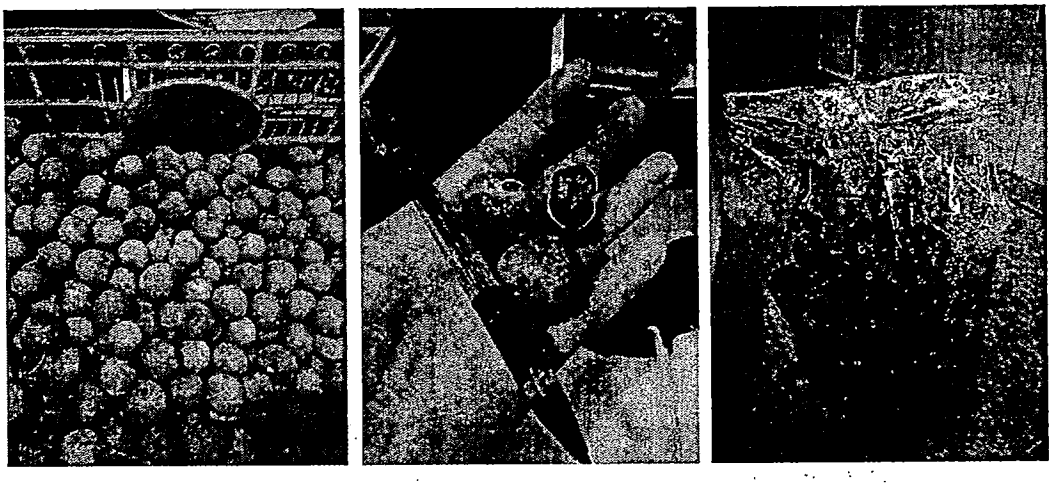
ตลาด Crowford Market เป็นทั้งตลาดค้าส่ง (ส่วนใหญ่ผลไม้ค้าส่งเป็นผลไม้ที่อินเดียผลิตได้) และตลาดค้าปลีกผลไม้ที่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยผลไม้นำเข้าส่วนใหญ่จะถูกส่งมาจากตลาด APMC ที่เมือง Navy Mumbai โดยระยะทางจากตลาด APMC ไปยังตลาด Crowford ซึ่งเป็นตลาดสดค้าปลีกผลไม้นำเข้าที่สำคัญใจกลางเมืองมุมไบเท่ากับ 28 กิโลเมตร ใช้ระยะเวลาการเดินทางประมาณ 35 – 60 นาที (ขึ้นอยู่กับความหนาแน่นของรถบนถนน) ดังรูป 3.40 จากการสำรวจตลาดพบว่ามีผลไม้ไทยได้แก่ ลำไย เงาะ มังคุด ฝรั่ง มะขามหวาน เป็นต้น ตลาด Crowford Market จะเปิดให้บริการทุกวันยกเว้นวันอาทิตย์ เวลา 11.00 – 20.00 น.

สำหรับลำไยที่จำหน่ายเป็นลำไยเกรด A – B และผ่านการรวม SO_2 แล้ว มีทั้งลำไยพร้อมก้านที่บรรจุในถุงพลาสติกแบบไม่มีรูระบายอากาศ และลำไยแบบไม่มีก้านซึ่งผู้ขายจะนำมาจัดวางในถาดโฟมหรือถาดพลาสติกแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใสอีกชั้นหนึ่ง โดยลำไยจะจัดเก็บและจัดแสดงในตู้เย็น ดังนั้นจากการสังเกตของทีมวิจัยพบว่า เมื่อนำถุงลำไยออกจากตู้เย็น ด้วยความชื้นในอากาศและการตายน้ำของลำไยจึงทำให้เกิดหยดน้ำเกาะในถุงอย่างมาก ซึ่งมีผลกระทบโดยตรงต่อคุณภาพและอายุการเก็บรักษาของลำไยที่ผ่านการรม SO_2 ที่ลดลงอย่างรวดเร็ว เพราะจะทำให้เกิดเชื้อราได้ง่าย ดังรูป 3.41 จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกพบว่า ผลไม้ไทยจะขายได้ดีในช่วงเทศกาลเฉลิมฉลองเทพเจ้าของศาสนาฮินดู ได้แก่ เทศกาลดิลาลี ที่มีเฉลิมฉลอง 5 วัน และเทศกาลนวราตี ที่มีการเฉลิมฉลอง 9 วัน



รูป 3.40 เส้นทางการขนส่งจากตลาด APMC ไปยังตลาด Crowford

ที่มา: https://www.google.co.th/maps



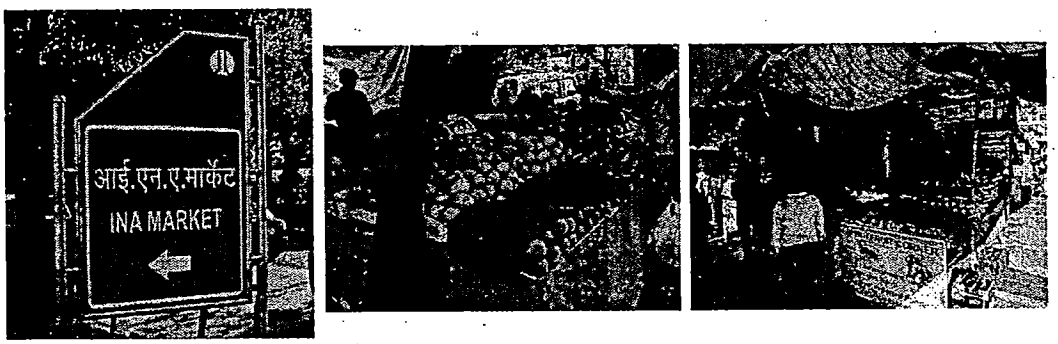
รูป 3.41 ลำไยสดที่จำหน่ายในตลาด Crowford Market

ที่มา: จากการสำรวจ

2. **ตลาดค้าปลีก INA (เมืองนิวเดลี)**

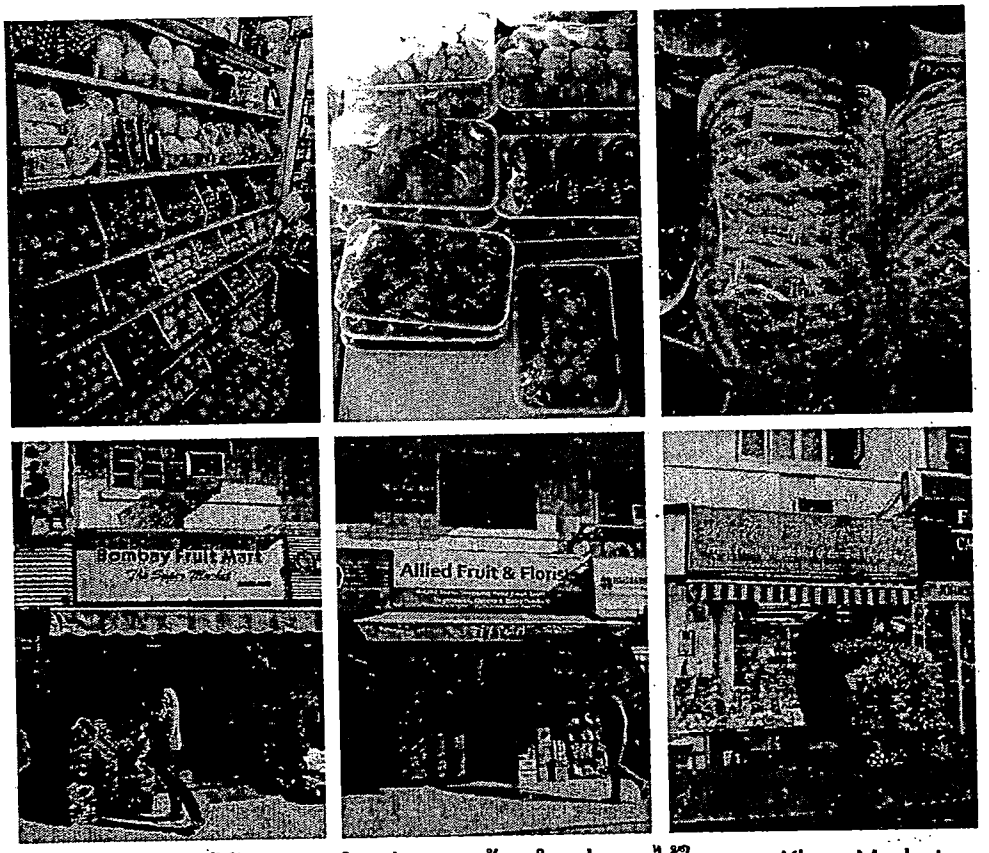
2.1 ตลาด INA หรือ Indian National Army Market

ถือว่าตลาดอาหาร (Food Bazaar) ของกรุงเดลี จะเปิดให้บริการทุกวัน ยกเว้นวันจันทร์ จากการสำรวจพบว่ามีผลไม้ไทยจำหน่ายเช่น ฝรั่ง แก้วมังกร และมะขามหวาน ลักษณะของตลาดเป็นตลาดสดโดยทั่วไป มีแผงผลไม้แบบเปิดโล่งวางจำหน่ายอยู่ด้านหน้าของตลาด และติดกับถนน ผลไม้ส่วนใหญ่เป็นผลไม้ท้องถิ่น เช่น ส้ม มะม่วง แอปเปิล ที่จำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคทั่วไป ไม่มีผลไม้ไทยจำหน่าย



รูป 3.42 ตลาด จำหน่ายในตลาด INA

ที่มา: จากการสำรวจ



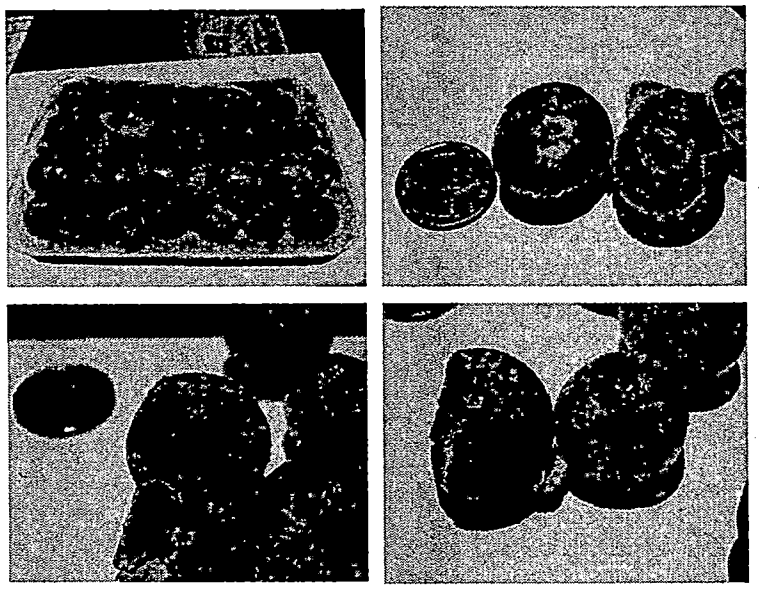
รูป 3.43 ผลไม้ การวางจำหน่าย และร้านจำหน่ายผลไม้ในตลาด Khan Market

ที่มา: จากการสำรวจ

2.2 ตลาด Khan Market

ตลาด Khan Market เป็นตลาดที่ถูกจัดตั้งมาตั้งแต่ปี 1951 โดยชื่อของตลาดถูกตั้งเพื่อเป็นเกียรติให้แก่ Khan Abdul Ghaffar Khan ซึ่งเป็นผู้ประกอบการรายแรกของตลาด ปัจจุบันตลาด Khan Market ตั้งอยู่บนตลาดที่ตั้งอยู่บนย่านที่ราคาที่ดินแพงที่สุด ในประกอบไปด้วยร้านค้าต่างๆ มากมาย รวมถึงร้านจำหน่ายผลไม้ เช่น Bombay Fruit Mart, Allied Fruit & Florists และ Simla Fruit Mart เป็นต้น ดังรูป 3.43

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการของทั้ง 3 ร้านค้า พบว่า ผลไม้ที่จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นผลไม้ที่นำเข้าจากต่างประเทศ (Fresh Exotic Fruits) ทั้งผลไม้เมืองหนาว และผลไม้เมืองร้อนซึ่งรวมถึงผลไม้สดที่นำเข้าจากประเทศไทย ได้แก่ ฝรั่ง แก้วมังกร ส้ม และลำไยสด สำหรับผู้บริโภคที่ซื้อผลไม้ส่วนใหญ่ในตลาดนี้เป็นผู้มีรายได้ระดับกลาง-สูง และรายได้สูง โดยผลไม้จะถูกส่งมาจากตลาด Azadpur Mandi โดยผู้ประกอบการจะสั่งผลไม้ทางโทรศัพท์ และใช้รถบรรทุกขนาดเล็กในการขนส่งสินค้า ลำไยสดที่จำหน่ายร้านจำหน่ายในตลาด Khan Market เป็นลำไยเกรด B ที่ถูกตัดขั้ว บรรจุในถาดโฟม และหุ้มด้วยพลาสติกอีกชั้นหนึ่ง



รูป 3.44 ผลลำไยสดที่จำหน่ายในตลาด Khan Market

ที่มา: จากการสำรวจ

สำหรับลำไยสดที่จำหน่ายในตลาด Khan Market พบว่าภาพลักษณ์ภายนอกของลำไยนั้นดีมาก ผิวสวย ขนาดของลำไยคือ เกรด B อย่างไรก็ตามเมื่อทำการทดลองแกะพลาสติกและพิจารณาที่เปลือกลำไยพบว่า ลำไยมีจำนวน 64 ลูกมีเปลือกที่แห้ง แกะง่าย เนื้อค่อนข้างร่อนจากเปลือกอย่างไรก็ตามพบว่าผลลำไยบางส่วนมีเปลือกที่มีเชื้อราสีดำเกาะ สำหรับเนื้อภายในพบว่าส่วนใหญ่เสียค่อนข้างมาก โดยพบว่าเนื้อลำไยบางลูกมีเชื้อรา บางลูกมีขั้วสีขาว และเมล็ดของบางลูกลำไยเริ่มมีการงอก ดังรูป 3.44

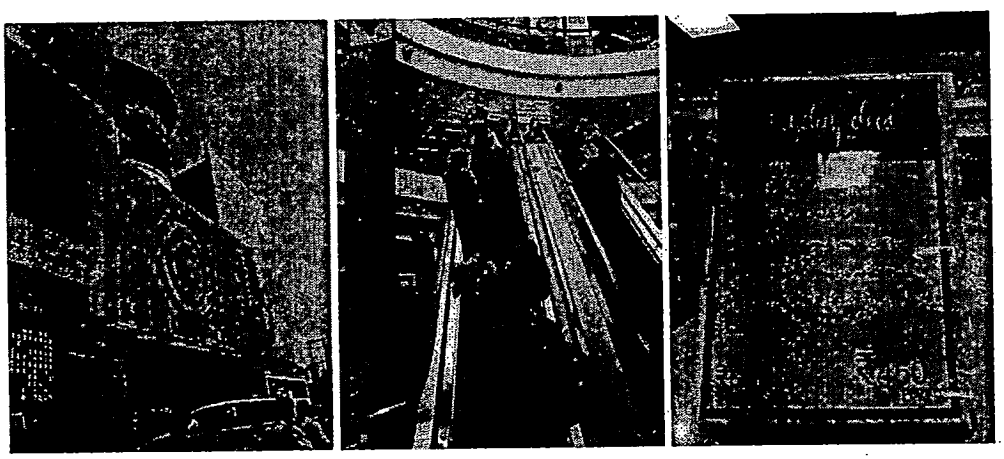
3. ตลาดค้าปลีกเมืองบังคาลอร์

คณะผู้วิจัยสำรวจตลาดผลไม้ที่ถนนเอ็มจี (Mahatma Gandhi Road: MG Rd.) ซึ่งถือเป็นถนนสายหลักใจกลางเมืองบังกาลอร์ โดยร้านนี้เป็นร้านที่ใหญ่ที่สุดในย่านนี้ มีจำหน่ายทั้งผลไม้ท้องถิ่นและนำเข้า ซึ่งพบว่าไม่มีการวางจำหน่ายผลไม้ที่นำเข้าจากประเทศไทย จากการสัมภาษณ์ผู้ค้าพบว่า คนอินเดียนิยมทานผลไม้เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลไม้ทีชุ่มน้ำและให้ความสดชื่น

รูป 3.45 ผลไม้ การวางจำหน่าย และร้านจำหน่ายผลไม้บนถนน Mahatma Gandhi Road

ที่มา: จากการสำรวจ

3.2.4 ห้างสรรพสินค้า: อินเดีย



รูป 3.46 Central Food Hall ในห้างสรรพสินค้า Central Mall

ที่มา: จากการสำรวจ

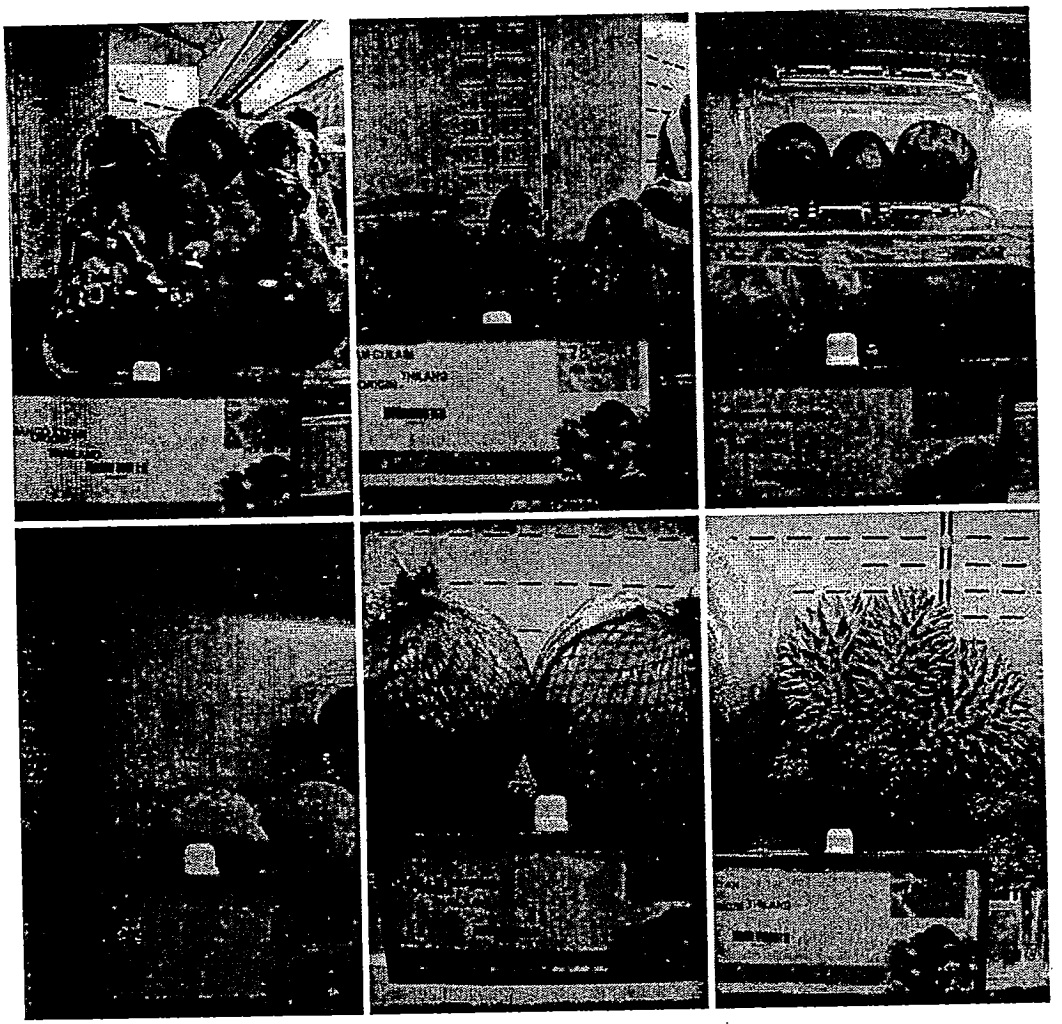
1. **Food Hall ในห้างสรรพสินค้า Central Mall (กรุงนิวเดลี)**

Foodhall จัดเป็นฟูดสโตร์ โดยเป็นศูนย์รวมสินค้าจำพวกอาหารและอุปกรณ์การทำอาหารระดับพรีเมี่ยมทั้งจากผู้ผลิตชั้นนำในประเทศอินเดียและผู้ผลิตจากทั่วทุกมุมโลกอย่างครบครัน ไม่ว่าจะเป็น เนื้อสัตว์ ชีสนานาชนิด อาหารทะเล ผักสด ผลไม้ อาหารปรุงสำเร็จ สินค้าอุปโภคบริโภค และอุปกรณ์การทำอาหาร Foodhall เป็นธุรกิจหนึ่งในเครือของบริษัท Future Group ดัง

รูป 3.46 จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อสินค้าสดของ Food Hall ภายในห้างสรรพสินค้า Central Mall สาขา Gurgaon เมืองนิวเดลี

รูป 3.47 ผลไม้ไทยที่จำหน่ายใน Food Hall

ที่มา: จากการสำรวจ



รูป 3.48 ผลไม้ไทยที่จำหน่ายใน Food Hall

ที่มา: จากการสำรวจ

และการสำรวจการจำหน่ายผลไม้สดของ Food Hall สาขา Palladium Mall เมืองมุมไบ พบว่า Central Foodhall ได้นำเข้าผลไม้ไทยเพื่อนำมาวางจำหน่ายภายในพื้นที่ของ Central Foodhall โดยผลไม้สดจากประเทศไทยที่จำหน่ายได้แก่ ฝรั่งสดและฝรั่งแช่บ๊วย เงาะ มังคุด แก้วมังกร ลำไย เสาวรส ทุเรียน ชมพู่ มะขามหวาน ส้ม และส้มโอ รวมถึงผลไม้อบแห้งได้แก่ มะพร้าวอบแห้ง ฝรั่งอบแห้ง กีวีอบแห้ง เป็นต้น

โดยผลไม้สดจากไทยที่จำหน่ายดีที่สุดคือ ฝรั่ง อันดับรองลงมาคือ เงาะและมังคุด สำหรับลำไยสดนั้นมีจำหน่ายที่ Central Foodhall ตลอดปี แต่ยอดขายไม่มากนัก ทั้งนี้เนื่องจากลำไยสดจากประเทศไทยยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคชาวอินเดีย โดยราคาของผลไม้ที่นำเข้าจากประเทศไทยแสดงดังตาราง 3.16

ตาราง 3.16 ราคาผลไม้ไทยที่จำหน่ายในห้างสรรพสินค้า Food Hall

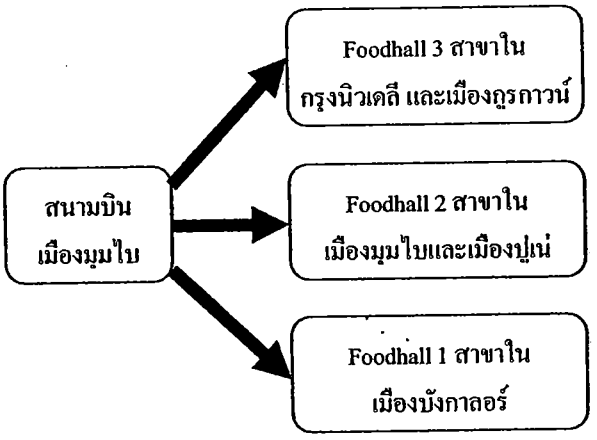
ชนิดผลไม้	ราคา (รูปี/หน่วย)
ลำไย	78 รูปี/100 กรัม
ฝรั่ง	600 รูปี/กิโลกรัม
เงาะ	75 รูปี/100 กรัม
มังคุด	75 รูปี/100 กรัม
ทุเรียน	700 รูปี/กิโลกรัม
มะม่วงเขียว	100 รูปี/100 กรัม
ส้ม	78 รูปี/100 กรัม
ส้มโอ	65 รูปี/100 กรัม
เสาวรส	160 รูปี/100 กรัม
ชมพู่	78 รูปี/100 กรัม
มะขามหวาน	220 รูปี/กิโลกรัม
เกรฟ ฟรุ๊ต	99 รูปี/100 กรัม
แก้วมังกร	60 รูปี/100 กรัม

ที่มา: จากการสำรวจ ณ Food Hall ในห้างสรรพสินค้า Central Mall ในวันที่ 9 เมษายน 2557

ในการนำเข้าผลไม้สดจากประเทศไทยของ Foodhall นำเข้าโดยการขนส่งทางเครื่องบินจากสนามบินสุวรรณภูมิไปยังสนามบิน Chhatrapati Shivaji International Airport เมืองมุมไบ จากนั้น Foodhall จะทำการกระจายสินค้าไปยังสาขาต่างๆ ของประเทศอินเดียทั้ง 6 สาขา โดยทางรถบรรทุกของบริษัท Future Supply Chain (FSC) ซึ่งเป็นบริษัทที่ให้บริการด้านโลจิสติกส์และเป็นบริษัทในเครือของ Future Group

- Foodhall ในห้าง DLF Place ชั้น 1 ห้างสรรพสินค้า DLF Place Mall กรุงนิวเดลี
- Foodhall ในห้าง DLF Promenade ชั้น 1 ห้างสรรพสินค้า DLF Promenade Mall กรุงนิวเดลี
- Foodhall ในห้าง Central ชั้น 4 ห้างสรรพสินค้า Gurgaon Central Mall เมือง กูรกาวน์ (Gurgaon) ซึ่งเป็นเมืองอุตสาหกรรมใกล้กับกรุงนิวเดลี
- Foodhall ในห้าง Palladium ชั้น 3 ห้างสรรพสินค้า Palladium Mall เมืองมุมไบ

- Foodhall ในห้าง Phoenix Market City, ชั้น 1 ห้างสรรพสินค้า Phoenix Market City Mall เมืองปูเน่ (Pune) ใกล้กับเมืองมุมไบ
- Foodhall ในห้าง 1 MG Road ชั้น 4 ห้างสรรพสินค้า MG Road Mall เมืองบังกาลอร์



รูป 3.49 ระบบการการกระจายสินค้าของ Foodhall ไปยังสาขาต่างในอินเดีย

ที่มา: จากการสำรวจ

2. Reliance Retail

บริษัท Reliance Retail เป็นบริษัทในเครือของ Reliance Industries ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ที่ดำเนินธุรกิจหลายประเภท เช่น ธุรกิจสำรวจและขุดเจาะน้ำมัน ธุรกิจกลั่นน้ำมัน ธุรกิจปิโตรเคมี ธุรกิจสิ่งทอ และธุรกิจขายปลีก เป็นต้น บริษัท Reliance Retail ถือเป็นเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกที่ใหญ่ที่สุดในประเทศอินเดียโดยมีมากกว่า 1,500 สาขาทั่วประเทศอินเดีย ในภายบริษัท Reliance Retail ได้มีบริษัทย่อยมากมาย โดยบริษัทลูกของ Reliance Retail ที่เกี่ยวข้องกับกิจการขายปลีกประกอบไปด้วย 3 บริษัท ดังรูป 3.50 ได้แก่

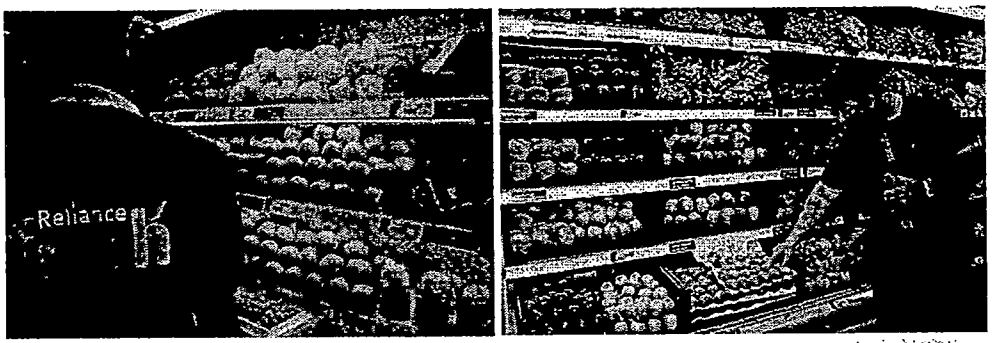
รูป 3.50 เครื่องหมายการค้าของบริษัทค้าปลีกในเครือของ Reliance Retail ภายใต้ Reliance Industries

ที่มา: http://www.ril.com/html/aboutus/about_brands.html

บริษัท Reliancefresh: จำหน่ายผักและผลไม้สด ของชำและสินค้าทั่วไปต่างๆ

บริษัท RelianceSuper: จำหน่ายผักและผลไม้สด ของชำ เสื้อผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องสำอางและแฟชั่น และสินค้ากลุ่ม Home Merchandise

บริษัท RelianceMART: จำหน่ายผักและผลไม้สด ของชำ เสื้อผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องสำอางและแฟชั่น สินค้ากลุ่ม Home Merchandise เฟอร์นิเจอร์ และ อัญมณีและเครื่องประดับ



รูป 3.51 การจำหน่ายผลไม้ใน Reliance Fresh

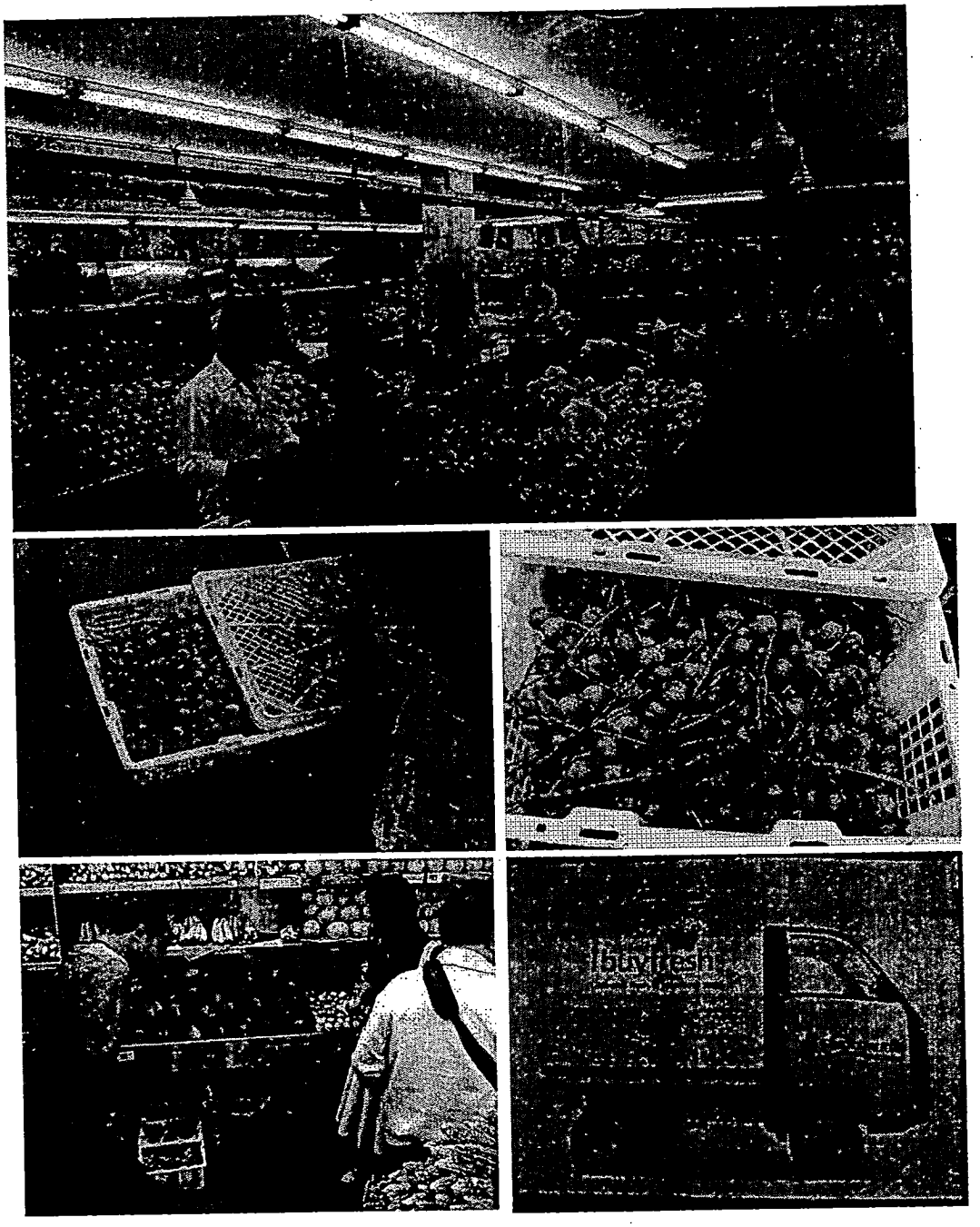
โดยไม่ว่าจะเป็นร้านจำหน่ายของ Reliance Retail ในระดับใด (Fresh, Super หรือ Mart) จะต้องมีส่วนที่จำหน่ายผักและผลไม้สด ซึ่งบริษัท Reliance Retail ได้มีการนำเข้าลำไยสดจากประเทศไทยเพื่อจำหน่ายในสาขาที่กำหนด เนื่องจาก Reliance Retail มีสาขาจำนวนมาก ทำให้มีความได้เปรียบในการกระจายและสามารถเข้าถึงผู้บริโภคจำนวนมาก โดย Reliance Retail จะนำเข้าลำไยสดทางเรือโดยตู้ Reefer และจะนำเข้ามากในช่วงที่ตรงกับช่วงที่ลำไยสดในฤดูของภาคเหนือออกสู่ตลาด ระหว่างเดือน กรกฎาคม – สิงหาคม เนื่องจากราคาลำไยสดช่วงนี้จะถูกกว่านอกฤดู จึงทำให้ผู้ส่งออกสามารถทำตู้ลำไยเพื่อส่งออกให้แก่ Reliance Retail ได้ในราคาที่ไม่สูงมาก และ Reliance Retail สามารถทำตลาดลำไยสดในอินเดียได้ โดยลำไยสดในตู้ Reefer จะถูกขนส่งจากท่าเรือแหลมฉบังมายังทางท่าเรือมุมไบ และท่าเรือเชนไน เมื่อสินค้าได้ถูกนำออกจากท่าเรือ จะถูกส่งเข้าไปยังศูนย์กระจายสินค้า Reliance Retail & Fresh Distribution Center และถูกกระจายไปยังสาขาของ Reliance Retail ด้วยระบบขนส่งเย็น (Cold Chain) และการเก็บรักษาที่ควบคุมอุณหภูมิเย็น

3. ร้าน Pazhamudir เมืองเจนไน

ร้าน Pazhamudir เป็นร้านจำหน่ายผักและผลไม้ โดยเป็นผลไม้ที่มีทั้งผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศและผลไม้ท้องถิ่น และมีหลายสาขาในเมืองเจนไน เช่น

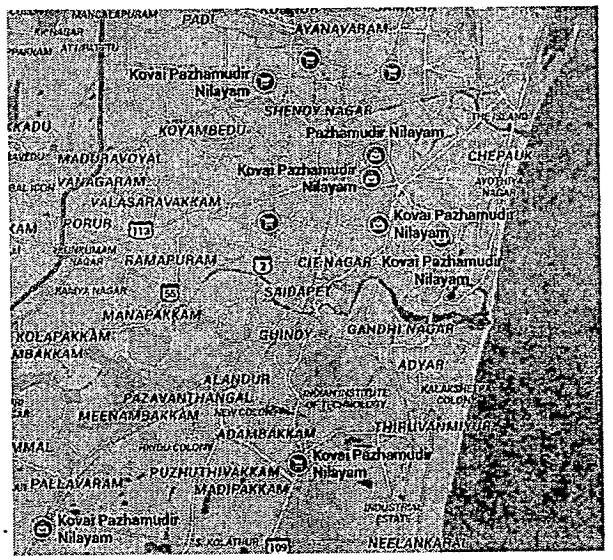
- สาขา 51, North Boag Road, T Nagar

- สาขา 5th Avenue, AC Block, Anna Nagar
- สาขา 86th Street, Sector 10, Ashok Nagar
- สาขา 57th, 2 nd Main Road, Raja Annamalai Puram
- New#2/Old#4, Mahatma Gandhi Road, Adyar



รูป 3.52 ร้าน Pazhamudir และลำไยสดที่จำหน่าย (เมืองเจนไน)

ที่มา: https://www.google.co.th/maps



รูป 3.53 สาขาของร้าน Pazhamudir เมืองเจนไน

ที่มา: https://www.google.co.th/maps

ร้าน Pazhamudir โดยมีจำหน่ายสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ www.ibuyfresh.com และให้บริการส่งผลไม้ถึงประตูบ้าน ร้าน Pazhamudir ถือเป็นร้านจำหน่ายผลไม้ที่ใหญ่ที่สุดและมีสาขามากที่สุดในเมืองเจนไน จากการสำรวจ พบว่ามีลำไยนำเข้าจากประเทศไทย 1 ลังพลาสติกมีขาว ซึ่งเป็นภาชนะบรรจุลำไยสดที่ผ่านการรวม SO_2 แล้วและเป็นภาชนะบรรจุลำไยสดสำหรับเป็นการขนส่งทางเรือ อย่างไรก็ตามลำไยสดนั้นแต่ไม่ได้นำมาตั้งขายบนชั้นวางสินค้าเช่นผลไม้อื่นๆ โดยเป็นลำไยเกรด B ผลเล็กและเริ่มเน่าเสียขึ้นรา ไม่ค่อยมีคนนิยมมากนัก โดยมีราคากิโลกรัมละ 300 บาท (600 รูปี) ซึ่งจัดว่าเป็นผลไม้ที่มีราคาสูง เนื่องจากกล้วย 1 ผลที่เจนไน ราคา 1 บาท (2 รูปี) อย่างไรก็ตามมีผลไม้จากประเทศไทยชนิดหนึ่งที่ไปร้าน ไหนก็ต้องเจอ ไม่ว่าจะร้านข้างทางหรือว่าในห้างใหญ่ ซึ่งก็คือ มะขามหวานไทย ราคา 45 บาท

จากการสัมภาษณ์ท่านกงสุลใหญ่สมศักดิ์ เตรียมแจ้งอรุณ และท่านรองกงสุลพรพิมล สุคันธวณิช ณ เมืองเจนไน ประเทศอินเดีย ทำให้ทราบว่า คนเจนไนไม่นิยมทานขนมหวาน ดังนั้นชาวเจนไนส่วนใหญ่ไม่ชอบทานผลไม้ (ยกเว้นทานกล้วยหลังอาหาร) ดังนั้นจึงเป็นปัญหาเรื่องตลาดสำหรับลำไย (ผลไม้กรณีศึกษา) ณ ตอนนี้ถือว่าตลาดยังไม่ใหญ่มากนัก โดยผลไม้ที่นำเข้ามาเจนไนมาก คือ สตรอเบอร์รี่ และ มะม่วง โดยสาเหตุที่ผลไม้จากประเทศไทยยังไม่เป็นทีนิยม เนื่องจากคนส่วนใหญ่ยังไม่รู้จักและไม่ทราบถึง คุณประโยชน์ที่จะได้รับจากผลไม้ไทย (ลำไย) ดังนั้นการประชาสัมพันธ์สำคัญมาก อย่างไรก็ตามยังมีผลไม้บางชนิดที่คนอินเดียชอบ คือ มังคุด ทุเรียน และมะขามหวานที่นำเข้าจากประเทศไทย

3.2.5 โรงแรม: อินเดีย

จากการสัมภาษณ์ผู้นำเข้าพบว่า มีผู้นำเข้าที่ดำเนินกิจการนำเข้าผลไม้กลุ่ม Exotic Fruit จากต่างประเทศสำหรับขายส่งให้กับโรงแรมระดับ 4 – 5 ดาว สำหรับผลไม้ไทยนั้นผู้นำเข้าจะนำเข้าโดยเครื่องบินโดยสายการบินไทย จากนั้นผู้นำเข้าจะจัดส่งผลไม้ให้กับโรงแรม โดยผลไม้ไทยที่ถูกนำเข้ามาสำหรับโรงแรมได้แก่ ฝรั่ง เงาะ และแก้วมังกร เป็นต้น

รูป 3.54 ผู้ประกอบการนำเข้าผลไม้ไทยเพื่อจำหน่ายให้กับโรงแรมในนิวเดลี

ที่มา: จากการสำรวจ

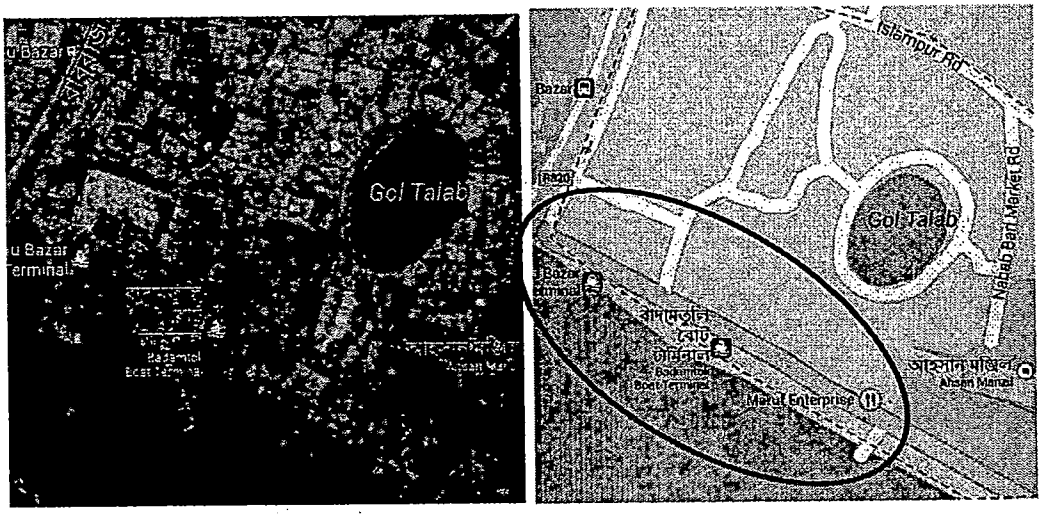
3.2.6 ข้อมูลตลาดผลไม้ไทย (ลำไยสด) ในตลาดบังกลาเทศ

เมื่อลำไยสดไทยถูกขนส่งทางอากาศโดยเครื่องบินไปสู่สนามบิน ฮัซรัต ชัตจาลาล อินเตอร์เนชันแนล แอร์พอร์ต (Hazrat Shahjalal International Airport) ผู้นำเข้าจะอาศัยบริษัทชิปปิ้งในการดำเนินพิธีการศุลกากรขาเข้า และนำสินค้าออกจากท่าเรือเข้าสู่คลังสินค้าที่ควบคุมอุณหภูมิ จากนั้นลำไยจะถูกทยอยกระจายไปยังร้านค้าส่งในตลาด

3.2.7 ตลาดค้าส่ง Badamtoli Market (กรุงธากา)

ตลาด Badamtoli เป็นตลาดค้าส่งผลไม้สดที่ใหญ่ที่สุดในกรุงธากาและของบังกลาเทศ ตั้งอยู่ใกล้แม่น้ำ Buriganga ในปี 1935 ตั้งอยู่ติดกับ Ahsan Manjil หรือ Pink Palace ณ ตลาดแห่งนี้ผลไม้จากแหล่งผลิตภายในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศจะถูกนำมาจำหน่ายในตลาดเพื่อนำมากระจายสินค้าแก่พ่อค้าขายส่งและปลีก โดยผลไม้ที่นำเข้ามาจำหน่ายในตลาดนี้จะนำเข้ามาผ่านทางรถบรรทุก รถคอนเทนเนอร์ และการขนส่งทางเรือ จากการสัมภาษณ์ผู้นำเข้าผลไม้พบว่า มีการ

นำเข้าผลไม้ไทยในจำนวนที่น้อยมากโดยเปรียบเทียบกับการนำเข้าผลไม้อื่นๆ เช่น แอปเปิลจากแอฟริกาใต้และฝรั่งเศส ส้มจากอียิปต์ เป็นต้น

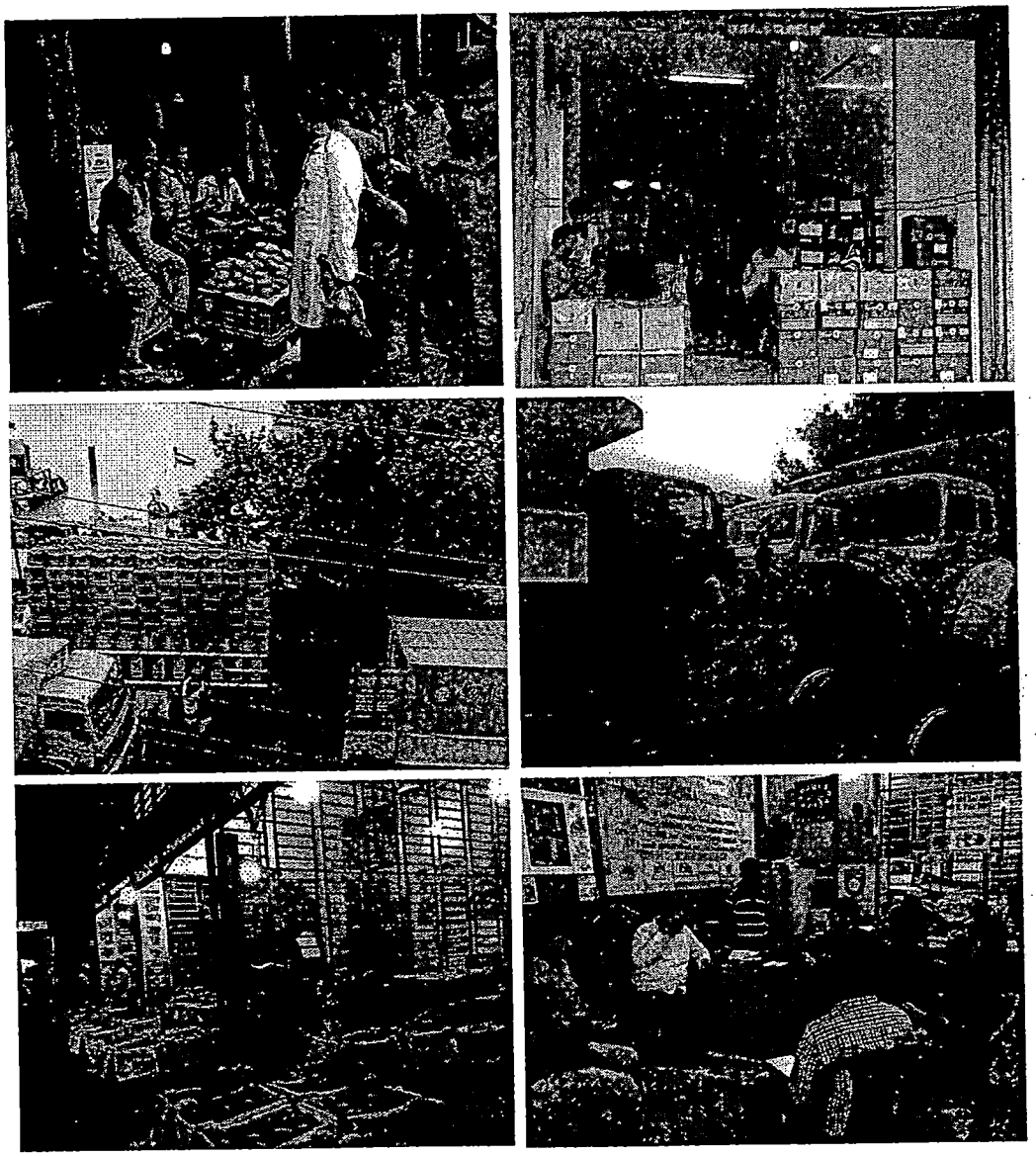


รูป 3.55 แผนที่ตลาด Badamtoli Market
ที่มา: https://www.google.co.th/maps

ระยะเวลาการขนส่งทางบกระหว่างท่าเรือจิตตะกอง (Chittagong Port Cargo Station) ถึง Badamtoli Market ระยะทาง 267 กิโลเมตร ใช้เวลาประมาณ 6 – 8 ชั่วโมง ในขณะที่การขนส่งทางบกจากสนามบิน ฮัซรัต ชัตจาลาล อินเตอร์เนชันแนล แอร์พอร์ต ไปยังตลาด Badamtoli Market ใช้ระยะทาง 18.5 กิโลเมตร ใช้เวลาประมาณ 31นาที หากจราจรไม่ติดขัดเท่านั้น ดังนั้นลำไยสดและผลไม้ไทยอื่นที่ขนส่งทางอากาศจึงสามารถเข้าสู่ตลาด Badamtoli ได้เร็วกว่าการขนส่งทางเรือที่ต้องขนสินค้าจากท่าเรือจิตตะกอง ที่สำคัญในการขนส่งสินค้าที่เน่าเสียง่ายโดยเฉพาะผลไม้ จากการสัมภาษณ์บริษัทผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์พบว่า บังกลาเทศยังไม่มีระบบการขนส่งที่สามารถควบคุมอุณหภูมิตลอดทั้งขั้นตอนของการขนส่ง (Cool Chain Management) ที่สมบูรณ์และมากเพียงพอ

นอกจากนี้ หลังจากมีรายงานการศึกษาจาก Paribesh Bachao Andolan (PABA) ตั้งแต่เดือนสิงหาคม ปี 2556 พบว่ามีการใช้สารฟอร์มาลินมาชุบหรือเคลือบผลไม้ที่จำหน่ายในร้านผลไม้ในกรุงธากา โดย PABA ได้รายงานว่าพบว่ามีการใช้ฟอร์มาลินในองุ่น กล้วย วุ้นเส้น เส้นก๋วยเตี๋ยว มะม่วง อินทผลัม มะเขือเทศ มะเขือยาว แอปเปิล และแตงกวา (Chowdury, 2013) ทำให้เกิดความแตกตื่นของชาวบังกลาเทศและลดการซื้อผลไม้ทำให้ปริมาณผลไม้ที่ทำการซื้อขายในตลาดลดลงอย่างมาก และในเดือนมิถุนายน ปี 2557 สำนักข่าวเอเอฟพี รายงานว่า ตำรวจนครบาลกรุงธากา ตั้งด่านสกัดผลไม้เคลือบสารฟอร์มาลีน 8 แห่ง ที่นำเข้ามาจำหน่ายในกรุงธากา เมืองหลวงของ

ประเทศ หลังจากตรวจพบว่า มีผลไม้ที่เคลือบสารฟอร์มาลีนจำหน่ายในแทบทุกตลาดในกรุงธากา (กรุงเทพธุรกิจ, 2557) ดังนั้นปัจจุบันรัฐบาลจึงได้พยายามเข้มงวดและรณรงค์ให้ตลาดค้าส่งผลไม้ Badamtoli แห่งนี้เป็นตลาดที่ปราศจากการใช้สารฟอร์มาลีน

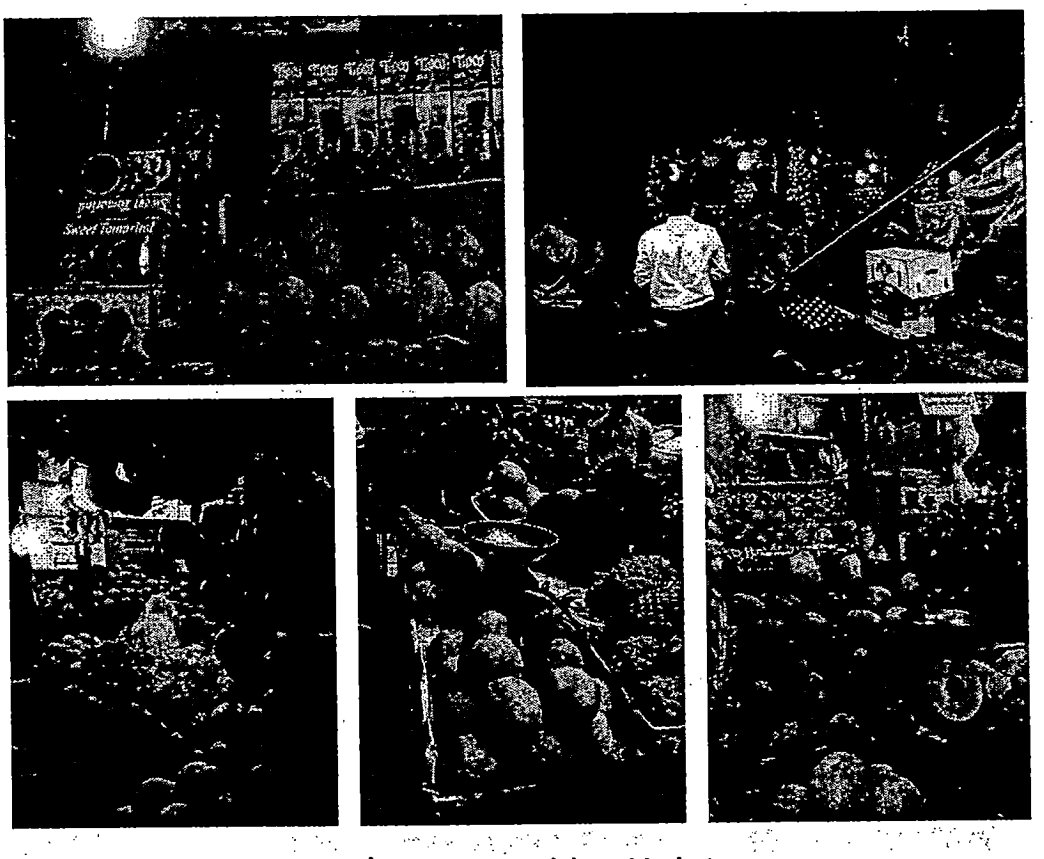


รูป 3.56 กิจกรรมในตลาด Badamtoli Market

ที่มา: จากการสำรวจ

3.2.8 ตลาดค้าปลีก

ตลาดค้าปลีกสำหรับจำหน่ายผลไม้ในกรุงธากานั้นแต่ละแห่งจะมีขนาดไม่ใหญ่มาก โดยจะอยู่ในย่านหรือชุมชนที่สำคัญ ผลไม้จะถูกจัดวางบนแผง ส่วนใหญ่ผลไม้ที่วางจำหน่ายมีทั้งผลไม้ที่นำเข้าเช่น มะขามหวานจากไทย แอปเปิลนำเข้า รวมถึงผลไม้ท้องถิ่นเช่น มะม่วง ขนุน ส้มโอ เป็นต้น ตลาดค้าปลีกที่กระจายในกรุงธากาที่สำคัญ ได้แก่



รูป 3.57 ตลาด Gulshan Market

ที่มา: จากการสำรวจ

- Gulshan Market เป็นศูนย์กลางสำหรับจำหน่ายสินค้าให้กับผู้ที่มีรายได้สูง และชาวต่างชาติ เนื่องจากตั้งอยู่ในย่านของธุรกิจ บ้านพักของผู้มีฐานะ และสถานทูต ในตลาดนี้มีจำหน่ายสินค้า 2 กลุ่มคือ (1) สินค้าทั่วไป ได้แก่ ผักและผลไม้สดมีคุณภาพสูงและผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศ (2) สินค้าแฟชั่นอื่น เช่น เครื่องประดับ เครื่องเรือน เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น ตลาดนี้เปิดทำการเวลา 8.00 ถึง 21.00 น. และตลาดปิดในวันศุกร์

- Shankar Plaza เป็นย่านทำการของธุรกิจที่ก่อสร้างในปี 2003 โดยส่วนของตลาดจะเป็น 2 ชั้นแรกของ Nijam's Shankar Plaza เป็นตลาดที่จำหน่ายสินค้าหลายชนิดรวมถึงผลไม้ โดยตลาดจะเปิดทำการทุกวัน ยกเว้นวันศุกร์ที่เป็นวันหยุดราชการ

- Hazaribagh Bazar เดิมเป็นตลาดสำหรับธุรกิจเครื่องหนัง ปัจจุบันได้กลายเป็นจลาดทั่วไปที่จำหน่างทั้งผัก ผลไม้ ของใช้ต่างๆ มีทั้งร้านอาหาร ร้านชา โดย Hazaribagh Bazar จะเปิดเวลา 7.00 ถึง 23.00 น. โดยไม่มีวันหยุด

3.2.9 ห้างสรรพสินค้า: บังกลาเทศ

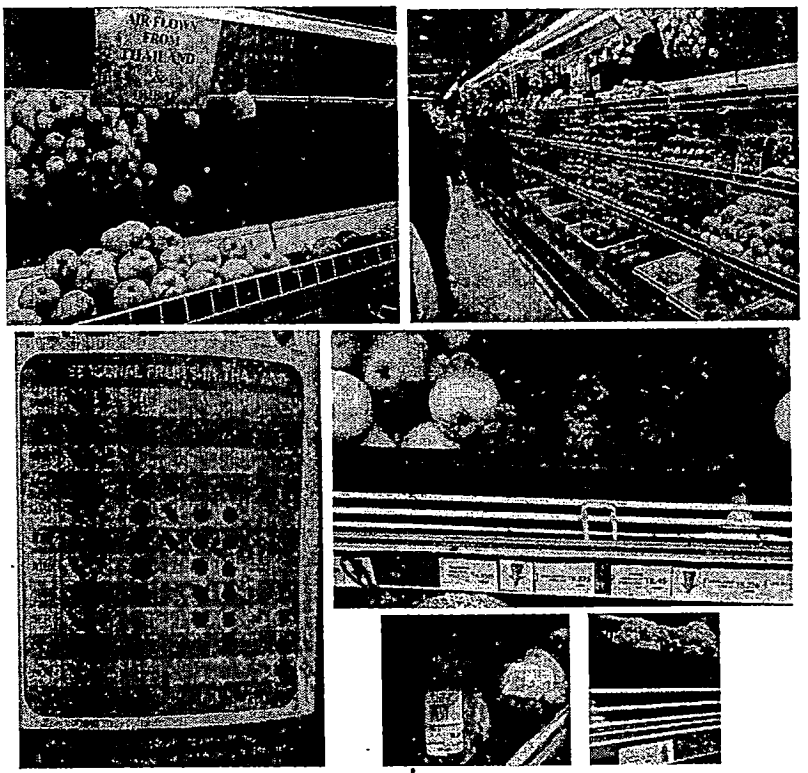
ผลไม้ไทยที่นำเข้าได้ถูกจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าเพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคที่มีรายได้ระดับปานกลางค่อนข้างสูงและรายได้สูง โดยสินค้าจะถูกจัดวางโดยระบุทั้งราคาประเทศผู้ส่งออก นอกจากนี้จากการสำรวจยังพบว่ามีการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับฤดูกาลของผลไม้ไทยในรอบ 1 ปี ด้วยว่ามีผลไม้ชนิดใดออกสู่ตลาดและได้นำเข้ามาจำหน่ายในห้าง โดยลำไยสดได้มีการระบุว่าอยู่ในช่วงเดือน มิถุนายน – กันยายน ดังรูป 3.54 ห้างสรรพสินค้าที่วางจำหน่ายผลไม้ไทยได้แก่ Unimart, AGORA SUPER STORES และ MEENA BAZAR เป็นต้น โดยราคาผลไม้ไทยที่วางจำหน่ายในทั้ง 2 ห้างแสดงดังตาราง 3.17

ตาราง 3.17 ราคาผลไม้ไทยที่จำหน่ายในห้าง Unimart และ Meena Bazar

ชนิดผลไม้	ราคา (ตากา/หน่วย)
ลำไย	739 ตากา/กิโลกรัม
ฝรั่ง	70 ตากา/ลูก
มะละกอ	170 ตากา/กิโลกรัม
มังคุด	835 ตากา/กิโลกรัม
ทุเรียน	867 ตากา/กิโลกรัม
แก้วมังกร	375 ตากา/กิโลกรัม

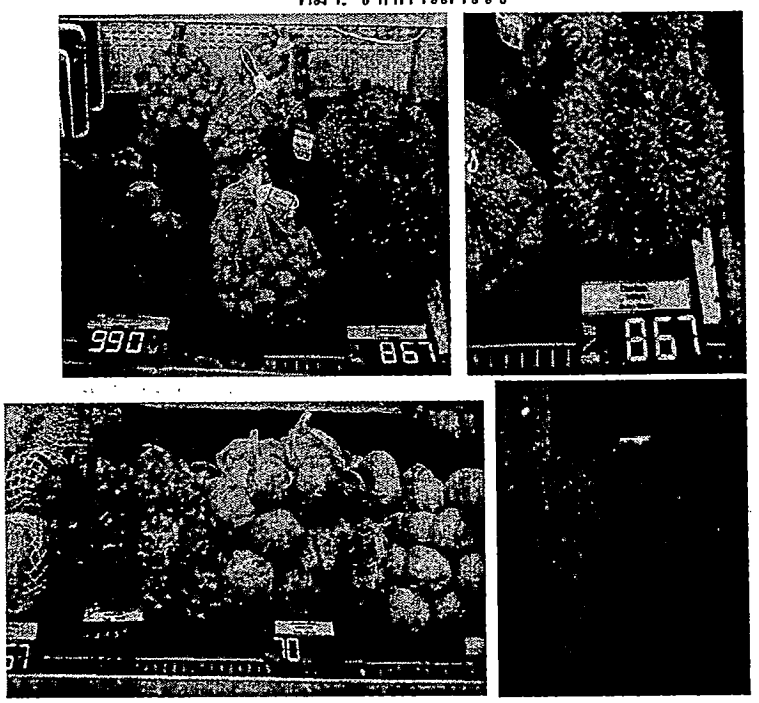
ที่มา: จากการสำรวจ ณ Unimart และ Meena Bazar ในวันที่ 12 สิงหาคม 2557

จากการตรวจสอบผลลำไยที่ซื้อจากห้าง Meena Bazar พบว่าเป็นลำไยคุณภาพดี เกรด A ถูกบรรจุอยู่ในตาข่ายน้ำหนักประมาณ 1 กิโลกรัม เมื่อทดสอบที่เนื้อและรสชาติของลำไยพบว่าดี ทั้งนี้เนื่องจากในช่วงที่ซื้อนั้นเป็นช่วงลำไยในฤดู



รูป 3.58 ผลไม้ไทยที่จำหน่ายใน Unimart

ที่มา: จากการสำรวจ



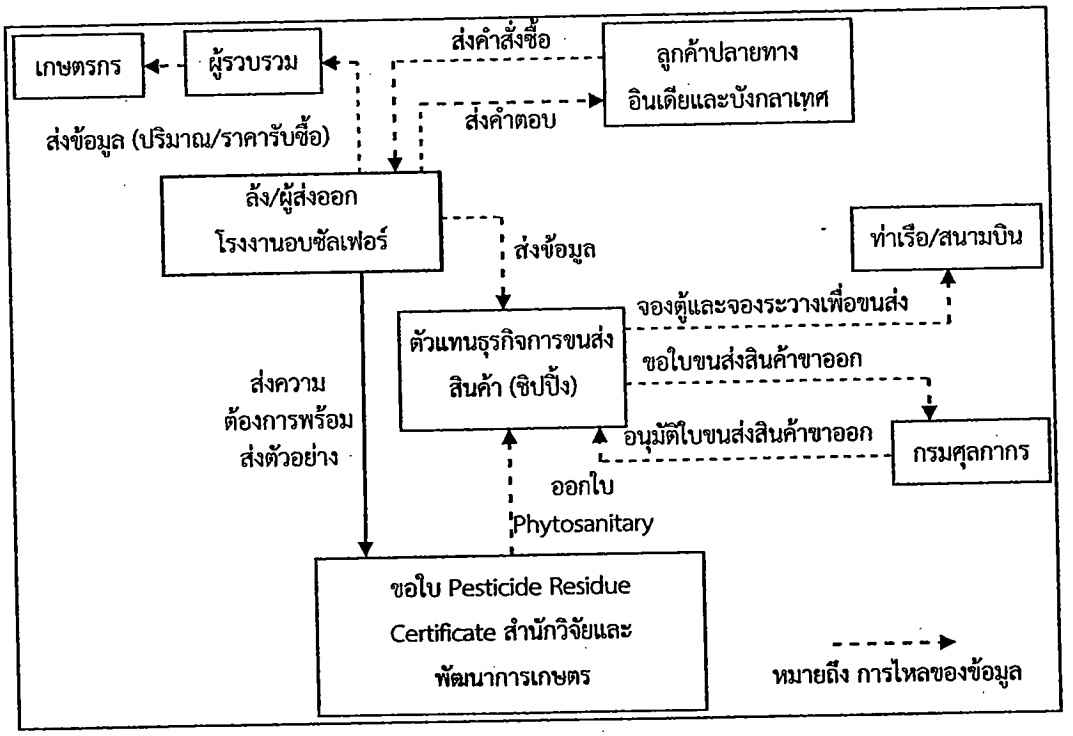
รูป 3.59 ผลไม้ไทยที่จำหน่ายในห้าง Meena Bazar

ที่มา: จากการสำรวจ ในวันที่ 15 สิงหาคม 2557

3.3 การไหลของข้อมูล (Information Flow)

จากการสัมภาษณ์ผู้ส่งออก พบว่าการไหลของข้อมูลหรือสารสนเทศ (Information Flow) แสดงดังรูป 3.60 โดยเริ่มต้นจาก

1. ผู้ส่งออกได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าในประเทศอินเดียและบังกลาเทศ โดยผู้นำเข้าลำไยสดจากประเทศไทยในประเทศอินเดียและบังกลาเทศจะส่งคำสั่งซื้อมียังผู้ส่งออกชาวไทย ได้แก่ จุดรับซื้อ/ล้ง/ผู้ส่งออก หรือผู้รวบรวมผลผลิตผลไม้สดของไทย โดยข้อมูลประกอบไปด้วย ปริมาณที่ต้องการนำเข้ารวมต่อสัปดาห์ (กิโลกรัม/ตัน) ปริมาณการนำเข้าในแต่ละวัน (กิโลกรัม/ตัน) วันและเวลาที่ต้องการรับสินค้า รวมถึงข้อมูลการต่อรองราคาระหว่างผู้ส่งออกและผู้นำเข้า ซึ่งข้อมูลจะถูกส่งผ่านระหว่างผู้นำเข้าและส่งออกโดยใช้การทางโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ทาง email, What App, Facebook และทาง Line



รูป 3.60 การไหลของข้อมูลในห่วงโซ่อุปทานของการส่งออกลำไยสดจากภาคเหนือตอนบนของไทยไปยังอินเดียและบังคลาเทศ

ที่มา: จากการสำรวจ

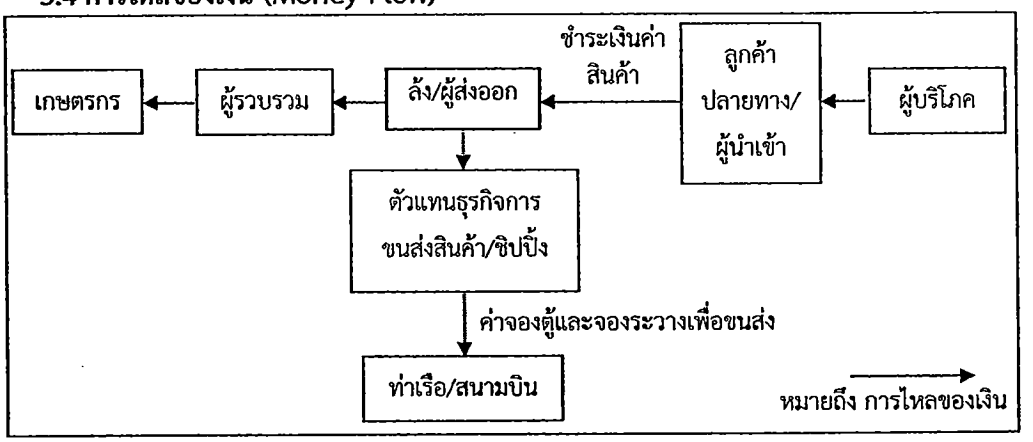
2. ในกรณีของผู้รวบรวมผลผลิตผลไม้สดของไทย เช่น ตลาดไทและตลาดสี่มุมเมือง ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ส่งออกผลไม้ไทยรวมถึงลำไยสดโดยเครื่องบิน ผู้รวบรวมผลผลิตผลไม้สดของไทยจะทำการติดต่อไปยังผู้จำหน่ายลำไยสดในตลาดไทหรือสี่มุมเมืองเพื่อจัดหาผลผลิตให้ได้ตามที่ต้องการ

3. เมื่อได้ลำไยสดตามที่ต้องการแล้ว ผู้รวบรวมผลผลิตผลไม้สดของไทยเพื่อการส่งออกจะส่งรถไปรับสินค้าเพื่อนำไปส่งที่ศุลกากรทางอากาศยานแห่งประเทศไทย เพื่อผ่านพิธีการศุลกากรและขั้นตอนการส่งออกของบริษัทการบินไทย พร้อมๆ กับส่งข้อมูลและสินค้าจะถูกส่งไปยังกรมวิชาการเกษตร เพื่อทำการตรวจสอบเพื่อออกใบรับรอง Phytosanitary Certification โดยสำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตรเขตต่างๆ ขึ้นอยู่กับเขตรับผิดชอบ จะเป็นผู้ตรวจและวิเคราะห์ผล และออกใบรับรองให้ ทั้งนี้เนื่องจากเป็นข้อบังคับของกรมการค้าต่างประเทศและเป็นข้อบังคับของการส่งออกผลไม้โดยเครื่องบิน

4. สำหรับจุดรับซื้อ/ล้ง เมื่อได้รับคำสั่งซื้อจากต่างประเทศ จะทำการรวมรวบปริมาณความต้องการทั้งหมด และส่งข้อมูลให้กับผู้รวบรวมท้องที่ ตามหมู่บ้านต่างๆ ว่าจุดรับซื้อ/ล้งมีความต้องการปริมาณลำไยสดเท่าใด และในราคารับซื้อเท่าใด

5. ผู้รวบรวมท้องที่จะส่งทอดข้อมูลด้านราคาที่ผู้รวบรวมท้องที่ต้องการรับซื้อต่อให้กับเกษตรกรที่เป็นเครือข่ายเกษตรกรที่จำหน่ายผลผลิตลำไยให้ผู้รวบรวมท้องที่ต่อไป

3.4 การไหลของเงิน (Money Flow)



รูปที่ 3.61 การไหลของเงินของการส่งออกลำไยสด

จากการสัมภาษณ์ผู้ส่งออก พบว่าการไหลของข้อมูลหรือสารสนเทศ (Information Flow) พบว่า การไหลของเงินจะเกิดขึ้นในทิศทางเดียวกับการไหลของข้อมูล แต่จะเกิดตรงกันข้ามกับการไหลของผลผลิต โดยการจ่ายเงินจะจ่ายให้ผู้จัดหาผลผลิต และการไหลของเงินถูกสร้างขึ้นจากความเต็มใจของสมาชิกในโซ่รายต่อๆไปที่จะจ่ายสำหรับผลผลิตที่ตอบสนองต่อข้อกำหนดของตน ดังรูป 3.61 ดังนี้

1. ผู้บริโภคชาวอินเดียและบังกลาเทศจ่ายเงินสดให้แก่ร้านค้าจำหน่ายผลไม้ ห้างซุปเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต ในรูปของเงินสดค่าเงินค้า

2. ร้านค้าจำหน่ายผลไม้ ห้างซุปเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต จ่ายเงินค่าสินค้าให้แก่ผู้นำเข้าสินค้า ซึ่งการชำระเงินอาจมีการให้เครดิตตามแต่ข้อตกลง

3. ผู้นำเข้าโอนเงินชำระค่าสินค้าให้แก่ผู้ส่งออก ตามแต่ข้อตกลงเรื่องของอัตราแลกเปลี่ยน และรูปแบบการโอนเงิน

4. ผู้นำเข้า/ล้ง ชำระค่าบริการให้แก่ บริษัท Shipping หรือ Flight Forwarder ลำไยสดเป็นเงินสดให้แก่ผู้รวบรวมผลผลิตในท้องที่

5. ผู้นำเข้า/ล้ง ชำระค่าลำไยสดเป็นเงินสดให้แก่ผู้รวบรวมผลผลิตในท้องที่

6. ผู้รวบรวมผลผลิตในท้องที่ชำระค่าลำไยสดเป็นเงินสดแก่เกษตรกร

3.5 การวิเคราะห์ต้นทุนและรูปแบบการจัดการการขนส่งของสหกรณ์ผู้ส่งออกผลไม้ไปยังตลาดเป้าหมาย

1. ต้นทุนค่าลำไยสด

ตาราง 3.18 รายละเอียดต้นทุนของสหกรณ์การเกษตรที่ดำเนินการเกี่ยวกับการค้าลำไยสด

ต้นทุน	เหมืองจี้	ประตูป่า	ป่าซาง	ศุภนิมิตร	พร้าว
ค่าจัดการ	1	3.5	6	3	1
ค่าน้ำ - ค่าไฟ					
ค่าจ้างแรงงาน		1			
ค่าบรรจุภัณฑ์				1	5
ค่าขนส่ง	-	6		2	3
ค่ารม SO2	-	0.5		1.8	1
ค่ารับซื้อลำไย	17	20	20	19	19
รวมต้นทุน	18	31	26	26.8	29

ที่มา: จากการสัมภาษณ์ในรอบการเก็บเกี่ยวปี 2557

ในการดำเนินการของสหกรณ์การเกษตรที่มีกิจกรรมเกี่ยวกับการรับซื้อลำไยสดจากสมาชิกในพื้นที่และหาช่องทางการกระจายสินค้ามีต้นทุนการรับซื้อลำไยสดและต้นทุนในการดำเนินการดังตาราง 3.18 ในรอบปีการเก็บเกี่ยวผลผลิตปี 2557 เนื่องจากแต่ละสหกรณ์มีการคิดราคารับซื้อลำไยสดจากสมาชิกที่แตกต่างกัน ความพร้อมของสหกรณ์ที่แตกต่างกัน (เช่นการมีโรงรมหรือห้องเย็นเป็นของตัวเองหรือไม่) ลักษณะการจำหน่ายสินค้า (จำหน่ายลำไยผลสดโดยไม่รม/รมซัลเฟอร์ไดออกไซด์) ราคาลำไยสดในท้องตลาดที่ผันผวน รวมถึงแต่ละสหกรณ์มีเป้าหมายของการดำเนินการและกิจกรรมที่แตกต่างกันภายใต้การดำเนินการของคณะกรรมการสหกรณ์ จึงทำให้มี

ความแตกต่างในด้านต้นทุนของสหกรณ์ เช่น สหกรณ์เพื่อการเกษตรเหมืองจี้จะไม่มีการคิดหรือตั้งราคาบวกกำไรเพิ่มเข้าไปในราคาของต้นทุนการผลิต ในขณะที่สหกรณ์บางแห่งอาจมีการบวกค่าดำเนินการหรือบวก เข้าไปเพิ่ม เป็นต้น ส่งผลให้ต้นทุนของสหกรณ์มีความแตกต่างกัน โดยในรอบปี 2557 ต้นทุนของสหกรณ์อยู่ในช่วง 26 – 31 บาทต่อกิโลกรัม

2. **ค่าใช้จ่ายในการขนส่งทางเรือ**

ในการส่งขนส่งสินค้าทางเรือนั้นจะแบ่งออกเป็นหลายด้านคือ ค่าขนส่ง ค่าพิธีการศุลกากร และค่าเอกสารต่างๆ ค่าใช้จ่ายท่าเรือ โดยค่าขนส่งก็จะแบ่งออกได้เป็น ค่าตู้คอนเทรนเนอร์ (Reefer Container) ค่ารถลาก ค่ายกตู้ ด้านของค่าใช้จ่ายท่าเรือ ก็จะประกอบไปด้วยค่าเช่าพื้นที่ท่าเรือ (Container Freight Station) และในด้านของค่าพิธีการศุลกากร และเอกสารต่างๆ จะประกอบไปด้วย ค่าพิธีการศุลกากร ค่าใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Certificate of Origin) ค่าใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate) ค่าใบตราส่งสินค้า (Bill of Landing) โดยค่าใช้จ่ายต่างๆ แสดงได้ดังตารางที่ 3.19

ตาราง 3.19 ค่าใช้จ่ายในการขนส่งทางเรือ

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)	
	ขนาด 20 ฟุต	ขนาด 40 ฟุต
ค่าหัวลาก	39,000 บาท / รอบ	
ค่า Freight	121,000 บาท / ตู้	198,000 บาท / ตู้
ค่าเช่าตู้คอนเทรนเนอร์ Reefer Container	44,800 บาท / ตู้	67,200 บาท / ตู้
ค่าพิธีการศุลกากร	1,500 บาท /รอบ	
Certificate of Origin	300 บาท / รอบ	
Phytosanitary Certificate	1500 บาท / ตู้	
ใบตราส่งสินค้า Bill of Landing	1,000 บาท / ตู้	
Terminal Handling Charge (THC)	2,600 บาท / ตู้	3,900 บาท / ตู้
Container Freight Station (CFS)	1,200 บาท / ตู้	2,000 บาท / ตู้

ที่มา: จากการสัมภาษณ์บริษัทสายการเดินเรือ และตัวแทนผู้ส่งออก

3. **ค่าใช้จ่ายในการขนส่งทางอากาศ**

ในส่วนของค่าใช้จ่ายทางอากาศนั้นจะมีขั้นตอนน้อยกว่าการขนส่งทางเรือ โดยค่าใช้จ่ายทั้งหมดจะประกอบไปด้วย ค่าขนส่ง (Air Freight Charges) ค่าขนส่งภายในประเทศ (Inland Transportation) ค่าพิธีการศุลกากร และค่าเอกสารต่างๆ โดยอัตรากรคิดค่าขนส่งนั้นจะคิดทั้ง

น้ำหนัก และปริมาณ โดยจะใช้ราคาที่สูงที่สุด (ราคาค่าขนส่งจะมีการถูกเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา) โดนรายละเอียดของค่าใช้จ่ายต่าง แสดงได้ดังตารางที่ 3.20

ตาราง 3.20 ค่าใช้จ่ายในการขนส่งทางอากาศ

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
ค่าขนส่งทางอากาศ (Air Freight Charges)	1,200 บาท / กล่อง
Forms / Stamps / Awb Free ค่าฟอร์ม / แสตมป์	500 บาท / รอบ
Customs Formality Charges ค่าธรรมเนียมผ่านพิธีการ	1,500 บาท / รอบ
Inland Transportation ค่าขนส่งภายในประเทศ	300 บาท / รอบ
FORM CO	400 บาท /รอบ
PHYTOSANITARY	450 บาท / รอบ

ที่มา: จากการสัมภาษณ์บริษัทสายการบิน และตัวแทนผู้ส่งออก

4. ค่าใช้จ่ายในการขนส่งทางบก

ในการขนส่งสินค้าทางบกทุกเส้นทางจะครอบคลุมพื้นที่ของ 3 ประเทศ คือ ไทย พม่า และอินเดีย ดังนั้นในการเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในแต่ละเส้นทางก็จะมีการแยกค่าใช้จ่ายออกเป็นในแต่ละประเทศ ในภาพรวมเส้นทางที่มีค่าใช้จ่ายต่ำที่สุดคือ เส้นทาง แม่สอด-กุวาฮาติ โดยมีค่าใช้จ่ายรวมทั้งสิ้น 217,000 บาท รองงลงมาคือ เส้นทาง กิ่วผาวอก – กุวาฮาติ มีค่าใช้จ่ายรวมเท่ากับ 225,000 บาท ส่วนเส้นทาง บ้านห้วยต้นนุ่น – กุวาฮาติ และเส้นทาง แม่สาย-กุวาฮาติ มีค่าใช้จ่ายเท่ากับ 227,000 และ 387,000 ตามลำดับ ดังตารางที่ 3.21

ตาราง 3.21 ค่าใช้จ่ายในการขนส่งทางบก

เส้นทาง	ค่าใช้จ่ายในประเทศไทย	ค่าใช้จ่ายในประเทศพม่า	ค่าใช้จ่ายในประเทศอินเดีย	รวม
แม่สอด-กุวาฮาติ	10,000	185,000	12,000	217,000*
แม่สาย-กุวาฮาติ	5,000	360,000	12,000	387,000*
บ้านห้วยต้นนุ่น-กุวาฮาติ	5,000	200,000	12,000	227,000*
กิ่วผาวอก -กุวาฮาติ	3,000	200,000	12,000	225,000*

ที่มา: จากการคำนวณ หน่วย: บาท หมายเหตุ: *ยอดรวมจะรวมค่าใช้ในด่านชายแดน 10,000 บาท

โดยในปัจจุบันไม่มีการขนส่งผลไม้สดโดยเฉพาะลำไยในฤดูในพื้นที่ภาคเหนือไปยังอินเดียและบังกลาเทศผ่านเส้นทางบท เพราะถึงแม้เส้นทางขนส่งในประเทศไทยจะมีสภาพดี แต่อุปสรรคที่สำคัญคือ เส้นทางขนส่งในพม่าและอินเดียที่ยังไม่ค่อยดีนัก และยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการขนส่งและโลจิสติกส์อีกมาก และยังเป็นเส้นทางที่ต้องผ่านชนกลุ่มน้อยหลายกลุ่มในพม่าที่ยังไม่ค่อยปลอดภัย

เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการส่งสินค้าระหว่างทางเรือและทางอากาศ

ในการเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายระหว่างการขนส่งทางเรือ และทางอากาศจะต้องมีการปรับหน่วยคิดเป็นบาทต่อกิโลกรัม เนื่องจากการขนส่งทั้ง 2 ประเภทนั้นจะมีหน่วยในการคำนวณค่าใช้จ่ายที่แตกต่างกัน โดยถ้าเป็นการขนส่งทางอากาศหน่วยที่ใช้จะเป็นกิโลกรัมเนื่องจากมีปริมาณน้ำหนักไม่มาก แต่ถ้าหากเป็นการขนส่งสินค้าทางเรือจะใช้หน่วยเป็นตัน

เมื่อทำการเปรียบเทียบจะพบว่าการขนส่งทางอากาศนั้นจะมีค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าการขนส่งทางเรือโดยค่าใช้จ่ายในการขนส่งทางเรือ ตู้ขนาด 20 ฟุต ราคาเฉลี่ย 29.67 บาท / กิโลกรัม ตู้ขนาด ราคาเฉลี่ย 40 ฟุต 28.73 บาท / กิโลกรัม ส่วนค่าใช้จ่ายในการขนส่งทางอากาศราคาเฉลี่ย 146.17 บาท / กิโลกรัม จะเห็นได้ว่ามีส่วนต่างมากถึง 117.4 บาท / กิโลกรัม แสดงดังตารางที่ 3.22 และจากการสัมภาษณ์ผู้ส่งออกพบว่าร้อยละ 95 ของผู้ส่งออกจะเลือกใช้การขนส่งทางเครื่องบินเป็นส่วนใหญ่ ทั้งที่ค่าใช้จ่ายทางอากาศสูงกว่าทางเรือค่อนข้างมาก โดยสาเหตุที่ไม่เลือกใช้การขนส่งสินค้าทางเรือเนื่องจากในการขนส่งทางเรือนั้น กรณีของลำไยจะต้องใช้ตู้คอนเทรนเนอร์ประเภทตู้ทำความเย็น (Reefer Container) และการเช่าตู้ทำความเย็นนั้นจะมีเงื่อนไขว่าห้ามใช้รวมกับผู้ส่งออกรายอื่น เนื่องจากสินค้าแต่ละชนิดต้องการความอุณหภูมิที่ไม่เท่ากัน โดยในกรณีของการส่งลำไยไปอินเดียและบังคลาเทศ พบว่าปริมาณการส่งออกต่อรอบนั้นมีปริมาณน้อยซึ่งไม่เหมาะสมที่จะส่งออกสินค้าทางเรือ

ตาราง 3.22 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการส่งสินค้าระหว่างทางเรือและทางอากาศ

รายการ	การขนส่งทางเรือ		การขนส่งทางอากาศ
	ตู้ขนาด 20 ฟุต	ตู้ขนาด 40 ฟุต	
ค่าลำไย	20	20	20
ค่าขนส่ง	9.67	8.73	126.17
รวม	**29.67**	**28.73**	**146.17**

ที่มา: จากการสัมภาษณ์บริษัทสายการเดินเรือ และตัวแทนผู้ส่งออก หน่วย: บาท / กิโลกรัม

4. รูปแบบการขนส่งที่เหมาะสม

จากข้อมูลของวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานของการส่งออกลำไยสดออกไปจำหน่ายในประเทศอินเดียและบังกลาเทศ และการสัมภาษณ์ข้อมูลของสหกรณ์พบว่า เนื่องจากการส่งออกลำไยสดนั้นมี 2 รูปแบบการขนส่งตามปริมาณของผลผลิตลำไย กล่าวคือ

1. หากเป็นการส่งออกลำไยในปริมาณที่มาก ซึ่งเป็นการส่งออกลำไยในฤดู ผู้ส่งออกต้องส่งออกเต็มตู้เย็นคอนเทนเนอร์ (Reefer Container) รูปแบบการขนส่งที่เหมาะสมคือ การขนส่งทางเรือ เพราะสามารถส่งออกได้ปริมาณมากและต้นทุนค่าขนส่งเฉลี่ยต่อหน่วยต่ำ แต่ทั้งนี้สหกรณ์จะต้องได้รับคำสั่งซื้อจากต่างประเทศในปริมาณที่มาก และสามารถจัดหาลำไยได้ตรงตามขนาดและคุณภาพที่ผู้นำเข้าต้องการ และส่งมอบได้ตรงเวลา

2. หากเป็นการส่งออกลำไยในปริมาณที่น้อยและจัดส่งพร้อมกับผลไม้ชนิดอื่น ซึ่งเป็นการส่งออกลำไยตลอดทั้งปี รูปแบบการขนส่งที่เหมาะสมคือ การขนส่งทางอากาศ เพราะสามารถจัดส่งสินค้าได้อย่างรวดเร็ว แต่ขนส่งได้ในปริมาณที่น้อย ทำให้ต้นทุนค่าขนส่งเฉลี่ยต่อหน่วยสูง ในกรณีนี้สหกรณ์อาจจะต้องดำเนินการในลักษณะของการส่งออกผลไม้รวมๆ หลายชนิด ทั้งนี้เนื่องจากปริมาณความต้องการลำไยสดในต่างประเทศยังน้อยกว่าผลไม้ไทยชนิดอื่นๆ เช่น ฝรั่ง มังคุด และเงาะ เป็นต้น

บทที่ 4
มาตรฐาน ข้อบังคับ และระเบียบปฏิบัติในการค้าลำไยและโอกาสทางการตลาด

ในบทนี้จะนำเสนอมาตรฐาน ข้อบังคับ และระเบียบปฏิบัติในการส่งออกผลไม้ไทยกรณีศึกษาลำไยสดของประเทศไทยและการนำเข้าผลไม้ของประเทศในกลุ่ม BIMSTEC กรณีศึกษาอินเดียและบังกลาเทศ รวมถึงการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดของลำไยสดจากของไทยในตลาดของประเทศอินเดียและบังกลาเทศ

4.1 มาตรฐาน ข้อบังคับ และระเบียบปฏิบัติในการส่งออกลำไยของไทย

4.1.1 มาตรฐาน ข้อบังคับ และระเบียบปฏิบัติในการส่งออกลำไยของไทย

จากข้อมูลของสำนักงานมาตรฐานและตรวจสอบสินค้าเกษตร และสำนักส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 6 จังหวัดเชียงใหม่ (2553) พบว่า กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ประกาศใช้มาตรฐานลำไยของประเทศไทย วันที่ 24 พฤศจิกายน 2541 เพื่อประโยชน์ต่อการปรับปรุงคุณภาพ การอำนวยความสะดวกทางการค้า และการคุ้มครองผู้บริโภค นอกจากนี้ยังมีรายละเอียดต่างๆ ในทางปฏิบัติเพิ่มเติมสำหรับคุณภาพมาตรฐานของผลลำไยสดเชิงการค้า (จักรพงษ์ พิมพ์พิมล, 2555) ซึ่งได้รวบรวมไว้ดังนี้

1 นิยาม (DEFINITION)

มาตรฐานนี้ใช้กับผลไม้ที่มีชื่อทางการค้าว่า "ลำไย" (Longan) มีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า *"Dimocarpus longan lour."* อยู่ในวงศ์ Sapindaceae สำหรับการบริโภคสดทั้งผล

2. ข้อกำหนดเรื่องคุณภาพและขนาด

2.1 คุณภาพขั้นต่ำ (Minimum Requirements)

ทุกชั้นของมาตรฐานลำไย ต้องมีคุณภาพดังนี้ เว้นแต่จะมีข้อกำหนดเฉพาะของแต่ละชั้นและเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้มีได้ตามที่ระบุไว้

- เป็นผลลำไยสดทั้งหมด
- มีลักษณะคุณภาพที่ดี ไม่เน่าเสีย
- ต้องไม่มีความบอบช้ำ และตำหนิที่เห็นเด่นชัด
- ปลอดจากศัตรูพืชเท่าที่เป็นไปได้ในทางปฏิบัติ

- ปลอดจากความเสียหายอันเนื่องจากศัตรูพืชเท่าที่เป็นไปได้ในทางปฏิบัติ
- ปลอดจากความเสียหายอันเนื่องจากอุณหภูมิต่ำ
- ปลอดจากกลิ่นและรสผิดปกติ ยกเว้นกลิ่นอันเกิดจากการใช้วัตถุเจือปนอาหารตามข้อกำหนด

2.2 การแบ่งชั้นคุณภาพ (Classification)

ในการแบ่งชั้นคุณภาพของลำไยสามารถจัดเป็น 3 ชั้นคุณภาพได้ดังตาราง 4.1

ตาราง 4.1 การแบ่งชั้นคุณภาพของลำไยเพื่อการส่งออก

ชั้น	ลักษณะ
ชั้นพิเศษ	ต้องมีคุณภาพดีที่สุด ตรงตามพันธุ์ ผลต้องปลอดจากตำหนิ ยกเว้นตำหนิผิวเผินเล็กน้อยโดยไม่มีผลต่อรูปลักษณ์ทั่วไปของผลิตผลคุณภาพ คุณภาพการเก็บรักษา และการจัดเรียงสินค้าในภาชนะบรรจุ
ชั้นหนึ่ง	ต้องมีคุณภาพดีตรงตามพันธุ์ ผิวมีตำหนิได้เล็กน้อยโดยไม่มีผลต่อรูปลักษณ์คุณภาพ คุณภาพการเก็บรักษา และการจัดเรียงสินค้าในภาชนะบรรจุ ตำหนิผิวเล็กน้อยโดยพื้นผิวตำหนิรวมต่อผลไม่เกิน 0.5 ตารางเซนติเมตร
ชั้นสอง	ชั้นนี้รวมผลลำไยที่ไม่เข้าขั้นชั้นที่สูงกว่า แต่มีคุณภาพขั้นต่ำ พื้นผิวมีตำหนิรวมต่อผลไม่เกิน 0.5 ตารางเซนติเมตร โดยยังคงคุณภาพ คุณภาพการเก็บรักษา และการจัดเรียงสินค้าในภาชนะบรรจุ

ที่มา: สำนักส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 6 จังหวัดเชียงใหม่ (2553)

3. ข้อกำหนดเรื่องขนาด

ขนาดของผลลำไยสดจะพิจารณาจากจำนวนผลต่อกิโลกรัม ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ขนาด ดังตาราง 4.2

ตาราง 4.2 การแบ่งชั้นขนาดของลำไยเพื่อการส่งออก

ขนาด	จำนวนผล/กก.	
	ลำไยข่อ	ลำไยเดี่ยว
1	< 85	< 91
2	85 - 94	91 - 100
3	95 - 104	101 - 111
4	105 - 114	112 - 122
5	> 115	> 123

ที่มา: สำนักส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 6 จังหวัดเชียงใหม่ (2553)

4. ข้อกำหนดเกณฑ์ความคลาดเคลื่อน (ระดับคุณภาพที่รับได้)

1. เกณฑ์ความคลาดเคลื่อนเรื่องคุณภาพ (Quality Tolerances)

สำหรับเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนเรื่องคุณภาพของลำไยเพื่อการส่งออกสามารถจัดเป็น 3 ชั้นได้ดังตาราง 4.3

2. เกณฑ์ความคลาดเคลื่อนเรื่องขนาด (Size Tolerances)

ยอมให้ลำไยทุกชั้นมีขนาดที่ใหญ่หรือเล็กน้อยในชั้นถัดไปปนมาได้ไม่เกิน 20% สำหรับลำไยที่ขายเป็นช่อ และไม่เกิน 10% สำหรับลำไยที่ขายเป็นผลเดี่ยว โดยจำนวนหรือน้ำหนัก

ตาราง 4.3 เกณฑ์ความคลาดเคลื่อนเรื่องคุณภาพของลำไยเพื่อการส่งออก

ชั้น	ลักษณะ
ชั้นพิเศษ	ยอมให้มีผลลำไยที่คุณภาพไม่เป็นไปตามข้อกำหนดของชั้นพิเศษแต่เป็นไปตามคุณภาพของชั้นหนึ่งหรือยกเว้นว่าคุณภาพยังอยู่ในเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนของคุณภาพชั้นหนึ่งปนมาได้ไม่เกิน 5% โดยจำนวนหรือน้ำหนัก
ชั้นหนึ่ง	ยอมให้ผลลำไยที่คุณภาพไม่เป็นไปตามข้อกำหนดของชั้นหนึ่ง แต่เป็นไปตามคุณภาพของชั้นสองหรือยกเว้นคุณภาพยังอยู่ในเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนของคุณภาพชั้นสองปนมาได้ไม่เกิน 10% โดยจำนวนหรือน้ำหนัก
ชั้นสอง	ยอมให้ผลลำไยที่คุณภาพไม่เป็นไปตามข้อกำหนดของชั้นสองหรือไม่ได้คุณภาพขั้นต่ำปนมาได้ 10% โดยไม่มีผลเน่าเสียจนไม่เหมาะต่อการบริโภค

ที่มา: สำนักส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 6 จังหวัดเชียงใหม่ (2553)

5. ข้อกำหนดเรื่องการจัดเรียง

5.1 ความสม่ำเสมอ (Uniformity)

ลำไยที่บรรจุในแต่ละภาชนะบรรจุต้องสม่ำเสมอและเป็นพันธุ์เดียวกัน คุณภาพและขนาดต้องสม่ำเสมอ ส่วนของผลที่มองเห็นในภาชนะต้องเป็นตัวแทนของทั้งหมด

5.2 การบรรจุหีบห่อ (Packaging)

ต้องบรรจุในภาชนะที่สามารถเก็บรักษาลำไยได้เป็นอย่างดี วัสดุที่ใช้ในการบรรจุต้องสะอาดและมีคุณภาพเพื่อป้องกันความเสียหายอันจะมีผลต่อลำไย การปิดฉลากต้องใช้หมึกพิมพ์หรือกาวที่ไร้พิษ บรรจุภัณฑ์ต้องมีคุณภาพ ถูกอนามัย ถ่ายเทอากาศได้และมีคุณสมบัติทนทานต่อการปฏิบัติการขนส่ง และรักษาผลลำไยได้ บรรจุภัณฑ์ต้องปราศจากกลิ่นและวัตถุแปลกปลอม

5.3 การจัดเรียง (Presentation)

ผลลำไยต้องมีการจัดเสนอในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งดังต่อไปนี้

- ผลเดี่ยว ลำไยที่ตัดเป็นผลเดี่ยวต้องเหลือขั้วไว้ประมาณ 5 มม.
- ลำไยช่อ ต้องมีผลติดอยู่ไม่ต่ำกว่า 3 ผล และความยาวช่อต้องไม่เกิน 15 ซม.

อนุญาตให้มีผลร่วงระหว่างการขนส่งได้ไม่เกิน 10% โดยจำนวนหรือน้ำหนักของแต่ละบรรจุภัณฑ์

6. เครื่องหมายหรือฉลาก (Marking or Labelling)

6.1 บรรจุภัณฑ์สำหรับผู้บริโภคสุดท้าย (Consumer Packages)

- ประเภทของผลผลิต ให้ปิดฉลากเพื่อแจ้งชื่อลำไย และชื่อพันธุ์ลำไย
- ข้อมูลผู้จำหน่าย ระบุชื่อ ที่อยู่ ประเทศ ของผู้จำหน่ายและผู้บรรจุ
- ต้องระบุปริมาณซัลเฟอร์ไดออกไซด์ในเนื้อลำไยเป็น มิลลิกรัม/กิโลกรัม ถ้าลำไยนั้นๆ รมด้วยซัลเฟอร์ไดออกไซด์

6.2 บรรจุภัณฑ์สำหรับขายส่ง (Non-retail Containers) ต้องประกอบด้วยข้อความดังต่อไปนี้

- ประเภทของผลิตผล ให้ปิดชื่อลำไย และชื่อพันธุ์ลำไย
- ข้อมูลแหล่งผลิต ต้องระบุว่าประเทศไทย และจังหวัดแหล่งผลิตในประเทศ
- ข้อมูลเชิงพาณิชย์ ชั้นคุณภาพ ขนาด น้ำหนัก
- เครื่องหมายการตรวจสอบทางราชการ (ทางเลือก)
- ต้องระบุปริมาณซัลเฟอร์ไดออกไซด์ในเนื้อลำไยเป็น มิลลิกรัม/กิโลกรัม ถ้าลำไยนั้นๆ รมด้วยซัลเฟอร์ไดออกไซด์

7. สารปนเปื้อน (Contaminants)

สารพิษตกค้างในผลลำไยต้องอยู่ภายใต้พิกัดสูงสุดของสารพิษตกค้างดังต่อไปนี้

- AZINPHOS-METHYL ไม่เกิน 1 มิลลิกรัม / กิโลกรัม
- DICOFOL ไม่เกิน 5 มิลลิกรัม / กิโลกรัม

8. วัตถุเจือปนอาหาร (Food Additives)

อนุญาตให้ลำไยที่ผ่านการรมด้วยซัลเฟอร์ไดออกไซด์ มีซัลเฟอร์ไดออกไซด์ในเนื้อลำไยได้ไม่เกิน 10 มิลลิกรัม / กิโลกรัม

9. สุขลักษณะ (Hygiene)

ผลิตผลในมาตรฐานนี้ ให้ดำเนินการไปตามหลักการทั่วไปของการปฏิบัติที่ถูกต้องทางการเกษตร (Good Agricultural Practice: GAP)

10. เกณฑ์การวิเคราะห์และชักตัวอย่าง (Analysis and Sampling Procedures)

10.1 เกณฑ์การวิเคราะห์

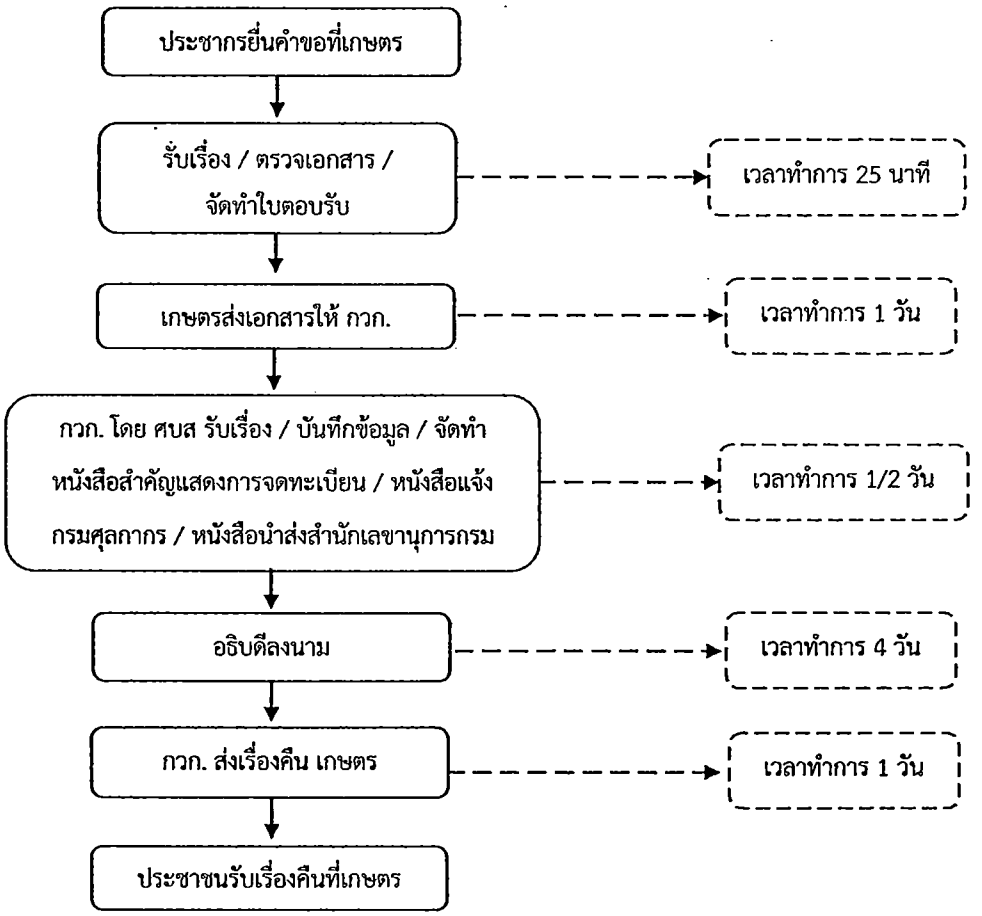
- ซัลเฟอร์ไดออกไซด์ ใช้วิธีวิเคราะห์ตาม AOAC 990.28,16 Edition, 1995

- AZINPHOS-METHYL และ DICOFOL ใช้วิธี Modified ของ Luke, M.A., J.E. Froberg, G.M. Doose, and H.T. Massumoto. 1981.

10.2 เกณฑ์การชักตัวอย่าง

ซัลเฟอร์ไดออกไซด์ AZINPHOS-METHYL และ DICOFOL ชักตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่ม (Random Sampling)

4.1.2 การจดทะเบียนผู้ส่งออกลำไยสด



รูป 4.1 แผนผังแสดงขั้นตอนและระยะเวลาการปฏิบัติราชการ

ที่มา: ศูนย์บริการร่วม, กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2557)

ในการส่งออกลำไยสดไปยังต่างประเทศ ผู้ส่งออกจะต้องจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกและทะเบียนโรงคัดบรรจุกับกรมวิชาการเกษตรเพื่อเป็นข้อมูลและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้กรณีพบ

ปัญหาที่ปลายทาง โดยขั้นตอนและระยะเวลาที่ใช้ในการจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกลำไยสดมีขั้นตอนแสดงดังรูป 4.1

4.1.3 ขั้นตอนวิธีการขอใบรับรองปลอดศัตรูพืช (Phytosanitary Certificate: PC) เพื่อใช้ในการส่งออก

4.1.3.1 วิธีการขอใบรับรองปลอดศัตรูพืช (Phytosanitary certificate : PC) เพื่อใช้ในการส่งออก (ศูนย์บริการศุลกากร, 2557(1))

ในการส่งออกพืชหรือผลิตผลพืชไปต่างประเทศ หากผู้ส่งออกประสงค์จะขอใบรับรองปลอดศัตรูพืช เพื่อแสดงว่าพืชที่จะส่งออกนั้นปลอดศัตรูพืช กรมวิชาการเกษตรมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่บริการตรวจพืชเพื่อรับรองการปลอดศัตรูพืช ให้ได้ตามมาตรฐานทางด้านสุขอนามัยพืชที่สอดคล้องกับความตกลงว่าด้วยการใช้มาตรการสุขอนามัย และสุขอนามัยพืชภายใต้องค์การการค้าโลก และออกใบรับรองปลอดศัตรูพืชให้กับพืชหรือผลิตผลพืช เพื่อส่งออกไปต่างประเทศ ตามข้อกำหนดและเงื่อนไขนำเข้าของประเทศผู้นำเข้า โดยดำเนินการตรวจพืช ศัตรูพืช และควบคุมให้มีการกำจัดศัตรูพืชทางกักกันพืชที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ

การออกใบรับรองปลอดศัตรูพืช (Phytosanitary Certificate; PC) ให้กับพืชและผลิตผลพืช เพื่อส่งออกไปต่างประเทศ เป็นการปฏิบัติงาน ภายใต้พระราชบัญญัติกักพืช พ.ศ. 2507 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติกักพืช (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2542 มาตรา 15 และมาตรา 16 การขอใบรับรองปลอดศัตรูพืชไม่ใช่เป็นมาตรการบังคับให้ผู้ส่งออกพืช หรือผลิตผลของพืช ต้องขอใบรับรองปลอดศัตรูพืช แต่เป็นการให้การบริการแก่ผู้ส่งออกที่มีความประสงค์ต้องการขอให้ทางราชการรับรอง ว่าพืชและผลิตผลพืชที่ส่งออกนั้นปลอดศัตรูพืชพนักงานเจ้าหน้าที่ต้องให้การบริการตรวจศัตรูพืช และออกใบรับรองปลอดศัตรูพืชให้ ใบรับรองปลอดศัตรูพืชนี้จะออกให้เฉพาะกรณีรับรองการปลอดศัตรูพืชของพืชและผลิตผลพืชที่ส่งออกไปยังต่างประเทศเท่านั้น

วิธีการขอใบรับรองปลอดศัตรูพืช (Phytosanitary Certificate: PC) เพื่อใช้ในการส่งออกมีขั้นตอน ดังนี้

1. การเตรียมเอกสาร
   - แบบคำขอ พ.ก.9 จำนวน 1 ชุด (ต้นฉบับ 1 ฉบับ และสำเนา 2 ฉบับ)
   - หนังสือมอบอำนาจ พร้อมหลักฐานการมอบอำนาจ (กรณีส่งออกในนามนิติบุคคล หรือผู้ส่งออกไม่ได้มายื่นด้วยตนเอง) หนังสือมอบอำนาจมีอายุ 1 ปี
   - เอกสารประกอบอื่น (ถ้ามี) เช่น หนังสืออนุญาตนำเข้า (Import Permit) บัญชีรายการสินค้า (Packing List) ใบกำกับภาษี (Invoice) ใบ Letter of Credit (L/C) เป็นต้น หนังสือสำคัญแสดงการเป็นผู้ส่งออกที่ออกให้โดยกรมวิชาการเกษตร (ในกรณีการส่งออก ลำไย)

2. ขั้นตอนการดำเนินงาน

- ติดต่อเจ้าหน้าที่ Font Desk เพื่อลงบันทึกการใช้บริการ
- ผู้ส่งออกหรือตัวแทนยื่นคำขอ พ.ก. 9 พร้อมเอกสารประกอบ และแจ้งสถานที่ที่จะให้เจ้าหน้าที่ไปตรวจสินค้าต่อเจ้าหน้าที่กรมวิชาการเกษตร ณ ศูนย์บริการออกแบบเบ็ดเสร็จ (ศสบ.)
- เจ้าหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้องของคำขอ พ.ก.9 และเอกสารประกอบและแจ้งชื่อหน่วยงานที่รับผิดชอบในพื้นที่พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ให้ผู้ส่งออกทราบเพื่อนัดหมายวัน-เวลากับพนักงานเจ้าหน้าที่ที่จะไปปฏิบัติงานโดยตรง
- การดำเนินการเพื่อตรวจสอบ/หรือควบคุมการจำกัดศัตรูพืช
- เจ้าหน้าที่จัดส่งคำขอ พ.ก.9 ทางโทรสารให้หน่วยงานที่รับผิดชอบในพื้นที่ที่ต้องปฏิบัติงาน ทำการตรวจสอบและ/หรือควบคุมการจำกัดศัตรูพืช
- ผู้ส่งออกแจ้งพนักงานเจ้าหน้าที่ทางโทรศัพท์หรือด้วยตนเอง เพื่อนัดเวลาให้พนักงานเจ้าหน้าที่ตรวจและ/หรือควบคุมการจำกัดศัตรูพืช
- พนักงานเจ้าหน้าที่ออกไปปฏิบัติงานและจัดทำรายงานการปฏิบัติงานส่งให้เจ้าหน้าที่กรมวิชาการเกษตร ณ ศสบ.ทางโทรสารในวันรุ่งขึ้น (วันทำการ) สำหรับเอกสารต้นฉบับให้รวบรวมจัดส่งให้กลุ่มบริการส่งออกสินค้าเกษตรทุกวันจันทร์
- ผู้ส่งออกมาขอรับใบรับรองปลอดศัตรูพืชได้ที่ ศสบ. โดยนำสำเนา พ.ก.9 และ Bill of Lading มาประกอบการขอรับใบรับรองปลอดศัตรูพืช
- เจ้าหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้อง จัดพิมพ์ใบรับรองปลอดศัตรูพืช และมอบให้ผู้ส่งออกตรวจสอบความถูกต้องและคืนให้กับเจ้าหน้าที่แล้วชำระค่าธรรมเนียมต่างๆ และรอรับใบรับรองปลอดศัตรูพืชที่ได้ลงนามโดยมีผู้มีอำนาจแล้ว

3. ค่าธรรมเนียมในการขอใบรับรองปลอดศัตรูพืช

- ค่าธรรมเนียมใบรับรองปลอดศัตรูพืชฉบับละ 50 บาท
- ค่าป่วยการ (กรณีนัดหมายให้พนักงานเจ้าหน้าที่ออกไปปฏิบัติงานนอกสถานที่) คิดตามระยะเวลาในการปฏิบัติงานโดยเริ่มนับจากเวลาที่พนักงานเจ้าหน้าที่ออกปฏิบัติงานจนถึงสำนักงาน

  เวลา 08.30 น. -18.00 น. ชั่วโมงแรก 60 บาท ชั่วโมงต่อไป 20 บาท

  หลังเวลา 18.00 น. ชั่วโมงแรก 80 ชั่วโมงต่อไป 40 บาท
- ค่าพาหนะเดินทาง (กรณีนัดหมายให้พนักงานเจ้าหน้าที่ไปปฏิบัติงานนอกสถานที่) ให้ชำระตามอัตราที่กำหนดในประกาศกรมวิชาการเกษตร เรื่อง กำหนดอัตราค่ายานพาหนะสำหรับพนักงานเจ้าหน้าที่ ซึ่งปฏิบัติงานตามพระราชบัญญัติกักพืช พ.ศ.2507

4. ข้อแนะนำในการยื่นขอใบรับรองปลอดศัตรูพืช

- ผู้ส่งออกควรศึกษาเงื่อนไขข้อกำหนดในการนำเข้าสินค้าของประเทศปลายทางก่อน และควรสอบถามลูกค้าว่ามีหนังสืออนุญาตนำเข้า (Import Permit) หรือไม่ ถ้ามีขอให้ศึกษารายละเอียดข้อกำหนดที่ระบุไว้ในใบอนุญาตนำเข้า ซึ่งผู้ส่งออกจะต้องจัดเตรียมสินค้าและเอกสารให้เป็นไปตามเงื่อนไขข้อกำหนดนั้น
- ผู้ส่งออกควรตรวจสอบรายละเอียดในคำขอ พ.ก.9. ให้ตรงกับในใบกำกับสินค้า
- ผู้ส่งออกควรตรวจสอบชนิดของสินค้าและปริมาณให้ถูกต้องกับ Order ของลูกค้า

4.1.3.2 การตรวจและออกใบรับรองสุขอนามัยพืช ณ คลังสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (ศูนย์บริการศุลกากร, 2557(2))

การออกใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate) ให้กับพืช/ ผลผลิตพืช เพื่อส่งออกไป ต่างประเทศเป็นการปฏิบัติงานภายใต้พระราชบัญญัติกักพืช พ.ศ.2507 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติ (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2542 และฉบับที่ 3 พ.ศ.2551

การออกใบรับรองสุขอนามัยพืชมิใช่มาตรการบังคับขึ้นอยู่กับความประสงค์ของผู้ส่งออกหรือเป็นความต้องการของประเทศผู้นำเข้าที่ต้องการให้มีใบรับรองสุขอนามัยพืชกำกับไปกับพืช/ ผลผลิตพืชเพื่อเป็นการแสดงว่าพืช/ ผลผลิตพืชที่ส่งออกไปนั้นปราศจากศัตรูพืช

ขั้นตอนการปฏิบัติสำหรับผู้ส่งออก/ตัวแทนรับส่งสินค้าทางอากาศในการยื่นคำขอและรับใบรับรองสุขอนามัยพืช

1. ผู้ส่งออก/ตัวแทนควรศึกษาข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกและนำเข้าของแต่ละประเทศเพื่อจะได้จัดเตรียมสินค้าได้อย่างถูกต้องและเป็นไปตามข้อกำหนดในการนำเข้าของประเทศปลายทาง
2. ผู้ส่งออก/ตัวแทนต้องจัดเตรียมพืชที่จะส่งออกเพื่อให้พนักงานเจ้าหน้าที่ตรวจสอบดังต่อไปนี้

2.1 จัดเตรียมพืชที่จะส่งออกให้ถูกสุขอนามัยพืชตามหลักเกณฑ์ของประเทศปลายทาง

2.2 แสดงบัญชีรายชื่อพืชในแต่ละภาชนะบรรจุให้ตรงตามชนิดและปริมาณที่แจ้งในคำขอ และใบแนบบัญชีแสดงรายชื่อพืชที่แนบมากับคำขอ

2.3 บรรจุพืชในภาชนะบรรจุที่แข็งแรง และเหมาะสม

2.4 ไม่บรรจุสิ่งอื่นใดนอกเหนือจากพืชตามที่ได้แจ้งไว้ในคำขอและบัญชีแสดงรายชื่อพืชที่แนบมากับขอ

3. ผู้ส่งออก/ตัวแทนจัดทำเอกสารคำขอ พ.ก.7 พร้อมแนบเอกสารประกอบที่เกี่ยวข้อง โดย

กรอกรายละเอียดให้ถูกต้องครบถ้วนตรงตามความเป็นจริง โดยเฉพาะรายละเอียดชนิดของพืช ชื่อวิทยาศาสตร์ ปริมาณที่ส่งออก ระบุน้ำหนัก และจำนวนกล่อง เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการตรวจสอบ

4. นำสินค้าทั้งหมดที่ต้องการขอรับใบรับรองสุขอนามัยพืชเข้าไปภายในอาคารคลังสินค้า Perishable Center และยื่นคำขอ พ.ก.7 พร้อมเอกสารประกอบที่เกี่ยวข้องให้กับเจ้าหน้าที่ (ดังรูป 4.2 และ 4.3)

5. เจ้าหน้าที่ตรวจสอบคำขอ พ.ก.7 และเอกสารที่เกี่ยวข้อง รวมถึงรายชื่อชนิดพืช/ผลผลิตพืชที่ขอส่งออกว่าเป็นพืชสงวนหรือสิ่งต้องห้ามของประเทศปลายทางหรือไม่ เมื่อตรวจเอกสารต่างๆ ถูกต้องและครบถ้วนแล้วจึงทำการสุ่มตรวจตัวอย่างเพื่อตรวจหาศัตรูพืช

6. นำเจ้าหน้าที่มาตรวจสินค้าพร้อมอำนวยความสะดวกในการเปิดกล่องบรรจุหีบห่อ เพื่อสุ่มตัวอย่างชนิด สินค้าที่เจ้าหน้าที่ต้องการจะตรวจสอบ และทำการตรวจสอบศัตรูพืช

7. การสุ่มตรวจพืช/ ผลผลิตพืชดำเนินการดังนี้

7.1 สุ่มพืช/ผลผลิตพืชไม่เกิน 5% จากสินค้าทั้งหมดและนำพืช/ผลผลิตพืชที่สุ่มส่งนักวิชาการเพื่อตรวจหาศัตรูพืชที่อาจติดมากับพืช/ผลผลิตพืชด้วยแว่นขยายพร้อมไฟส่องหรือ Dissecting Stereo Zoom

7.2 ผลการตรวจพืช/ ผลผลิตพืช

7.2.1 กรณีตรวจพบศัตรูพืช

- ไม่พบศัตรูพืชดำเนินการตามข้อ 8
- ตรวจพบศัตรูพืช ในกรณีที่เป็นศัตรูพืชกักกันของประเทศปลายทางให้คัดพืชชนิดนั้นออกทั้งหมดและออกใบรับรองสุขอนามัยให้กับพืชที่เหลือ

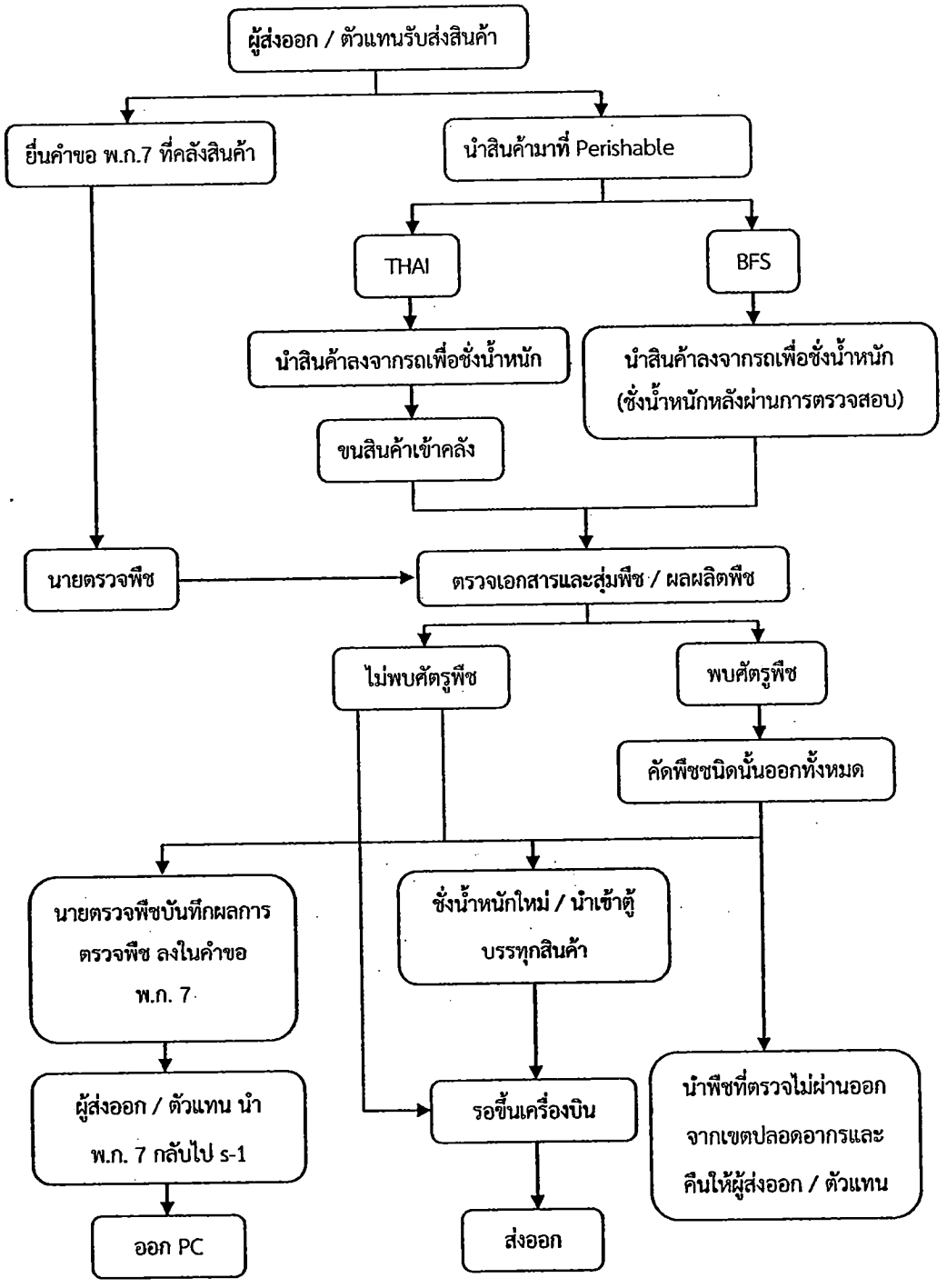
7.2.2 กรณีตรวจพบการชุกซ่อน/ลักลอบส่งออกพืช หรือผลผลิตพืช

- ครั้งที่ 1 คัดพืชนั้นออกทั้งหมดและออกใบรับรองสุขอนามัยพืชให้กับพืชที่เหลือ
- ครั้งที่ 2 เมื่อกระทำความผิดซ้ำภายในระยะเวลา 30 วันนับจากครั้งที่ 1 จะปฏิเสธการออกใบรับรองสุขอนามัยพืชให้กับสินค้าทั้งหมด และการส่งออกในครั้งต่อไป ให้เปิดตรวจสินค้าทั้งหมดต่อเนื่องกันไป 30 ครั้งหรือภายในระยะเวลา 6 เดือน
- ครั้งที่ 3 เมื่อกระทำความผิดซ้ำในระหว่างการตรวจสินค้าต่อเนื่อง 30 ครั้งหรือภายในระยะเวลา 6 เดือน จะปฏิเสธการออกใบรับรองสุขอนามัยพืชให้กับสินค้าทั้งหมด และงดการให้บริการออกใบรับรองสุขอนามัยพืชเป็นเวลา 30 วันนับจากวันที่ตรวจพบ

7.2.3 กรณีตรวจพบการแจ้งปริมาณ หรือน้ำหนักของพืชไม่ตรงกับที่ส่งออกจริง

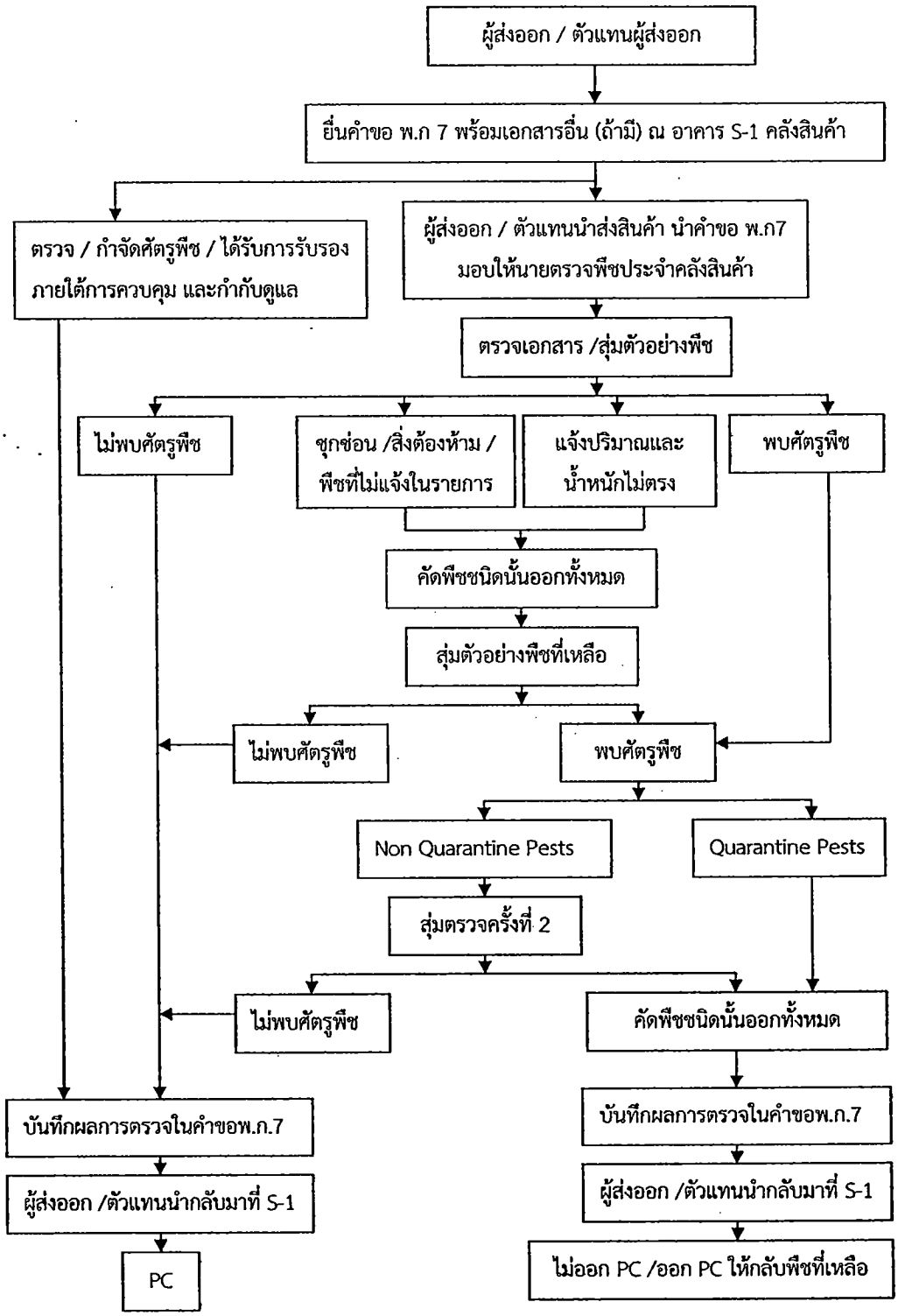
- ครั้งที่ 1 คัดพืชที่แจ้งปริมาณหรือน้ำหนักไม่ตรงนั้นออกทั้งหมดและออก

ใบรับรองสุขอนามัยพืชให้กับพืชที่เหลือ



รูป 4.2 การตรวจและออกใบรับรองสุขอนามัยพืช อาคาร S-1 (สำหรับผู้ส่งออก/ผู้แทน)

ที่มา: ศูนย์บริการศุลกากร, 2557(2)



รูป 4.3 การตรวจและออกใบรับรองสุขอนามัยพืช อาคาร S-1 (สำหรับพนักงานเจ้าหน้าที่)

ที่มา: ศูนย์บริการศุลกากร, 2557(2).

- ครั้งที่ 2 เมื่อกระทำความผิดซ้ำภายในระยะเวลา 30 วัน นับจากครั้งที่ 1 จะปฏิเสธการออกใบรับรองสุขอนามัยพืชให้กับสินค้าทั้งหมด และการส่งออกในครั้งต่อไปให้ เปิดตรวจสินค้าทั้งหมดต่อเนื่องกันไป 30 ครั้ง หรือภายในระยะเวลา 6 เดือน
- ครั้งที่ 3 เมื่อกระทำความผิดซ้ำในระหว่างการตรวจสินค้าต่อเนื่อง 30 ครั้ง หรือภายในระยะเวลา 6 เดือน จะปฏิเสธการออกใบรับรองสุขอนามัยพืชให้กับสินค้าทั้งหมด และงดการให้บริการออกใบรับรองสุขอนามัยพืชเป็นเวลา 30 วัน นับจากวันที่ตรวจพบ

7.2.4 กรณีตรวจพบพืช/ผลผลิตพืชที่เป็นสิ่งต้องห้ามของประเทศปลายทาง

สิ่งต้องห้ามดินและพืชสงวนของประเทศไทย หากตรวจพบเจ้าหน้าที่จะทำการคัดพืช/ผลผลิตพืชดังกล่าวออกทั้งหมด และออกใบรับรองสุขอนามัยพืชให้กับพืชที่เหลือ

8. ผู้ส่งออก/ ตัวแทนนำคำขอ พ.ก.7 ที่ผ่านการตรวจสอบแล้ว ยื่นให้เจ้าหน้าที่ที่อาคาร S-1 เพื่อออกใบรับรองสุขอนามัยพืช

9. ผู้ส่งออก/ตัวแทนตรวจสอบความถูกต้องของใบรับรองสุขอนามัยพืช หากพบว่าข้อผิดพลาดเช่น การพิมพ์ไม่ถูกต้อง ให้แจ้งเจ้าหน้าที่เพื่อทำการแก้ไข และออกใบรับรองสุขอนามัยพืชให้ใหม่

10. เจ้าหน้าที่เสนอผู้มีอำนาจลงนามพิจารณาความถูกต้องของใบรับรองสุขอนามัยพืชและลงนาม

11. ผู้ส่งออก/ตัวแทนจ่ายค่าธรรมเนียม และรอรับใบรับรองสุขอนามัยพืช

4.2 มาตรฐาน ข้อบังคับ และระเบียบปฏิบัติการนำเข้าลำไยของอินเดีย

ในการค้าระหว่างไทยและอินเดียนั้น จากข้อมูลของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศและกรมการค้าต่างประเทศ และสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองมุมไบ ทำให้ทราบว่าปัจจุบันไทยได้มีความร่วมมือทางการค้ากับประเทศอินเดียถึง 3 ข้อตกลงได้แก่

1. ความตกลงเขตการค้าเสรีไทย-อินเดีย (Thailand-India Free Trade Agreement: TIFTA)
2. ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-อินเดีย (ASEAN-India Free Trade Agreement: AIFTA)
3. ความตกลงการค้าเสรีบีมสเทค (BIMSTEC Free Trade Area: BIMSTEC FTA)

ซึ่งในแต่ละความตกลงมีรายละเอียดดังนี้

4.2.1 เขตการค้าเสรีไทย-อินเดีย (Thailand-India Free Trade Agreement: TIFTA)

แนวคิดในการร่วมมือด้านเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุนในรูปของการจัดข้อตกลงการค้าเสรีหรือ Free Trade Area (FTA) ระหว่างไทยและอินเดีย ได้เริ่มขึ้นเมื่อนายกรัฐมนตรี (ดร. ทักษิณ ชินวัตร) เดินทางไปเยือนอินเดียระหว่างวันที่ 26-29 พฤศจิกายน 2544 และผู้นำทั้งสองฝ่ายเห็นพ้องกันในการขยายความร่วมมือด้านเศรษฐกิจการค้าและการลงทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดทำเขตการค้าเสรีไทย-อินเดีย (FTA) จึงได้มีการจัดตั้งคณะทำงานร่วม (Joint Working Group: JWG) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดทำเขตการค้าเสรีไทย-อินเดีย ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า การทำ FTA ไทย-อินเดีย จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อทั้งสองประเทศ คือ (1) มีความเป็นไปได้และจะก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันโดยจะช่วยให้ขยายการค้าของทั้งสองประเทศ และ (2) ทำให้ทั้งสองประเทศมีความร่วมมือทางเศรษฐกิจในสาขาต่างๆ เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือให้ขยายตัวเพิ่มขึ้นในด้านต่างๆ ที่สำคัญ เช่น การท่องเที่ยว การศึกษา การเงินและการธนาคาร การสาธารณสุข การบินและการขนส่งระหว่างประเทศ เป็นต้น นอกจากนี้เขตการค้าเสรียังมีความสำคัญในเชิงกลยุทธ์เพื่อรักษาสถานภาพของไทยในฐานะคู่ค้าสำคัญของอินเดียก่อนที่อินเดียและจีนจะบรรจุข้อตกลงการค้าเสรีระหว่างวันในอนาคตอันใกล้ ซึ่งเมื่อถึงเวลานั้นอาจทำให้อินเดียไม่ต้องพึ่งพาการค้ากับประเทศไทยก็เป็นได้

สำหรับกรอบความตกลง FTA ไทย-อินเดีย ประกอบด้วย 5 หัวข้อดังนี้

1. **ด้านการค้าสินค้า:** ยกเลิกมาตรการภาษีและมิใช่ภาษี (NTB) ให้ครอบคลุมทุกสินค้า โดยกำหนดเป็นเขตการค้าเสรีในปี 2553
2. **ด้านการค้าบริการ:** กำหนดให้ทยอยเปิดเสรีในสาขาที่พร้อมก่อน โดยมีกำหนดเจรจาเสร็จสิ้นภายในครึ่งปีแรกในปี 2549
3. **ด้านการลงทุน:** กำหนดกฎเกณฑ์ที่กระตุ้นการค้าการลงทุนระหว่างกัน
4. **ด้านความร่วมมือทางเศรษฐกิจอื่นๆ:** แสวงหาความร่วมมือใหม่ๆ และสร้างกลไกในการส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจที่ใกล้ชิดยิ่งขึ้น เช่น การประมง เทคโนโลยีสารสนเทศ การท่องเที่ยว
5. **มาตรการอำนวยความสะดวกด้านการค้าการลงทุน:** การอำนวยความสะดวกด้านพิธีการศุลกากร และจัดทำข้อตกลงยอมรับความร่วมมือในด้านมาตรฐานและการตรวจสอบมาตรฐาน (Mutual Recognition Arrangement: MRA)

สำหรับการส่งออกสินค้าของไทยในปัจจุบัน ผู้ประกอบการไทยที่ส่งออกผลไม้ได้ใช้ประโยชน์จากความตกลงเขตการค้าเสรีไทย-อินเดีย (TIFTA) นี้ โดยเฉพาะข้อตกลงการเร่งลดภาษีสินค้าบางส่วนทันที หรือที่เรียกว่า Early Harvest Scheme (EHS) ซึ่งเป็นสินค้ากลุ่มแรกที่ทำได้ทำการตกลงการลดภาษีก่อนสินค้าอื่นๆ โดยสินค้าในกลุ่ม EHS มีจำนวนทั้งสิ้น 82 รายการ ซึ่งมีทั้งสินค้าเกษตร เช่น ผลไม้ ข้าวสาลี อาหารทะเลกระป๋อง และสินค้าอุตสาหกรรมที่ไทยมีศักยภาพ เช่น

อัญมณีและเครื่องประดับ (พลอยสี) เม็ดพลาสติก เครื่องปรับอากาศ และส่วนประกอบ พัดลม ตู้เย็น รวมถึงเครื่องจักร เป็นต้น

ตาราง 4.4 อัตราภาษีการนำเข้าผลไม้ของอินเดียภายใต้กรอบ TIFTA

รหัส HS	รายการสินค้า	หน่วย	อัตราภาษีศุลกากรอินเดีย (ปกติ)	ตาราง EHS อินเดีย-ไทย		
				1 ก.ย. 2547-31 ส.ค. 2548	1 ก.ย. 2548 - 31 ส.ค. 2549	1 ก.ย. 2549
080450	ฝรั่ง (08045010) มะม่วง (08045020) มังคุดสด (08045030)	kg.	30	15.00	7.50	0
080610	องุ่นสด	kg.	40	20.00	10.00	0
080810	แอปเปิล	kg.	50	25.00	12.50	0
081060	ทุเรียน	kg.	30	15.00	7.50	0
081090	ลำไย (08109010) ลิ้นจี่ (08109020) เงาะ (08109030) มะเฟือง (08109040) ขนุน (08109050) มะขาม (08109060) สละ (08109091) แก้วมังกร (08109092) ละมุด (08109093) น้อยหน่า (08109099001) ลองกอง (08109099002) ชมพู่ (08109099003) อื่น (08109099090) เช่น ทับทิม	kg.	30	15.00	7.50	0

ที่มา: กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (2555)

สำหรับอัตราภาษีนำเข้าผลไม้ของอินเดียภายใต้กรอบ TIFTA แสดงดังตาราง 4.4 โดยตั้งแต่วันที่ 1 ก.ย. 2549 ไทยสามารถส่งออกผลไม้ไทยที่มีศักยภาพได้หลายชนิด ซึ่งในข้อกำหนด TIFTA มีการระบุไว้อย่างแจ้งชัดในรูปของ HS code ว่ากำหนดภาษีการนำเข้าเป็น 0 ในรายการใดบ้าง ดังนั้นเมื่อนำรหัส HS ดังกล่าวมาเทียบกับรหัส HS ของผลไม้ไทยที่ส่งออกจึงพบว่าผลไม้ที่

อินเดียงดเว้นการเก็บภาษีได้แก่ ผลไม้รหัส 080450 คือ ฝรั่ง มะม่วง และมังคุด รหัส 080610 คือ องุ่นเฉพาะสด รหัส 080810 คือ แอปเปิล รหัส 081060 คือ ทุเรียน และรหัส 081090 ได้แก่ ลำไย ลิ้นจี่ เงาะ มะเฟือง ขนุน มะขาม สละ (08109091) แก้วมังกร ละมุด (08109093) น้อยหน่า ลองกอง ชมพู่ และผลไม้อื่น เช่น ทับทิม ซึ่งสอดคล้องกับผลไม้ไทยที่ทีมวิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลและได้พบผลไม้ไทยเหล่านี้ในตลาดค้าส่งและตลาดค้าปลีกของเมืองมุมไบ ประเทศอินเดีย ซึ่งนับตั้งแต่มีการลดภาษี EHS ทำให้มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 4.5 แสดงมูลค่าการส่งออกผลไม้จากประเทศไทยไปยังอินเดียภายใต้พิกัดที่ได้รับสิทธิประโยชน์ทางการค้า TIFTA ระหว่างปี 2548 – 2556 (กรมศุลกากร, 2557) ซึ่งพบว่ามีมูลค่ารวมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในปี 2555 และ 2556 ที่มีมูลค่าการส่งออกรวมมากถึง 66.70 และ 76.35 ล้านบาท ตามลำดับ ดังรูป 4.4 โดยผลไม้ที่มีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกมากที่สุดในปี 2556 คือ มะขาม (24.17 ล้านบาท) รองลงมาคือ ลำไย (24.165 ล้านบาท) แก้วมังกร (1.15 ล้านบาท) เงาะ (1.13 ล้านบาท) ฝรั่ง (0.97 ล้านบาท) และมังคุด (0.47 ล้านบาท) ตามลำดับ

ปัญหาและอุปสรรคในการส่งออก

โดยภาพรวม ปัจจุบันอินเดียยังมีการใช้มาตรการกีดกันที่มิใช่ภาษี อยู่หลายประเภท ดังนี้

1. การกำหนดในอนุญาตนำเข้า (Import Licensing) สำหรับสินค้าบางประเภท และปัญหาที่สำคัญอีกประการ คือ การประเมินราคาศุลกากรของอินเดีย ซึ่งมักจะถูกปฏิเสธมูลค่านำเข้าแจ้งและทำการประเมินราคาใหม่ ส่งผลให้ผู้นำเข้าต้องเสียภาษีมากขึ้น

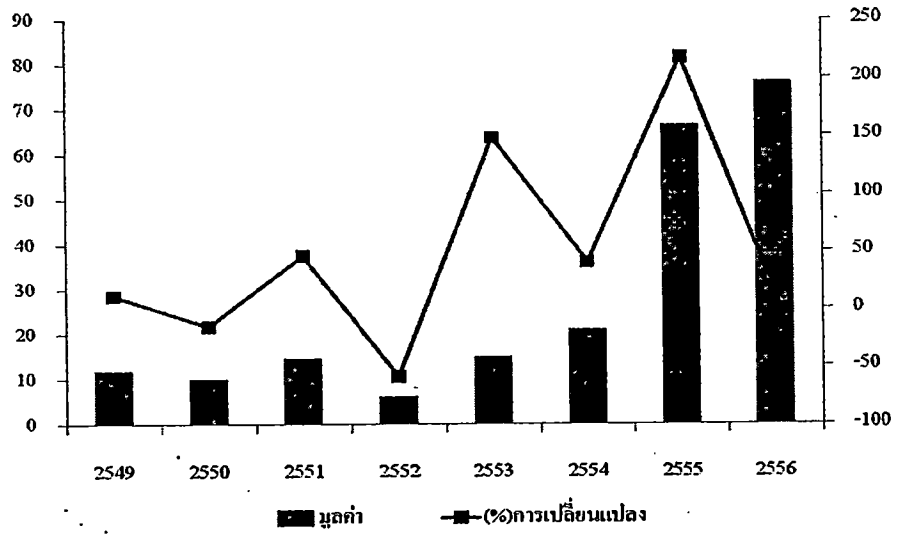
2. ปัญหาเรื่องมาตรฐานและการทดสอบมาตรฐาน ถือเป็นอุปสรรคสำคัญอีกประการของการส่งออกไปยังไปประเทศอินเดีย ซึ่งอินเดียกำหนดให้ต้องมีการรับรองจากมาตรฐานของอินเดียก่อนจึงจะสามารถนำเข้ามาได้ สำหรับผลิตภัณฑ์เกษตรและอาหารนั้น หลายมาตรฐานสินค้าที่อินเดียกำหนดนั้นยังไม่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล รวมทั้งมาตรฐานเกี่ยวกับการส่งออกผลไม้สดของไทยในบางชนิดไปยังประเทศอินเดีย

3. กฎแหล่งกำเนิดสินค้า กฎแหล่งกำเนิดสินค้าเป็นกฎเกณฑ์ที่ประเทศคู่เจรจา FTA กำหนดขึ้นระหว่างเพื่อตรวจสัญชาติของสินค้า ซึ่งเป็นสินค้าแต่ละชนิดก็จะมีกฎแหล่งกำเนิดแตกต่างกันไป และแตกต่างกันไปอีกในแต่ละ FTA สินค้าที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันก็อาจจะมีกฎเกณฑ์ที่ใกล้เคียงกัน หรืออาจแตกต่างกันก็ได้ โดยสินค้าส่งออกของไทยที่จะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีศุลกากรภายใต้ FTA ไทย-อินเดียจะต้องเป็นสินค้าที่ผลิตในประเทศไทย และคุณสมบัติถูกต้องตามกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้าที่ไทยและอินเดียกำหนดร่วมกัน ซึ่งหลักเกณฑ์สำคัญดังนี้

ตาราง 4.5 มูลค่าการส่งออกผลไม้จากประเทศไทยไปยังอินเดียภายใต้ TIFTA

สินค้า (HS code)	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554	2555	2556
ฝรั่ง (08045010)	17,563	12618	230,921	2,878,644	210,043	154,863	200,401	153,644	972,770
มะม่วง (08045020)		25190	61,040	38,508	400	2,393	13,288	763,497	47,370
มังคุดสด (08045030)	95,123		198,012	449,930	83,597	276,521	121,433	649,21	466,398
องุ่นสด					312				
แอปเปิล					200		29		
ทุเรียน								10,171	30,566
ลำไย (08109010)	1,107,587	2,488,562	7,531,781	7,533,539	4,637,603	2,651,914	6,684,166	19,398,739	9,777,058
ลิ้นจี่ (08109020)				1,995,724			5,606		559,800
เงาะ (08109030)	85,649		163,754	1,316,535	82,729	172,047	57,150	174,793	1,129,121
มะเฟือง (08109040)			18,923						
ขนุน (08109050)								62	
มะขาม (08109060)			1,863,574	447,012	1,040,417	11,753,529	13,946,971	15,506,375	24,165,717
แก้วมังกร (08109092)								120,125	1,148,037
น้อยหน่า (08109099001)								129,097	251
ลองกอง (08109099002)		959,991							
ชมพู่ (08109099003)									3,925
อื่น (08109099090) เช่น ทับทิม	9,462,593	8,429,111						30,442,410	38,046,707
รวม	10,768,515	11,915,472	10,068,005	14,659,892	6,055,301	15,011,267	21,029,044	66,698,913	76,347,720

ที่มา: กรมศุลกากร (2556)



รูปที่ 4.4 มูลค่าการส่งออกผลไม้รวมจากไทยไปอินเดีย

ที่มา: กรมศุลกากร (2557) หน่วย: ล้านบาท

1. **หลักเกณฑ์ Wholly Obtained (WO)** คือ สินค้าที่ผลิตโดยใช้วัตถุดิบภายในประเทศทั้งหมด จะได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีภายใต้ FTA เช่น สินค้าเกษตรและสินแร่ต่างๆรวม 10 รายการ

2. **หลักเกณฑ์ Percentage Criterion หรือ หลัก Local Content (LC)** คือ สินค้าที่ผลิตโดยใช้สัดส่วนวัตถุดิบและต้นทุนภายในประเทศต่อราคาส่งออก (Local Value Added Content) ไม่น้อยกว่าร้อยละตาที่กำหนดในแต่ละสินค้า (ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ที่ร้อยละ 40 ของมูลค่า F.O.B) จึงจะได้รับสิทธิพิเศษทางภาษี สินค้าที่ใช้หลักเกณฑ์ข้อนี้

3. **หลักเกณฑ์ Substantial Transformation (ST)** คือสินค้ามีการผลิตตามหลักการเปลี่ยนพิกัดทางศุลกากรในระดับ 4 หลัก หรือ 6 หลัก ซึ่งหลักนี้มักจะใช้ร่วมกับหลักเกณฑ์ Percentage Criterion คือ สินค้าจะได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีเมื่อผ่านหลักเกณฑ์ทั้งสองนี้

สำหรับกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดของสินค้าได้ตกลงใช้เกณฑ์การเปลี่ยนแปลงพิกัดศุลกากรในระดับ 6 หลัก (Change in Tariff Sub-Heading: CTSH) ควบคู่กับสัดส่วนมูลค่าเพิ่มภายในประเทศ (Local Content) ร้อยละ 35 เป็นเกณฑ์ทั่วไปในการพิจารณาแหล่งกำเนิดสินค้า และมีการจัดทำกฎเฉพาะรายการสินค้า (Product Specific Rules: PRSs) อีกจำนวนหนึ่ง

ตาราง 4.6 กฎ ระเบียบ และข้อกำหนดในการนำเข้าผลไม้ของประเทศอินเดียจากประเทศไทย

พืช/ ผลผลิตพืช	ลักษณะของพืช	ข้อความที่ต้องระบุใน PC	เงื่อนไขพิเศษสำหรับการนำเข้า
Dimocarpus longan ลำไย (longan)	ผลสำหรับบริโภค	-	
Citrullus lanatus แตงโม (watermelon)	ผลสำหรับบริโภค	-	-
Garcinia mangostana มังคุด (mangosteen)	ผลสำหรับบริโภค	ปราศจาก: (a) *Bactrocera papayae* (papaya fruit fly) (b) Mealy bug	1. รมยาด้วย Methyl bromide อัตรา 32 g/ cum. นาน 2 hrs. ที่ ≥ 21°C หรือวิธีอื่นที่เท่าเทียมกัน หรือ 2. ทำ treatment เพื่อป้องกันแมลงวันผลไม้ *Bactrocera papayae* (papaya fruit fly) ด้วยวิธีแช่เย็น (cold treatment) ซึ่งอาจกระทำได้ก่อนการขนส่ง หรือในระหว่างการขนส่ง ดังนี้ 2.1 แช่เย็นที่อุณหภูมิ ≤ 0°C นาน 13 วัน หรือ 2.2 แช่เย็นที่อุณหภูมิ ≤ 0.55°C นาน 14 วัน หรือ 2.3 แช่เย็นที่อุณหภูมิ ≤ 1.1°C นาน 18 วัน
Nephelium lappaceum เงาะ (rambutan)	ผลสำหรับบริโภค	ปราศจาก: (a) *Bactrocera papayae* (papaya fruit fly) (b) *Cataenococcus*	1. ต้องมาจากพื้นที่ที่ปราศจากแมลงวันผลไม้ *Bactrocera papayae* (papaya fruit fly) ตามหลักมาตรฐานสากล 2. รมยาด้วย Methyl bromide อัตรา 32 g/ cum. นาน 3 ชั่วโมง 30 นาที (3 ½ hrs.) ที่ ≥ 21°C หรือวิธีอื่นที่เท่าเทียมกัน หรือ

พืช/ ผลผลิตพืช	ลักษณะของพืช	ข้อความที่ต้องระบุใน PC	เงื่อนไขพิเศษสำหรับการนำเข้า
		hispidus (citrus mealy bug) (c) *Conopomorpha cremerella* (cocoa moth) (d) *Darna diducta* (nettle caterpillar) (e) *Pseudococcus jackbeardsleyi* (jack beardsley mealybug)	3. ทำ treatment เพื่อป้องกันแมลงวันผลไม้ *Bactrocera papayae* (papaya fruit fly) ด้วยวิธีแช่เย็น (cold treatment) ซึ่งอาจกระทำได้ก่อนการขนส่ง หรือในระหว่างการขนส่ง ดังนี้ 3.1 แช่เย็นที่อุณหภูมิ ≤ 0°C นาน 13 วัน หรือ 3.2 แช่เย็นที่อุณหภูมิ ≤ 0.55°C นาน 14 วัน หรือ 3.3 แช่เย็นที่อุณหภูมิ ≤ 1.1°C นาน 18 วัน
Psidium guajava ฝรั่ง (guava)	ผลสำหรับบริโภค	ปราศจาก: (a) *Bactrocera papayae* (papaya fruit fly) (b) *Bactrocera pyrifoliae*	1. ต้องมาจากพื้นที่ที่ปราศจากแมลงวันผลไม้ *Bactrocera papayae* (papaya fruit fly) และ *Bactrocera pyrifoliae* ตามหลักมาตรฐานสากล หรือ 2. รมยาด้วย Methyl bromide อัตรา 32 g/ cum. นาน 3 ชั่วโมง 30 นาที (3 ½ hrs.) ที่ ≥ 21°C หรือวิธีที่เท่าเทียมกัน หรือ 3. ทำ treatment เพื่อป้องกันแมลงวันผลไม้ *Bactrocera papayae* (papaya fruit fly) ด้วยวิธีแช่เย็น (cold treatment) ซึ่งอาจกระทำได้ก่อนการขนส่ง หรือในระหว่างการขนส่งดังนี้ 3.1 แช่เย็นที่อุณหภูมิ ≤ 0°C นาน 13 วัน หรือ

พืช/ ผลผลิตพืช	ลักษณะของพืช	ข้อความที่ต้องระบุใน PC	เงื่อนไขพิเศษสำหรับการนำเข้า
			3.2 แช่เย็นที่อุณหภูมิ ≤ 0.55°C นาน 14 วัน หรือ 3.3 แช่เย็นที่อุณหภูมิ ≤ 1.1°C นาน 18 วัน
ชมพู่ (rose apple)	ผลสำหรับบริโภค	ผลไม้ที่ได้รับการตรวจสอบและปราศจาก: (a) *Bactrocera papayae* (b) *Bactrocera carambolae* (c) *Bactrocera albistrigata*	รมยาด้วย Methyl bromide อัตรา 32 g/ cum. นาน 2 hrs. ที่ ≥ 21°C ภายใต้ความดันปกติ
ส้ม (tangerine)	ผลสำหรับบริโภค	ผลไม้ที่ได้รับการตรวจสอบและปราศจาก: (a) *Bactrocera papayae* (b) *Citripestis sagittiferella* (citrus fruit borer) (c) *Rhychocoris poseidon* (Spined fruit bug)	รมยาด้วย Methyl bromide อัตรา 32 g/ cum. นาน 2 hrs. ที่ ≥ 21°C ภายใต้ความดันปกติ

ที่มา: ศูนย์บริการศุลกากร, กรมศุลกากร (2557(2))

ในการส่งออกผลไม้ไทยไปยังอินเดีย จากข้อมูลของกฎ ระเบียบและข้อกำหนดการนำเข้า (Regulation and Import Requirements) (ศูนย์บริการศุลกากร. 2557(2)) อินเดียได้กำหนดเงื่อนไขพิเศษสำหรับการนำเข้าผลไม้จากประเทศไทยไว้บางชนิด จำนวน 5 ชนิด ได้แก่ มังคุด เงาะ ฝรั่ง ชมพู่ และส้ม (Tangerine) ดังตาราง 4.6 สำหรับลำไยสดนั้นอินเดียไม่ได้กำหนดเงื่อนไขพิเศษสำหรับการนำเข้าแต่อย่างใด

ตาราง 4.7 สรุปความตกลงเขตการค้าเสรีไทย – อินเดีย (TIFTA)

วัตถุประสงค์	เพื่อความร่วมมือในทางเศรษฐกิจระหว่างไทยและอินเดีย ที่จะขยายการค้าระหว่างกันโดยการปรับลดภาษีให้ต่ำลง และเป็นศูนย์ เพื่อเกิดการค้าอย่างเสรีในที่สุด
ระยะเวลา	เริ่มมีผลบังคับใช้ ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2547
ขอบเขตของสินค้า	- เริ่มแรก ไทยและอินเดียได้ตกลงรายการสินค้าที่จะนำเร่งลดภาษีเดิมจำนวน 82รายการ - ต่อมา ไทยและอินเดียตกลงเพิ่มรายการสินค้าตู้เย็นสองประตู (พิกัดฯ 841810) รายการสินค้าจึงรวมทั้งสิ้นเป็น 83 รายการ มีผลบังคับใช้ ณ 8 มิถุนายน 2555
การลดหย่อนภาษี	ไทยและอินเดียได้นำสินค้ามาเร่งลดภาษีบางส่วน (Early Harvest Scheme: EHS) ซึ่งเป็นการลดภาษี MFN โดยลดภาษีเป็นอัตราร้อยละของอัตราที่เรียกเก็บ ใช้อัตราฐาน ณ 1 ม.ค. 47 วิธีการลดภาษีแบ่งเป็น 3 ช่วง คือ 1 ก.ย. 47 – 31 ส.ค. 48 ลดลงร้อยละ 50 1 ก.ย. 48 – 31 ส.ค. 49 ลดลงร้อยละ 75 1 ก.ย. 49 เป็นต้นไป ลดลงร้อยละ 100 (ภาษีเป็น 0)
กฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า	ภายใต้ข้อตกลง FTA ไทย-อินเดีย **ไม่กำหนดให้ใช้กฎทั่วไป** แต่จะใช้กฎเฉพาะรายสินค้า (PSRs) ที่แตกต่างกันไปในแต่ละสินค้า (ตารางสินค้า 83 รายการในตารางผนวก 5.1 และกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า)
กฎเฉพาะสินค้า (Product Specific Rules: PSRs)	หลักเกณฑ์แหล่งกำเนิดสินค้าที่จะใช้ กับสินค้าเร่งลดภาษี 83 รายการ เป็นกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้าชั่วคราว (Interim Rule of Origin) โดยเป็นกฎเฉพาะของสินค้า แต่ละรายการ (Specific Rule) มีหลักเกณฑ์ดังนี้

	1. กฎการผลิตหรือการได้มาจากวัตถุดิบในประเทศทั้งหมด(Wholly Obtained Goods) หรือ 2. ผลิตตามหลักเกณฑ์การเปลี่ยนพิกัด(Substantial Transformation) หรือ 3. ผลิตจากสัดส่วนของวัตถุดิบและต้นทุนการผลิตในประเทศต่อราคาส่งออก (Local Value Added Content) ซึ่งต้องไม่น้อยกว่าร้อยละตามที่กำหนดในแต่ละสินค้า (รายละเอียดกฎแหล่งกำเนิดสินค้า และระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า ภาษาอังกฤษ /ภาษาไทย)
การขอใช้สิทธิลดหย่อนภาษีภายใต้ FTA ไทย - อินเดีย	สินค้าที่กำเนิดหรือผลิตได้ดังกล่าวข้างต้น จะต้องมีหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (ดูตัวอย่าง Form FTA) ไปแสดงต่อศุลกากรประเทศผู้นำเข้า

ที่มา: กรมการค้าต่างประเทศ (2554)

4.2.2 **ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-อินเดีย (ASEAN-India Free Trade Agreement: AIFTA)**

แนวคิดการจัดทำความตกลงการค้าเสรีระหว่างอาเซียนและอินเดียได้เริ่มเมื่อปี 2539 เนื่องจากทั้งกลุ่มประเทศอาเซียนและอินเดียต่างตระหนักถึงศักยภาพและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของแต่ละฝ่ายที่จะเอื้ออำนวยต่อกันในระยะยาว รวมทั้งข้อได้เปรียบเชิงที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่ใกล้ชิดกัน ทั้งสองฝ่ายจึงได้จัดตั้งคณะผู้เชี่ยวชาญศึกษาความเชื่อมโยงเพื่อขยายตัวด้านการค้าและการลงทุนระหว่างเขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area: AFTA) และอินเดีย จากนั้นผู้นำประเทศสมาชิกอาเซียนและอินเดียได้ลงนามในกรอบความตกลงว่าด้วยการจัดทำ FTA อาเซียน-อินเดีย (Framework Agreement on Comprehensive Economic Cooperation between ASEAN and India) เมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2546 ณ เกาะบาหลี ประเทศอินโดนีเซีย เป็นความตกลงพื้นฐานที่กำหนดแนวทางและมาตรการอย่างกว้างๆ ในการดำเนินการสำหรับการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน-อินเดีย

ภายหลังจากการลงนาม ในการประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียน- อินเดีย ครั้งที่ 7 (7^{th} AEM-India Consultations) เมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2552 รัฐมนตรีเศรษฐกิจของทั้งสองฝ่ายร่วมลงนามความตกลงการค้าสินค้า (Agreement on Trade in Goods) และเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยให้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2553 ส่วนการบังคับใช้นั้นสินค้าไทยประมาณร้อยละ 70 ของจำนวนสินค้าทั้งหมดจะมีอัตราภาษีศุลกากรเป็นร้อยละ 0 ภายในปี โดยภาพรวมการลดภาษีนั้น

สินค้าที่ไทยและอินเดียนำมาลด/ยกเลิกภาษีศุลกากรภายใต้ AIFTA คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 90 ของรายการสินค้าทั้งหมดที่มีการค้าระหว่างกัน หรือกว่าร้อยละ 92 ของมูลค่าการนำเข้าจากอีกประเทศหนึ่ง (ส่วนบริหารงาน ASEAN Plus, 2555)

รูปแบบการลดภาษี การแบ่งกลุ่มสินค้าลด/ยกเลิกภาษีศุลกากร ที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2553 แบ่งเป็น

1. **สินค้าปกติ (Normal Track: NT)**: จะค่อยๆ ลดภาษีของสินค้ารวมร้อยละ 80 ของพิกัดศุลกากร 6 หลักและมีมูลค่าอย่างน้อยกว่าร้อยละ 75 ของมูลค่านำเข้า แบ่งออกเป็น

- NT 1: ลดเป็น 0 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555 จำนวน 7,775 รายการ (จำนวนประมาณร้อยละ 63.9 ของ HS)
- NT 2: ลดเป็น 0 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 จำนวน 1,252 รายการ (จำนวนประมาณร้อยละ 10.3 ของ HS)

2. **สินค้าอ่อนไหว (Sensitive List: SL)**: จำนวนประมาณร้อยละ 14.8 ของ HS หรือ 1,805รายการ โดยจะลดภาษีลงเหลือร้อยละ 5 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 (Sensitive Track 1) และบางรายการของสินค้าอ่อนไหวที่ทยอยลดอัตราภาษีเป็นศูนย์ภายในปี 2561 (Sensitive Track 2)

ตาราง 4.8 กลุ่มสินค้าภายใต้กรอบ AIFTA

กลุ่ม	จำนวนรายการ	ร้อยละ
สินค้าปกติ 1: ทยอยลดภาษีเป็นศูนย์ทั้งหมดในปี 2556	3,666	70.18
สินค้าปกติ 2: ทยอยลดภาษีเป็นศูนย์ทั้งหมดในปี 2559	479	9.17
สินค้าอ่อนไหว 1: ทยอยลดภาษีเหลือร้อยละ 5 ในปี 2559	560	10.72
สินค้าอ่อนไหว 2: คงภาษีไว้ที่อัตราร้อยละ 5	25	0.48
สินค้าพิเศษ	5	0.1
สินค้าไม่ผูกพันภาษีไม่ลดภาษี	489	9.36
รวม	5,224	100

ที่มา: สำนักสิทธิประโยชน์ทางการค้า. 2553.

3. **สินค้าอ่อนไหวสูง (Highly Sensitive List: HSL)**: ไม่เกินกว่ามูลค่านำเข้าที่ HSL ของอินเดียมีผลกระทบกับรายประเทศ โดยจะลดภาษีภายในระยะเวลา 10 ปี อินเดียจะลดภาษี HSL 40 รายการ สำหรับสินค้าในหมวด น้ำมันปาล์มดิบ อัตราร้อยละ 37.5 น้ำมันปาล์มกลั่น อัตราร้อยละ 45 พริกไทยอัตราร้อยละ 50 ชาและกาแฟ อัตราร้อยละ 45 ทั้งนี้ การลดภาษีระหว่าง

ฟิลิปปินส์กับอินเดียจะใช้เวลาการลดภาษีนานกว่าการลดภาษีระหว่างอินเดียกับอาเซียน 5 (บรูไน อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ และไทย) 3 ปี ส่วนประเทศสมาชิกใหม่ของอาเซียน (ลาว กัมพูชา พม่า และเวียดนาม: CLMV) ได้รับการผ่อนผันให้ใช้เวลาการลดภาษีนานขึ้น 5 ปี

4. **สินค้าที่ไม่นำมาลดภาษี (Exclusion List: EL)**: มีจำนวนไม่เกิน 1,297 รายการ (จำนวนประมาณร้อยละ 14.8 ของ HS) ทั้งนี้จะมีการทบทวนรายการสินค้าประเภทนี้ทุกปี เพื่อปรับปรุงระดับการเปิดตลาด (ส่วนบริหารงาน ASEAN Plus, 2555)

ตาราง 4.9 การลดภาษีสินค้านำเข้าอินเดีย (ให้แก่ทุกประเทศ ยกเว้นฟิลิปปินส์)

รหัส HS	รายการสินค้า	หน่วย	อัตราภาษีศุลกากรอินเดีย (ปกติ)	ประเภท	การลดภาษีนำเข้าของอินเดีย			
					1ม.ค. 2555	1ม.ค. 2556	31 ธ.ค. 2556	1 ม.ค. 2557
080450	ฝรั่ง (08045010) มะม่วง (08045020) อื่นๆ (08045090)	kg.	30	EL				
080610	องุ่นสด (08061000)	kg.	30	EL				
080810	แอปเปิล (08081000)	kg.	50	EL				
081060	ทุเรียน (08106000)	kg.	15	NT-1	7.5	5.0	0.0	0.0
081090	ลิ้นจี่ (08109060) มะขาม (08109020) ละมุด (08109030) น้อยหน่า (08109040) ทับทิม (08019010) อื่น (08109099090)	kg.	15	NT-1	7.5	5.0	0.0	0.0

ที่มา: กรมการค้าต่างประเทศ

หมายเหตุ: EL (Exclusive List) หมายถึง สินค้าที่ไม่นำมาลดภาษี
NT (Normal Track) หมายถึง สินค้าปกติ

สินค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเกษตรที่ได้รับการยกเลิกภาษี คือ น้ำผลไม้ ผลไม้แปรรูปอื่นๆ คือ ลดภาษีจากเดิม 30% ให้เป็นศูนย์ในปี 2556 จากตาราง 4.9 แสดงการลดภาษีสินค้านำเข้าอินเดียตั้งแต่ปี 2555 – 2557 ภายใต้กรอบข้อตกลง AIFTA ในหมวดของผลไม้ (รหัส HS code ในตาราง 4.9 เป็นรหัสสินค้าของอินเดียซึ่งมีรหัสแตกต่างไปจากไทย) ในรายการเดียวกันกับภายใต้กรอบข้อตกลง TIFTA จะเห็นได้ว่าภายใต้กรอบข้อตกลงทางการค้า AIFTA นั้นในปี 2555 – 2556 อินเดีย

ยังคงจัดเก็บภาษีผลไม้ที่นำเข้าจากประเทศในภูมิภาคอาเซียนอยู่ แต่ค่อยทยอยลดลงจนกระทั่งในวันที่ 1 ม.ค. 2557 ภาษีนำเข้าผลไม้ทุกชนิดถูกปรับลดลงจนเท่ากับ 0 ทั้งหมด ดังนั้นในช่วงปี 2555 – 2556 ผู้ส่งออกผลไม้จากประเทศไทยจึงเลือกที่จะใช้ข้อตกลง TIFTA มากกว่าเพราะภาษีการนำเข้าผลไม้จากประเทศไทยภายใต้ TIFTA นั้นเท่ากับ 0

สำหรับรายการผลไม้สดที่ไม่ได้ถูกรวมอยู่ในความตกลงเขตการค้าเสรีสองฉบับข้างต้น จะต้องเสียภาษีอากรตามปกติ ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 4.10 อัตราภาษีของผลไม้ที่ไม่ได้ถูกรวมอยู่ในความตกลงเขตการค้าเสรีสองฉบับข้างต้น

HS Code	ชนิดผลไม้	อัตราภาษี	
0803.00	กล้วย	ภาษีศุลกากรขาเข้า (Basic Duty)	30%
		ค่าธรรมเนียมการศึกษา (Education Cess)	3%
		รวม	**31.21%**
0804.30 0804.50	สับปะรด ฝรั่ง	ภาษีศุลกากรขาเข้า (Basic Duty)	30%
		ค่าธรรมเนียมการศึกษา (Education Cess)	3%
		ภาษีพิเศษอื่นๆ	4%
		รวม	**36.5%**
0805.10 0805.50	ส้ม เลมอน	ภาษีศุลกากรขาเข้า (Basic Duty)	30%
		ค่าธรรมเนียมการศึกษา (Education Cess)	3%
		ภาษีพิเศษอื่นๆ	4%
		รวม	**36.5%**
0807.11 0807.20	แตงโม มะละกอ	ภาษีศุลกากรขาเข้า (Basic Duty)	30%
		ค่าธรรมเนียมการศึกษา (Education Cess)	3%
		รวม	**31.21%**
0809.20	เชอร์รี่	ภาษีศุลกากรขาเข้า (Basic Duty)	30%
		ค่าธรรมเนียมการศึกษา (Education Cess)	3%
		รวม	**31.21%**

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองมุมไบ ประเทศอินเดีย, 2556

กฎว่าด้วยต้นกำเนิดสินค้า

สินค้าที่จะได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรจะต้องเป็นสินค้าที่มีถิ่นกำเนิดของสินค้าภายในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนและอินเดียตามที่เกณฑ์กำหนดไว้เท่านั้นเพื่อให้เกิดความมั่นใจกับคู่สัญญาจะเป็นผู้ที่ได้รับผลประโยชน์ที่แท้จริง สินค้าที่มีการให้สิทธิพิเศษทางภาษีจึงมีความเข้มงวดมากกว่าสินค้าที่ไม่มีการให้สิทธิพิเศษ โดยไทยให้ความสำคัญกับการเจรจากำหนดหลักเกณฑ์ในการพิสูจน์ถิ่นกำเนิดของสินค้าเพื่อให้สินค้าส่งออกของไทยได้รับสิทธิประโยชน์มากที่สุด

โดยสินค้าส่งออกไปอินเดียที่ต้องการใช้สิทธิในการลดอัตราภาษีศุลกากรจะต้องผลิตถูกต้องตามกฎแหล่งกำเนิดสินค้าภายใต้ FTA อาเซียน – อินเดีย ดังนี้

- เป็นสินค้าที่กำเนิดหรือผลิตโดยใช้วัตถุดิบในประเทศทั้งหมด (Wholly-Obtained: WO) หรือ กำเนิด
- ใช้กฎทั่วไป (General Rule) คือ เกณฑ์การเปลี่ยนพิกัดศุลกากรในระดับ 6 หลัก (CTSH) และ มีสัดส่วนของวัตถุดิบที่มีถิ่นกำเนิดจากประเทศสมาชิกอาเซียนและอินเดีย อย่างน้อยร้อยละ 35 ของราคา FOB (CTSH + 35%)

ทั้งนี้สินค้าที่มีถิ่นกำเนิดในประเทศภาคีความตกลง AIFTA จะต้องมีหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า Form AI ไปแสดงต่อศุลกากรในประเทศอินเดียเพื่อขอรับสิทธิประโยชน์ทางภาษี

การยกเลิกมาตรการที่มิใช่ภาษี

1. ในด้านพิธีการศุลกากร อาเซียนและอินเดียพยายามทำให้พิธีการศุลกากรมีความแน่นอน สม่ำเสมอและโปร่งใส โดยจะส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านต่างๆ
2. ส่วนมาตรการการปกป้องการก่อให้เกิดความเสียหายแก่อุตสาหกรรมภายในประเทศที่ผลิตสินค้าชนิดเดียวหรือมีแนวโน้มที่จะได้รับความเสียหายจากการนำเข้าที่เพิ่มมากขึ้นกว่าปกติ ฝ่ายที่ได้รับผลกระทบสามารถสามารถใช้มาตรการปกป้อง
3. ข้อยกเว้นประเทศภาคีสามารถยกเว้นการปฏิบัติตามขอผูกมัดและพันธกรณีที่ระบุไว้ หากเป็นการกระทำหรือบังคับเพื่อปกป้องศีลธรรม ชีวิต หรือสุขภาพมนุษย์ สัตว์ หรือพืช และทรัพย์สมบัติของชาติ หรือเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของชาติ
4. ความตกลงว่าด้วยกลไกระงับข้อพิพาทของอาเซียน-อินเดีย จะใช้ระงับข้อพิพาททุกกรณีที่เกิดขึ้นระหว่างประเทศภาคีในเรื่องใดๆ ที่มีผลต่อการตีความ การดำเนินงานภายใต้ความตกลงฯ ซึ่งทำให้เกิดการสูญเสียหายต่อผลประโยชน์ของคู่กรณีผู้ฟ้องร้อง และไม่มีผลกระทบต่อสิทธิของประเทศภาคี โดยคู่กรณีผู้ถูกฟ้องร้องจะต้องให้โอกาสในการปรึกษาหารือ

ATTACHMENT TO THE OCP

Original (Duplicate/Triplicate/Quadruplicate)

1. Goods consigned from (Exporter's business name, address, country)	Reference No. ASEAN-INDIA FREE TRADE AREA PREFERENTIAL TARIFF CERTIFICATE OF ORIGIN (Combined Declaration and Certificate) FORM AI Issued in _____ (Country) See Notes Overleaf
2. Goods consigned to (Consignee's name, address, country)	
3. Means of transport and route (as far as known) Departure date Vessel's name/Aircraft etc. Port of Discharge	4. For Official Use ☐ Preferential Tariff Treatment Given Under ASEAN-India Free Trade Area Preferential Tariff ☐ Preferential Tariff Treatment Not Given (Please state reason/s) _____ Signature of Authorised Signatory of the Importing Country

5. Item number	6. Marks and numbers on Packages	7. Number and type of packages, description of goods (including quantity where appropriate and HS number of the importing country)	8. Origin criterion (see Notes overleaf)	9. Gross weight or other quantity and value (FOB)	10. Number and date of Invoices

11. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statement are correct; that all the goods were produced in _____ (Country) and that they comply with the origin requirements specified for these goods in the ASEAN-INDIA Free Trade Area Preferential Tariff for the goods exported to _____ (Importing Country) _____ Place and date, signature of authorised signatory	12. Certification It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct. _____ Place and date, signature and stamp of certifying authority

13. Where appropriate please tick:
☐ Third Country Invoicing ☐ Exhibition ☐ Back-to-Back CO ☐ Cumulation

รูปที่ 4.5 ตัวอย่างแบบ Form AI (ด้านหน้า)

ที่มา: กรมการค้าต่างประเทศ (2557)

OVERLEAF NOTES

1. Parties which accept this form for the purpose of preferential tariff treatment under the ASEAN-INDIA Free Trade Agreement (AIFTA):

BRUNEI DARUSSALAM	CAMBODIA	INDONESIA
INDIA	LAOS	MALAYSIA
MYANMAR	PHILIPPINES	SINGAPORE,
THAILAND	VIETNAM	

2. CONDITIONS: To enjoy preferential tariff under the AIFTA, goods sent to any Parties listed above:

   (i) must fall within a description of goods eligible for concessions in the Party of destination;

   (ii) must comply with the consignment conditions in accordance with Rule 8 of the AIFTA Rules of Origin; and

   (iii) must comply with the origin criteria in the AIFTA Rules of Origin.

3. ORIGIN CRITERIA: For goods that meet the origin criteria, the exporter and/or producer must indicate in box 8 of this Form, the origin criteria met, in the manner shown in the following table:

Circumstances of production or manufacture in the first country named in Box 11 of this form	Insert in Box 8
(a) Goods wholly obtained or produced in the territory of the exporting Party	"WO"
(b) Goods satisfying Rule 4 (Not Wholly Produced or Obtained Products) of the AIFTA Rules of Origin	"RVC [1]% + CTSH"
(c) Goods satisfying Rule 6 (Product Specific Rules) of the AIFTA Rules of Origin	Appropriate qualifying criteria

4. EACH ARTICLE MUST QUALIFY: It should be noted that all the goods in a consignment must qualify separately in their own right. This is of particular relevance when similar articles of different sizes or spare parts are sent.

5. DESCRIPTION OF GOODS: The description of goods must be sufficiently detailed to enable the goods to be identified by the Customs Officers examining them. Name of manufacturer, any trade mark shall also be specified.

6. HARMONIZED SYSTEM NUMBER: The Harmonized System number shall be that of the importing Party.

7. EXPORTER: The term "Exporter" in Box 11 may include the manufacturer or the producer.

8. FOR OFFICIAL USE: The Customs Authority of the importing Party must indicate (√) in the relevant boxes in column 4 whether or not preferential tariff is accorded.

9. THIRD COUNTRY INVOICING: In cases where invoices are issued by a third country, "Third Country Invoicing" in Box 13 should be ticked (√) and such information as name and country of the company issuing the invoice shall be indicated in Box 7.

10. EXHIBITIONS: In cases where goods are sent from the territory of the exporting Party for exhibition in another country and sold during or after the exhibition for importation into the territory of a Party, in accordance with Article 21 of the Operational Certification Procedures, "Exhibitions" in Box 13 should be ticked (√) and the name and address of the exhibition indicated in Box 2.

11. BACK-TO-BACK CERTIFICATE OF ORIGIN: In cases of Back-to-Back CO, in accordance with Article 11 of the Operational Certification Procedures, "Back-to-Back CO" in Box13 should be ticked (√). The name of original exporting Party to be indicated in Box 11 and the date of the issuance of CO and the reference number will be indicated in Box 7.

รูปที่ 4.6 ตัวอย่างแบบ Form AI (ด้านหลัง)

ที่มา: กรมการค้าต่างประเทศ (2557)

กฎระเบียบการนำเข้าสินค้า

1. มาตรการด้านภาษี

อินเดียผูกพันอัตราภาษีของสินค้าภายใต้ WTO ไว้กว่าร้อยละ 74 ของจำนวนสินค้าทั้งหมด โดยผูกพันอัตราภาษีของสินค้าเกษตรทุกรายการ ซึ่งโดยทั่วไปอินเดียผูกพันเพดานอัตราภาษีสินค้าเกษตรส่วนใหญ่ที่อัตราร้อยละ 150 ยกเว้นน้ำมันพืชสำหรับการบริโภคที่ผูกพันอัตราไว้ที่ร้อยละ 300 นอกจากนี้อินเดียได้กำหนดโควตาภาษีสำหรับการนำเข้านมผงข้าวสาลีน้ำมันดิบจากเมล็ดดอกทานตะวันและดอกคำฝอย

อินเดียได้ปรับลดอัตราภาษีศุลกากรลงอย่างต่อเนื่องทุกปีโดยมีเป้าหมายจะลดอัตราให้ใกล้เคียงกับระดับอัตราภาษีของกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน อย่างไรก็ตามในปีงบประมาณ 2008 - 2009 อัตราภาษีศุลกากรสำหรับสินค้าอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ยังคงอัตราร้อยละ 7.5 เท่ากับปีงบประมาณก่อนหน้า เนื่องจากรัฐบาลอินเดียต้องการรักษารายได้ศุลกากรเพื่อชดเชยกับอัตราภาวะเงินเฟ้อที่เพิ่มขึ้น

1.1 โครงสร้างการคำนวณอัตราภาษีศุลกากรของอินเดีย

อินเดียมีการจัดเก็บภาษีหลายชนิด ดังนี้

1. อากรพื้นฐาน (Basic Customs Duty: BCD) เป็นอัตรามาตรฐานโดยเรียกเก็บเป็นอัตราตามราคา (Ad valorem tax) และอัตราตามสภาพ (Specific Rate) หรือทั้งสองแบบ

2. อากรศุลกากรเพิ่ม (Additional Customs Duty: ACD) เรียกเก็บเพิ่มเติมในอัตราร้อยละ 4 จากการนำเข้าสินค้าทุกรายการ เว้นแต่ได้รับการยกเว้นจัดเก็บสำหรับบางสินค้าซึ่งเป็นการจัดเก็บที่นำมาประกาศใช้หลังจากเคยยกเลิกไป

3. Countervailing Duty (CVD) เทียบเท่ากับอัตราภาษีสรรพสามิตที่เรียกเก็บจากการผลิตสินค้าในประเทศชนิดเดียวกันหรือคล้ายคลึงกับสินค้าที่นำเข้า

4. Countervailing Duty (CVD) อัตราร้อยละ 8, 12, 6 เทียบเท่ากับภาษีสรรพสามิตที่เรียกเก็บจากสินค้าอุตสาหกรรมที่ผลิตในประเทศสำหรับสินค้าชนิดเดียวกันหรือคล้ายคลึงกับสินค้าที่นำเข้า

5. Educational Cess (ภาษีที่จัดเก็บสำหรับใช้สำหรับการศึกษา) อัตราร้อยละ 2 โดยคำนวณจาก Basic Customs Duty เพื่ออุดหนุนการศึกษา

6. ภาษีต่อต้านการทุ่มตลาดหรือการปกป้องเรียกเก็บเพิ่มเติมจากสินค้าที่พิสูจน์ว่าก่อให้เกิดความเสียหายแก่อุตสาหกรรมในประเทศ

7. ค่าธรรมเนียมการจัดการศุลกากรเรียกเก็บอัตราร้อยละ 1

1.2 ภาษีภายในประเทศที่เรียกเก็บเมื่อสินค้ามาถึงแดน

1. ภาษีผ่านแดนระหว่างรัฐ (Octroi) เป็นภาษีที่แต่ละรัฐจัดเก็บตามอัตราที่กำหนดเองส่วนใหญ่มีอัตราร้อยละ 1-1.5 ของสินค้าที่นำเข้าและเรียกเก็บกับสินค้าในประเทศเช่นกัน ซึ่งเรียกเก็บทุกครั้งที่สินค้าข้ามพรมแดนของแต่ละรัฐจนกว่าจะถึงจุดหมายแต่ปัจจุบันหลายรัฐได้ยกเลิกแล้วหลังจากนำระบบภาษีมูลค่าเพิ่มมาใช้เมื่อเดือนเมษายน 2005 ตัวอย่างของภาษี Octroi ของเมืองมุมไบของสินค้าจำพวกผลไม้ แสดงดังไว้ภาคผนวก 2

2. ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Value Added Tax) กำหนดโดยรัฐบาลกลางเพื่อแทนที่การเก็บภาษีขายที่แต่ละรัฐจัดเก็บโดยมีอัตราส่วนใหญ่ร้อยละ 12.5

2. มาตรการที่มิใช่ภาษี

2.1 ผู้ค้ากับอินเดียต้องมีหมายเลข PAN

กรมสรรพากรของอินเดียประกาศระเบียบใหม่โดยกำหนดให้ผู้มีรายได้จากประเทศอินเดียไม่ว่าจะเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในประเทศอินเดียหรือไม่ก็ตามซึ่งมีการหักภาษี ณ ที่จ่ายจะต้องแสดงหมายเลข Permanent Account Number (PAN) ให้แก่ผู้จ่ายเงินก่อนที่จะมีการชำระเงินส่งเงินหากไม่มี PAN ก็จะถูกหักภาษี ณ ที่จ่ายสูงกว่าอัตราปรกติโดยมีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2010 ผู้ส่งออกไปอินเดียสามารถยื่นขอหมายเลข PAN ได้ที่สถานเอกอัครราชทูตอินเดียประจำประเทศไทยโดยมีค่าใช้จ่ายเพียงเล็กน้อย

2.2 มาตรการจำกัดและห้ามการนำเข้าสินค้า

อินเดียยกเลิกนโยบายการจำกัดการนำเข้าสินค้าเพื่อให้เป็นไปตามพันธกรณีที่มีต่อ WTO โดยให้มีการนำเข้าสินค้าได้อย่างเสรี ยกเว้นบางสินค้าที่จำเป็นต้องมีมาตรการนำเข้าควบคุมอื่น เช่น ข้าวสาลี พืชน้ำมัน หรือน้ำมันเชื้อเพลิง ที่ต้องนำเข้าโดยตัวแทนของรัฐบาล และควบคุมการนำเข้าสินค้าที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงความปลอดภัยของประชาชนและข้อห้ามทางศาสนา รวมทั้งห้ามนำเข้าสัตว์ป่า ไขมันสัตว์ เนื้อ วัว ไก่ และ ผลิตภัณฑ์จากไก่ เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไข้หวัดนก

2.3 มาตรการปิดฉลาก

สินค้านำเข้าประเภทอาหารต้องปิดฉลากแสดงข้อความบนภาชนะบรรจุเป็นภาษาอังกฤษหรือฮินดูโดยระบุชื่อผู้นำเข้า ที่อยู่ผู้ผลิต วัน/เดือน/ปี ที่ผลิต จำนวนของส่วนประกอบอาหาร ปริมาตร/น้ำหนักสุทธิ ราคาขายปลีกขั้นสูงสุด วันครบกำหนดหมดอายุ และแสดงสัญลักษณ์วงกลมสีน้ำตาลอยู่ภายในกรอบสี่เหลี่ยมจัตุรัสสีน้ำตาลให้ปรากฏชัดเจนไว้ที่ข้างบนฉลากด้านของชื่ออาหารและตัดกับสีพื้นของฉลาก หากเป็นอาหารมังสวิรัติต้องแสดงสัญลักษณ์รูปวงกลมสีเขียวภายใต้กรอบสี่เหลี่ยมจัตุรัสให้ชัดเจนยกเว้นผลิตภัณฑ์นม

2.4 มาตรฐานการบรรจุหีบห่อ

สินค้านำเข้าทุกชนิดจะต้องผ่านมาตรฐานการบรรจุหีบห่อตามประกาศของรัฐบาลกลาง และตามมาตรฐานของน้ำหนักและมาตรวัด โดยกำหนดให้ระบุชื่อที่อยู่ของผู้นำเข้า ปริมาณสุทธิตามมาตรฐานหน่วยของน้ำหนัก เดือนและปีที่บรรจุหีบห่อ รวมทั้งราคาขายปลีกสูงสุดเมื่อรวมภาษีอื่นๆ แล้ว

2.5 มาตรการสุขอนามัย

สินค้าอาหารต้องมีหนังสือรับรองผลวิเคราะห์สินค้าจากประเทศต้นทางและต้องผ่านการตรวจสอบมาตรฐานสุขอนามัยโดย Department of Food Processing และการตรวจสอบของกรมศุลกากรโดยต้องมีอายุสินค้า (Shelf Life) ในเวลาที่นำเข้ามาในประเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ของอายุสินค้านับจากวันที่ผลิตและวันที่สินค้าหมดอายุ

2.6 มาตรการกักกันพืช

สินค้าพืชผักทั้งสดและแห้งจะต้องมีใบอนุญาตนำเข้าและผ่านการตรวจสอบตามมาตรการตรวจสอบและกักกันโรคพืช (Plant Quarantine Order) ซึ่งกำหนดให้มีการตรวจวิเคราะห์ความเสี่ยงของโรคพืชและแมลง (Pest Risk Analysis: PRA) รวมทั้งต้องปฏิบัติตามมาตรฐานหีบห่อที่ผ่านการฆ่าเชื้อตามวิธีการที่กำหนดหรือวิธีอื่นตามมาตรฐานนานาชาติและได้รับใบรับรองสุขอนามัยโดยอนุญาตให้นำเข้าผ่านจุดที่กำหนดไว้เท่านั้น

4.2.3 ความตกลงการค้าบีมสเทค (BIMSTEC Free Trade Area: BIMSTEC FTA)

BIMSTEC (The Bay of Bengal Initiative for Multi-Sectoral Technical and Economic Cooperation) เป็นกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศที่อยู่ในอนุทวีปเอเชียใต้และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประเทศกลุ่ม BIMSTEC ได้จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 6 มิ.ย. 2540 ต่อมาเมื่อเดือนธันวาคม 2546 มีสมาชิกทั้งหมด 7 ประเทศ วัตถุประสงค์ของ BIMSTEC คือ เพื่อส่งเสริมการค้าและการลงทุนในประเทศสมาชิก และเพื่อดึงดูดนักธุรกิจจากภายนอกให้เข้ามาทำการค้าและการลงทุนกับประเทศสมาชิก BIMSTEC ให้มากขึ้น โดยขอบเขตของกรอบความตกลงครอบคลุมการเปิดเสรีการค้าสินค้า บริการ และการลงทุน และเสริมสร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2557)

ในด้านการเปิดเสรีทางการค้านั้น ปัจจุบันทีมวิจัยยังไม่พบว่ามีการจัดทำแผนการลดภาษีของประเทศสมาชิกอย่างเป็นรูปธรรมเป็นรายพิกัด HS code หรือรายสินค้าแต่ละชนิด มีเพียงการกำหนดกรอบเวลาของการลดหรือยกเลิกภาษีศุลกากรตามที่ระบุไว้ในกรอบความตกลง ซึ่งประเทศพัฒนาน้อยที่สุด (LDCs) จะได้รับการลดหย่อนภาษีจากประเทศกำลังพัฒนาเร็วขึ้นกว่าที่ลด/ยกเลิกภาษีระหว่าง LDCs ด้วยกันเอง สำหรับสินค้าที่ได้รับการลดหย่อยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังตาราง

- การลดหรือยกเลิกภาษีของประเทศกำลังพัฒนา (อินเดีย ศรีลังกา และไทย) จะเริ่มลดหรือยกเลิกภาษีระหว่างกันตั้งแต่วันที่ 1 ก.ค. 2550 ถึงวันที่ 30 มิ.ย. 2555 และจะลด / ยกเลิกภาษีศุลกากรให้ประเทศพัฒนาน้อยที่สุด (บังกลาเทศ ภูฏาน พม่า และเนปาล) ระหว่างวันที่ 1 ก.ค. 2550 ถึงวันที่ 30 มิ.ย. 2553 และภาษีจะลดเป็น 0 – 5 ในวันที่ 1 ก.ค. 2553

- การลดหรือยกเลิกภาษีของประเทศพัฒนาน้อยที่สุด (บังกลาเทศ ภูฏาน พม่า และเนปาล) จะลดภาษีให้ประเทศกำลังพัฒนาตั้งแต่วันที่ 1 ก.ค. 2550 ถึง วันที่ 30 มิ.ย. 2560 โดยภาษีจะลดเป็นร้อยละ 0-5 ในวันที่ 1 ก.ค. 2556 และจะลด/ยกเลิกภาษีศุลกากรให้ประเทศพัฒนาน้อที่สุดด้วยกันตั้งแต่วันที่ 1 ก.ค. 2550 ถึงวันที่ 30 มิ.ย. 2558 โดยภาษีจะลดเป็นร้อยละ 0-5 ในวันที่ 1 ก.ค. 2558

ตาราง 4.11 ระยะเวลาการลดภาษีสินค้าตามกรอบข้อตกลง BIMSTEC FTA

ระยะเวลาการลดภาษีสินค้า Fast Track		
ประเทศ	อินเดีย ศรีลังกา ไทย	บังกลาเทศ ภูฏาน พม่า เนปาล
อินเดีย ศรีลังกา ไทย	3 ปี	1 ปี
บังกลาเทศ ภูฏาน พม่า เนปาล	5 ปี	3 ปี
ระยะเวลาการลดภาษีสินค้า Normal Track		
ประเทศ	อินเดีย ศรีลังกา ไทย	บังกลาเทศ ภูฏาน พม่า เนปาล
อินเดีย ศรีลังกา ไทย	5 ปี	3 ปี
บังกลาเทศ ภูฏาน พม่า เนปาล	10 ปี	8 ปี

ที่มา: กรมการค้าต่างประเทศ (2557)

พร้อมกันนี้ให้มีสินค้าที่จะไม่นำมาลดภาษีได้ (Negative List) จำนวนหนึ่งได้แต่จะต้องกำหนดเพดานจำนวนรายการสินค้าที่จะไม่นำมาลดภาษี นอกจากนี้ประเทศพัฒนาน้อยที่สุด (บังกลาเทศ ภูฏาน พม่า และเนปาล) สามารถเรียกร้องให้ประเทศกำลังพัฒนา (อินเดีย ศรีลังกา และไทย) พิจารณาลดภาษีสินค้าส่งออกสำคัญของจนหากเป็นสินค้าที่อยู่ในกลุ่มไม่ลดภาษีของแต่ละประเทศ (Derogation) เพื่อให้โอกาสการค้าของประเทศดังกล่าวมีความสมดุลและเท่าเทียมกัน

สำหรับการเจรจาล่าสุด ไทยเป็นเจ้าภาพจัดการประชุม BIMSTEC TNC ครั้งที่ 19 ระหว่างวันที่ 21 - 23 กุมภาพันธ์ 2554 ได้ตกลงแนวทางการลด/ยกเลิกภาษีศุลกากรของสินค้าได้แล้ว โดยใช้อัตราภาษี MFN Applied Rate ณ วันที่ 1 สิงหาคม 2550 เป็นอัตราฐานในการลด/

ยกเลิกภาษี และกำหนดสัดส่วนรายการสินค้าที่จะมีการลด/ยกเลิกภาษี ในกลุ่มต่างๆ ตามพิกัด ฯ HS 2007 ในระดับ 6 หลัก ดังตาราง 4.12

ตาราง 4.12 รายการสินค้าที่จะมีการลด / ยกเลิกภาษี

กลุ่มสินค้า	สัดส่วน (% พิกัด HS 2007)	อัตราภาษีสุดท้าย
กลุ่มเร่งลดภาษี (Fast Track: FT)	10 %	0 %
กลุ่มลดภาษีปกติ (Normal Track Elimination: NTE)	48 %	0 %
กลุ่มลดภาษีปกติ (Normal Track Reduction NTR)	9	1-5 %
กลุ่มไม่ลดภาษี (Negative List: NL)	23 %	ไม่มีการลดภาษี

ที่มา: กรมการค้าต่างประเทศ

โดยกำหนดเริ่มลดภาษีสินค้ากลุ่ม Fast Track วันที่ 1 กรกฎาคม 2555 และเริ่มลดภาษีสินค้า Normal Track Elimination และNormal Track Reduction ในวันที่ 1 กรกฎาคม 2556 โดยให้แต่ละประเทศสมาชิกเวียนตารางข้อผูกพันภาษีของรายการสินค้าที่จะมีการลด/ยกเลิกภาษี เพื่อแนบท้ายความตกลงการค้าสินค้า รวมถึงตั้งเป้าหมายสรุปผลการจัดทำความตกลงการค้าสินค้าฉบับสมบูรณ์ให้แล้วเสร็จในเดือนกรกฎาคม 2554 และกำหนดลงนามความตกลงฯ ภายในสิ้นปี 2554 โดยให้ประเทศสมาชิกหาข้อสรุปสาระสำคัญของการจัดทำความตกลงการค้าสินค้า รวมทั้งกำหนดแนวทางการลด/ยกเลิกภาษีศุลกากรระหว่างกัน

แต่อย่างไรก็ตามจนถึงปัจจุบันความตกลงการค้าสินค้ายังไม่มีผลบังคับใช้ เนื่องจากยังไม่สามารถสรุปผลการจัดทำตารางข้อผูกพันภาษีศุลกากรของสินค้า เพื่อแนบท้ายความตกลงฯ ได้ โดยศรีลังกาเป็นประเทศเดียวที่ยังไม่จัดส่งข้อเสนอการลดภาษี ทำให้ไม่สามารถจัดทำความตกลงการค้าสินค้าฉบับสมบูรณ์ได้แล้วเสร็จ ดังนั้นโดยสรุปแล้วในการส่งออกสินค้า โดยเฉพาะผลไม้จากไทยไปยังอินเดียจะอาศัยข้อตกลงเขตการค้าเสรีไทย – อินเดียเป็นหลักเพื่อให้ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี

4.2.4 ขั้นตอนการขออนุญาตนำเข้าสินค้าของสาธารณรัฐอินเดีย

เนื่องจากสาธารณรัฐอินเดียมีการใช้กฎหมาย Plant Quarantine Order ทำให้การนำเข้าผลไม้ทุกชนิดต้องได้รับอนุญาตจาก Department of Agriculture and Cooperation (DAC)

ซึ่งเป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตร และผลไม้บางชนิดอาจต้องผ่านการประเมินความเสี่ยงศัตรูพืช (Pest Risk Analysis: PRA) โดยผู้ส่งออกจะต้องส่งตัวอย่างสินค้าให้ DAC ตรวจสอบ และเมื่อ DAC อนุญาตแล้วจะมีการออกหนังสืออนุญาตไปยังด่านที่รับผิดชอบให้ดาเนินการผ่านพิธีการศุลกากรต่อไป

4.3 มาตรฐาน ข้อบังคับ และระเบียบปฏิบัติการนำเข้าลำไยของบังกลาเทศ

สำหรับการค้าระหว่างไทยและบังกลาเทศนั้น จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์และกระทรวงการต่างประเทศไม่พบว่ามีข้อตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างไทยและบังกลาเทศ มีเพียงกรอบข้อตกลง BIMSTEC FTA เท่านั้น โดยบังกลาเทศนั้นอยู่ในกลุ่มประเทศพัฒนาน้อยที่สุด ดังนั้นการลดหรือยกเลิกภาษีของประเทศพัฒนาน้อยที่สุด (บังกลาเทศ ภูฏาน พม่า และเนปาล) จะลดภาษีให้ประเทศกำลังพัฒนาตั้งแต่วันที่ 1 ก.ค. 2550 ถึง วันที่ 30 มิ.ย. 2560 โดยภาษีจะลดเป็นร้อยละ 0-5 ในวันที่ 1 ก.ค. 2556 และจะลด/ยกเลิกภาษีศุลกากรให้ประเทศพัฒนาน้อยที่สุดด้วยกันตั้งแต่วันที่ 1 ก.ค. 2550 ถึง วันที่ 30 มิ.ย. 2558 โดยภาษีจะลดเป็นร้อยละ 0 - 5 ในวันที่ 1 ก.ค. 2558 แต่อย่างไรก็ตามจนถึงปัจจุบันความตกลงการค้าสินค้ายังไม่มีผลบังคับใช้ เนื่องจากยังไม่สามารถสรุปผลการจัดทำตารางข้อผูกพันภาษีศุลกากรของสินค้าเพื่อแนบท้ายความตกลงฯ ได้ โดยศรีลังกาเป็นประเทศเดียวที่ยังไม่จัดส่งข้อเสนอการลดภาษี ทำให้ไม่สามารถจัดทำความตกลงการค้าสินค้าฉบับสมบูรณ์ได้แล้วเสร็จ

ในฐานะสมาชิก BIMSTEC ซึ่งเป็นความร่วมมือทางเศรษฐกิจเรื่องของพลังงาน การสื่อสาร การประมง เทคโนโลยี การค้าและการลงทุน การขนส่งและการท่องเที่ยว โดยแต่ละประเทศจะมีบทบาทเป็นผู้นำในการวางแผนและการปฏิบัติตามแผนในแต่ละสาขานั้น บังกลาเทศเป็นประเทศที่รับผิดชอบในเรื่องของการค้าและการลงทุน

1. การนำเข้า

ในการนำเข้าสินค้า ในระดับ 6 Digit ตาม H.S. Code ภายใต้ The Import Trade Control Schedule 1988 ต้องได้รับอนุญาตจึงจะนำเข้าได้ เนื่องจากเหตุผลทางด้านความมั่นคงหรือเกี่ยวกับสุขอนามัย ทั้งนี้ภายใต้หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข ตามบทบัญญัติของ Customs Act,1969 ซึ่งทุกๆ 5 ปี Bangladesh Customs จะแก้ไขเปลี่ยนแปลงรายละเอียดของการนำเข้าสินค้ากำหนดเป็น “นโยบายการนำเข้าสินค้า” เพื่อให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตามนโยบายการนำเข้าฉบับปัจจุบัน คือ Import Policy 2012-2015 ที่ประกาศโดยกระทรวงพาณิชย์ของรัฐบาลบังกลาเทศ (Ministry of Commerce, 2014) ซึ่งสามารถสรุปเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับการส่งนำเข้าสินค้าในกลุ่มผลไม้ได้ดังนี้ (Custom House Dhaka, 2014)

1. ผู้ที่ต้องการนำเข้าสินค้าสู่บังกลาเทศจะต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

1.1 ใบอนุญาตการค้า (Trade License) ออกโดย City Corporation

1.2 ใบรับรองประจำตัวผู้เสียภาษี (Tax Identification Certificate) ออกโดย National Board of Revenue

1.3 ใบรับรองภาษีมูลค่าเพิ่ม (Value Added Tax) ออกโดย National Board of Revenue

1.4 ใบรับรองการลงทะเบียนนำเข้า (Import Registration Certificate) ออกโดย Chief Commission Import and Export

1.5 บัญชีธนาคาร

1.6 ใบอนุญาตเฉพาะ (Specific License) เช่นในกรณีที่หน่วยงานราชการเป็นผู้นำเข้า

2. เอกสารประกอบเพื่อยื่นต่อศุลกากรในการนำสินค้าออกประกอบไปด้วย

2.1 สำเนา Trade License

2.2 สำเนา VAT (Value Added Tax Certificate)

2.3 สำเนา TIN (Tax Identification Certificate)

2.4 สำเนา IRC (Import Registration Certificate)

2.5 ใบเสนอราคาซื้อขายของสินค้าต้นฉบับ (Pro-forma Invoice) (รับรองโดยธนาคาร)

2.6 บัญชีราคาสินค้าต้นฉบับ (Commercial Invoice) (รับรองโดยธนาคาร)

2.7 ใบรายการบรรจุหีบห่อต้นฉบับ (Packing List) (รับรองโดยธนาคาร)

2.8 ใบตราส่งสินค้าต้นฉบับ (Bill of Lading / Airway Bill of Lading) (รับรองโดยธนาคาร)

2.9 เอกสารรับรองต้นกำเนิดสินค้าตัวจริง (Certificate of Country of Origin) (รับรองโดยธนาคาร)

2.10 Clean Report of Findings สำเนาต้นฉบับ (ออกโดยบริษัทตรวจสอบการจัดส่งก่อน)

2.11 Letter of Credit: LC / LCA สำเนาต้นฉบับ (Local LC ออกโดยธนาคาร) (รับรองโดยธนาคาร)

2.12 เอกสารที่บริษัทผู้รับประกันภัยออกให้แก่ผู้เอาประกันภัยสำหรับการประกันชั่วคราว (Insurance Cover Note) ต้นฉบับ พร้อมใบเสร็จรับเงินตัวจริง

2.13 ใบรายงานผลการทดสอบทางกัมมันตภาพรังสี (Radioactivity Report) / ใบรับรองสุขอนามัย (Sanitary Certification) (จากประเทศผู้ส่งออก)

2.14 ใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phyto-Sanitary Certification)

2.15 รายงานมาตรฐานและการทดสอบจากหน่วยงานที่มีอำนาจ: BSTI / BCSIR (เฉพาะสินค้าประเภทอาหารหรือที่รับประทานได้ทั้งหมด)

2.16 หนังสือมอบอำนาจ C&F (Clearing and Forwarding Agent)

2. ภาษี

สำหรับภาษีศุลกากรที่จัดเก็บนั้นจากข้อมูลของคณะกรรมการแห่งรายได้แห่งชาติ (National Board of Revenue) ได้กำหนดภาษี (Custom Tariff) ในพิกัด HS code ที่เกี่ยวข้องกับผลไม้สำหรับปี 2013 – 2014 ไว้ดังตาราง 4.13 เฉพาะผลไม้เมืองร้อนที่สำคัญของประเทศไทย โดยบังกลาเทศจะเก็บภาษีหลายชนิดมากได้แก่

ตาราง 4.13 อัตราภาษีของบังกลาเทศสำหรับการนำเข้าสินค้าในหมวดผลไม้พิกัด 08

รหัส HS	รายการสินค้า	CD	RD	SD	VAT	AIT	ATV	TTI
08045011	Guavas: Wrapped/Canned Up to 2.5 kg	25	5	0	15	5	4	60.74
08045019	Guavas: Others	25	5	0	15	5	4	60.74
08045021	Mangosteens: Wrapped/Canned Up to 2.5 kg	25	5	0	15	5	4	60.74
08045029	Mangosteens: Others	25	5	0	15	5	4	60.74
08045031	Mangoes: Wrapped/Canned Up to 2.5 kg	25	5	20	15	5	4	91.89
08045039	Mangoes: Others	25	5	20	15	5	4	91.89
08106010	Durians: Wrapped/Canned up to 2.5 kg	25	5	20	15	5	4	91.89
08106090	Durian: Other	25	5	20	15	5	4	91.89
08072010	Papaya: Wrapped/Canned up to 2.5 kg	25	5	20	15	5	4	91.89
08072090	Papaya: Others	25	5	20	15	5	4	91.89
08109010	Other Fruit: Wrapped/Canned up to 2.5 kg	25	5	20	15	5	4	91.89
08109090	Other Fruit: Others	25	5	20	15	5	4	91.89

ที่มา: Bangladesh Customs Operative Schedule Fiscal Year: 2013 – 2014 (http://www.taxguidebd.com/national_tariff.php?PageNo=6&sid=0)

1. ภาษีศุลกากร (Custom Duty: CD) เป็นภาษีที่เรียกเก็บจากสินค้าที่นำเข้ามาในประเทศในอัตราภาษี โดยบังกลาเทศบังคับจัดเก็บภาษีศุลกากรสำหรับผลไม้ที่นำเข้าทุกชนิดในอัตราร้อยละ 25 ของราคา CIF

2. ภาษีเสริม (Supplement Duty: SD) เป็นภาษีที่เพิ่มซ้ำเข้าสำหรับการนำเข้าสินค้าที่ต้องเสียภาษีศุลกากรแล้ว (An Import of Dutiable Goods) โดยจัดเก็บกับผลไม้ที่นำเข้าบางชนิดเท่านั้น จากตาราง 4.13 พบว่ามีการจัดเก็บเสริมเฉพาะกับมะม่วงและผลไม้อื่นๆ ส่วนฝรั่ง มังคุด และทุเรียนไม่มีการจัดเก็บ การคำนวณจะคำนวณเป็นร้อยละของมูลค่าของสินค้าที่นำเข้าที่ได้รวมภาษีศุลกากรแล้ว (Custom Duty) (National Board of Revenue, 2014)

3. ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Value Added Tax: VAT) บังกลาเทศมีการจัดเก็บจากผลไม้นำเข้าทุกชนิดในอัตราร้อยละ 15

4. ภาษีเงินได้ล่วงหน้า (Advance Income Tax: AIT) ภาษีหัก ณ ที่จ่ายในส่วนที่เกี่ยวกับสินค้านำเข้าเพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า โดยบังกลาเทศจัดเก็บจากผลไม้นำเข้าทุกชนิดนำเข้าในอัตรา 5% คำนวณจากยอดรวมของราคาซีไอเอฟ (CIF) บวกอากรอื่นๆ

นอกจากผลไม้นำเข้าจะต้องเสียภาษีทั้ง 4 ชนิดข้างต้นแล้ว ยังต้องเสียภาษี

5. ภาษีบังคับ (Regulatory Duty: RD) เป็นภาษีที่ต้องจ่ายให้กับรัฐในเรื่องของกฎระเบียบการนำเข้าด้วยตามอัตราที่กำหนด โดยจัดเก็บจากผลไม้ทุกชนิดที่นำเข้าในอัตรา 5% คำนวณจากยอดรวมของราคาซีไอเอฟ (CIF) บวกอากรอื่นๆ

6. ภาษีที่บวกเพิ่มเข้าไปใน VAT (Advance Trade VAT: ATV) เป็นสัดส่วนของจำนวนเงินมาจากภาษีมูลค่าเพิ่มเมื่อคำนวณได้ ภาษีนี้นำไปบวกเพิ่มขึ้นไปกับภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยมีเงื่อนไขว่าผู้ค้าส่งหรือค้าปลีกไม่ได้ประโยชน์สิ่งอำนวยความสะดวกของเครดิตอินพุตหรือค่าปรับ ซึ่งบังกลาเทศจัดเก็บจากผลไม้ทุกชนิดที่นำเข้าในอัตราร้อยละ 4

7. ภาษีรวมทั้งหมด (Total Tax Incidence: TTI) คือ ผลรวมของภาระภาษีทั้งหมดที่ต้องจ่ายสำหรับการนำเข้าสินค้า (http://www.dutycalculator.com/country-guides/Import-duty-taxes-when-importing-into-Bangladesh/)

สำหรับวิธีการคำนวณภาษีของบังกลาเทศมีวิธีการดังนี้

$$TTI = CD + RD + SDI + VATI + AIT + ATVI$$

$$AV = (\text{Invoice value} \times 1.01) \times 1.01$$

$$SDI = \{(AV + CD + RD) \times SD / 100\}$$

$$VATI = \{(AV + CD + RD + SDI) \times VAT / 100\}$$

$$ATVI = [\{(AV + CD + SDI) \times 1.15\} \times ATV / 100]$$

โดยที่

TIT = ภาษีรวมทั้งหมด (อัตราภาษี ร้อยละ)

AIT = ภาษีเงินได้ล่วงหน้า

ATV = ภาษีที่บวกเพิ่มเข้าไปใน VAT (อัตราภาษี ร้อยละ)

ATVI = ATV incidence

CD = ภาษีศุลกากร (อัตราภาษี ร้อยละ)

RD = ภาษีบังคับ (อัตราภาษี ร้อยละ)

SD = ภาษีเสริม (อัตราภาษี ร้อยละ)

SDI = SD incidence

VAT = ภาษีมูลค่าเพิ่ม (อัตราภาษี ร้อยละ)

VATI = VAT incidence

AV = ราคาประเมิน (เป็นค่ามาตรฐานในการคำนวณภาษีอากรทุกชนิด จาก CIF หรือ CRF เป็นมูลค่ามีหน่วยเป็น Taka) (http://www.scribd.com/doc/128218736/Calculation-of-Total-Tax-Incidence)

ยกตัวอย่างเช่น หากว่า Invoice value เท่ากับ 98.03 เป็นสินค้าที่มี HS CODE : 08109090 การคำนวณภาระภาษีแต่ละชนิดและภาระภาษีรวม เป็นดังนี้

AV	=	$(98.03 \times 1.01) \times 1.01$	= 100
SDI	=	$\{(100+25+5) \times 20/100\}$	= 26
VATI	=	$\{(100+25+5+26) \times 15/100\}$	= 23.4
ATVI	=	$\{[(100+25+26) \times 1.15] \times 4/100\}$	= 7.49
TTI	=	25+5+26+23.4+5+7.49	= 91.89

3. นโยบายการนำเข้า

การนำเข้าสินค้าจำนวน 353 รายการ ในระดับ 6 Digit ตาม H.S. Code (The Import Trade Control Schedule 1988) ต้องได้รับอนุญาตจึงจะนำเข้าได้ เนื่องจากเหตุผลทางด้านความมั่นคงหรือเกี่ยวกับสุขอนามัย ทั้งนี้ภายใต้หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข ตามบทบัญญัติของ Customs Act, 1969 ซึ่งทุกๆ 5 ปี Bangladesh Customs จะแก้ไขเปลี่ยนแปลงรายละเอียดของการนำเข้าสินค้ากำหนดเป็น "นโยบายการนำเข้าสินค้า" เพื่อให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตาม นโยบายการนำเข้าฉบับปัจจุบัน คือ Import Policy 2004-2006 ซึ่งมีหลักการสำคัญดังนี้

ผู้นำเข้าสินค้า

- ผู้นำเข้าภาครัฐบาล ได้แก่ องค์กรของรัฐ วิสาหกิจ มหาวิทยาลัย และสถาบันวิจัย
- ผู้นำเข้าภาคเอกชนทั้งหมด ยกเว้นบริษัทที่ตั้งอยู่ในเขต Export Processing Zone (EPZ) ซึ่งต้องจดทะเบียนกับ The Office of the Chief Controller of Imports and Exports (CCI&E) ภายใต้การกำกับดูแลของ Ministry of Commerce โดยเสียค่าธรรมเนียมระหว่าง 500 Tk

ถึง 5000 Tk ขึ้นอยู่กับมูลค่าสินค้าที่นำเข้าแต่ละปี หลังจากจดทะเบียนแล้ว ผู้นำเข้าจะได้รับใบอนุญาตนำเข้าเรียกว่า Import registration certificate (IRC) ซึ่งจะระบุเพดานของมูลค่าของสินค้าแต่ละชนิดในแต่ละ อุตสาหกรรม ที่จะอนุญาตให้นำเข้าได้ในแต่ละปี รวมทั้งรายการที่ห้ามนำเข้าอีกด้วย)

- ผู้นำเข้าเอกชนเพื่อการอุตสาหกรรม (ซึ่งต้องจดทะเบียนกับ The Bangladesh Small and Cottage Industries Corporation (BSCIC) หรือ The Board of Investment (BOI) และหากผู้นำเข้าอยู่ในเขต Export Processing Zone (EPZ) ก็ต้องจดทะเบียนกับ Bangladesh Export Processing Zones Authority (BEPZA) ด้วย)

- ผู้นำเข้าเอกชนเพื่อการพาณิชย์ (ซึ่งไม่ต้องจดทะเบียน แต่ถ้าหากว่าสินค้าที่จะนำเข้ามีมูลค่าตั้งแต่ US$ 5,000 ขึ้นไป ก็จะต้องได้รับอนุญาตจาก Import Control Authority ก่อน)

สินค้านำเข้า

สินค้านำเข้าแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ สินค้าต้องห้ามการนำเข้า (Banned list) สินค้าที่ต้องขออนุญาตนำเข้า (Restricted list) และสินค้าที่นำเข้าได้โดยเสรี (Freely Importable Items)

สินค้าต้องห้ามนำเข้า ได้แก่รายการสินค้า เจ้าหน้าที่/หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง วัตถุระเบิด ต้องได้รับอนุญาตจาก Chief Inspector of Explosives of the Ministry of Energy and Mineral Resources อาวุธยุทโธปกรณ์ สามารถนำเข้าโดยรัฐบาลเท่านั้น หรือตัวแทนที่ได้รับการอนุมัติจากรัฐบาล ยาเสพติด Foreign exchange-earning hotels โดยได้รับอนุญาตจาก Director General, Narcotics Control Department หรืออื่นๆ ที่ได้รับอนุญาตจาก The Director General, Narcotics Control Department and Ministry of Commerce

สินค้าที่ต้องขออนุญาตนำเข้า ได้แก่

- หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ อุปกรณ์วิทยาศาสตร์ และอุปกรณ์สำหรับห้องปฏิบัติการ
- สินค้าภายใต้โครงการ Pay-As You-Earn (PAYE) ต้องได้รับอนุญาตจากธนาคารกลาง
- โรงงานและเครื่องจักรที่เป็นสินค้าใหม่หรือเป็นสินค้าเก่าที่มีอายุไม่เกิน 12 ปี
- รถยนต์ใหม่หรือที่มีอายุไม่เกิน 5 ปี
- คลังสินค้าหรือเรือโดยสารที่ทำจากเหล็กหรือไม้
- โรงงานหรือเครื่องจักรเพื่ออุตสาหกรรมการส่งออกอวนและเรือประมง
- สินค้าตัวอย่างที่ไม่คิดมูลค่า วัสดุสำหรับงานโฆษณา และของขวัญ
- ยารักษาโรค
- เครื่องจักรในที่เป็นสินค้าทุนและคิดเป็นสัดส่วนทุนของผู้ถือหุ้นต่างประเทศ

- สินค้าที่นำเข้าจาก Israel, Serbia, Montenegro, Socialist Republic of Yugoslavia

ข้อปฏิบัติในการนำเข้าสินค้า มีหลักเกณฑ์ดังนี้

- การนำเข้าสินค้าทุกชนิดต้องยื่นใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Photo-sanitary Certificate) ซึ่งออกโดยผู้มีอำนาจของประเทศผู้ส่งออก ยกเว้นถ่านหินหรืออุตสาหกรรมผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อการส่งออก
- การนำเข้าสินค้าอาหารต้องได้รับการอนุญาตจาก Bangladesh Standards and Testing Institution (BSTI) และ The Council for Science and Information Research
- การนำเข้าสินค้าเพื่อที่จะส่งออกภายใน 1 ปี หลังจากการนำเข้า ต้องได้รับอนุญาตจาก Import Control Authority
- การนำเข้าสินค้าอาจทำได้ในราคา CIF หรือ FOB แต่หากนำเข้าบนฐานของ FOB ผู้นำเข้าจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของ Bangladesh BMA โดยก่อนที่จะเปิด L/C ผู้นำเข้าจะต้องทำประกันภัย ซึ่งซื้อจาก The Sadharan Bima Corporation หรือบริษัทประกันภัย
- การนำเข้าสินค้าตัวอย่าง สินค้าเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์และของขวัญ จะได้รับอนุญาต โดยไม่ต้องเสียภาษี แต่มีข้อจำกัดเรื่องจำนวนและมูลค่าสินค้าที่ได้กำหนดไว้ในแต่ละปี บังกลาเทศได้ผ่อนผันกฎระเบียบการนำเข้ามากขึ้นตามนโยบายเปิดเสรี เช่น ยินยอมให้นำเข้าเครื่องจักรประเภททุนและวัตถุดิบเพื่อการอุตสาหกรรมในการขนส่งโดยไม่จำต้องใช้ L/C อย่างไรก็ดี บังกลาเทศยังกำหนดข้อจำกัดการนำเข้าอีกหลายประการได้แก่

  - การนำเข้าสินค้าจะต้องขนส่งโดยเรือของบังกลาเทศ อย่างน้อย 40% ของจำนวนสินค้านำเข้าทั้งหมด ตาม Flag Vessels (Protection) Ordinance 2525 แต่อาจได้รับการยกเว้น (โดยได้รับความเห็นชอบจาก Bangladesh Shipping Corporation (BSC) และ Shippers Council of Bangladesh ก่อน) สำหรับสินค้าบางรายการหรือบางเส้นทางดังนี้
  - สินค้าที่ขนส่งมีมากถึง 20 เมตรตริกตัน ต่อผู้ขน 1 ราย หรือมี 100 เมตรตริกตัน ในการขนส่งเป็นกลุ่ม อาจใช้เรืออื่นที่ไม่ใช่เรือบังกลาเทศก็ได้
  - The Director-General of Shipping ผ่อนผันโดยออกใบรับรอง เช่น การขนส่งสินค้าจากท่าเรือต่างประเทศ ซึ่งเรือบังกลาเทศไม่ได้เข้าไปในท่าเรือนั้น หรือการนำเข้าสินค้าตามความตกลงพิเศษซึ่งกำหนดไว้ในสัญญา C&F เป็นต้น
  - การขนส่งสินค้าที่นำเข้ามาเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกอาจใช้เรือของชาติอื่นขนส่งได้

การต้องปิดฉลากสินค้านำเข้า

- ฉลากสินค้า ต้องระบุวันเดือนปีที่ผลิต หมดอายุ และวิธีใช้ พิมพ์ด้วยภาษา Bangla หรืออังกฤษ
- สินค้าอาหาร ต้องระบุชื่อ ที่อยู่ และ Tax Identification Number (TIN) นอกจากนั้นอาหารเด็กและนม ต้องแสดงข้อความที่กระป๋องด้วยภาษา Bangla ว่า "ไม่สามารถใช้แทนนมแม่"
- บุหรี่ ต้องแสดงข้อความที่ซองว่า "บุหรี่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ"
- ยาฆ่าแมลง ต้องแสดงคำเตือนว่า "ระวังอย่าให้เด็กหยิบถึง" หรือ "อันตราย" ให้ชัดเจน
- สินค้าที่ทำจากฝ้ายหรือขนสัตว์ ต้องมีป้ายระบุความยาวและแหล่งกำเนิดสินค้า เว้นแต่จะมีความยาวไม่เกิน 4 หลา
- สินค้าต้องไม่มีข้อความเกี่ยวข้องกับการดูหมิ่นศาสนา รวมทั้งภาพลามกอนาจาร

ข้อกำหนดเรื่องบรรจุภัณฑ์ และกระบวนการบรรจุหีบห่อและบรรทุกลงบนตู้คอนเทนเนอร์

- สินค้าจะต้องบรรจุในภาชนะที่ทนต่อความร้อนและความชื้น
- บรรจุภัณฑ์ยาฆ่าแมลง จะต้องมีความแข็งแรงต่อการขนส่งทางทะเล รวมทั้งต้องระบุชื่อทางเคมีและทางเทคนิค ของทุกผลิตภัณฑ์ น้ำหนัก ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต และวันที่ผลิต
- ต้องระบุแหล่งกำเนิดสินค้าไว้อย่างชัดเจนบนหีบห่อหรือตู้คอนเทนเนอร์ เว้นแต่ถ่านหิน หรือวัตถุดิบในอุตสาหกรรมผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อการส่งออก เช่น ฝ้าย

สรุป

จากมาตรฐาน ข้อบังคับ และระเบียบปฏิบัติการนำเข้าลำไยของอินเดีย จะเห็นได้ชัดว่าเราพึ่งพาประโยชน์จาก TIFTA และ AIFTA เสียเป็นส่วนใหญ่ โดยผู้ส่งออกชาวไทยและผู้นำเข้าลำไยสดชาวอินเดียจะอาศัยข้อตกลงการค้าเสรีไทย-อินเดีย (TIFTA) เพื่อให้ได้สิทธิประโยชน์ทางภาษีเท่ากับ 0 และอินเดียไม่เข้มงวดในการตรวจสินค้าลำไยสดที่นำเข้าจากประเทศไทย ทำให้มีโอกาสในส่งออกเพิ่มมากขึ้น ซึ่งแตกต่างจากกำหนดของประเทศบังกลาเทศ โดยจะเห็นได้ว่าผลไม้ของไทยยังถูกเก็บภาษีมากถึง 6 ชนิด และมีภาระภาษีรวมสูงมากถึงร้อยละ 91.89 ทำให้สามารถส่งออกไปได้น้อยลงและผลไม้ไทยที่จำหน่ายในบังกลาเทศราคาสูงมาก อย่างไรก็ตามบังกลาเทศยังไม่มีข้อกำหนดเฉพาะสำหรับการนำเข้าลำไยจากประเทศไทย ในส่วนของมาตรฐานและข้อบังคับอื่นๆ เรามีศักยภาพเพียงพอที่ทำให้ผ่านเกณฑ์ข้อบังคับเหล่านั้นได้ ดังนั้นจึงควรมีการเร่งสร้างความตกลงการค้าเสรีบีมสเทค (BIMSTEC FTA) หรือควรจัดการรวมกลุ่มทวิภาคี เพื่อสร้างข้อตกลงที่ทำให้เพิ่มศักยภาพในการส่งออกเพิ่มมากขึ้น

4.4 การศึกษาโอกาสทางการตลาดของการส่งออกผลไม้ของสหกรณ์ในภาคเหนือตอนบนของไทยไปยังกลุ่มประเทศ BIMSTEC

จากวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่ต้องการศึกษาถึงโอกาสทางการตลาดของการส่งออกผลไม้ของสหกรณ์ในภาคเหนือตอนบนของไทยไปยังกลุ่มประเทศ BIMSTEC จะใช้อาศัยแนวทางการตลาดระหว่างประเทศ แนวคิดวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ร่วมกันกับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของห่วงโซ่อุปทานของการส่งออกลำไยสดจากสหกรณ์ภาคเหนือตอนบนของไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าคือ อินเดียและบังกลาเทศ

4.4.1 การศึกษาช่องทางการจำหน่ายลำไยสดไทยในอินเดีย

ในการวิเคราะห์ช่องทางการตลาดของลำไยสดไทยในอินเดียนั้น อาศัยแนวคิดการวิเคราะห์ทางด้านการตลาด คือ 4P ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) สามารถสรุปได้ดังนี้

1. **ผลิตภัณฑ์ (Product)**

ลำไยสดที่จำหน่ายในอินเดียนั้นเป็นลำไยสดจากประเทศไทย จะมีชั้นคุณภาพตามฤดูกาลของผลผลิตภายในประเทศไทย โดยหากเป็นการส่งออกลำไยสดในช่วงลำไยในฤดู ระหว่างเดือน กรกฎาคม – สิงหาคม ลำไยสดที่จำหน่ายจะเป็นลำไยเกรด A มีผลลำไยขนาดใหญ่ สม่ำเสมอ มีเส้นผ่านศูนย์กลางระหว่าง 2.7 – 2.8 เซนติเมตร ไม่อ่อนหรือแก่เกินไป ผ่านการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์แล้ว สีของเปลือกลำไยมีลักษณะมีเหลืองปนน้ำตาล ไม่คล้ำ เป็นชั้นคุณภาพเดียวกับที่ผู้ส่งออกลำไยไปประเทศอินโดนีเซีย แต่ถ้าหากเป็นการส่งออกลำไยนอกฤดูหรือนอกระหว่างเดือนกรกฎาคม – สิงหาคม ลำไยสดที่จำหน่ายจะเป็นลำไยเกรด B มีผลลำไยขนาดใหญ่ สม่ำเสมอ มีเส้นผ่านศูนย์กลางระหว่าง 2.6 – 2.7 เซนติเมตร ผ่านการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์แล้ว สีของเปลือกลำไยมีลักษณะมีเหลืองปนน้ำตาล ไม่คล้ำ เป็นชั้นคุณภาพเดียวกับที่ผู้ส่งออกลำไยไปประเทศอินโดนีเซีย เช่นเดียวกัน

ลำไยสดไทยที่จำหน่ายในอินเดียเป็นสินค้าที่ไม่มีคู่แข่งขัน มีจำหน่ายตลอดทั้งปี ราคาค่อนข้างสูง จัดเป็นผลไม้กลุ่ม Exotic ดังนั้นกลุ่มลูกค้าจึงมีทั้งกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางและรายได้สูง จัดว่าเป็นผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ถูกจำหน่ายให้กับผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) นอกจากนี้ลำไยยังถูกนำไปใช้สำหรับการเฉลิมฉลองในเทศกาล เช่น เทศกาลดิวารี และนวราตรี รวมถึงเป็นของขวัญในพิธีแต่งงานของชาวอินเดีย

สำหรับลำไยสดถูกนำเข้าทางเครื่องบิน ลำไยสดส่วนใหญ่จะถูกจัดมัดเรียงเป็นช่อบรรจุในถุงพลาสติกหรือตาข่ายพลาสติกเรียบร้อยแล้วตั้งแต่ส่งออกจากผู้ส่งออกในเมืองไทย โดยจะ

บรรจุภายในกล่องโฟมอีกชั้นหนึ่ง ดังนั้นพ่อค้าส่งสามารถจำหน่ายได้ทันทีทั้งการจำหน่ายแบบยกกล่องโฟมและการแบ่งจำหน่าย แต่หากเป็นการนำเข้าทางเรือ (เฉพาะลำไยสดในฤดู) ลำไยสดจะถูกตะกร้าพลาสติกสีขาวชนิดที่มีฝาปิด ไม่ได้มีการชัดช่อ ดังนั้นจำหน่ายผู้นำเข้าจะต้องนำมาจัดช่อเพื่อจำหน่ายเองอีกต่อหนึ่ง

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่บรรจุลำไยสดพร้อมจำหน่าย หากเป็นการจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า การจำหน่ายจะเป็นในลักษณะแบบมัดรวมเป็นช่อหรือมัดปุ๊กและการบรรจุในตาขายพลาสติกหรือบรรจุในถุงพลาสติกอีกชั้นหนึ่ง และการจำหน่ายในลักษณะเป็นลูกตัดขั้วและบรรจุถาดโฟมหรือถาดพลาสติกและหุ้มหรือแรพด้วยพลาสติกบางอีกชั้นหนึ่ง โดยสินค้าจะวางจำหน่ายในชั้นที่ควบคุมอุณหภูมิเย็นร่วมกับผลไม้ไทยหรือผลไม้อื่นที่นำเข้ามาจำหน่ายภายในประเทศอินเดียอื่นๆ หากเป็นการจำหน่ายในตลาดสดหรือร้านจำหน่ายผลไม้ทั่วไปจะมีทั้งที่จำหน่ายในลักษณะแบบมัดรวมเป็นช่อบรรจุในถุงพลาสติก และการจำหน่ายในลักษณะเป็นลูกตัดขั้วและบรรจุถาดโฟมหรือถาดพลาสติกและหุ้มหรือแรพด้วยพลาสติกบางอีกชั้นหนึ่ง ซึ่งมีทั้งที่วางจำหน่ายในชั้นวางที่ควบคุมอุณหภูมิเย็นและอุณหภูมิปกติ

ตาราง 4.14 ช่องทางการจำหน่ายลำไยสดในตลาดอินเดีย

ตัวกระตุ้น	ลำไย
ผลิตภัณฑ์ (Product)	- ลำไยมีการจำหน่ายในลักษณะมัดช่อใส่ถุงพลาสติก ลำไยพร้อมก้านใส่ถุงพลาสติก และ ลำไยไม่มีก้านใส่ถาดโฟมหรือถาดพลาสติกหุ้มด้วยพลาสติกใส - ลำไยที่จำหน่ายเป็นลำไยขนาดเกรด B เป็นส่วนใหญ่เส้นผ่านศูนย์กลางอยู่ระหว่าง 2.6-2.7 เซนติเมตร ผ่านการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์แล้ว - ลำไยไทยเป็นสินค้าที่ไม่มีคู่แข่งขัน ดังนั้นกลุ่มลูกค้าจึงมีทั้งกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางและรายได้สูง จัดว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ถูกจำหน่ายให้กับผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) - ลำไยไทยเป็นสินค้าที่มีจำหน่ายตลอดทั้งปี - ลำไยเป็นผลไม้ต่างประเทศที่ชาวอินเดียมักจะใช้เพื่อแจกให้กับ -ลำไยจะขายได้ดีในช่วงเทศกาลเฉลิมฉลองเทพเจ้าของศาสนาฮินดู
ราคา (Price)	- ลำไยราคาสูง เนื่องจากถูกขนส่งทางเครื่องบิน ราคา 78 รูปี/100 กรัม(Food Hall) หรือ 780 รูปี = 415.832 บาท/กิโลกรัม - ราคาลำไยจะสูงขึ้นในช่วงเทศกาลนวราตรี และเทศกาลดิวารีซึ่งเป็นช่วงที่มีการเฉลิมฉลองและใช้ผลไม้ราคาแพงหรือผลไม้จากต่างประเทศไปถวายเทพเจ้า

ตัวกระตุ้น	ลำไย
	- ราคาขายส่งและขายปลีกของลำไยที่นำเข้าจากประเทศไทยนั้นไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับฤดูกาลของลำไยและความต้องการของผู้บริโภค เช่นในช่วงเดือนตุลาคม ซึ่งเป็นเดือนเฉลิมฉลองเทศกาลนวราตรียาวนานถึง 9 คืน และถัดไปอีกประมาณ 20 วันในช่วงเดือนพฤศจิกายนจะเป็นเดือนที่เฉลิมฉลองเทศกาลดิวาลียาวนานอีก 5 วัน ทำให้มีความต้องการสูง ราคาลำไยจึงสูงตามไปด้วย ส่วนในช่วงเดือนกรกฎาคม สิงหาคม ซึ่งเป็นช่วงลำไยในฤดูราคาที่จำหน่ายในอินเดียจะลดลง
ช่องทางการจำหน่าย (Place)	- ลำไยได้ถูกวางขายทั้งในตลาดสดค้าปลีกและร้านขายของชำที่ขายเฉพาะของสด (Local Convenience Store)(เช่น ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ เครื่องปรุงอาหาร) เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าทั่วไป - ลำไยสดได้ถูกวางขายในห้างสรรพสินค้าสำหรับผู้บริโภคที่เป็น Niche market
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	- คนอินเดียยังไม่รู้จักลำไยไทย จะรู้จักในนาม ไทยลิ้นจี่ - ยังไม่มีการโฆษณาให้เห็นถึงคุณค่าทางอาหารของลำไย

ที่มา: จากการเก็บข้อมูล

2. **ราคาจำหน่าย**

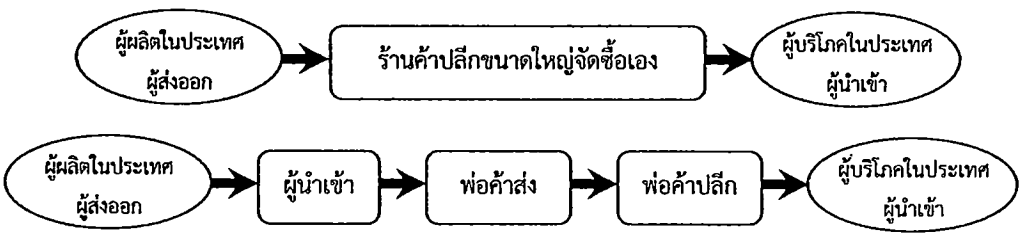
ราคาลำไยสดไทยที่จำหน่ายในอินเดียมีราคาค่อนข้างสูง โดยเฉพาะลำไยนอกฤดูที่ผลผลิตภายในประเทศมีน้อย ดังนั้นการขนส่งลำไยจึงเป็นการขนส่งทางอากาศเท่านั้น โดยราคาจำหน่ายปลีกเท่ากับ ราคา 78 รูปี/100 กรัม (Food Hall) หรือ 780 รูปี = 415.83 บาท/กิโลกรัม แต่หากเป็นช่วงลำไยในฤดูที่มีการนำเข้าทางเรือ หากเป็นลำไยที่จำหน่ายในห้างสรรพสินค้าราคาจะไม่ลดลงมากนักไม่ว่าจะเป็นลำไยในฤดูหรือนอกฤดู แต่หากเป็นลำไยสดที่จำหน่ายในร้านจำหน่ายผลไม้หรือตลาดสดจะราคาถูกกว่า

นอกจากนี้ราคาลำไยจะสูงขึ้นในช่วงเทศกาลดิวารีและเทศกาลนวราตรี ซึ่งเป็นช่วงที่มีการเฉลิมฉลองและใช้ผลไม้ราคาแพงหรือผลไม้จากต่างประเทศไปถวายเทพเจ้า เพื่อแสดงถึงความเคารพและฐานะความร่ำรวยของผู้ซื้อ ส่งผลให้ราคาขายส่งและขายปลีกของลำไยที่นำเข้าจากประเทศไทยนั้นไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับฤดูกาลของลำไยและความต้องการของผู้บริโภค เช่นในช่วงเดือนตุลาคม ซึ่งเป็นเดือนเฉลิมฉลองเทศกาลนวราตรียาวนานถึง 9 คืน และถัดไปอีกประมาณ 20 วัน ในช่วงเดือนพฤศจิกายนจะเป็นเดือนที่เฉลิมฉลองเทศกาลดิวาลียาวนานอีก 5 วัน ทำให้มีความต้องการสูง ราคาลำไยจึงสูงตามไปด้วย ส่วนในช่วงเดือนกรกฎาคม สิงหาคม ซึ่งเป็นช่วงลำไยในฤดูราคาที่จำหน่ายในอินเดียจะลดลง

3. ช่องทางการจำหน่ายสินค้า

ช่องทางการนำเข้าลำไยสดจากประเทศไทยเพื่อมาจำหน่ายในประเทศอินเดีย สามารถจำแนกออกเป็น 2 กลุ่มคือ

1. การจัดจำหน่ายสินค้าระหว่างประเทศโดยบริษัทค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น Reliance ที่จะดำเนินการจัดซื้อลำไยสดโดยตรงผ่านล้งเพื่อให้จัดหาลำไยสดในฤดูเพื่อส่งเข้าไปจำหน่ายในสาขาต่างที่มีอยู่มากมายของ Reliance



รูป 4.7 ช่องทางการจำหน่ายลำไยจากไทยไปอินเดีย

2. การจัดจำหน่ายผ่านนายหน้าหรือคนกลางทางการตลาด โดยผู้นำเข้าจะรวบรวมความต้องการจากพ่อค้าปลีกในอินเดียจากนั้นส่งคำสั่งซื้อมายังผู้รวบรวมและผู้ส่งออกลำไยสดภายในประเทศ จากนั้นสินค้าจะถูกส่งจากประเทศไทยไปยังผู้นำเข้าเพื่อส่งต่อให้กับพ่อค้าส่งเพื่อจำหน่ายต่อให้กับพ่อค้าปลีกและขายต่อให้กับผู้บริโภคภายในประเทศอินเดียต่อไป หรือผู้นำเข้าอาจส่งลำไยสดต่อไปยังห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่เพื่อนำไปจำหน่ายยังสาขาต่างของห้างสรรพสินค้าให้ผู้บริโภคเลือกซื้อต่อไป

ดังนั้นลำไยที่จำหน่ายในอินเดียจึงมีทั้ง ลำไยได้ถูกวางขายทั้งในตลาดสดค้าปลีก แผงผลไม้ข้างถนน และร้านขายของชำที่ขายเฉพาะของสด (Local Convenience Store) (เช่น ผักผลไม้ เนื้อสัตว์ เครื่องปรุงอาหาร) เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าทั่วไป และลำไยสดได้ถูกวางขายในห้างสรรพสินค้าสำหรับผู้บริโภคที่เป็น Niche market ซึ่งตำแหน่งการวางลำไยสดในห้างสรรพสินค้านั้นจะวางในกลุ่มของผลไม้ไทยและกลุ่มผลไม้ที่นำเข้าจากต่างประเทศ

4. การส่งเสริมการขาย

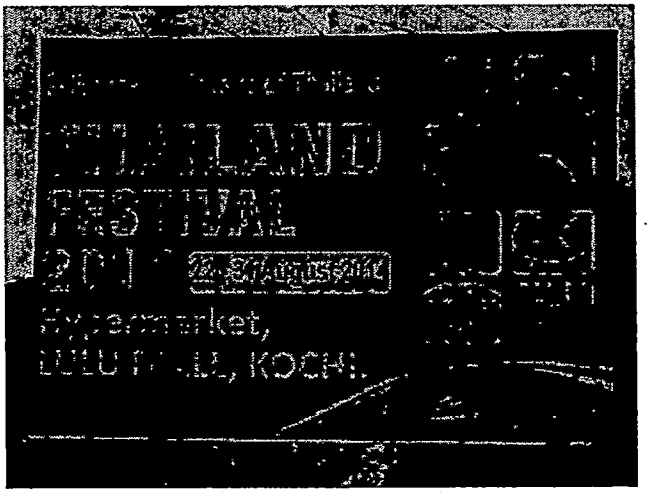
จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำหน่ายลำไยสดทั้งพ่อค้าปลีก พ่อค้าส่ง ผู้จัดการในห้างสรรพสินค้า พบว่า ลำไยสดของประเทศไทยยังไม่ได้เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง มีสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับผลไม้ไทยชนิดอื่น เช่น ฝรั่ง หรือมังคุดเป็นต้น คนอินเดียยังไม่รู้จักลำไยไทย หรือรู้จักอย่างไม่ถูกต้องเช่น รู้จักในนามของไทยลิ้นจี่ สำหรับผู้บริโภคที่ซื้อลำไยส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคที่เคยมาเที่ยวประเทศไทยและเคยได้ชิมลำไยสดของไทยมาก่อน ดังนั้นหากวิเคราะห์ด้วยแนวคิดของวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) พบว่า ลำไยสดของไทยยังอยู่ในขั้นแนะนำของ

ผลิตภัณฑ์ (Product Introduction) เพรายังไม่เป็นที่รู้จักของผู้ซื้อหรือผู้บริโภคในประเทศอินเดียที่มีอยู่จำนวนมหาศาล ความตื่นตัว รู้จักหรือยอมรับในผลิตภัณฑ์ยังมีน้อย ทำให้ความต้องการสินค้าไม่แน่นอน ดังนั้นผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายต้องเสนอ รายละเอียดของสินค้า โดยอาศัยในการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เพื่อติดต่อสื่อข่าวกับผู้บริโภคให้ทราบว่ามีสินค้าใหม่ออกสู่ตลาด

ซึ่งกลยุทธ์ผู้ประกอบการอินเดียใช้สำหรับส่งเสริมการขายผลไม้ไทยที่พบจากการศึกษา ได้แก่ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) เช่น งานสัปดาห์อาหารไทย เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อผลไม้และสินค้าอื่นๆ ที่ผลิตจากประเทศไทย กลยุทธ์การส่งข่าวสารไปยังลูกค้า (Message Strategies) โดยการให้ข้อมูลแก่ลูกค้า เช่น คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติ แหล่งผลิตจากประเทศไทย เป็นต้น รวมถึงกลยุทธ์การใช้สื่อโฆษณา (Media Strategies) เช่น การจัดทำแผ่นพับ ใบปลิวราคา การลงข้อมูลในสื่อต่างๆ จากรูป 4.7 แสดงกิจกรรมส่งเสริมสินค้าอาหารไทยร่วมกับห้าง Godrej Nature's Basket ณ เมืองมุมไบ ในลักษณะ In-Store Promotion ที่ Flagship Store ของห้าง Godrej Nature's Basket ที่สาขา Bandra ระหว่าง 1-17 สิงหาคม 2557 โดยความร่วมมือระหว่างสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองดูไบ (Thai Trade Center, Mumbai) กับ Godrej Nature's Basket ในมุมไบจำนวน 8 สาขา

รูป 4.8 กิจกรรมส่งเสริมสินค้าอาหารไทยร่วมกับห้าง Godrej Nature's Basket ณ เมืองมุมไบ วันที่ 1-17 สิงหาคม 2557

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองดูไบ



รูป 4.9 กิจกรรมส่งเสริมสินค้าอาหารไทยร่วมกับห้าง Lulu Market ณ เมืองโคจิ รัฐเกรละ วันที่ 22 - 31 สิงหาคม 2557

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมุมไบ

4.4.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของลำไยสดไทยในอินเดีย

1. จุดแข็ง

1.1 ลำไยสด

- ลำไยสดที่จำหน่ายในประเทศอินเดียเป็นผลไม้ที่อินเดียนำเข้าหลักจากประเทศไทย ดังนั้นจึงไม่มีคู่แข่งขันในการผลิตและส่งออกไป และไทยเป็นผู้ครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดของลำไยสดในอินเดียเกือบทั้งหมด โดยปริมาณมีสัดส่วนน้อยที่นำเข้าจากประเทศจีนทางตอนเหนือของอินเดียที่มีพรมแดนติดกับจีน นอกจากนี้ไม่มีประเทศใดในอาเซียนหรือเอเชียใต้ที่มีศักยภาพการผลิตและการตลาดลำไยสดเพื่อส่งออกเทียบเท่ากับประเทศไทย

- ผู้บริโภคชาวอินเดียมีทัศนคติที่มีมากต่อผลไม้ไทย โดยมีความเชื่อว่าผลไม้ไทยเป็นผลไม้ที่มีคุณภาพ มีราคาที่แพง เหมาะกับผู้บริโภคผู้มีรายได้มากและมหาเศรษฐีที่มีกำลังซื้อสูง

- ลำไยสดจากประเทศไทยถือเป็นผลไม้กลุ่ม Exotic เป็นผลไม้พิเศษใช้ในงานแต่งงาน (ระหว่างตุลาคม – มกราคม) งานเฉลิมฉลองเทศกาลดิวาลี (อยู่ระหว่างช่วงครึ่งหลังของเดือนตุลาคมหรือช่วงครึ่งแรกของเดือนพฤศจิกายน) โดยจากข้อมูลของการส่งออกลำไยสดของไทยรายเดือนของปี 2555 พบว่าฤดูกาลที่มีการนำเข้าลำไยสดมากที่สุดคือเดือนสิงหาคม และปี 2556 มีการนำเข้ามากที่สุดเดือนมกราคม นอกจากนี้ลำไยสดไทยยังถูกสั่งซื้อโดยโรงแรมระดับ 5 ดาวหรือมากกว่า สำหรับให้บริการแก่ลูกค้าที่เข้าพักและการจัดเลี้ยง

- ภายใต้ FTA ระหว่างไทย – อินเดีย พบว่า ลำไยสดเป็นสินค้าส่งออกจากไทยที่อินเดียกำหนดให้ภาษีการนำเข้าเป็น 0 ดังนั้นผู้ส่งออกและผู้นำเข้าจึงอาศัย FTA ไทย – อินเดียนี้ใน

การทำการค้าระหว่างกัน นอกจากนี้อินเดียยังไม่มีเงื่อนไขพิเศษในการตรวจสินค้าลำไยสดที่นำเข้าจากประเทศไทย

- ลำไยสด หากเป็นลำไยสดนอกฤดูสามารถหาซื้อได้ทั้งในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ร้านค้าผลไม้ ร้านค้าผลไม้ในตลาดสดได้ตลอดทั้งปี แต่หากเป็นลำไยสดในฤดูสามารถหาซื้อได้ทุกที่ที่จำหน่ายผลไม้ไทยหรือแม้แต่ในแผงผลไม้ข้างถนน

2. **จุดอ่อน**

- ชาวอินเดียส่วนใหญ่ไม่รู้จักลำไยทั้งชื่อเรียกที่ถูกต้อง เพราะในปัจจุบันยังรู้จักในชื่อ ไทยลิ้นจี่ นอกจากนี้ผู้บริโภคชาวอินเดียยังขาดข้อมูลทางด้านคุณค่าทางโภชนาการและวิธีการรับประทาน เพราะผู้บริโภคชาวอินเดียส่วนหนึ่งยังใช้วิธีปอกเปลือกโดยการกัดเปลือกลำไย ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคมีอาการแพ้จากการที่มีสารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ตกค้างหรือติดเชื้อจากการปนเปื้อนที่เปลือกลำไยในระหว่างขนส่งหรือจำหน่าย

- ผู้จำหน่ายไม่มีความรู้ที่เพียงพอด้านการเก็บรักษาลำไยสดให้ยังคงคุณภาพสดเหมาะกับการรับประทาน โดยพบว่าผู้จำหน่ายบางรายไม่จัดเก็บลำไยสดไว้ในตู้เย็นหรือชั้นวางที่ปรับอุณหภูมิ ทำให้สัดส่วนการเน่าเสียสูง หรือการจัดเก็บลำไยในที่เย็นแต่มีความชื้นสูง ทำให้ภายในถุงบรรจุลำไยมีละอองน้ำจับตัว ซึ่งนำไปสู่การเน่าเสียในลำไยสดได้

- ผลผลิตมีคุณภาพที่ไม่แน่นอนโดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณภาพของลำไยในฤดูและนอกฤดู ทั้งขนาด สี และรสชาติ ซึ่งพบว่าในลำไยนอกฤดูนั้นลำไยบางส่วนแก่เกินไป และมีลักษณะขั้นหัว รสชาติหวานน้อย เป็นต้น

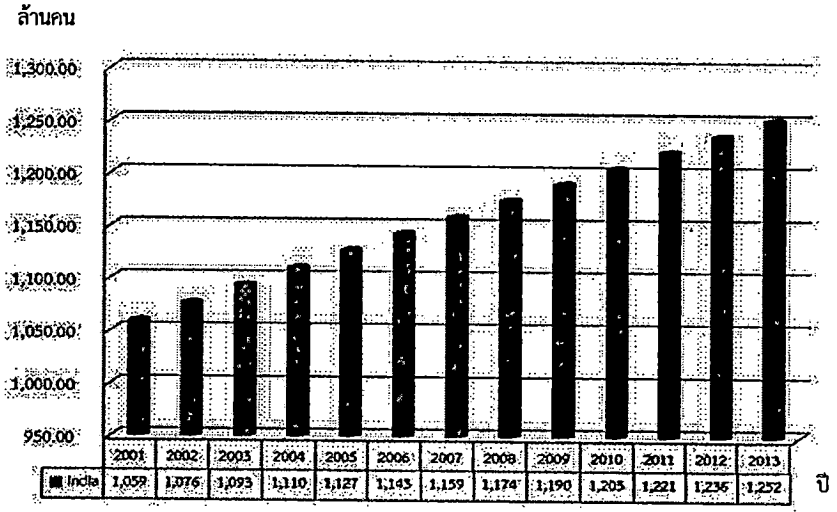
- สำหรับลำไยสดนอกฤดูที่จำหน่ายในอินเดียนั้นมีราคาจำหน่ายที่สูง ทำให้กลุ่มผู้บริโภคค่อนข้างแคบมาก เฉพาะผู้มีรายได้มากและมีความชื่นชอบผลไม้จากเมืองไทย

3. **โอกาส**

- หากพิจารณาขนาดตลาดด้วยจำนวนของประชากรพบว่า ประเทศอินเดียเป็นประเทศที่มีประชากรมากเป็นอันดับ 2 ของโลกรองจากประเทศจีน จากข้อมูลของ World Bank (2014) ดังรูป 4.10 พบว่า ในปี 2001 มีประชากรทั้งสิ้นกว่า 1,059 ล้านคน และในปี 2013 มีประชากรทั้งสิ้นกว่า 1,252 ล้านคน หรือเพิ่มขึ้นมากถึงร้อยละ 18.18 และมีอัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรโดยเฉลี่ยร้อยละ 1.42 ต่อปี และจากการคาดการณ์ของ IMF (2014) ประมาณการว่าในปี 2015 และ 2019 อินเดียจะมีประชากรรวมทั้งสิ้น 1,276.27 และ 1,344.77 ล้านคน ตามลำดับ ซึ่งแสดงถึงโอกาสและศักยภาพของตลาดอินเดียที่มีขนาดใหญ่มาก

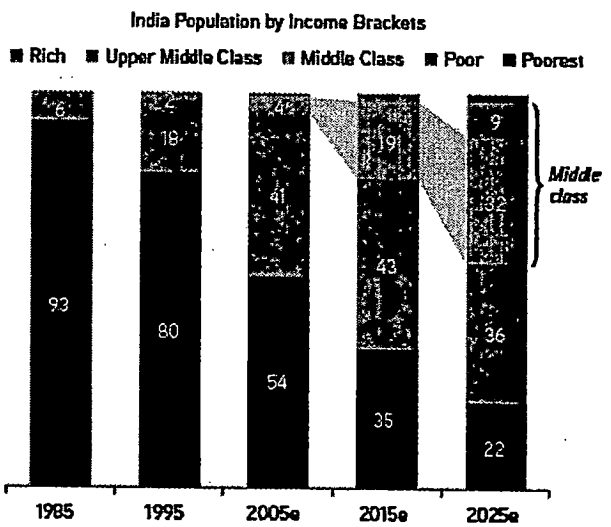
- เมื่อพิจารณามูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ณ ราคาคงที่ (Constant Price) ที่แสดงถึงความมั่งคั่งของประเทศพบว่า ในระหว่างปี 2001 – 2013 อินเดียมี GDP เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยในปี 2001 มูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของอินเดีย

เท่ากับ 26,831 พันล้านรูปี แต่ในปี 2013 มีมูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเพิ่มมากขึ้นถึง 61,958 พันล้านรูปี หรือเพิ่มมากขึ้นร้อยละ 130.9 และมีอัตราการขยายตัวของ GDP ในอัตราร้อยละ 7.25 ต่อปี และจากการคาดการณ์ของ IMF (2014) ประมาณการว่าในปี 2015 และ 2019 อินเดียจะมี GDP ณ ราคาคงที่ ทั้งสิ้น 69,024.59 และ 89,322.83 ล้านรูปี ตามลำดับ ซึ่งแสดงถึงโอกาสและศักยภาพของตลาดอินเดียที่มีขนาดใหญ่และขยายตัวอย่างก้าวกระโดด



รูป 4.10 จำนวนประชากรของอินเดียระหว่างปี 2001 – 2013

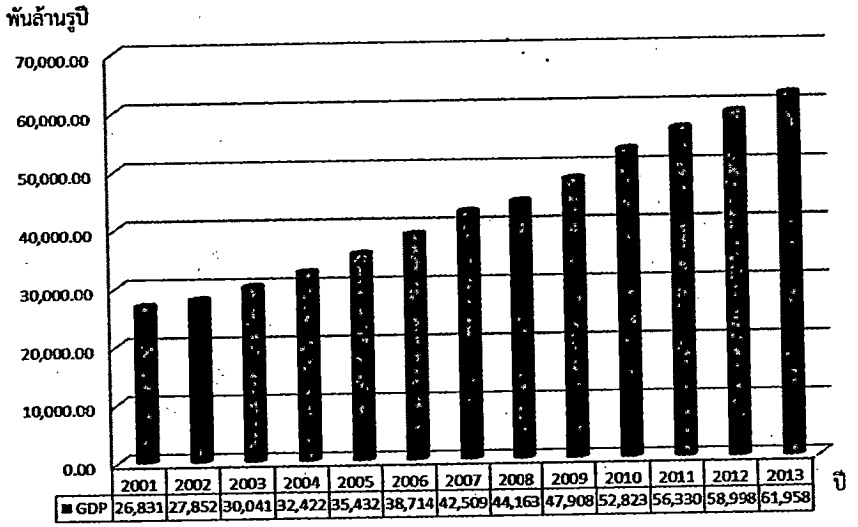
ที่มา: World Bank Database (2014)



รูป 4.11 สัดส่วนของประชากรตามระดับชั้นของรายได้

ที่มา: McKinsey Global Institute (2007)

- สำหรับชนชั้นกลางซึ่งเป็นกลุ่มที่ใช้เงินในการจับจ่ายซื้อสินค้าต่อครั้งสูง กลุ่มมีการศึกษาดี และมีโอกาสเดินทางไปต่างประเทศ จึงเปิดรับสินค้าจากต่างประเทศมากขึ้น จากข้อมูลของบริษัท Euro Monitor (2013) ได้คาดการณ์ว่า ประชากรกลุ่มที่มีรายได้ปานกลางถึงสูงในอินเดียมีการเพิ่มสัดส่วนขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยมีจำนวนประมาณ 350 ล้านคนในปัจจุบัน โดยเฉพาะชนชั้นกลางที่ขยายตัวอย่างรวดเร็วในเมืองเศรษฐกิจสำคัญของประเทศ เช่น มุมไบ เดลี เชนไน ไฮเดอราบาด เป็นต้น และแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นในอนาคต ทำให้เป็นโอกาสที่ดีสาหรับการส่งออกผลไม้ไทยชนิดที่ไม่มีการเพาะปลูกภายในสาธารณรัฐอินเดีย โดยต้องเป็นผลไม้ที่มีความพิเศษ (Exotic) ซึ่งเน้นความแปลกใหม่ในตลาด เช่น เงาะ ลำไย มังคุด และมะขามหวาน



รูป 4.12 ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ของอินเดียระหว่างปี 2001 – 2013

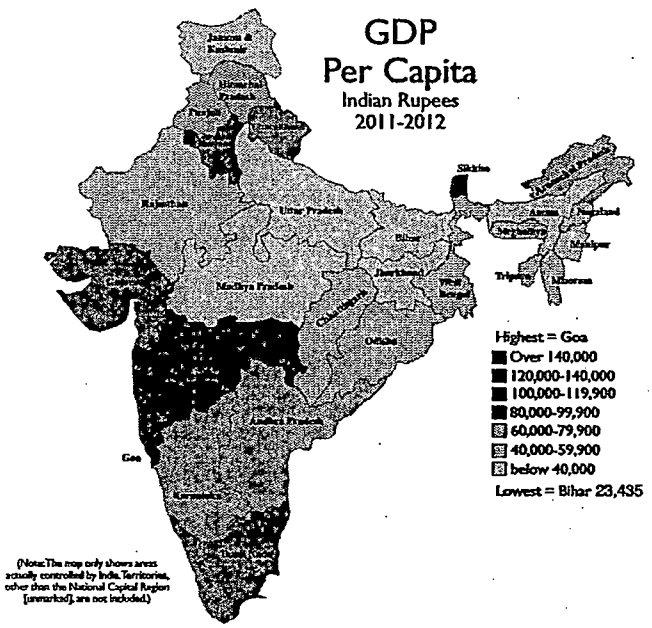
ที่มา: World Bank Database (2014)

- หากพิจาณารัฐต่างๆ ของประเทศอินเดียที่จากทั้งหมด 32 รัฐ พบว่า 10 อันดับรัฐที่มีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) มากที่สุด แสดงดังตาราง 4.15 โดยมีรัฐมหาราษฏระ (เมืองหลวงคือมุมไบ) เป็นรัฐที่มีรายได้ รองลงมาคือ รัฐทมิฬนาฑู (เมืองหลวงคือ เชนไน) รัฐอุตตรประเทศ (เมืองหลวงคือ ลัคเนา) รัฐอานธรประเทศ (เมืองหลวงคือ ไฮเดอราบาด) และรัฐคุชราต (เมืองหลวงคือ คานธีนคร) ตามลำดับ ซึ่งรัฐต่างๆ เหล่านี้มีอัตราการเพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และจัดเป็นกลุ่มรัฐเป้าหมายของผลไม้ไทย

ตาราง 4.15 ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศแยกตามรัฐ 10 อันดับแรก ปี 2013

รัฐ	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
มหาราษฏระ	47.09	53.47	59.48	61.02	66.69	74.20	77.78	82.58	89.78
ทมิฬนาฑู	24.96	28.75	30.52	32.18	35.66	40.34	43.32	44.79	48.06
อุตตรประเทศ	27.78	30.02	32.22	34.47	36.74	39.63	41.84	44.32	46.60
อานธรประเทศ	24.62	27.37	30.66	32.77	34.26	38.25	41.12	43.21	45.74
คุชราต	23.38	25.34	28.13	30.03	33.41	36.76	39.57	42.72	na.
เบงกอลตะวันตก	22.18	23.91	25.76	27.02	29.20	30.88	32.34	34.52	37.49
รัฐกรณาฏกะ	18.43	20.27	22.82	24.44	24.76	27.27	28.28	29.82	31.44
ราชสถาน	13.63	15.22	16.00	17.46	18.62	21.31	22.41	23.42	24.50
เกรละ	13.13	14.17	15.41	16.27	17.76	18.99	20.50	22.18	na.
เดลี	11.04	12.41	13.80	15.58	16.86	18.08	19.75	21.60	23.62

ที่มา: Ecowin (2014) หน่วย: ล้านรูปี



รูป 4.13 ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวแยกตามรัฐ

ที่มา: http://www.geocurrents.info/place/southeast-asia/new-maps-of-india-and-of-the-indian-economy

- สำหรับผลิตภัณฑ์มวลประชาชาติต่อหัวของประชากรในแต่ละรัฐของอินเดียแสดงดังรูป 4.13 และตาราง 4.15 โดยรัฐที่มีรายได้ต่อหัวมากที่สุดในปี 2013 คือ รัฐกัวซึ่งเป็นรัฐที่มี

ผลิตภัณฑ์มวลประชาชาติต่อหัวมากที่สุด (152,435.14 รูปี) รองลงมาคือ กรุงเดลี (136,775.43 รูปี) รัฐปุทุจเจรี (106,638.93 รูปี) รัฐจัณฑีครห์ (101,211.81 รูปี) และรัฐสิกขิม (98,752.97 รูปี) ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าหากพิจารณารายได้ต่อหัวของประชากร เมืองที่มีศักยภาพทางการตลาดมากที่สุดคือ กรุงเดลี เพราะถึงแม้รัฐกัวจะมีรายได้ต่อหัวของประชากรมากที่สุด แต่เป็นรัฐที่มีพื้นที่ขนาดเล็กที่สุดและมีจำนวนประชากรน้อย

ตาราง 4.16 ฤดูกาลของผลผลิตผลไม้ของอินเดีย

ชนิด	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
ทับทิม												
มะละกอ												
สตรอว์เบอร์รี												
เสาวรส												
องุ่น												
ฝรั่ง												
ส้ม												
สับปะรด												
มะม่วง												
แตงโม												
กล้วย												
แตงไทย												
ละมุด												
ขนุน												
ลิ้นจี่												
เชอร์รี่												
ลูกพีช												
น้อยหน่า												

ที่มา: จากการรวบรวมข้อมูล(1.http://agriexchange.apeda.gov.in/Market%20Profile/one/LITCHI.aspx

2. http://www.slb-india.com/charts.html)

- สำหรับกลุ่มรัฐในทางภาคตะวันออกที่มีพื้นที่ติดต่อกับประเทศพม่า (รัฐ 7 สาวน้อย) อันได้แก่ รัฐอัสสัม รัฐอรุณาจัลประเทศ รัฐมณีปุระ รัฐมิโซรัม รัฐตริปุระ รัฐเมฆกัลยา และรัฐนากาแลนด์ซึ่งเป็นกลุ่มรัฐที่อาจเป็นตลาดที่สำคัญของผลไม้ไทยในอนาคตนั้นเนื่องจากมีเส้นทางคมนาคมทางบวกเชื่อมโยงจากประเทศไทยผ่านประเทศพม่าเข้าสู่ประเทศอินเดียผ่านเมืองมอเร่ห์ จากข้อมูลของ Ecowin (2014) พบว่าเป็นกลุ่มรัฐที่มีผลิตภัณฑ์มวลประชาชาติต่อหัว 40,822.60 รูปี ซึ่งน้อยกว่าผลิตภัณฑ์มวลประชาชาติต่อหัวเฉลี่ยของทั้งประเทศที่ 59,767.40 รูปี แสดงถึงความสามารถในการซื้อผลไม้ไทยที่มีราคาสูงที่น้อยกว่ารัฐอื่นๆ

- มีความต้องการของตลาดที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะความต้องการผลไม้ในในช่วงเทศกาลฮินดู เช่น ดิวาลี นวราตรี และงานแต่งงาน

- ดังตาราง 4.16 ที่แสดงฤดูกาลของผลไม้ที่ประเทศอินเดียสามารถปลูกและให้ผลผลิต พบว่าส่วนใหญ่เป็นผลไม้ที่ออกตามฤดูกาล ซึ่งสามารถจัดแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผลไม้ที่ออกในช่วงระหว่างเดือน กันยายน – มีนาคม ได้แก่ ทับทิม มะละกอ สตรอว์เบอร์รี องุ่น ฝรั่ง ส้ม สับปะรด น้อยหน่า เป็นต้น และกลุ่มผลไม้ที่ออกในช่วงระหว่างเดือน เมษายน – สิงหาคม ได้แก่ มะม่วง แตงโม กล้วย ละมุด ลิ้นจี่ เชอร์รี่ เป็นต้น จากตาราง 4.16 จะเห็นได้ว่าในช่วงเดือนกรกฎาคม – สิงหาคมของอินเดียซึ่งตรงกับช่วงฤดูกาลของลำไยในฤดูของไทยนั้นมีจำนวนชนิดผลไม้ของอินเดียออกสู่ตลาดน้อยแสดงถึงการแข่งขันของลำไยสดของไทยกับผลไม้ท้องถิ่นมีน้อย ดังนั้นจึงเป็นโอกาสของลำไยสดของไทยในการส่งออกในช่วงระยะเวลาดังกล่าว

4. อุปสรรค

- อุปสรรคที่สำคัญในการค้าผลไม้ระหว่างไทย – อินเดีย คือ ความไม่แน่นอนทางการค้า และความกังวลระหว่างผู้ค้าทั้ง 2 ประเทศในการค้าระหว่างกัน เช่น การส่งสินค้า การชำระเงิน การต่อรองราคาระหว่างผู้ส่งออกและนำเข้า และความไม่ไว้ใจในการส่งมอบสินค้าและการชำระสินค้าผู้ส่งออกและนำเข้า เป็นต้น

- การขนส่งลำไยส่วนใหญ่ซึ่งเป็นลำไยนอกฤดูจะดำเนินการขนส่งทางเครื่องบินรวมกับผลไม้ไทยอื่นๆ ทำให้ต้นทุนการขนส่งสูง ส่งผลให้ราคาจำหน่ายในท้องตลาดสูงตามไปด้วย

- ระบบการเก็บรักษา คลังสินค้า (คลังเย็น) ระบบการกระจายสินค้า (Cool Chain) ในประเทศอินเดียยังมีการพัฒนาและจำนวนที่น้อย ส่งผลให้การเก็บรักษาและการกระจายลำไยสดที่ผ่านการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์นั้นยังไม่ดีเท่าที่ควร ส่งผลลำไยสดมีโอกาสที่จะเน่าเสียได้ง่าย

- การลำไยสดที่ส่งออกไปจำหน่ายในอินเดียยังมีคุณภาพหรือมาตรฐานไม่สม่ำเสมอทั้งปี โดยเฉพาะลำไยนอกฤดูมีการเน่าเสีย การเกิดของเชื้อรา ลำไยแก่เกินไปจนขึ้นหัว

ตาราง 4.17 การวิเคราะห์ SWOT ลำไยของระบบจัดการโซ่อุปทานของลำไยสด

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
- ไม่มีประเทศใดในอาเซียนหรือเอเชียใต้ที่มีศักยภาพการผลิตและการตลาดลำไยสดเพื่อส่งออกเทียบเท่ากับประเทศไทย - ลำไยสดจากประเทศไทยถือเป็นผลไม้กลุ่ม Exotic เป็นผลไม้พิเศษ - คนอินเดียมีทัศนคติที่ดี โดยมีความเชื่อว่าผลไม้ไทยเป็นผลไม้ที่มีคุณภาพ มีราคาที่แพง เหมาะกับผู้บริโภคผู้มีรายได้มากและมหาเศรษฐีที่มีกำลังซื้อสูง - การที่ไทยมีความตกลงเขตการค้าเสรีไทย – อินเดีย (TIFTA) ทำให้อัตราภาษีการนำเข้าลำไยของอินเดียเท่ากับ 0	- ผู้จำหน่ายไม่มีความรู้ด้านการเก็บรักษาลำไยให้ยังคงคุณภาพสดเหมาะกับการรับประทาน(เช่น ไม่จัดเก็บไว้ในห้องเย็น) ทำให้สัดส่วนการเน่าเสียสูง - ผลผลิตที่จำหน่ายมีคุณภาพลดลงอย่างมาก - ชาวอินเดียส่วนใหญ่ไม่รู้จักลำไยทั้งชื่อ คุณค่าทางโภชนาการและวิธีการรับประทาน - ราคาจำหน่ายสูงเนื่องจากต้นทุนค่าขนส่งทางอากาศ
โอกาส (Opportunities)	**อุปสรรค (Threats)**
- ประชากรอินเดียมีจำนวน 1,252 ล้านคน เป็นคนที่มีระดับรายได้ปานกลางถึงสูงถึงร้อยละ 42 และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น - มีความต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงเทศกาล เช่น นวราตรี งานแต่งงาน และดิวาลี - เป็นผลไม้ที่ไม่มีเงื่อนไขพิเศษหรือข้อกำหนดในการนำเข้าผลไม้ของประเทศอินเดียจึงไม่มีปัญหาเรื่องการตรวจพบสารตกค้างในลำไย - เมืองที่มีศักยภาพมากที่สุดคือ กรุงเดลี เพราะถึงแม้รัฐกัวจะมีรายได้ต่อหัวของประชากรมากที่สุด - ช่วงฤดูกาลของลำไยในฤดูของไทยนั้นมีจำนวนชนิดผลไม้ของอินเดียออกสู่ตลาดน้อยแสดงถึงการแข่งขันของลำไยกับผลไม้พื้นเมืองของอินเดียมีน้อย	- มีการขนส่งทางเครื่องบินทำให้ราคาลำไยที่จำหน่ายราคาสูง - ลำไยที่นำเข้าเป็นลำไยเกรดรอง แก่เกินไปหรือคุณภาพยังไม่ได้มาตราฐาน - ลำไยที่ผ่านการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์จำเป็นต้องเก็บรักษาในอุณหภูมิต่ำ - ระบบโลจิสติกของอินเดียโดยเฉพาะระบบ Cool Chain ยังไม่ได้รับการพัฒนา - ความไม่แน่นอนทางการค้า และความกังวลระหว่างผู้ค้าทั้ง 2 ประเทศ - นโยบายการพยายามส่งเสริมให้มีการปลูกและผลิตผลไม้เพิ่มมากขึ้นเพื่อทดแทนการนำเข้าของอินเดีย

ที่มา: จากการวิเคราะห์

- สาธารณรัฐอินเดียเป็นประเทศที่มีความสามารถเพาะปลูกผลไม้ภายในประเทศได้เป็นจำนวนมากและราคาไม่แพง ในปี 2012 อินเดียเป็นประเทศที่มีการผลิตผลไม้สดมากเป็นอันดับ 1 ของโลกในปริมาณ 7,650,000 ตัน (Thukral, 2014) จากข้อมูลของ Ministry of Information and Broadcasting (2014) พบว่า ปัจจุบันอินเดียได้มีนโยบายในการส่งเสริมในด้านพืชสวนอย่างจริงจัง ได้มีการจัดตั้ง National Horticulture Mission (NHM) ที่ดำเนินการครอบคลุมใน 18 รัฐ และ 3

UTs รวมทั้งสิ้น 382 จังหวัด โดยในปี 2014 – 2015 NHM ได้มีการกำหนดพันธกิจ Mission) ไว้ว่า อินเดียจะต้องเป็นประเทศผู้ผลิตผักและผลไม้เป็นอันดับ 2 ของโลก "Presently, India is the 2nd largest producer of fruits & vegetables in the world." (http://nhm.nic.in/) สำหรับพื้นที่ทางตอนเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศซึ่งเป็นพื้นที่สูงและหนาวเย็นได้มีการจัดตั้ง The Horticulture Mission for North East and Himalayan State (HMNEH) ขึ้นโดยที่ทั้ง 2 หน่วยงานทำหน้าที่ให้การส่งเสริมด้านการเกษตรโดยเฉพาะผลไม้แก่เกษตรกร ส่งทำให้โอกาสในการเข้าสู่ตลาดของผลไม้จากไทยโดยเฉพาะอินเดียสามารถปลูกได้เองทำได้ยากเพราะจะต้องเผชิญกับอุปสรรคต่างๆ อาทิ ค่าขนส่ง ภาษีอากร และค่าจัดการที่สูง สำหรับผลไม้เศรษฐกิจที่อินเดียสามารถปลูกได้เองเชิงพาณิชย์ได้แก่ มะพร้าว มะม่วง ฝรั่ง กล้วย ส้ม มะละกอ สับปะรด องุ่น

4.4.3 การศึกษาช่องทางการจำหน่ายลำไยสดไทยในบังกลาเทศ

ในการวิเคราะห์ช่องทางการตลาดของลำไยสดไทยในบังกลาเทศนั้น อาศัยแนวคิดการวิเคราะห์ทางด้านการตลาด คือ 4P ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) สามารถสรุปได้ดังนี้

1. **ผลิตภัณฑ์ (Product)**

ลำไยสดที่จำหน่ายในบังกลาเทศนั้นเป็นลำไยสดจากประเทศไทย จะมีชั้นคุณภาพเช่นเดียวกับลำไยสดที่ส่งออกไปจำหน่ายในประเทศอินเดีย โดยลักษณะของสินค้าจะขึ้นอยู่กับฤดูกาลของผลผลิตของไทย โดยหากเป็นการส่งออกลำไยสดในช่วงลำไยในฤดู ระหว่างเดือน กรกฎาคม – สิงหาคม ลำไยสดที่จำหน่ายจะเป็นลำไยเกรด A มีผลลำไยขนาดใหญ่ สม่ำเสมอ มีเส้นผ่านศูนย์กลางระหว่าง 2.7 – 2.8 เซนติเมตร ไม่อ่อนหรือแก่เกินไป ผ่านการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์แล้ว สีของเปลือกลำไยมีลักษณะมีเหลืองปนน้ำตาล ไม่คล้ำ เป็นชั้นคุณภาพเดียวกับที่ผู้ส่งออกลำไยไปประเทศอินโดนีเซีย แต่ถ้าหากเป็นการส่งออกลำไยนอกฤดูหรือนอกระหว่าง เดือน กรกฎาคม – สิงหาคม ลำไยสดที่จำหน่ายจะเป็นลำไยเกรด B มีผลลำไยขนาดใหญ่ สม่ำเสมอ มีเส้นผ่านศูนย์กลางระหว่าง 2.6 – 2.7 เซนติเมตร ผ่านการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์แล้ว สีของเปลือกลำไยมีลักษณะมีเหลืองปนน้ำตาล ไม่คล้ำ เป็นชั้นคุณภาพเดียวกับที่ผู้ส่งออกลำไยไปประเทศอินโดนีเซีย เช่นเดียวกัน

ลำไยสดไทยที่จำหน่ายในบังกลาเทศเป็นสินค้าที่ไม่มีคู่แข่งขัน มีจำหน่ายตลอดทั้งปี ราคาค่อนข้างสูงมาก จัดเป็นผลไม้กลุ่ม Exotic ดังนั้นกลุ่มลูกค้าจึงมีทั้งกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางและรายได้สูง จัดว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ถูกจำหน่ายให้กับผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) นอกจากนี้ลำไยยังถูกนำไปใช้สำหรับการเฉลิมฉลองในเทศกาลสำคัญของศาสนาอิสลาม เช่น เทศกาลถือศีลอด เทศกาลอิดิ้ลฟิตรี้ เทศกาลอีดิลอัฎฮา เทศกาลฮารีรายอ เป็นต้น รวมถึงเป็นของขวัญในพิธีแต่งงานของชาวบังกลาเทศ

สำหรับลำไยสดถูกนำเข้าทางเครื่องบินเครื่องบินเท่านั้น ลำไยสดส่วนใหญ่จะถูกจัดมัดเรียงเป็นช่อ บรรจุในถุงพลาสติกหรือตาข่ายพลาสติกเรียบร้อยแล้วตั้งแต่ส่งออกจากผู้ส่งออกในเมืองไทย โดยจะบรรจุภายในกล่องโฟมอีกชั้นหนึ่ง ดังนั้นพ่อค้าส่งสามารถจำหน่ายได้ทันทีทั้งการจำหน่ายแบบยกกล่องโฟมและการแบ่งจำหน่าย

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่บรรจุลำไยสดพร้อมจำหน่าย หากเป็นการจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า การจำหน่ายจะเป็นในลักษณะแบบมัดรวมเป็นช่อหรือมัดปุ๊กและการบรรจุในตาขายพลาสติกหรือบรรจุในถุงพลาสติกอีกชั้นหนึ่ง และการจำหน่ายในลักษณะเป็นลูกตัดขั้วและบรรจุถาดโฟมหรือถาดพลาสติกและหุ้มหรือแรพด้วยพลาสติกบางอีกชั้นหนึ่ง โดยสินค้าจะวางจำหน่ายในชั้นที่ควบคุมอุณหภูมิเย็นร่วมกับผลไม้ไทยหรือผลไม้อื่นที่นำเข้ามาจำหน่ายภายในประเทศบังกลาเทศอื่นๆ หากเป็นการจำหน่ายในร้านจำหน่ายผลไม้ทั่วไปจะมีทั้งที่จำหน่ายในลักษณะแบบมัดรวมเป็นช่อบรรจุในถุงพลาสติก และการจำหน่ายในลักษณะเป็นลูกตัดขั้วและบรรจุถาดโฟมหรือถาดพลาสติกและหุ้มหรือแรพด้วยพลาสติกบางอีกชั้นหนึ่ง ซึ่งมีทั้งที่วางจำหน่ายในชั้นวางที่ควบคุมอุณหภูมิเย็นและอุณหภูมิปกติ

2. **ราคาจำหน่าย**

ราคาลำไยสดไทยที่จำหน่ายในบังกลาเทศมีราคาค่อนข้างสูงมาก ถึงแม้ว่าผู้นำเข้าลำไยสดของบังกลาเทศจะพยายามแจ้งราคานำเข้าลำไยสดหรือผลไม้ไทยสดประเภทอื่นๆ ในราคาที่ต่ำกว่าปกติก็ตาม แต่ด้วยภาษีการนำเข้าที่สูงมีหลายชนิด ทำให้ภาระภาษีรวมสำหรับผลไม้นำเข้าสูงถึงร้อยละ 91.89 ประกอบกับลำไยสดที่ส่งไปจำหน่ายนั้นเป็นทั้งลำไยในฤดูและนอกฤดู ซึ่งหากเป็นลำไยนอกฤดูผลผลิตภายในประเทศมีน้อย ราคาสูง และเป็นการขนส่งลำไยจึงเป็นการขนส่งทางอากาศเท่านั้น ทำให้เราคาจำหน่ายปลีกของลำไยสดในกรุงธากาเท่ากับ ราคา 73.9 ตากา/100 กรัม (Food Hall) หรือ 739 ตากา = 307.338 บาท/กิโลกรัม

นอกจากนี้ราคาลำไยจะสูงขึ้นในช่วงเทศกาลเฉลิมฉลองของศาสนาอิสลามได้แก่ เทศกาลถือศีลอด เทศกาลอิดิ้ลฟิตรี้ เทศกาลอีดิลอัฎฮา เทศกาลฮารีรายอ ซึ่งเป็นช่วงที่มีการเฉลิมฉลองและใช้ผลไม้ราคาแพงหรือผลไม้จากต่างประเทศไปรับประทานและเป็นของขวัญ

3. **ช่องทางการจำหน่ายสินค้า**

ช่องทางการนำเข้าลำไยสดจากประเทศไทยเพื่อมาจำหน่ายในประเทศบังกลาเทศเป็นลักษณะการจัดจำหน่ายผ่านนายหน้าหรือคนกลางทางการตลาด โดยผู้นำเข้าจะรวบรวมความต้องการจากพ่อค้าปลีกในบังกลาเทศจากนั้นส่งคำสั่งซื้อมายังผู้รวบรวมและผู้ส่งออกลำไยสดภายในประเทศ จากนั้นสินค้าจะถูกส่งจากประเทศไทยไปยังผู้นำเข้าเพื่อส่งต่อให้กับพ่อค้าส่งเพื่อจำหน่ายต่อให้กับพ่อค้าปลีกและขายต่อให้กับผู้บริโภคภายในประเทศบังกลาเทศต่อไป หรือผู้นำเข้าอาจส่งลำไยสดต่อไปยังร้านขายปลีกแบบทันสมัย (Modern Retail Shop) ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมในกรุง

ธากา เช่น Unimart, AGORA Super Stores และ MEENA BAZAR เป็นต้น เพื่อนำไปจำหน่ายยังสาขาต่างของห้างสรรพสินค้าให้ผู้บริโภคเลือกซื้อต่อไป

เนื่องจากลำไยสดจากรประเทศไทยยังไม่เป็นที่รู้จักของชาวบังกลาเทศ และราคาค่อนข้างสูง ดังนั้นลำไยสดส่วนใหญ่จึงได้ถูกวางขายในห้างสรรพสินค้า หรือร้านขายปลีกแบบทันสมัยสำหรับผู้บริโภคที่เป็น Niche market เท่านั้น ซึ่งตำแหน่งการวางลำไยสดในห้างสรรพสินค้านั้นจะวางในกลุ่มของผลไม้ไทยและกลุ่มผลไม้ที่นำเข้าจากต่างประเทศ

รูป 4.14 ช่องทางการจำหน่ายลำไยจากไทยไปบังกลาเทศ

4. การส่งเสริมการขาย

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำหน่ายลำไยสดทั้งพ่อค้าปลีก พ่อค้าส่ง ผู้จัดการในห้างสรรพสินค้า พบว่า ลำไยสดของประเทศไทยยังเป็นที่รู้จักน้อยมากเมื่อเทียบกับผลไม้ไทยชนิดอื่นๆ เช่น ฝรั่ง หรือมังคุดเป็นต้น เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้ระหว่างผู้บริโภคชาวอินเดียและบังกลาเทศ พบว่า ชาวอินเดียรู้จักลำไยสดจากประเทศไทยมากกว่า สำหรับผู้บริโภคที่ซื้อลำไยส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคที่เคยมาเที่ยวประเทศไทยและเคยได้ชิมลำไยสดของไทยมาก่อน ดังนั้นหากวิเคราะห์ด้วยแนวคิดของวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) พบว่า ลำไยสดของไทยยังอยู่ในขั้นแนะนำของผลิตภัณฑ์ (Product Introduction) เพราะยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้ซื้อหรือผู้บริโภค ความตื่นตัว รู้จักหรือยอมรับในผลิตภัณฑ์ยังมีน้อย ทำให้ความต้องการสินค้าไม่แน่นอน ดังนั้นผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายต้องเสนอ รายละเอียดของสินค้า โดยอาศัยในการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เพื่อติดต่อสื่อข่าวกับผู้บริโภคให้ทราบว่ามีสินค้าใหม่ออกสู่ตลาด

เนื่องจากบังกลาเทศเป็นประเทศพัฒนาน้อยที่สุด (Least Developed Countries) (United Nation, 2013) และยังเป็นประเทศยากจน กลยุทธ์ผู้ประกอบการบังกลาเทศใช้สำหรับส่งเสริมการขายจึงน้อยกว่ากรณีของประเทศอินเดีย กลยุทธ์ที่พบได้แก่ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) เช่น การลดราคา การจัดการ Fair ของ Thai Trade Center ณ กรุงดากา กลยุทธ์การส่งข่าวสารไปยังลูกค้า (Message Strategies) โดยการให้ข้อมูลแก่ลูกค้า เช่น คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติ แหล่งผลิตจากประเทศไทย เป็นต้น

ตาราง 4.18 ช่องทางการจำหน่ายลำไยสดในตลาดบังกลาเทศ

ตัวกระตุ้น	ลำไย
ผลิตภัณฑ์ (Product)	- ลำไยมีการจำหน่ายจะเป็นในลักษณะแบบมัดรวมเป็นช่อหรือมัดปุ๊กและการบรรจุในตาขายพลาสติกหรือบรรจุในถุงพลาสติกอีกชั้นหนึ่ง และการจำหน่ายในลักษณะเป็นลูกตัดขั้วและบรรจุถาดโฟมหรือถาดพลาสติกและหุ้มหรือแรพด้วยพลาสติกบางอีกชั้นหนึ่ง - ลำไยที่จำหน่ายเป็นลำไยขนาดเกรด B เส้นผ่านศูนย์กลางอยู่ระหว่าง 2.6-2.7 เซนติเมตร ผ่านการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์แล้ว - ลำไยไทยเป็นสินค้าที่ไม่มีคู่แข่งขัน ดังนั้นกลุ่มลูกค้าจึงมีทั้งกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางและรายได้สูง จัดว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ถูกจำหน่ายให้กับผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) - ลำไยไทยเป็นสินค้าที่มีจำหน่ายตลอดทั้งปี
ราคา (Price)	- ลำไยราคาสูง เนื่องจากถูกขนส่งทางเครื่องบิน ราคา 73.9 ตากา/100 กรัม (Food Hall) หรือ 739 ตากา = 307.338 บาท/กิโลกรัม - ราคาลำไยจะสูงขึ้นในช่วงการเฉลิมฉลองในเทศกาลสำคัญของศาสนาอิสลาม เช่น เทศกาลถือศีลอด เทศกาลอิดิ้ลฟิตรี้ เทศกาลอีดิลอัฎฮา เทศกาลฮารีรายอ เป็นต้น - ราคาขายส่งและขายปลีกของลำไยที่นำเข้าจากประเทศไทยนั้นไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับฤดูกาลของลำไยและความต้องการของผู้บริโภค เช่นในช่วงเดือนตุลาคม ซึ่งเป็นเดือนเฉลิมฉลองเทศกาลนวราตรียาวนานถึง 9 คืน และถัดไปอีกประมาณ 20 วันในช่วงเดือนพฤศจิกายนจะเป็นเดือนที่เฉลิมฉลองเทศกาลดิวาลียาวนานอีก 5 วัน ทำให้มีความต้องการสูง ราคาลำไยจึงสูงตามไปด้วย ส่วนในช่วงเดือนกรกฎาคม สิงหาคม ซึ่งเป็นช่วงลำไยในฤดูราคาที่จำหน่ายในบังกลาเทศจะลดลง
ช่องทางการจำหน่าย (Place)	- ลำไยได้ถูกวางขายทั้งในตลาดสดค้าปลีกและร้านขายของชำที่ขายเฉพาะของสด (Local Convenience Store)(เช่น ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ เครื่องปรุงอาหาร) เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าทั่วไป - ลำไยสดได้ถูกวางขายในห้างสรรพสินค้าสำหรับผู้บริโภคที่เป็น Niche market
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	- คนบังกลาเทศยังไม่รู้จักลำไยไทย จะรู้จักในนาม ไทยลิ้นจี่ - ยังไม่มีการโฆษณาให้เห็นถึงคุณค่าทางอาหารของลำไย

4.4.4 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของลำไยสดไทยในบังกลาเทศ

1. จุดแข็ง

1.1 ลำไยสด

- ลำไยสดที่จำหน่ายในประเทศบังกลาเทศเป็นผลไม้ที่บังกลาเทศนำเข้าหลักจากประเทศไทย ดังนั้นจึงไม่มีคู่แข่งขันในการผลิตและส่งออกไป และไทยเป็นผู้ครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดของลำไยสดในอินเดียเกือบทั้งหมด นอกจากนี้ไม่มีประเทศใดในอาเซียนหรือเอเชียใต้ที่มีศักยภาพการผลิตและการตลาดลำไยสดเพื่อส่งออกเทียบเท่ากับประเทศไทย

- ผู้บริโภคชาวบังกลาเทศมีทัศนคติที่มีมากต่อผลไม้ไทย โดยมีความเชื่อว่าผลไม้ไทยเป็นผลไม้ที่มีคุณภาพ มีราคาที่แพง เหมาะกับผู้บริโภคผู้มีรายได้มากและมหาเศรษฐีที่มีกำลังซื้อสูง

- ลำไยสดจากประเทศไทยถือเป็นผลไม้กลุ่ม Exotic เป็นผลไม้พิเศษใช้ในงานเฉลิมฉลองในเทศกาลทางศาสนาอิสลาม โดยจากข้อมูลของการส่งออกลำไยสดของไทยรายเดือนของปี 2555 พบว่าฤดูกาลที่มีการนำเข้าลำไยสดมากที่สุดคือเดือนสิงหาคมถึงเดือนกันยายน และในปี 2556 มีการนำเข้าลำไยมากที่สุดเดือน มกราคม

- ลำไยสด หากเป็นลำไยสดนอกฤดูสามารถหาซื้อได้ทั้งในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ร้านค้าผลไม้ ร้านค้าผลไม้ในตลาดสดได้ตลอดทั้งปี

2. จุดอ่อน

- ชาวบังกลาเทศส่วนใหญ่ไม่รู้จักลำไย นอกจากนี้ผู้บริโภคชาวบังกลาเทศยังขาดข้อมูลทางด้านคุณค่าทางโภชนาการและวิธีการรับประทาน เพราะผู้บริโภคชาวบังกลาเทศส่วนหนึ่งยังใช้วิธีปอกเปลือกโดยการกัดเปลือกลำไย ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคมีอาการแพ้จากการที่มีสารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ตกค้างหรือติดเชื่อจากการปนเปื้อนที่เปลือกลำไยในระหว่างขนส่งหรือจำหน่าย

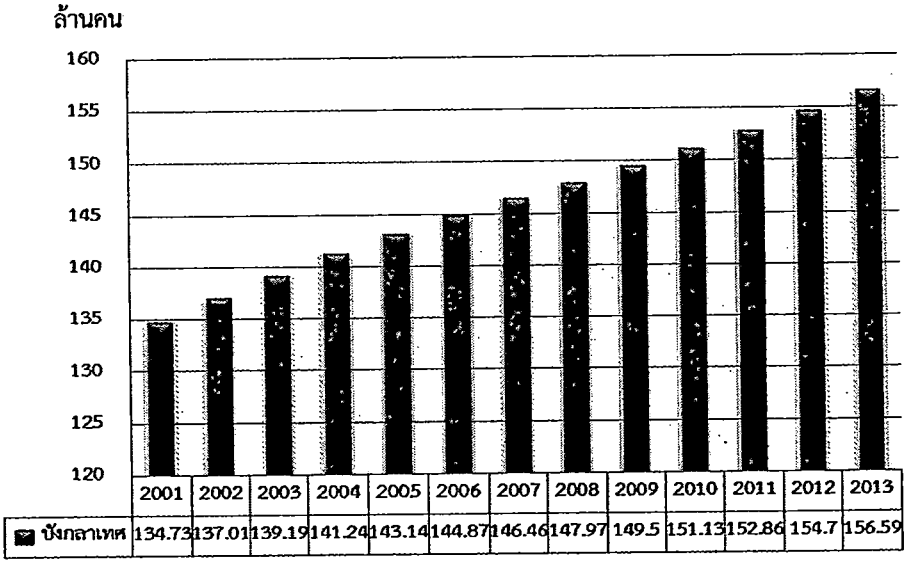
- ผู้จำหน่ายไม่มีความรู้ที่เพียงพอด้านการเก็บรักษาลำไยสดให้ยังคงคุณภาพสดเหมาะกับการรับประทาน โดยพบว่าผู้จำหน่ายบางรายไม่จัดเก็บลำไยสดไว้ในตู้เย็นหรือชั้นวางที่ปรับอุณหภูมิ ทำให้สัดส่วนการเน่าเสียสูง หรือการจัดเก็บลำไยในที่เย็นแต่มีความชื้นสูง ทำให้ภายในถุงบรรจุลำไยมีละอองน้ำจับตัว ซึ่งนำไปสู่การเน่าเสียในลำไยสดได้

- ผลผลิตมีคุณภาพที่ไม่แน่นอนโดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณภาพของลำไยในฤดูและนอกฤดู ทั้งขนาด สี และรสชาติ ซึ่งพบว่าในลำไยนอกฤดูนั้นลำไยบางส่วนแก่เกินไป และมีลักษณะขึ้นหัว รสชาติหวานน้อย เป็นต้น

- สำหรับลำไยสดนอกฤดูที่จำหน่ายในบังกลาเทศนั้นมีราคาจำหน่ายที่สูงเนื่องจากถูกเก็บภาษีนำเข้าสูงมากถึง ร้อยละ 91.89 ทำให้กลุ่มผู้บริโภคค่อนข้างแคบมาก เฉพาะผู้มีรายได้มากและมีความชื่นชอบผลไม้จากเมืองไทย

3. โอกาส

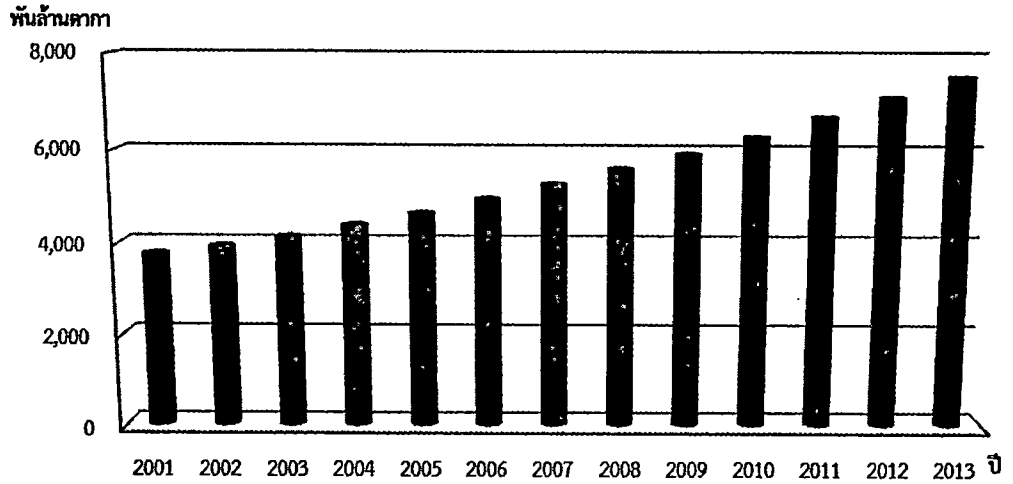
- หากพิจารณาขนาดตลาดด้วยจำนวนของประชากรของบังกลาเทศพบว่า จากข้อมูลของ World Bank (2014) ดังรูป 4.15 พบว่า ในปี 2001 มีประชากรทั้งสิ้นกว่า 134.73 ล้านคน และในปี 2013 มีประชากรทั้งสิ้นกว่า 156.59 ล้านคน หรือเพิ่มขึ้นมากถึงร้อยละ 16.23 และจากการประมาณการของ IMF (2014) เกี่ยวกับประชากรในปี 2015 และ 2019 พบว่า บังกลาเทศจะมีจำนวนประชากรมากถึง 159.55 และ 166.27 ตามลำดับ ซึ่งแสดงถึงศักยภาพของตลาดที่มีขนาดใหญ่มาก นอกจากนี้ประชากรของประเทศบังกลาเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอัตราร้อยละ 1.2 ต่อปี



รูป 4.15 จำนวนประชากรของบังกลาเทศระหว่างปี 2001 - 2013

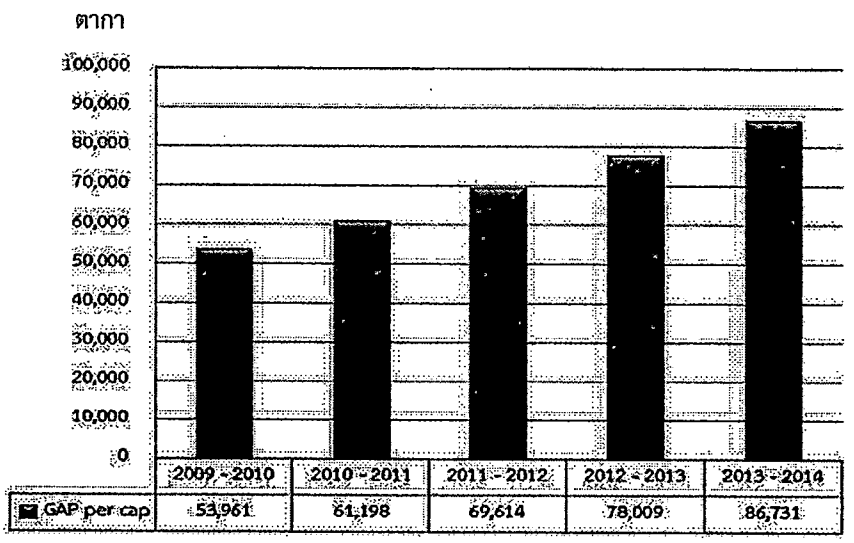
ที่มา: World Bank Database (2014)

- เมื่อพิจารณามูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ณ ราคาคงที่ (Constant Price) ที่แสดงถึงความมั่งคั่งของประเทศพบว่า ในระหว่างปี 2001 – 2013 บังกลาเทศมี GDP เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยในปี 2001 มูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของบังกลาเทศเท่ากับ 3,760 พันล้านตากา แต่ในปี 2013 มีมูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเพิ่มมากขึ้นถึง 7,559 พันล้านตากา หรือเพิ่มมากขึ้นร้อยละ 101.04 ซึ่งแสดงถึงฐานะทางเศรษฐกิจของประเทศบังกลาเทศที่กำลังขยายตัวอย่างมาก โดยขยายตัวอย่างต่อเนื่องโดยเฉลี่ยถึงร้อยละ 7.25 ในอนาคต สำหรับผลิตภัณฑ์มวลรวมต่อหัว (GDP per Capita) จากข้อมูลของ



รูป 4.16 ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ของบังกลาเทศระหว่างปี 2001 – 2013

ที่มา: World Bank Database (2014)



รูป 4.17 ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัว (GDP) ของบังกลาเทศ ระหว่างปี 2009 – 2010 ถึง 2013 - 2014

ที่มา: Bangladesh Bureau of Statistics (BBS)

- มีความต้องการของตลาดที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะความต้องการผลไม้ใน ในช่วงเทศกาล เช่น นวราตรี และงานแต่งงาน

- จากตาราง 4.19 ที่แสดงฤดูกาลของผลไม้ที่ประเทศบังกลาเทศสามารถปลูกและให้ผลผลิต พบว่าส่วนใหญ่เป็นผลไม้ที่ออกตามฤดูกาล ซึ่งสามารถจัดแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผลไม้ที่ออกในช่วงระหว่างเดือน มีนาคม – กรกฎาคม ได้แก่ มะเฟือง มะละกอ ลำไย แอปเปิ้ล ขนุน ฝรั่ง

มะม่วง เบอร์รี่ แตงโม น้อยหน้า เป็นต้น และกลุ่มผลไม้ที่ออกในช่วงระหว่างเดือน พฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ ได้แก่ มะกอก เป็นต้น จากตาราง 4.19 จะเห็นได้ว่าในช่วงเดือน สิงหาคม – ตุลาคมของบังกลาเทศซึ่งตรงกับช่วงฤดูกาลของลำไยในฤดูของไทยนั้นมีจำนวนชนิดผลไม้ของบังกลาเทศออกสู่ตลาดน้อยแสดงถึงการแข่งขันของลำไยสดของไทยกับผลไม้ท้องถิ่นมีน้อย ดังนั้นจึงเป็นโอกาสของลำไยสดของไทยในการส่งออกในช่วงระยะเวลาดังกล่าว

ตาราง 4.19 ฤดูกาลของผลผลิตผลไม้ของบังกลาเทศ

ชนิด	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
มะกอก												
น้อยหน่า												
แตงโม												
เบอร์รี่												
ลิ้นจี่												
มะม่วง												
ขนุน												
ลำไย												
แอปเปิ้ล												
มะเฟือง												
มะละกอ												
ฝรั่ง												
กล้วย												

ที่มา: จากการรวบรวมข้อมูล(http://www.mediabangladesh.net/articles.details.php?recordID=14)

4. อุปสรรค

- อุปสรรคที่สำคัญในการค้าผลไม้ระหว่างไทย – บังกลาเทศ คือ ความไม่แน่นอนทางการค้า และความกังวลระหว่างผู้ค้าทั้ง 2 ประเทศในการค้าระหว่างกัน เช่น การส่งสินค้า การชำระเงิน การต่อรองราคาเป็นต้น
- การขนส่งลำไยส่วนใหญ่ซึ่งเป็นลำไยนอกฤดูจะดำเนินการขนส่งทางเครื่องบินรวมกับผลไม้ไทยอื่นๆ ทำให้ต้นทุนการขนส่งสูง ส่งผลให้ราคาจำหน่ายในท้องตลาดสูงตามไปด้วย

- ระบบการเก็บรักษา คลังสินค้า (คลังเย็น) ระบบการกระจายสินค้า (Cool Chain) ในประเทศอินเดียยังมีการพัฒนาและจำนวนที่น้อย ส่งผลให้การเก็บรักษาและการกระจายลำไยสดที่ผ่านการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์นั้นยังไม่ดีเท่าที่ควร ส่งผลลำไยสดมีโอกาสที่จะเน่าเสียได้ง่าย

- การลำไยสดที่ส่งออกไปจำหน่ายในบังกลาเทศยังมีคุณภาพหรือมาตรฐานไม่สม่ำเสมอทั้งปี โดยเฉพาะลำไยนอกฤดูมีการเน่าเสีย การเกิดของเชื้อรา ลำไยแก่เกินไปจนขึ้นหัว

ตาราง 4.20 การวิเคราะห์ SWOT ลำไยของระบบจัดการโซ่อุปทานของลำไยสด

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
- ไม่มีคู่แข่งขันในการผลิตและส่งออก - เป็นผลไม้พิเศษใช้ในโอกาสพิเศษ -ชาวบังกลาเทศมีทัศนคติที่ดี โดยมีความเชื่อว่าผลไม้ไทยเป็นผลไม้ที่มีคุณภาพ - ลำไยสด สามารถหาซื้อได้ทั้งในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ร้านค้าผลไม้ ร้านค้าผลไม้ในตลาดสดได้ตลอดทั้งปี	- ผู้จำหน่ายไม่มีความรู้ด้านการเก็บรักษาลำไยให้ยังคงคุณภาพสดเหมาะกับการรับประทาน(เช่น ไม่จัดเก็บไว้ในห้องเย็น) ทำให้สัดส่วนการเน่าเสียสูง - ผลผลิตที่จำหน่ายมีคุณภาพลดลงอย่างมาก - ชาวบังกลาเทศส่วนใหญ่ไม่รู้จักลำไยทั้งชื่อ คุณค่าทางโภชนาการและวิธีการรับประทาน - ถูกเก็บภาษีนำเข้าสูงมากถึง ร้อยละ 91.89 ประกอบกับต้นทุนค่าขนส่งทำให้ราคาที่จำหน่ายมีราคาสูง
โอกาส (Opportunities)	**อุปสรรค (Threats)**
- ประชากรบังกลาเทศมีจำนวน 156.59 ล้านคนและมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น - มีความต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงเทศกาล เช่น นวราตรี และดิวาลี	- ราคาลำไยราคาสูง - ลำไยที่นำเข้าเป็นลำไยเกรดรอง แก่เกินไปหรือคุณภาพยังไม่ได้มาตราฐาน - ลำไยที่ขนส่งมีต้นทุนค่าขนส่งสูงเนื่องจากขนส่งทางเครื่องบิน - ระบบโลจิสติกของบังกลาเทศโดยเฉพาะระบบ Cool Chain ยังไม่ได้รับการพัฒนา - ความไม่แน่นอนทางการค้า และความกังวลระหว่างผู้ค้าทั้ง 2 ประเทศ

ที่มา: จากการวิเคราะห์

4.5 แนวทางการจัดการด้านการตลาดและการขนส่งเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันสำหรับการส่งออกลำไยของสหกรณ์

จากการสนทนากลุ่มระหว่างทีมวิจัยและสหกรณ์การเกษตรที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับลำไยสดในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และลำพูน พบว่ามีสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคเหนือตอนบนที่เป็นแหล่งผลิต

ลำไยในฤดูที่สำคัญของประเทศไทย มีศักยภาพ มีความรู้ และมีประสบการณ์ในการผลิตลำไยสดและจำหน่ายลำไยสดผู้แก่ผู้นำเข้าโดยตรงจากต่างประเทศ เช่น เวียดนาม และจีน แต่สำหรับประเทศอินเดียและบังกลาเทศนั้นถือว่าเป็นตลาดใหม่ที่สหกรณ์การเกษตรเหล่านี้ยังไม่มีข้อมูลที่มาเพียงพอ โดยสหกรณ์การเกษตรได้มีข้อเสนอแนะแนวทางในการขับเคลื่อนไว้ดังนี้

1. สินค้า

สหกรณ์การเกษตรมีความสนใจในการที่จะส่งออกลำไยสดไปยังประเทศอินเดียและบังกลาเทศ แต่ทั้งนี้สหกรณ์การเกษตรต้องการข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญสำหรับการส่งออกลำไยไปอินเดียและบังกลาเทศ เช่น ขนาด คุณภาพของลำไยสดที่ต่างประเทศต้องการ พฤติกรรมของผู้บริโภคปลายทาง ดังนั้นสหกรณ์จึงต้องการให้ผู้นำเข้าหรือมีผู้ประกอบการหรือผู้ส่งออกเข้ามาร่วมกับสหกรณ์ในช่วงแรก โดยร่วมกับสหกรณ์ในการคัดเกรดและการกำหนดราคาที่สหกรณ์ เพื่อให้สหกรณ์ได้เรียนรู้เช่นเดียวกับในปัจจุบันที่ผู้นำเข้าของประเทศเวียดนามส่งเจ้าหน้าที่มาร่วมกับสหกรณ์ในการคัดเกรดและการกำหนดราคา โดยสหกรณ์อาจทำหน้าที่เป็นเพียงผู้รวบรวมผลผลิตให้ในช่วงแรก แต่เมื่อสหกรณ์ได้เรียนรู้และมีความชำนาญแล้ว สหกรณ์จะสามารถดำเนินการด้วยตนเองได้

2. ระบบการชำระเงิน

ระบบการชำระเงินเป็นเรื่องที่สำคัญมาก เนื่องจากสหกรณ์ดำเนินธุรกิจแตกต่างไปจากเอกชนที่สามารถแบกรับความเสี่ยงได้มาก แต่สหกรณ์ดำเนินการในรูปของคณะกรรมการของสหกรณ์โดยมีเป้าหมายเพื่อสมาชิกของสหกรณ์ ดังนั้นสหกรณ์จึงสามารถแบกรับความเสี่ยงได้น้อย สหกรณ์ต้องการชำระเงินแบบจ่ายสด เพื่อให้สหกรณ์สามารถนำเงินสดที่ได้ไปหมุนเวียนจ่ายค่าสินค้าให้แก่สมาชิกได้

3. เงินทุนที่ใช้

ปัจจุบันในการดำเนินธุรกิจรับซื้อลำไยสดจากสมาชิกและกระจายในช่องทางต่างๆนั้น ในช่วงก่อนฤดูกาลเก็บเกี่ยวลำไยสดในฤดู สหกรณ์จำเป็นต้องได้รับเงินกู้ช่วยเหลือจากกรมส่งเสริมสหกรณ์และ/หรือธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เพื่อมาเป็นเงินทุนตั้งต้นสำหรับการรับซื้อลำไยสดจากสมาชิกและเงินทุนหมุนเวียนในช่วงฤดูเก็บเกี่ยวลำไยสด ดังนั้นหากมีผู้นำเข้าที่ต้องการลำไยสดจากสหกรณ์ สหกรณ์อาจต้องการให้ผู้นำเข้าวางเงินส่วนหนึ่งเพื่อเป็นทุนในการจัดหาลำไยสดส่งออกตามคำสั่งซื้อและเป็นเงินมัดจำ

4. ความแน่นอนในการคำสั่งซื้อ

เนื่องจากสหกรณ์มีความสามารถในการรับความเสี่ยงได้น้อย ดังนั้นเพื่อป้องกันความเสี่ยงใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตในการค้าระหว่างสหกรณ์การเกษตร ผู้ส่งออกลำไยสดและผู้นำเข้าสหกรณ์ต้องการความแน่นอนในรูปของสัญญาซื้อขายล่วงหน้าที่ลงในรายละเอียด เช่น ลักษณะของสินค้า ปริมาณ ราคา และเวลาการส่งมอบ

5. **ความช่วยเหลือจากภาครัฐบาล**

ในช่วงแรก สหกรณ์ต้องการให้รัฐบาลเข้ามาให้ความรู้แก่สหกรณ์ โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับตลาดของประเทศอินเดียและบังกลาเทศ การเปิดตลาด การประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงการทำจับคู่ทางการค้า (Business Matching) การหาตัวแทนในการส่งออก การให้ความรู้เกี่ยวกับการส่งออก พิธีการศุลกากร และข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการส่งออกอื่นๆ รวมถึงการจัดหาเงินทุนเฉพาะกรณีที่ทำธุรกิจส่งออกลำไยสดไปต่างประเทศ เพื่อเป็นการสนับสนุนและผลักดันให้สหกรณ์ที่สนใจเข้ามาดำเนินการส่งออกลำไยสดไปต่างประเทศมากขึ้น

6. **การส่งออกสินค้าแปรรูปลำไย ลำไยอบแห้ง**

ในขั้นแรกสหกรณ์เสนอให้มีการทดลองส่งลำไยอบแห้ง ซึ่งจัดเป็นสินค้าแปรรูปไปจำหน่ายในประเทศอินเดีย ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันหลายสหกรณ์การเกษตรได้ดำเนินธุรกิจทั้งลำไยสดและลำไยอบแห้ง ซึ่งสหกรณ์เชื่อว่าหากได้รับการสนับสนุนให้มีการส่งออกลำไยอบแห้งด้วยจะทำให้สหกรณ์มีรายได้ มีประสบการณ์ในการค้าขายกับประเทศอินเดียและบังกลาเทศ และเป็นการช่วยเหลือสมาชิกให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้น

รูป 4.18 การสนทนากลุ่มระหว่างทีมวิจัยกับสหกรณ์

บทที่ 5
สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ในปัจจุบันเกษตรกรชาวสวนผลไม้ส่วนใหญ่จะดำเนินการขายผลผลิตโดยเฉพาะที่มีคุณภาพระดับส่งออกให้แก่ผู้รวบรวมผลผลิตเพื่อจัดส่งจำหน่ายต่อให้แก่บริษัทผู้ส่งออกผลไม้หรือล้งซึ่งผลที่ตามมาทำให้ตลาดของผลไม้ส่งออกอยู่ในมือของผู้ส่งออกหรือล้ง เกษตรกรได้รับผลตอบแทนน้อยหรือถูกเอารัดเอาเปรียบจากการกดราคารับซื้อที่ไม่เป็นธรรม จึงได้มีการพยายามผลักดันแนวคิดของการรวมตัวกันเป็นกลุ่มเกษตรหรือสหกรณ์การเกษตรผลไม้ อย่างไรก็ตามมีเพียงสหกรณ์ส่วนน้อยมากที่มีศักยภาพในการการส่งออกผลไม้สดจากกลุ่มของตนเองโดยไม่ผ่านผู้ส่งออก เช่น สหกรณ์การเกษตรเหมืองจี้ จังหวัดลำพูนที่ขายส่งลำไยสดตรงให้แก่ผู้นำเข้าของเวียดนาม สหกรณ์ชมรมชาวสวนมะม่วง จังหวัดฉะเชิงเทราที่ส่งออกมะม่วงสีทองผ่านตัวแทนส่งออกไปยังญี่ปุ่น เกาหลี และจีน เป็นต้น ซึ่งมีเพียงส่วนน้อยมากที่เป็นสหกรณ์ที่ประสบความสำเร็จในการทำการส่งออก และยังมีสหกรณ์อีกมากที่ยังไม่มีความรู้ประสบการณ์ในการทำการส่งออก

ในด้านการค้าระหว่างประเทศ ประเทศไทยได้มีความตกลงกรอบความร่วมมือเศรษฐกิจต่างๆ ทั้งความร่วมมือแบบทวิพาคี และความรวมร่วมทางในระดับภูมิภาคที่ล้วนแล้วแต่เอื้อประโยชน์ให้เกิดการแข่งขันที่มีความเสรีมากขึ้น มีการลดและผ่อนคลายกฎระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ และการลดกำแพงภาษีระหว่างกัน ความร่วมมือภายใต้กรอบ BIMSTEC (The Bay of Bengal Initiative for Multi-Sectoral Technical and Economic Cooperation) เป็นการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศไทยกับกลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชียใต้ อันได้แก่ อินเดีย พม่า บังกลาเทศ ปากีสถาน เนปาล ศรีลังกา ตามนโยบายมองตะวันตก (Look West) ได้ก่อให้เกิดจุดเริ่มต้นของความร่วมมือทางการค้าตามอันเป็นโอกาสที่สำคัญของไทยที่จะเพิ่มมูลค่าด้านการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศที่มีศักยภาพทางด้านเศรษฐกิจในกลุ่มนี้

ในอดีตที่ผ่านมาการส่งออกสินค้าเกษตรที่สำคัญโดยเฉพาะผลไม้ที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยจากการส่งสินค้าไปยังกลุ่มประเทศเอเชียใต้มีหลายชนิด ได้แก่ เช่น เงาะ ฝรั่ง ทุเรียน มังคุด มะม่วง ลำไย เป็นต้น แต่เป็นการส่งออกส่วนใหญ่เป็นการส่งออกโดยผู้ส่งออกเอกชนโดยตรงหรือผ่านตัวแทนผู้รวบรวมผลไม้เพื่อการส่งออก ในขณะที่บทบาทของสหกรณ์การเกษตรที่ดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับผลไม้นั้นมีน้อยมาก จึงนำไปสู่คำถามของงานวิจัยนี้ คือ โอกาสทางการตลาดของผลไม้สดจากประเทศไทยโดยเฉพาะลำไยสดในตลาดของกลุ่มประเทศ BIMSTEC โดยเฉพาะสาธารณรัฐอินเดียและสาธารณรัฐประชาชนบังกลาเทศเป็นอย่างไร สหกรณ์มีโอกาสที่จะส่งออกผลไม้ไปยังกลุ่มประเทศ

เอเชียใต้ได้ด้วยระบบบริหารจัดการของสหกรณ์เองได้โดยตรงมากขึ้น เพื่อลดการกดราคาและอำนาจในการผูกขาดจากผู้ส่งออก เพื่อช่วยเหลือสมาชิกในกลุ่มสหกรณ์ในการระบายผลผลิต และเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการจากลูกค้าโดยตรงเป็นไปได้หรือไม่ และหากสหกรณ์ต้องการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้สดไปยังกลุ่มประเทศ BIMSTEC โดยเฉพาะสาธารณรัฐอินเดียและสาธารณรัฐประชาชนบังกลาเทศควรจะมีรูปแบบการจัดการการด้านการตลาดและขนส่งของสหกรณ์อย่างไร

ดังนั้นการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาโอกาสทางการตลาด และมาตรฐานการส่งออกผลไม้ของสหกรณ์ในภาคเหนือตอนบนของไทยไปยังกลุ่มประเทศ BIMSTEC (2) ศึกษาต้นทุนและรูปแบบการจัดการการขนส่งของสหกรณ์ผู้ส่งออกผลไม้ไปยังตลาดเป้าหมาย (3) เพื่อเสนอแนวทางการจัดการด้านการตลาด และการขนส่งที่สามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขันสำหรับการส่งออกผลไม้ให้แก่สหกรณ์ของไทย โดยในการศึกษานี้ได้กำหนดขอบเขตกรณีศึกษาคือ การส่งออกลำไยสดไปยังสาธารณรัฐอินเดียและสาธารณรัฐประชาชนบังกลาเทศ การศึกษาต้นทุนการขนส่งออกผลไม้ไทย มาตรฐานการส่งออกลำไยสดไปสาธารณรัฐอินเดียและสาธารณรัฐประชาชนบังกลาเทศ และโอกาสทางการตลาดของลำไยสดในประเทศอินเดียและบังกลาเทศ

5.1.1 ห่วงโซ่อุปทานการส่งออกลำไยสดไปยังประเทศอินเดียและบังกลาเทศ

รูปแบบของห่วงโซ่อุปทานของการส่งออกลำไยสดไปยังประเทศอินเดียและบังกลาเทศจะมีลักษณะคล้ายกันแต่มีความแตกต่างกันในรายละเอียด ดังนี้ ในห่วงโซ่ต้นน้ำ เกษตรกรชาวสวนลำไยที่ผลิตลำไยในฤดูและนอกฤดูจะทำการผลิตลำไยที่มีคุณภาพ โดยสวนที่ได้รับการรับรอง GAP จำหน่ายผลผลิตลำไยสดให้แก่ ผู้รวบรวมผลผลิตโดยตรง หรือขายให้แก่สหกรณ์การเกษตรที่เกษตรกรเป็นสมาชิก ในการขายผลผลิตให้แก่ผู้รวบรวมผลผลิตโดยตรงนั้น พ่อค้าผู้รวบรวมผลผลิตในพื้นที่หรือพ่อค้าท้องถิ่นจึงเป็นตัวกลางที่สำคัญในการช่วยรวบรวมและส่งต่อลำไยสดของเกษตรกรไปสู่จุดรับซื้อหรือล้ง ซึ่งจุดรับซื้อหรือล้งนอกจากมีหน้าที่เป็นแหล่งรวบรวมผลผลิตแล้วยังทำหน้าที่ในการกระจายสินค้าไปยังตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศรวมถึงประเทศอินเดียและบังกลาเทศ

ในห่วงโซ่กลางน้ำภายในประเทศ ผู้ที่ดำเนินกิจกรรมหลักในการส่งออกลำไยสดและผลไม้ไทยสดๆ อื่นไปยังอินเดียและบังกลาเทศแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะคือ (1) ผู้ประกอบการส่งออกลำไยสด (ล้งลำไยสด) เพื่อการส่งออก (2) ผู้ประกอบการชาวไทยที่รวบรวมผลไม้ไทยเพื่อการส่งออก (3) ผู้ประกอบการชาวต่างประเทศที่รวบรวมผลไม้ไทยเพื่อการส่งออก (บริษัทของชาวอินเดียหรือบังกลาเทศ) โดยผู้ประกอบการจะทำหน้าที่ในการรวบรวมผลผลิตให้ได้ตามจำนวน ขนาด สีผิวของลำไยสดตามความต้องการของผู้ซื้อ หากเป็นการส่งออกลำไยสดไปยังอินเดียนั้นจะมีทั้งการส่งออกลำไยสดคราวละจำนวนมาก โดยบรรจุในตู้คอนเทนเนอร์แบบห้องเย็น (Reefer Container) และขนส่งทางเรือจากท่าเรือแหลมฉบังไปยังท่าเรือมุมไบ (Port of Mumbai) เมืองมุมไบ และท่าเรือเจน

ไน (Chennai Port) เมืองเจนไน อย่างไรก็ตามการขนส่งทางเรือในปัจจุบันนั้นมีปริมาณจำนวนเที่ยวต่อปีที่ส่งน้อยมากและการส่งออกลำไยสดทางเรือจะดำเนินการเฉพาะในช่วงลำไยสดในฤดูระหว่างเดือนกรกฎาคมถึงสิงหาคมเท่านั้น ส่วนการส่งออกลำไยสดไปยังบังกลาเทศนั้น เนื่องจากบังกลาเทศมีปริมาณความต้องการลำไยสดที่น้อยกว่าอินเดียมากจึงไม่มีการขนส่งทางเรือ สำหรับการขนส่งผลไม้สดจากประเทศไทยไปยังประเทศอินเดียและบังกลาเทศในปริมาณที่น้อยแต่มีการขนส่งอย่างต่อเนื่องในทุกวันหรือทุกสัปดาห์ ในปัจจุบันจะเป็นการขนส่งลำไยสดและผลไม้สดอื่นๆ ในรูปแบบของผลไม้รวม (Mixed Fruit) โดยจะเป็นการขนส่งทางอากาศด้วยเครื่องบินโดยสายการบินไทยจากสนามบินสุวรรณภูมิไปยังเมืองหลักที่สำคัญของอินเดีย ได้แก่ กรุงนิวเดลี มุมไบ เจนไน เป็นต้น และเมืองหลวงของบังกลาเทศคือ กรุงธากา

ในการส่งออกลำไยสดทางเรือซึ่งเป็นการส่งออกลำไยคราวละมากๆ จะเป็นการส่งออกลำไยในฤดู โดยล้งจะทำหน้าที่สำคัญในการส่งออกลำไยสดในฤดู โดยจะทำการรวบรวมผลผลิตและจัดส่งลำไยสดในตู้เย็นคอนเทนเนอร์ไปยังประเทศอินเดียทางเรือ สำหรับการจัดการลำไยก่อนการส่งออก จุดรับซื้อของล้งจะทำการตรวจคุณภาพ ติดสติ๊กเกอร์พร้อมกับรัดสายตะกร้าด้วยเครื่องรัดอัตโนมัติ และก่อนการบรรจุตะกร้าเข้าตู้เย็นคอนเทนเนอร์ จะต้องนำเข้าสู่ห้องรมด้วยซัลเฟอร์ไดออกไซด์ก่อนเพื่อยืดอายุลำไยสดให้นานขึ้น จากนั้นนำมาเป่าพัดลมเพื่อลดอุณหภูมิและปริมาณของสารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ที่ตกค้างในลำไยในกระบวนการรม หลังจากที่จุดรับซื้อดำเนินกระบวนการเตรียมการการส่งออกเสร็จสิ้น ณ ที่จุดรับซื้อแล้ว จะทำการลำเลียงลำไยสดที่พร้อมส่งออกขึ้นตู้เย็นคอนเทนเนอร์ โดยลำไยสดจะต้องใช้ตู้คอนเทนเนอร์แบบเย็น (2° C) ขนาด 40 หรือ 20 ฟุต ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปริมาณคำสั่งซื้อลำไยสดของผู้นำเข้า

เนื่องจากในการขั้นตอนและการดำเนินพิธีการส่งออกลำไยสดไปยังอินเดียทางเรือนั้น สินค้าจะต้องมีเอกสารใบรับรองปลอดศัตรูพืช (Phytosanitary Certificate: PC) ใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Certificate of Origin: CO) และเอกสารพิธีการศุลกากรอื่นๆ การจัดการด้านการขนส่งลำไยสดจากล้งไปยังท่าเรือ การติดต่อจองสายเรือ และอื่นๆ มีขั้นตอนและเอกสารที่มากทำให้ผู้ส่งออกหรือล้งต้องว่าจ้างชิปปิ้งให้เป็นตัวตัวแทนของผู้ส่งออกทั้งในการจัดหาตู้เย็นคอนเทนเนอร์หรือพร้อมหัวลาก การจองสายเรือ การขอใบรับรองสุขอนามัยพืช ใบรับรอบแหล่งกำเนิดสินค้า พิธีการศุลกากร ณ ด่านศุลกากรท่าเรือ โดยระยะเวลาการขนส่งสินค้าทางเรือ หากเป็นการขนส่งจากไทยที่ต้นทางคือท่าเรือแหลมฉบัง ไปยังอินเดียปลายทางที่ท่าเรือเจนไนจะใช้ระยะเวลา 12 - 15 วัน แต่หากเป็นปลายทางที่ท่าเรือมุมไบจะใช้ระยะเวลา 12 - 21 วัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเส้นทางการเดินเรือว่าเป็นเส้นทางเรือตรงจากท่าเรือแหลงฉบังยังไปยังอินเดียโดยไม่แวะขนถ่ายสินค้าที่ท่าเรือสิงคโปร์ (Port of Singapore) หรือไม่

สำหรับการส่งออกลำไยสดไปยังอินเดียและบังกลาเทศทางอากาศนั้น กิจกรรมจะค่อนข้างแตกต่างจากการขนส่งทางเรือ เนื่องจากการขนส่งทางอากาศหรือเครื่องบินนั้นสามารถขนส่งได้คราวจำนวนน้อยแต่สามารถขนส่งได้ทุกวันตามตารางการบินขนส่งผู้โดยสาร ข้อจำกัดที่สำคัญของการขนส่งผลไม้โดยเครื่องบินคือ พื้นที่ในการขนส่งใต้ท้องเครื่องบินผู้โดยสารที่จำกัดทำให้การขนส่งในแต่ละครั้งขนส่งได้ในจำนวนที่น้อยและค่าใช้จ่ายในการขนส่งที่สูงมาก แต่ข้อดีคือ ผู้ส่งออกสามารถส่งลำไยสดไปอินเดียและบังกลาเทศได้ตลอดทั้งปี ส่งผลให้ผู้ดำเนินการส่งออกผลไม้ไปยังอินเดียและบังกลาเทศส่วนใหญ่จะส่งผลไม้ในลักษณะผลไม้คละชนิด (เช่น ฝรั่ง เงาะ มังคุด แก้วมังกร เป็นต้น) ในแต่ละการส่ง (Shipment) ดังนั้นในขั้นตอนการส่งออกผลไม้ทางอากาศจึงประกอบไปด้วย ผู้ส่งออกจะทำการรวบรวมผลไม้ตามแหล่งจำหน่ายผลไม้เช่น ตลาดไทและตลาดสี่มุมเมือง สำหรับลำไยสดจะเป็นลำไยสดที่ผ่านการรมซับเฟอร์ไดออกไซด์แล้วจะนำมาจัดช่อและห่อหรือบรรจุในภาชนะให้ได้ขนาด 1 กิโลกรัม แล้วบรรจุกล่องโฟมพร้อมสำหรับการส่งออกทางเครื่องบินพร้อมกับผลไม้อื่นๆ

ในขั้นตอนการส่งออกผู้ส่งออกจะอาศัยชิปปิ้งมาเป็นตัวแทนส่งออกในการขอใบรับรองสุขอนามัยพืช ใบรับรอบแหล่งกำเนิดสินค้า พิธีการศุลกากร และการจองเครื่องบิน เป็นต้น การขนส่งทางอากาศหากเป็นการขนส่งจากสนามบินสุวรรณภูมิไปยังสนามบิน Indira Gandhi International Airport (DEL) กรุงนิวเดลีใช้ระยะเวลา 4.30 ชั่วโมง หากเป็นสนามบิน Chhatrapati Shivaji เมืองมุมไบใช้ระยะเวลา 4.30 ชั่วโมง และหากเป็นสนามบิน Chennai International Airport เมืองเจนไนใช้ระยะเวลา 3.20 ชั่วโมง และหากเป็นการขนส่งจากไทยไปบังกลาเทศจากสนามบินสุวรรณภูมิไปยังสนามบิน Chennai International Airport กรุงธากา จะใช้ระยะเวลา 3.20 ชั่วโมง ทั้งนี้ผู้ส่งออกจะใช้บริการของสายการบินไทย เนื่องจากเป็นสายการบินที่มีความพร้อมและสามารถให้บริการขนส่งได้อย่างครบวงจร มีคลังสินค้าระหว่างประเทศเป็นของตัวเอง มีการให้บริการทุกวันตลอดทั้งปี

ในห่วงโซ่ปลายน้ำเริ่มตั้งแต่ผู้นำเข้าไปจนถึงผู้บริโภคในประเทศอินเดียและบังกลาเทศ การดำเนินการนำสินค้าออกจากท่าเรือหรือสนามบิน ผู้นำเข้าจะว่าจ้างชิปปิ้งในการนำสินค้าออกจากท่าเรือหรือสนามบิน ในกรณีของลำไยสดสินค้าจะถูกนำออกจากตู้เพื่อกระจายไปยังตลาดค้าส่งผลไม้ที่สำคัญของเมืองต่างๆ ได้แก่ ตลาด Azadpur Mandi (กรุงนิวเดลี) ตลาด APMC (เมืองมุมไบ) ตลาด Koyambedu Wholesale Market Complex (KWMC) เมืองเจนไน เป็นต้น ส่วนตลาดค้าส่งผลไม้ของกรุงธากาประเทศบังกลาเทศคือ ตลาด Badamtoli Market จากนั้นลำไยสดจะกระจายไปยังห้างสรรพสินค้าชั้นนำ โรงแรม ร้านจำหน่ายผักผลไม้ปลีกทั้งในรูปแบบร้านที่ทันสมัย และในตลาดสดเพื่อจำหน่ายปลีกต่อไป ทั้งนี้พ่อค้าส่งและพ่อค้าปลีกจะทำหน้าที่กระจายสินค้า (Distributor) ที่สำคัญในห่วงโซ่อุปทานปลายน้ำไปยังผู้บริโภค (Customer) โดยราคาลำไยสดที่จำหน่ายในอินเดียราคา 780 รูปี หรือ 415.83 บาท/กิโลกรัม ส่วนราคาลำไยสดที่จำหน่ายในบังกลาเทศราคา 739 ตากา = 307.34 บาท/กิโลกรัม

5.1.2 ต้นทุนและรูปแบบการจัดการการขนส่งของสหกรณ์ผู้ส่งออกผลไม้ไปยังตลาดอินเดียและบังกลาเทศ

เนื่องจากแต่ละสหกรณ์มีการคิดราคารับซื้อลำไยสดจากสมาชิกที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะการดำเนินการของสหกรณ์ ความพร้อมของสหกรณ์ที่แตกต่างกัน (เช่นการมีโรงรม หรือห้องเย็นเป็นของตัวเองหรือไม่) ลักษณะการจำหน่ายสินค้า (จำหน่ายลำไยผลสดโดยไม่รม/รมซัลเฟอร์ไดออกไซด์) ราคาลำไยสดในท้องตลาดที่ผันผวน รวมถึงแต่ละสหกรณ์มีเป้าหมายของการดำเนินการและกิจกรรมที่แตกต่างกันภายใต้การดำเนินการของคณะกรรมการสหกรณ์ จึงทำให้มีความแตกต่างในด้านต้นทุนของลำไยสดของแต่ละสหกรณ์ โดยในรอบปีการเก็บเกี่ยว 2557 ต้นทุนของสหกรณ์อยู่ในช่วง 26 – 31 บาทต่อกิโลกรัม

สำหรับรูปการจัดการการขนส่งสำหรับสหกรณ์ที่สนใจส่งออก โดยจะต้องเป็นสหกรณ์ที่รับซื้อลำไยสดจากเกษตรกรในฤดู หากเป็นคำสั่งซื้อคราวละมากๆ การขนส่งที่เหมาะสมคือ การขนส่งโดยตู้เย็นคอนเทนเนอร์และขนส่งทางเรือ เพราะเสียค่าใช้จ่ายในการขนส่งที่ต่ำกว่าโดยต้นทุนการขนส่งทางเรือโดยเฉลี่ยเท่ากับประมาณ 9 บาท/กิโลกรัม โดยข้อดีของการทำธุรกิจในลักษณะนี้คือ สหกรณ์สามารถส่งออกลำไยสดในฤดูได้ในปริมาณที่มาก และสามารถช่วยเหลือเกษตรกรที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์ได้มากเช่นกัน แต่ทั้งนี้สหกรณ์จะต้องมีความพร้อมในหลายด้านทั้งคำสั่งซื้อต้องมากเพียงพอที่จะสามารถจัดทำลำไยสดขึ้นตู้เพื่อส่งออก ต้องมีด้านเงินทุนที่เพียงพอ มีแรงงานที่มีความสามารถอย่างเพียงพอ มีความรู้ในด้านบริหารการตลาดและการเงิน มีเตารม SO_2 ที่มีประสิทธิภาพ มีการบริหารและจัดการในลักษณะของธุรกิจเอกชนเมื่อแสวงหากำไรกล้าได้กล้าเสีย (ปัจจุบันสหกรณ์ส่วนใหญ่บริหารในรูปของคณะกรรมการดำเนินการ เน้นการบริหารในรูปแบบหลีกเลี่ยงความเสี่ยงและการขาดทุน) มีความรู้ภาษาอังกฤษสำหรับการสื่อสารเพื่อการค้า เป็นต้น

แต่หากเป็นคำสั่งซื้อคราวละไม่มากสหกรณ์อาจปรับตัวโดยเปลี่ยนจากผู้ส่งออกคราวละมากๆ เป็นการรวบรวมผลไม้เพื่อการส่งออกและทำการส่งออกทางเครื่องบิน ข้อดีของรูปแบบธุรกิจนี้คือ ต้นทุนค่าวัตถุดิบและต้นทุนการดำเนินการไม่สูงเท่ากับการเป็นผู้ส่งออกทางเรือ แต่มีต้นทุนการขนส่งที่สูงมากแต่ราคาส่งออกก็สูงตามไปด้วย โดยต้นทุนการขนส่งทางอากาศโดยเฉลี่ยเท่ากับ 106 บาท/กิโลกรัม อย่างไรก็ตามสหกรณ์ก็จะต้องมีด้านเงินทุนที่เพียงพอ มีความรู้ในด้านบริหารการตลาดและการเงิน มีการบริหารและจัดการในลักษณะของธุรกิจเอกชนเมื่อแสวงหากำไร มีความรู้ภาษาอังกฤษสำหรับการสื่อสารเพื่อการค้า เป็นต้น แต่ทั้งนี้ไม่ว่าจะขนส่งทางเรือหรือทางอากาศสหกรณ์จะต้องดำเนินการผ่านตัวแทนหรือชิปปิ้งในการดำเนินการพิธีการศุลกากรและงานด้านเอกสารทั้งหมด

สำหรับการขนส่งลำไยสดทางบกจากแหล่งผลิตในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน ไปยังประเทศอินเดีย ปัจจุบันมีหลายเส้นทางที่เป็นไปได้และทุกเส้นทางจะต้องผ่านประเทศพม่า โดย

เส้นทางแรกจะต้องขนส่งออกทางอำเภอแม่สอด จังหวัดตากผ่านด่านพรมแดนแม่สอดที่เชื่อมโยงเมืองเมียวดี รัฐกะเหรี่ยง ประเทศพม่า ส่วนเส้นทางที่ 2 จะต้องขนส่งออกทางอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงรายผ่านจุดผ่านแดนถาวรเข้าทางด่านพรมแดนท่าขี้เหล็ก แขวงท่าขี้เหล็ก รัฐฉาน ประเทศพม่า โดยทั้งสองเส้นทางในประเทศพม่าจะมีปลายทางที่เมืองตามู (Tamu) ของประเทศพม่าที่เชื่อมกับเมืองมอเรห์ (Moreh) ซึ่งเป็นเมืองที่หน้าด่านของอินเดีย-พม่าที่สำคัญในการที่จะขนส่งสินค้าเพื่อเข้าไปจำหน่ายใน 7 รัฐทางด้านตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศอินเดีย อย่างไรก็ตามในปัจจุบันไม่มีการขนส่งผลไม้สดในเชิงพาณิชย์ผ่านเส้นทางเหล่านี้เนื่องจากปัญหาสภาพถนน โดยเฉพาะในเขตประเทศพม่าซึ่งสภาพถนนนั้นไม่ดีในบางช่วง หากเป็นฤดูฝนการเดินทางจะมีความลำบาก และเป็นการเดินรถช่องทางเดียว ทำให้การขนส่งผลไม้สดที่บอบบาง เน่าเสียง่าย และต้องการระบบการขนส่งที่ควบคุมอุณหภูมิแทบจะเป็นไปไม่ได้ แต่ในอนาคตหากประเทศพม่ามีการพัฒนาระบบการขนส่งและโลจิสติกส์ที่ดีขึ้นอาจจะเป็นอีกทางเลือกของเส้นทางการขนส่งที่เป็นไปได้

5.1.3 โอกาสทางการตลาด และมาตรฐานการส่งออกผลไม้ของสหกรณ์ในภาคเหนือตอนบนของไทยไปยังกลุ่มประเทศ BIMSTEC

ในการส่งออกลำไยสดของสหกรณ์หรือผู้ที่สนใจส่งออก ผู้ส่งออกจะต้องขึ้นทะเบียนเป็นผู้ส่งออกลำไยสด ผ่านกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์เป็นอันดับแรก โดยในการส่งออกจะต้องส่งออกลำไยสดให้ได้ตามมาตรฐานการส่งออกลำไยสดของสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) โดยลำไยสดที่ส่งออกจะต้องได้มาตรฐาน GAP ตั้งแต่ในสวนลำไย ก่อนการส่งออกจะต้องได้รับใบรับรองสุขอนามัยพืชทุกครั้งไม่ว่าจะเป็นการส่งออกทางเรือหรือทางเครื่องบิน

จากมาตรฐาน ข้อบังคับ และระเบียบปฏิบัติการนำเข้าลำไยของอินเดีย จะเห็นได้ชัดว่าปัจจุบันไทยพึ่งพาประโยชน์จาก TIFTA และ AIFTA เสียเป็นส่วนใหญ่ โดยอินเดียไม่มีการเก็บภาษีนำเข้าผลไม้จากประเทศไทยหลายชนิดรวมถึงลำไยสด นอกจากนี้อินเดียไม่เข้มงวดและไม่มีการกำหนดมาตรฐานในการตรวจสินค้าลำไยสดที่นำเข้าจากประเทศไทย ทำให้มีโอกาสในส่งออกเพิ่มมากขึ้น ในส่วนของประเทศบังคลาเทศ จะเห็นได้ว่าผลไม้ของไทยยังถูกเก็บภาษีในอัตราที่สูงถึงร้อยละ 91.89 ทำให้สามารถส่งออกไปได้น้อยลง แต่ในส่วนของมาตรฐานและข้อบังคับอื่นๆ เรามีศักยภาพเพียงพอที่ทำให้ผ่านเกณฑ์ข้อบังคับเหล่านั้นได้ ดังนั้นจึงควรมีการเร่งสร้างความตกลงการค้าเสรีบีมสเทค (BIMSTEC FTA) หรือควรจัดการรวมกลุ่มทวิภาคี เพื่อสร้างข้อตกลงที่ทำให้เพิ่มศักยภาพในการส่งออกเพิ่มมากขึ้น

สำหรับโอกาสทางการตลาดของผลไม้ไทยโดยเฉพาะลำไยสดไทยในประเทศอินเดียและบังคลาเทศ พบว่ามีจุดแข็งหลายประการได้แก่ ลำไยสดไทยเป็นสินค้าที่ไม่มีคู่แข่งขัน ประเทศไทยเป็น

ประเทศที่มีความเหมาะสมทั้งทางด้านภูมิอากาศ ความรู้ทางด้านการจัดการสวนและการบังคับลำไยให้ออกนอกฤดู ทำให้สามารถส่งออกลำไยสดได้ทั้งปี ผลไม้ไทยถือเป็นผลไม้กลุ่ม Exotic โดยมีกลุ่มผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มที่มีรายได้สูงและสูงมาก (Niche Market) นอกจากนี้ชาวอินเดียและบังกลาเทศมีทัศนคติที่ดีต่อผลไม้ โดยเชื่อว่าผลไม้ไทยเป็นผลไม้ที่มีคุณภาพสูง ราคาสูง และครอบครัวใดซื้อหรือบริโภคผลไม้ไทยแสดงว่าครอบครัวนั้นมีฐานะและมีรสนิยมในการบริโภคผลไม้จากต่างประเทศ ที่สำคัญผลไม้ไทยเป็นผลไม้ที่ถูกใช้สำหรับเทศกาลเฉลิมฉลองทางศาสนาและเป็นของขวัญในงานแต่งงาน

จุดอ่อนที่สำคัญของตลาดลำไยสดไทยในอินเดียและบังกลาเทศคือ คุณภาพของลำไยสดที่ส่งออกไปจำหน่ายในอินเดียและบังกลาเทศยังไม่มีคุณภาพที่แน่นอนทั้งนี้ขึ้นอยู่กับฤดูกาลของลำไยสดในประเทศไทย วิธีการรมซัลเฟอร์ได้ออกไซด์ที่ไม่เหมาะสม รวมไปถึงผู้จำหน่ายไม่มีความรู้ด้านการเก็บรักษาลำไยสดให้ยังคงคุณภาพที่เหมาะสมกับการรับประทาน โดยเฉพาะการควบคุมอุณหภูมิและความชื้น นอกจากนี้ผู้บริโภคในทั้ง 2 ประเทศมีส่วนน้อยมากที่รู้จัก รู้ซื้อ และรู้กินลำไยอย่างถูกต้อง เนื่องจากการขนส่งลำไยไปจำหน่ายในทั้ง 2 ประเทศนี้ ส่วนใหญ่เป็นการขนส่งทางเครื่องบิน ต้นทุนการขนส่งจึงสูงมากส่งผลให้ราคาจำหน่ายปลีกสูงมากขึ้นตามไปด้วย

โอกาสด้านการตลาดของผลไม้ไทยโดยเฉพาะลำไยสดจากประเทศไทยในตลาดอินเดียและบังกลาเทศพบว่ายังสูงมาก โดยเฉพาะประเทศอินเดียที่มีประชากรมากเป็นอันดับที่ 2 ของโลก ประกอบกับเศรษฐกิจของประเทศที่มีอัตราการเจริญเติบโตที่สูงมาอย่างต่อเนื่อง สัดส่วนของประชากรที่มีรายได้ระดับปานกลางและสูงที่เพิ่มมากขึ้น สำหรับบังกลาเทศนั้นถึงแม้จะเป็นประเทศยากจนแต่ด้วยประชากรที่มากถึง 159.53 ล้านคน และกำลังซื้อของผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลาง-สูงและรายได้สูงนั้นยังมีอยู่ทำให้โอกาสทางการตลาดของผลไม้ไทยในบังกลาเทศค่อยเติบโตอย่างช้าๆ สำหรับฤดูกาลของผลไม้ท้องถิ่นในอินเดียและบังกลาเทศนั้นในช่วงเดือน กรกฎาคม – สิงหาคม นั้นไม่ตรงกับช่วงของลำไยในฤดูนั้นทำให้การแข่งขันในช่วงเดือนดังกล่าวน้อย สำหรับประเทศอินเดียปัจจุบันยังไม่เก็บภาษี และมีข้อกำหนดเกี่ยวกับมาตรฐานอื่นๆ ในการนำเข้าลำไยสดจากประเทศไทย ในกรณีของประเทศบังกลาเทศนั้นหากในอนาคตมีการเจรจาความร่วมมือระหว่างประเทศ FTA ระหว่าง 2 ประเทศ หรือ มีความก้าวหน้าอย่างเป็นรูปธรรมของ BIMSTEC น่าจะทำให้มีการลดกำแพงภาษีการนำเข้าผลไม้ของบังกลาเทศได้

อุปสรรคสำคัญของการส่งออกผลไม้ไทยไปอินเดียและบังกลาเทศคือ การขนส่งสินค้าส่วนใหญ่เป็นการขนส่งทางอากาศ ทำให้ต้นทุนการขนส่งสูงมาก ระบบการจัดเก็บและการขนส่งโดยเฉพาะ Cool Chain สำหรับการกระจายผลไม้ไทยต้องการรักษาอุณหภูมิในประเทศอินเดียและบังกลาเทศยังมีข้อจำกัดอยู่มาก รวมถึงไม่ไว้ใจระหว่างผู้ส่งออกและผู้นำเข้าเกี่ยวกับการสั่งสินค้า การ

ส่งมอบของ และการชำระเงิน และในปัจจุบันพบว่าผู้ประกอบการชาวอินเดียและบังกลาเทศได้เข้ามาตั้งบริษัททำหน้าที่ในการรวบรวมสินค้าและเป็นผู้ส่งออกสินค้าไปอินเดียและบังกลาเทศเอง

5.2 ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการด้านการตลาด และการขนส่งที่สามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขันสำหรับการส่งออกผลไม้ให้แก่สหกรณ์ของไทย

โดยข้อเสนอแนะในครั้งนี้ประกอบไปด้วย 2 กลุ่มคือ (1) ข้อเสนอแนะแนวทางเพิ่มศักยภาพทางด้านการตลาดและการขนส่งในห่วงโซ่อุปทานการส่งออกผลไม้กรณีศึกษาลำไยสดไปยังประเทศอินเดียและบังกลาเทศ (2) ข้อเสนอแนะแนวทางสำหรับสหกรณ์ที่สนใจที่จะดำเนินธุรกิจส่งออกลำไยสดไปยังประเทศอินเดียและบังกลาเทศ

5.2.1 ข้อเสนอแนะแนวทางเพิ่มศักยภาพทางด้านการตลาดและการขนส่งในห่วงโซ่อุปทานการส่งออกผลไม้กรณีศึกษาลำไยสดไปยังประเทศอินเดียและบังกลาเทศ

1. ข้อเสนอแนะทางด้านต้นน้ำ

1. เนื่องจากลำไยในฤดูประสบกับปัญหาลำไยล้นตลาด ราคาผลผลิตตกต่ำทุกๆ ปี ทั้งนี้เนื่องจากผลผลิตลำไยสดในฤดูของเกษตรกรออกผลผลิตพร้อมกัน เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าวควรส่งเสริมให้เกษตรกรทำลำไยนอกฤดูเพื่อให้ผลผลิตของเกษตรกรกระจายไปยังช่วงเดือนอื่นๆ ที่ไม่ใช่เดือนกรกฎาคม – สิงหาคม โดยควรส่งเสริมให้เกษตรกรรวมตัวกันเป็นกลุ่มผู้ผลิตลำไยนอกฤดู การรวมกลุ่มจะช่วยให้เกษตรกรกลุ่มผู้ผลิตลำไยนอกฤดูมีความเข้มแข็ง มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับประสบการณ์การทำลำไยนอกฤดูรวมกัน สามารถกำหนดตารางระยะเวลาการราดสารและเก็บเกี่ยวได้อย่างเหมาะสม เพิ่มอำนาจในการต่อรองราคาให้แก่กลุ่มเกษตรกรมากขึ้น และลดปัญหาการขาดแคลนแรงงานในการเก็บเกี่ยว

2. ทั้งนี้เนื่องจากระบบการผลิตลำไยในเขตพื้นที่ภาคเหนือเกษตรกรผู้ผลิตลำไยคุณภาพยังมีสัดส่วนที่น้อย และมีความแตกต่างกันมากด้านขั้นตอนการผลิตและการจัดการฟาร์ม ดังนั้นควรมีการจัดอบรมเทคนิคการผลิตและการจัดการสวนสำหรับลำไยนอกฤดูให้แก่เกษตรกร รวมถึงการอบรมการผลิตลำไยคุณภาพ

3. ปัจจุบันสหกรณ์การเกษตรมักประสบกับปัญหาสมาชิกมีผลผลิตที่ไม่ได้คุณภาพชั้นส่งออก ส่วนใหญ่มีขนาดเล็กทำให้เกษตรกรต้องจำหน่ายในลักษณะรูดร่วงซึ่งราคาต่ำมาก ดังนั้นส่งเสริมให้มีการวิจัยและส่งเสริมให้ความรู้แก่เกษตรกรเกี่ยวกับการบริหารจัดการฟาร์ม เพื่อให้ได้ผลผลิตมีคุณภาพและปริมาณเพิ่มขึ้น เช่น การเพิ่มผลผลิตต่อไร่ ผลผลิตได้มาตรฐานตามความต้องการของผู้ส่งออก

4. จากปัญหาความผันผวนของราคาลำไยในฤดู โดยราคาลำไยสดต้นฤดูและปลายฤดูมักจะมีราคาสูง ในขณะที่ราคากลางฤดูมีราคาตกต่ำและผันผวนมากที่สุด รัฐบาลควรจะมีการเข้ามาแทรกแซงโดยการกำหนดราคาขั้นต่ำของผลผลิตเพื่อเป็นการช่วยเหลือเกษตรกร ถ้าหากมีการปล่อยให้เป็นไปตามกลไกของตลาดเกษตรกรอาจจะได้รับความเดือดร้อน เนื่องจากเกษตรกรส่วนมากเป็นเกษตรรายย่อยทำให้ไม่มีอำนาจในการต่อรองเรื่องราคาของผลผลิตกับผู้รับซื้อ

5. หากเป้าหมายคือการส่งออกลำไยสดคุณภาพ แต่ในปัจจุบันเกษตรกรขาดแรงจูงใจในการปรับปรุงการผลิตตามแนวทาง GAP เนื่องจากเกิดความยุ่งยากในทางปฏิบัติและเสียค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาสูง ในขณะที่ราคาของผลผลิตระหว่างสวนที่ได้มาตรฐานรับรองกับสวนที่ไม่ได้มาตรฐานรับรองก็ไม่แตกต่างกันมากนัก จึงส่งผลให้ผลผลิตที่ได้ไม่ค่อยมีคุณภาพ ดังนั้นรัฐบาลควรสร้างกลไกในการกำหนดราคาให้มีความแตกต่างระหว่างลำไยที่มีคุณภาพได้ GAP และไม่มี GAP เพื่อจูงใจให้เกษตรกรชาวสวนลำไยตื่นตัวและปรับการผลิตลำไยในฤดูให้เข้าสู่มาตรฐานของ GAP

6. เนื่องจากลำไยสดทั้งในฤดูและนอกฤดูเป็นที่ต้องการของผู้ส่งออก ปัจจุบันจึงมีการตกลงซื้อลำไยแบบเหมาสวนตั้งแต่ต้นลำไยแตกใบรุ่นที่ 1 หรือตั้งแต่ลำไยออกดอก หรือตั้งแต่ลำไยติดผล แต่ทั้งนี้การตกลงส่วนใหญ่เป็นการตกลงอย่างไม่เป็นทางการระหว่างเกษตรกรเจ้าของสวนและผู้รับซื้อ จึงพบว่ามีการละเมิดและไม่เป็นไปตามข้อตกลงอยู่บ่อยครับ ดังนั้นรัฐควรเข้ามาแก้ไขปัญหานี้โดยควรจะมีการตกลงทำสัญญาซื้อขายผลผลิตกันอย่างเป็นทางการระหว่างเกษตรกรกับผู้รับซื้อ โดยอาจจะทำออกมาในรูปแบบของเอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร ที่แสดงให้เห็นถึงราคา ปริมาณการที่จะทำการซื้อขายกันอย่างชัดเจน เพื่อเป็นการป้องกันการทำผิดสัญญาทั้ง 2 ฝ่าย

2. ข้อเสนอแนะทางด้านกลางน้ำ

1. ปัจจุบันไม่เพียงแต่ผู้ประกอบการคนไทยเท่านั้นที่เป็นผู้รวบรวมผลไม้รวมถึงลำไยสำหรับการจัดส่งจำหน่ายในประเทศอินเดียและบังกลาเทศ แต่ภายใต้การค้าเสรีปัจจุบันมีผู้ประกอบการทั้งชาวอินเดียและบังกลาเทศเข้ามาดำเนินธุรกิจรวบรวมผลไม้เพื่อส่งออกไปอินเดียและบังกลาเทศนี้เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นภาครัฐควรเข้ามาสนับสนุน ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการชาวไทยที่สนใจที่จะส่งผลไม้เพื่อไปจำหน่ายในอินเดียและบังกลาเทศเพิ่มมากขึ้น ทั้งการให้ความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบข้อบังคับ การทำจับคู่ทางการค้า (Business Matching) การนำผู้ประกอบการที่สนใจไปศึกษาดูงานหรือลู่ทางการค้าในประเทศเป้าหมาย

2. ในการขนส่งสินค้าทางอากาศ ปัจจุบันมีสายการบินไทยเท่านั้นที่รับขนส่งสินค้าจากสนามบินต้นทางคือ สนามบินสุวรรณภูมิเท่านั้นเพื่อไปยังเมืองจุดหมายปลายต่างๆ ในอินเดียและบังกลาเทศ ซึ่งมีระยะทางที่ไกลและระยะเวลาการขนส่งที่นาน ดังนั้นสายการบินควรเพิ่มเส้นทางบินจากสนามบินอื่นภายในประเทศไทย โดยเฉพาะท่าอากาศยานเชียงใหม่ไปยังอินเดียและบังกลาเทศ ซึ่งจะช่วยลดระยะเวลาการดำเนินทางให้สั้นลง และต้นทุนการขนส่งทางเครื่องบินที่ลดลง

3. ในการจัดหาและรวบรวมผลไม้หรือลำไยเพื่อการส่งออกควรให้ความสำคัญที่จะส่งเฉพาะลำไยสดที่ผ่านการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ที่ได้มาตรฐานเท่านั้น เป็นลำไยที่มีคุณภาพที่ขนาด สีผิว ไม่ควรเป็นลำไยที่อ่อนหรือแก่เกินไปซึ่งจะมีผลโดยตรงต่อรสชาติและความหวานที่ไม่คงที่

3. ข้อเสนอแนะทางด้านปลายน้ำ

1. ในกรณีของประเทศบังกลาเทศที่มีการกำหนดเก็บภาษีมากมายหลายชนิดและมีภาษีซ้ำซ้อนกันรวมแล้วมีภาษีร้อยละ 91.89 ซึ่งสูงมาก ส่งผลให้ราคาผลไม้ไทยที่จำหน่ายปลีกภายในบังกลาเทศมีราคาสูงมาก ดังนั้นภาครัฐควรเร่งเจรจาในระดับทวิภาคีให้มีการลดภาษีเพื่อให้ผลไม้ไทยได้มีโอกาสในการขยายตลาดในประเทศบังกลาเทศเพิ่มมากขึ้น

2. เนื่องจากลำไยสดจากประเทศยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคชาวอินเดียและบังกลาเทศ หน่วยงานกลางของภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรดำเนินกิจกรรมส่งเสริมตลาดให้แก่ผลไม้ไทย เช่น การร่วมมือกับผู้ขายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยให้เป็นที่รู้จักแก่ผู้บริโภคชาวอินเดียและบังกลาเทศ

5.2.2 ข้อเสนอแนะแนวทางสำหรับสหกรณ์ที่สนใจที่จะดำเนินธุรกิจส่งออกลำไยสดไปยังประเทศอินเดียและบังกลาเทศ

จากการศึกษาพบว่ามีสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคเหนือตอนบนที่เป็นแหล่งผลิตลำไยในฤดูที่สำคัญของประเทศไทย มีศักยภาพ มีความรู้ และมีประสบการณ์ในการผลิตลำไยสดและจำหน่ายลำไยสดผู้แก่ผู้นำเข้าโดยตรงจากต่างประเทศ เช่น เวียดนาม และจีน แต่สำหรับประเทศอินเดียและบังกลาเทศนั้นถือว่าเป็นตลาดใหม่ที่สหกรณ์การเกษตรเหล่านี้ยังไม่มีข้อมูลที่มาเพียงพอ โดยสหกรณ์การเกษตรได้มีข้อเสนอแนะแนวทางในการขับเคลื่อนไว้ดังนี้

1. สินค้า

สหกรณ์การเกษตรมีความสนใจในการที่จะส่งออกลำไยสดไปยังประเทศอินเดียและบังกลาเทศ แต่ทั้งนี้สหกรณ์การเกษตรต้องการข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญสำหรับการส่งออกลำไยไปอินเดียและบังกลาเทศ เช่น ขนาด คุณภาพของลำไยสดที่ต่างประเทศต้องการ พฤติกรรมของผู้บริโภค ปลายทาง ดังนั้นสหกรณ์จึงต้องการให้ผู้นำเข้าหรือมีผู้ประกอบการหรือผู้ส่งออกเข้ามาร่วมกับสหกรณ์ในช่วงแรก โดยร่วมกับสหกรณ์ในการคัดเกรดและการกำหนดราคาที่สหกรณ์ เพื่อให้สหกรณ์ได้เรียนรู้ เช่นเดียวกับในปัจจุบันที่ผู้นำเข้าของประเทศเวียดนามส่งเจ้าหน้าที่มาร่วมกับสหกรณ์ในการคัดเกรดและการกำหนดราคา โดยสหกรณ์อาจทำหน้าที่เป็นเพียงผู้รวบรวมผลผลิตให้ในช่วงแรก แต่เมื่อสหกรณ์ได้เรียนรู้และมีความชำนาญแล้ว สหกรณ์จะสามารถดำเนินการด้วยตนเองได้

2. **ระบบการชำระเงิน**

ระบบการชำระเงินเป็นเรื่องที่สำคัญมาก เนื่องจากสหกรณ์ดำเนินธุรกิจแตกต่างไปจากเอกชนที่สามารถแบกรับความเสี่ยงได้มาก แต่สหกรณ์ดำเนินการในรูปของคณะกรรมการของสหกรณ์โดยมีเป้าหมายเพื่อสมาชิกของสหกรณ์ ดังนั้นสหกรณ์จึงสามารถแบกรับความเสี่ยงได้น้อย สหกรณ์ต้องการชำระเงินแบบจ่ายสด เพื่อให้สหกรณ์สามารถนำเงินสดที่ได้ไปหมุนเวียนจ่ายค่าสินค้าให้แก่สมาชิกได้

3. **เงินทุนที่ใช้**

ปัจจุบันในการดำเนินธุรกิจรับซื้อลำไยสดจากสมาชิกและกระจายผลผลิตในช่องทางต่างๆนั้น ในช่วงก่อนฤดูกาลเก็บเกี่ยวลำไยสดในฤดู สหกรณ์จำเป็นต้องได้รับเงินกู้ช่วยเหลือจากกรมส่งเสริมสหกรณ์และ/หรือธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เพื่อมาเป็นเงินทุนตั้งต้นสำหรับการรับซื้อลำไยสดจากสมาชิกและเงินทุนหมุนเวียนในช่วงฤดูเก็บเกี่ยวลำไยสด ดังนั้นหากมีผู้นำเข้าที่ต้องการลำไยสดจากสหกรณ์ สหกรณ์อาจต้องการให้ผู้นำเข้าวางเงินส่วนหนึ่งเพื่อเป็นทุนในการจัดหาลำไยสดส่งออกตามคำสั่งซื้อและเป็นเงินมัดจำ

4. **ความแน่นอนในการคำสั่งซื้อ**

เนื่องจากสหกรณ์มีความสามารถในการรับความเสี่ยงได้น้อย ดังนั้นเพื่อป้องกันความเสี่ยงใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตในการค้าระหว่างสหกรณ์การเกษตร ผู้ส่งออกลำไยสดและผู้นำเข้าสหกรณ์ต้องการความแน่นอนในรูปของสัญญาซื้อขายล่วงหน้าที่ลงในรายละเอียด เช่น ลักษณะของสินค้า ปริมาณ ราคา และเวลาการส่งมอบ

5. **ความช่วยเหลือจากภาครัฐบาล**

ในช่วงแรก สหกรณ์ต้องการให้รัฐบาลเข้ามาให้ความรู้แก่สหกรณ์ โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับตลาดของประเทศอินเดียและบังกลาเทศ การเปิดตลาด การประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงการทำจับคู่ทางการค้า (Business Matching) การหาตัวแทนในการส่งออก การให้ความรู้เกี่ยวกับการส่งออก พิธีการศุลกากร และข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการส่งออกอื่นๆ รวมถึงการจัดหาเงินทุนเฉพาะกรณีที่ทำธุรกิจส่งออกลำไยสดไปต่างประเทศ เพื่อเป็นการสนับสนุนและผลักดันให้สหกรณ์ที่สนใจเข้ามาดำเนินการส่งออกลำไยสดไปต่างประเทศมากขึ้น

6. **การส่งออกสินค้าแปรรูปลำไย ลำไยอบแห้ง**

ในขั้นแรกสหกรณ์เสนอให้มีการทดลองส่งลำไยอบแห้ง ซึ่งจัดเป็นสินค้าแปรรูปไปจำหน่ายในประเทศอินเดีย ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันหลายสหกรณ์การเกษตรได้ดำเนินธุรกิจทั้งลำไยสดและลำไยอบแห้ง ซึ่งสหกรณ์เชื่อว่าหากได้รับการสนับสนุนให้มีการส่งออกลำไยอบแห้งด้วยจะทำให้สหกรณ์มีรายได้ มีประสบการณ์ในการค้าขายกับประเทศอินเดียและบังกลาเทศ และเป็นการช่วยเหลือสมาชิกให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2554. ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา. www.dft.moc.go.th/the_files/%24%2459/level4/AEC_Blueprint_27052552.pdf.

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2555. สาธารณรัฐอินเดีย. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา. http://www.dtn.go.th/filesupload/files/country/asia/countryprofile_India_0212.pdf

กรมส่งเสริมการส่งออก, ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา. www.depthai.go.th/DEP/DOC/53/53003994.

กรุงเทพธุรกิจ. 2557. บังกลาเทศตั้งด่านสกัดผลไม้ชุบยาดองศพ. วันที่ 10 มิถุนายน 2557. http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/politics/world/20140610/587421/บังกลาเทศตั้งด่านสกัดผลไม้ชุบยาดองศพ.html.

กัมพล พรมไหม. 2553. การเปรียบเทียบต้นทุนการขนส่งผลไม้ไทยไปยังประเทศจีนตอนใต้. การศึกษาโดยอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน , มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, เชียงราย.

จักรพงษ์ พิมพ์พิมล. 2555. การจัดการหลังการเก็บเกี่ยวผลลำไยสดเชิงการค้า. มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: บริษัทเชียงใหม่ ดอคคิวเมนทารี ดีไซน์ จำกัด.

ณัฏฐรินดา ฐิติเจริญพงษ์. 2552. การประเมินประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานข้าวโพดกระป๋อง. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ถวิล เลิศประเสริฐ. 2523. วิสาหกิจสหกรณ์. พิมพ์ครั้งที่ 2, กรุงเทพฯ: สันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย.

ทนงศักดิ์ คุ้มพาล และวันชัย รัตนวงษ์. 2550. การจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกาแข่งขันในธุรกิจแก้วมังกร. เอกสารประกอบการประชุมเชิงวิชาการประจำปีด้านการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ ครั้งที่ 7 (หน้า 351-361). ณ โรงแรมเจ้าพระยาปาร์ค, กรุงเทพฯ.

ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. 2552. การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน. กรุงเทพฯ: เอ็กซเปอร์เน็ท.

ธเนศ สิริสุวรรณกิจ. 2549. การวางแผนระบบโลจิสติกส์เพื่อการส่งออกผลไม้. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิศวกรรมระบบการผลิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

ประคอง งามสิริศักดิ์. 2551. บทบาทสหกรณ์ภาคเกษตรของจังหวัดอุตรดิตถ์ในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของสมาชิก. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์, อุตรดิตถ์

ปวีณา เชาวลิตวงศ์. 2548. นิยามธุรกิจ ห่วงโซ่อุปทาน การบริหารการผลิต การจัดการงานผลิตและบริการ. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2553, จาก http://www.ismed.or.th.

นิภา หวังสินทวีกุล. 2550. ห่วงโซ่อุปทานของมะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ เพื่อการส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นในจังหวัดฉะเชิงเทรา. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.

เพ็ญศรี เจริญวานิช, วรนุช ศรีเจษฎารักข์, และทิพย์วรรณา งามศักดิ์. 2545. การศึกษาช่องทางการจำหน่ายมะม่วงสดในตลาดเป้าหมาย. ใน รายงานการประชุมวิชาการบริหารธุรกิจครั้งที่ 2 ปี พ.ศ. 2545 (หน้า 281-293). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต, ภูเก็ต.

รภัส มิชณิมานนท์. 2551. การวิเคราะห์การจัดการโซ่อุปทานของผู้ประกอบการลำไยสดด้วยการวิเคราะห์สายธารคุณค่าจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน. วิทยานิพนธ์ วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, คณะวิศวกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศรัณยวีร์ คำสี. 2555. การเพิ่มประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์พริกหวานไฮโดรโปนิคส์เพื่อการส่งออก. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศูนย์บริการร่วม. 2557. การจดทะเบียนผู้ส่งออกทุเรียนสด ลำไยสดและดอกกล้วยไม้สด. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. http://service.moac.go.th/ewt_news.php?nid=3841.

ศูนย์บริการศุลกากร. 2557(1). วิธีการขอใบรับรองปลอดศัตรูพืช (Phytosanitary Certificate : PC) เพื่อใช้ในการส่งออก. กรมศุลกากร. http://www.customscarecenter.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=539742173&Ntype=15.

ศูนย์บริการศุลกากร. 2557(2). การตรวจและออกใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate) ณ คลังสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ. กรมศุลกากร. http://www.customscarecenter.com/images/column_1352881453/Phyto%20%E4%BF%E2%B5.pdf

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2551. เอกสารการประกอบการสัมมนาโครงการ ศึกษาวิจัยระบบ Logistics และ Supply Chain สินค้าเกษตรเพื่อขยายตลาดส่งออกไปประเทศใน เอเชีย ปี 2551 (กรณีศึกษาผลไม้และผลิตภัณฑ์). วันที่ 20 พฤศจิกายน 2551.โรงแรมมารวยการ์เด้น.

สุภาวดี โพธิยะราช. 2553. ผลกระทบของนโยบายการค้าเสรีต่อเศรษฐกิจไทย กรณีการขำเข้าผักและผลไม้จากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน. กรุงเทพ: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

สำนักพัฒนาระบบและรับรองมาตรฐานสินค้าพืช. 2557. คู่มือการปฏิบัติเพื่อการเกษตรที่ดี GAP รายพืช: ลำไย. กรมวิชาการเกษตร. http://122.155.190.187/gapold/acadamic.html.

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองมุมไบ ประเทศอินเดีย. 2556. ภาพรวมตลาดผลไม้ในอินเดีย 2556.

สำนักส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 6 จังหวัดเชียงใหม่. 2553. มาตรฐานลำไยของประเทศไทย. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา. http://www.ndoae.doae.go.th/article2010/longan/longan_standard.html.

Chowdury, K. R. 2013. Bangladesh Trying to Rid Food Items of Dangerous Poison. Khabar South Asia. August, 17, 2013. http://khabarsouthasia.com/en_GB/articles/apwi/articles/features/2013/08/17/feature-01

Custom Valuation and Internal Audit Commissionerate (2014). Customs Operative Tariff for the Fiscal Year: 2012-2013: Chapter 8. http://customsvaluation.gov.bd/customs-operative-tariff.

Euromonitor International. (2013, April). Fruits in india. Retrieved from Passport GMID website: http://www.portal.euromonitor.com.

Faiaz, B, M. 2013. Bangladesh Tax Handbook FY: 2013-2014. Business Consulting Services (bcs).

Hegde, R. N. and Mudhuri, N. V. 2013. A Study on Marketing Infrastructure for Fruits and Vegetables in India. National Institute of Rural Development. Ministry of Rural Development.

Liton Law Book Center. 2012. Bangladesh Customs Operative Schedule Fiscal Year: 2013 – 2014. 3rd ed., Liton Law Book Center, National Board of Revenue Premises, Segunbagichan, Dhaka.

Lam, Frank, 2006. How to Calculate Export Costs for Agricultural Products, san José, C.r. : iiCA. Agribusiness Competitiveness Directorate, 2006. 32p. ; 15 x 22 cm. – (Agribusiness series. export Handbooks / iiCA, issn 1819-9208; no. 06)

Lambert, D., Cooper, M., & Pagh, J. 1998. Supply Chain Management: Implementation Issues and Research Opportunities. International Journal of Logistics Management, 9 (2), 1-19.

Mahmud, A. H. 2014. Adulteration of Fruits Continue at Badamtoli. DhakaTribune, June, 13, 2014. http://www.dhakatribune.com/safety/2014/jun/13/adulteration-fruits-continue-badamtoli.

McKinsey Global Institute. 2007 The 'Bird of Gold': The Rise of India's Consumer Market. Ablett, J. et al.

Ministry of Information and Broadcasting. 2014. India 2014: A Reference Annual. Government of India. International Print-o-Pac Ltd., Noida.

Rani, N. M. 2013. Marketing of Fresh Fruits and Vegetables in Banglaore – A Study on Customers' Experience in Corporate Retail Stores in 7 P's Framework. Indian Journal of Research in Management, Business and Social Sciences, 1, 2, 32 – 40.

Thukral, R. K. 2014. Indiastat: India Top 10 Yearbook 2014. Publication Cell: New Delhi.

Tongdee, S. C. 2006. Fresh Produce Export to China. Export Transport Logistics Value Chain and SWOT Analysis with special reference to transport by land (via Nongkai – Laos – Vietnam – Guangxi, China). July 2006.

United Nation. 2013. List of Least Developed Countries. http://www.un.org/en/development/desa/policy/cdp/ldc/ldc_list.pdf.

ภาคผนวก

ภาคผนวก 1

อัตราภาษีศุลกากรสำหรับปีงบประมาณ 2013 - 2014

(Customs Operative Tariff for the Fiscal Year: 2013-2014)

HSCode	Description	UNIT	CD	SD	VAT	AIT	RD	ATV	EXD	SDI	VATI	ATVI	TTI
8011110	Desiccated, coconuts fresh or dried wrap./canned upto 2.5kg		10	0	15	5	0	4	0	0	16.5	5.28	36.78
8011190	Desiccated coconuts fresh or dried,nes		10	0	15	5	0	4	0	0	16.5	5.28	36.78
8011210	Coconuts in the inner shell (endocarp) wrapped/canned upto 2.5 kg		10	0	15	5	0	4	0	0	16.5	5.28	36.78
8011290	Other coconuts in the inner shell (endocarp) excl. wrapped/canned upto 2.5 kg		10	0	15	5	0	4	0	0	16.5	5.28	36.78
8011910	Coconuts, not desiccated, fresh or dried wrapped/canned upto 2.5kg		10	0	15	5	0	4	0	0	16.5	5.28	36.78
8011990	Coconuts, not desiccated,fresh or dried,nes		10	0	15	5	0	4	0	0	16.5	5.28	36.78
8012110	Brazil nuts, in shell, fresh or dried,wrapped/canned		10	0	15	5	0	4	0	0	16.5	5.28	36.78

8012190	Brazil nuts, in shell, fresh or dried,nes		10	0	15	5	0	4	0	0	16.5	5.28	36.78
8012210	Brazil nuts, shelled fresh or dried,wrapped/canned upto 2.5kg		10	0	15	5	0	4	0	0	16.5	5.28	36.78
8012290	Brazil nuts, shelled, fresh or dried,nes		10	0	15	5	0	4	0	0	16.5	5.28	36.78
8013110	Cashew nuts, in shell, fresh or dried,wrapped/canned upto 2.5kg		10	0	15	5	0	4	0	0	16.5	5.28	36.78
8013190	Cashew nuts, in shell, fresh or dried,nes		10	0	15	5	0	4	0	0	16.5	5.28	36.78
8013210	Cashew nuts, shelled fresh or dried,wrapped/canned upto 2.5kg		10	0	15	5	0	4	0	0	16.5	5.28	36.78
8013290	Casweh nuts, shelled, fresh or dried, nes		10	0	15	5	0	4	0	0	16.5	5.28	36.78
8021110	Almonds in shell, fresh or dried,wrapped/canned upto 2.5kg		10	0	15	5	0	4	0	0	16.5	5.28	36.78
8021190	Almonds in shell, fresh or dried, nes		10	0	15	5	0	4	0	0	16.5	5.28	36.78
8021210	Almonds shelled fresh or dried,wrapped/canned upto 2.5kg		10	0	15	5	0	4	0	0	16.5	5.28	36.78
8021290	Almonds shelled, resh or dried,nes		10	0	15	5	0	4	0	0	16.5	5.28	36.78

8022110	Hazlenuts in shell, fresh or dried,wrapped/canned upto 2.5kg		10	0	15	5	0	4	0	0	16.5	5.28	36.78
8022190	Hazlenuts in shell, fresh or dried, nes		10	0	15	5	0	4	0	0	16.5	5.28	36.78
8022210	Hazlenuts shelled, fresh or dried,wrapped/canned upto 2.5kg		10	0	15	5	0	4	0	0	16.5	5.28	36.78
8022290	Hazlenuts shelled, fresh or dried, nes		10	0	15	5	0	4	0	0	16.5	5.28	36.78
8023110	Walnuts in shell, fresh or dried,wrapped/canned upto 2.5kg		10	0	15	5	0	4	0	0	16.5	5.28	36.78
8023190	Walnuts in shell, fresh or dried, nes		10	0	15	5	5	4	0	0	16.5	5.28	36.78
8023210	Walnuts shelled, fresh or dried,wrapped/canned upto 2.5kg		10	0	15	5	5	4	0	0	16.5	5.28	36.78
8023290	Walnuts shelled fresh or dried, nes		10	0	15	5	5	4	0	0	16.5	5.28	36.78
8024110	Chestnuts (castanea spp), in shell, wrapped/canned upto 2.5 kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8024190	Chestnuts (castanea spp), in shell, excl. wrapped/canned upto 2.5 kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8024210	Chestnuts (castanea spp), shelled, wrapped/canned upto 2.5 kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74

8024290	Chestnuts (castanea spp), shelled, excl. wrapped/canned upto 2.5 kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8025110	Pistachios, in shell, wrapped/canned upto 2.5 kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8025190	Pistachios, in shell, excl. wrapped/canned upto 2.5 kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8025210	Pistachios, shelled, wrapped/canned upto 2.5 kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8025290	Pistachios, shelled, excl. wrapped/canned upto 2.5 kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8026110	Macadamia nuts :, in shell, wrapped/canned upto 2.5 kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8026190	Macadamia nuts :, in shell, excl. wrapped/canned upto 2.5 kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8026210	Macadamia nuts :,shelledl, wrapped/canned upto 2.5 kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8026290	Macadamia nuts :, shelled, excl. wrapped/canned upto 2.5 kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8027010	Kola nuts (cola spp) wrapped/canned upto 2.5 kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74

8027090	Other kola nuts (cola spp), excl. wrapped/canned upto 2.5 kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8028010	Areca nuts wrapped/canned upto 2.5 kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8028090	Other areca nuts, excl. wrapped/canned upto 2.5 kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8029011	Batelnuts, wrapped/canned upto 2.5kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8029019	Betelnuts;nes		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8029091	Other nuts, fresh or dried, nes,wrapped/canned upto 2.5kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8029099	Other nuts, fresh or dried, nes		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8031010	Plaintains, wrapped/canned upto 2.5 kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8031090	Plaintains, excl. wrapped/canned upto 2.5 kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8039010	Banan other than plaintains, wrapped/canned upto 2.5 kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8039090	Banan other than plaintains, excl. wrapped/canned upto 2.5 kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74

8041011	Dates, fresh,wrapped/canned upto 2.5kg		0	0	15	5	0	4	0	0	15	4.8	24.8
8041019	Dates, fresh, nes		0	0	0	5	0	4	0	0	0	4.8	9.8
8041021	Dates, dried, wrapped/canned upto 2.5kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8041029	Dates, dried, nes		25	0	0	5	5	4	0	0	0	6.24	60.74
8042011	Figs fresh, wrapped/canned upto 2.5kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8042019	Figs, fresh, nes		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8042021	Figs, dried,wrapped/canned upto 2.5kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8042029	Figs, dried, nes		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8043010	Pineapples, fresh of dried,wrapped/canned upto 2.5kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8043090	Pineapples, fresh or dried, nes		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8044010	Avocados, fresh or dried, wrapped/canned upto 2.5kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8044090	Avocados fresh or dried, nes		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8045011	Guavas, fresh or dried, wrapped/canned upto 2.5kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8045019	Guavas fresh or dried, nes		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74

8045021	Mangosteens, fresh or dried,wrapped/canned upto 2.5kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8045029	Mangosteens, fresh or dried, nes		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8045031	Mangoes fresh or dried, not wrapped/canned		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8045039	Mangoes fresh or dried, nes		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8051010	Oranges fresh or dired, wrapped/canned upto 2.5kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8051090	Oranges, fresh or dried, nes		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8052010	Mandarins, clementines, wilkings...etc, fresh or dried, wrapped/canne upto 2.5kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8052090	Mandarins, clementines, wilkings...etc, fresh or dried, nes		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8054010	Grapefruit,including pomelos wrapped/canned upto 2.5kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8054090	Grapefruit, nes		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8055010	Citrus fruit,fresh or dried,lemons. wrapped/canned upto 2.5kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8055090	Citrus fruit,fresh or dried, lemons ,nes		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89

8059011	Citrus fruit, fresh nes, wrapped/canned upto 2.5kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8059019	Citrus fruit, fresh nes, nes		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8059021	Citrus fruit, dried nes, wrapped/canned upto 2.5kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8059029	Citrus fruit, dried, nes, (excl. wrapped/canned upto 2.5kg)		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8061010	Fresh grapes, wrapped/canned upto 2.5kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8061090	Fresh grapes, nes		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8062010	Dried grapes,wrapped/canned upto 2.5kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8062090	Dried grapes, nes		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8071110	Watermelons, fresh, wrapped/canned upto 2.5kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8071190	Watermelons, fresh, nes		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8071910	Melons, fresh, (excl. watermelons),wrapped/canned upto 2.5kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8071990	Melons, fresh, (excl. watermelons),nes		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89

8072010	Papaws (papayas), fresh, wrapped/canned upto 2.5kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8072090	Papaws (papayas), fresh, nes		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8081010	Apples, fresh, wrapped/canned upto 2.5kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8081090	Apples, fresh, nes		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8083010	Pears, wrapped/canned upto 2.5 kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8083090	Pears, excl. wrapped/canned upto 2.5 kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8084010	Quinces, wrapped/canned upto 2.5 kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8084090	Quinces, excl. wrapped/canned upto 2.5 kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8091010	Apricots, fresh, wrapped/canned upto 2.5kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8091090	Apricots, fresh, nes		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8092110	Sour cherries (prunus cerasus), wrapped/canned upto 2.5 kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8092190	Sour cherries (prunus cerasus), excl. wrapped/canned upto 2.5 kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89

8092910	Cherries, other than sour cherries (prunus cerasus), wrapped/canned upto 2.5 kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8092990	Cherries, other than sour cherries (prunus cerasus), excl. wrapped/canned upto 2.5 kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8093010	Peaches, including nectarines, fresh, wrapped/canne upto 2.5kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8093090	Peaches, including nectarines, fresh,nes		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8094011	Plums wrapped/canned upto 2.5 kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8094019	Plums excl.wrapped/canned upto 2.5 kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8094091	Sloes wrapped/canned upto 2.5 kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8094099	Sloes excl.wrapped/canned upto 2.5 kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8101010	Strawberries, fresh, wrapped/canne upto 2.5kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8101090	Strawberries, fresh, nes		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89

8102010	Raspberries,blackberries,mulberries & loganberries,fresh,wrapped/cann upto 2.5kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8102090	Raspberries,blackberries,mulberries & loganberries,fresh, nes		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8103010	Black, white or red currants and gooseberries wrapped/canned upto 2.5 kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8103090	Other black, white or red currants and gooseberries, excl. wrapped/canned upto 2.5 kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8104010	Cranberries, bilberries.. etc, fresh,wrapped/canned upto 2.5kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8104090	Cranberries, bilberries,...etc. fres,nes		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8105010	Kiwifruits, fresh,wrapped/canned upto 2.5kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8105090	Kiwifruit, fresh, nes		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8106010	Durians wrapped/canned upto 2.5kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8106090	Durians , nes		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89

8107010	Persimmons wrapped/canned upto 2.5 kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8107090	Other persimmons, excl. wrapped/canned upto 2.5 kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8109010	Other fruit, fresh, nes,wrapped/canned upto 2.5kg		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8109090	Other fruit, fresh, nes,(excl. wrapped/canned upto 2.5kg)		25	20	15	5	5	4	0	26	23.4	7.49	91.89
8111000	Fruit and nut, uncooked or cooked.... frozen ..sweetening matter, strawberries		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8112000	Raspberries, blackberries, mulberries, loganberries, b/w or red...gooseberries		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8119000	Other fruit and nuts, frozen, nes		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8121000	Cherries, provisionally preserved, not for immediate consumption		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8129000	Fruit and nuts,nes,provisionally preserved, not for immediate consumption		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8131010	Dried apricots,wrapped/canned upto 2.5kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74

8131090	Dried apricots, nes		25	0	0	5	5	0	0	0	0	0	35
8132010	Dried prunes,wrapped/canned upto 2.5kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8132090	Dried prunes,nes		25	0	0	5	5	0	0	0	0	0	35
8133010	Dried apples, wrapped/canned upto 2.5kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8133090	Dried apples, nes		25	0	0	5	5	0	0	0	0	0	35
8134010	Other dried fruit, nes, wrapped/canned upto 2.5kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8134090	Other dried fruit, nes, (excl. wrapped/canned upto 2.5kg)		25	0	0	5	5	0	0	0	0	0	35
8135011	Mix. of dried fruit&nuts,having the essen.charac.of betnut,wra./can.upto 2.5kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8135019	Mix. of dried fruit and nuts,having the essential... ,nes		25	0	0	5	5	0	0	0	0	0	35
8135091	Mixtures of dried fruit and nuts, nes, wrapped/canned upto 2.5kg		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74
8135099	Mixtures of dried fruit and nuts, nes, (excl. wrapped/canned upto 2.5kg)		25	0	0	5	5	0	0	0	0	0	35

8140000	Peel of citrus fruit or melons, fresh,frozen, dried...etc.		25	0	15	5	5	4	0	0	19.5	6.24	60.74

ที่มา: Custom Valuation and Internal Audit Commissionerate (2014), http://customsvaluation.gov.bd/customs-operative-tariff

หมายเหตุ: กำหนดให้ภาระภาษีถูกคำนวณจากมูลค่าของฐานภาษีเท่ากับ 100 และเป็นทั้งการคำนวณภาษีโดยตรงและภาษีที่คำนวณซ้ำกับมูลค่าของราคาที่รวมภาษีแล้ว (Tax-on-tax) หรือภาษีซ้อน สำหรับภาษีการนำเข้าผลไม้นี้กรมศุลกากรคิดจากฐานราคาผลไม้ในราคา CIF โดยภาษีแต่ละชนิดที่จัดเก็บมีดังนี้

CD = Customs Duty

SD = Supplementary Duty

VAT = Value Added Tax

AIT = Advance Income Tax

RD = Regulatory Duty

ATV = Advance Trade VAT

EXD = Export Duty

SDI = Supplementary Duty Incidence

VATI = Value Added Tax Incidence

ATVI = Advance Trade VAT Incidence

TTI = Total Tax Incidence

ภาคผนวก 2

อัตราภาษี Octroi ของเมืองมุมไบ

Municipal Corporation of Greater Mumbai
Schedule 'H' (under Section 192(1) of the M.M.C. Act)
SECTION I
LIVE ANIMALS; ANIMAL PRODUCTS

Notes :

1. Any reference in this section to a particular genus or species of an animal, except where the context otherwise requires, includes a reference to the young of that genus or species.

2. Except where the context otherwise requires, throughout this Schedule, any reference to "dried" products also covers products which have been dehydrated, evaporated or freezedried.

CHAPTER 8

Edible fruit and nuts; peel of citrus fruit or melons

Notes:

1. This Chapter does not cover inedible nuts or fruits.

2. Chilled fruits and nuts are to be classified in the same headings as the corresponding fresh fruits and nuts.

3. Dried fruit or dried nuts of this Chapter may be partially rehydrated, or treated for the following purposes:

(a) for additional preservation or stabilization (e.g., by moderate heat treatment, sulphuring, the addition of sorbic acid or potassium sorbate);

(b) to improve or maintain their appearance (e.g. by the addition of vegetable oil or small quantities of glucose syrup), provided that they retain the character of dried fruit or dried nuts.

Tariff Item	Description of Goods	Rate of Octroi (Advalorem)
(1)	(2)	(3)
0801	**Coconuts, brazil nuts and cashew nuts, fresh or dried, whether or not shelled or peeled.**	
	Coconuts:	
0801 11 00	Desiccated	5.5%
0801 19	*Other:*	
0801 19 10	Fresh	Nil
0801 19 20	Dried	Nil
0801 19 90	Other	Nil
	Brazil nuts:	
0801 21 00	In shell	5.5%
0801 22 00	Shelled	5.5%
	Cashew nuts:	
0801 31 00	In shell	5.5%
0801 32	*Shelled:*	
0801 32 10	Cashew kernel, broken	5.5%
0801 32 20	Cashew Kernel, whole	5.5%
0801 32 90	Other	5.5%
0802	**Other nuts, fresh or dried, whether or not shelled or peeled.**	
	Almonds:	
0802 11 00	In shell	5.5%

(1)	(2)	(3)
0802 1200	Shelled	5.5%
	Hazelnuts or filberts (Corylusspp.)	
0802 21 00	In shell	5.5%
0802 22 00	Shelled	5.5%
	Walnuts:	
0802 31 00	In shell	5.5%
0802 32 00	Shelled	5.5%
0802 40 00	Chestnuts (Castanea spp.)	5.5%
0802 50 00	Pistachios	5.5%
0802 90	*Other:*	
	Betel nuts:	
0802 90 11	Whole	5.5%
0802 90 12	Split	5.5%
0802 90 13	Ground	5.5%
0802 90 19	Other	5.5%
0802 90 90	Other	5.5%
0803 00 00	**Bananas, including plaintains, fresh or dried**	Nil
0804	**Dates, figs, pineapples, avocados, guavas, mangoes, and mangosteens, fresh or dried**	
0804 10	*Dates:*	
0804 10 10	Fresh (excluding wet dates)	5.5%
0804 10 20	Soft (Khayzur or wet dates)	5.5%
0804 10 30	Hard (Chhohara or Kharek)	5.5%
0804 10 90	Other	5.5%
0804 20	*Figs:*	
0804 20 10	Fresh	Nil
0804 20 90	Other	5.5%
0804 30 00	Pineapples	Nil
0804 40 00	Avocados	5.5%
0804 50	*Guavas, mangoes and mangosteens:*	
0804 50 10	Guavas, fresh or dried	Nil
0804 50 20	Mangoes, fresh	Nil
0804 50 30	Mangoes, sliced dried	5.5%
0804 50 40	Mango pulp	5.5%
0804 50 90	Other	5.5%
0805	**Citrus fruit, fresh or dried**	
0805 10 00	Oranges	Nil
0805 20 00	Mandarins (including tangerines and satsumas); clementines, wilkings and similar citrus hybrids)	Nil

(1)	(2)	(3)
0805.40.00	Grape fruit	Nil
0805.50.00	Lemon (Citrus limon, Citrus limonum) and limes (Citrus aurantifolia, Citrus latifolia)	Nil
0805.90.00	Other	Nil
0806	**Grapes, fresh or dried**	
0806.10.00	Fresh	Nil
0806.20	*Dried:*	
0806.20.10	Raisins	5.5%
0806.20.90	Other	5.5%
0807	**Melons (including watermelons) and papaws (papayas), fresh**	
	Melons (including watermelons):	
0807.11.00	Water melons	Nil
0807.19.00	Other	Nil
0807.20.00	Papaws (papayas)	Nil
0808	**Apples, pears and quinces, fresh**	
0808.10.00	Apples	Nil
0808.20.00	Pears and quinces	Nil
0809	**Apricots, cherries, peaches (including nectarines), plums and soles, fresh**	
0809.10.00	Apricots	Nil
0809.20.00	Cherries	Nil
0809.30.00	Peaches, including nectarine	Nil
0809.40.00	Plums and sloes	Nil
0810	**Other fruit, fresh**	
0810.10.00	Strawberries	Nil
0810.20.00	Raspberries, blackberries, mulberries and loganberries	Nil
0810.30.00	Black, white or red currants and gooseberries	Nil
0810.40.00	Cranberries, bilberries and other fruits of the genus Vaccinium	Nil
0810.50.00	Kiwi fruit	Nil
0810.60.00	Durians	Nil
0810.90	*Other:*	Nil
0810.90.10	Pomegranates	Nil
0810.90.20	Tamarind, fresh	Nil
0810.90.30	Sapota (chico)	Nil
0810.90.40	Custard-apple (Ata)	Nil
0810.90.50	Bore	Nil
0810.90.60	Lichi	Nil
0810.90.90	Other	Nil

(1)	(2)	(3)
0811	**Fruit and nuts, uncooked or cooked by steaming or boiling in water, frozen, whether or not containing added sugar or other sweetening matter.**	
0811 10	*Strawberries:*	5.5%
0811 10 10	Containing added sugar	5.5%
0811 10 20	Not containing added sugar	5.5%
0811 1090	Other	5.5%
0811 20	*Raspberries, blackberries, mulberries, logan-berries, black, white or red currants and gooseberries:*	5.5%
0811 20 10	Containing added sugar	5.5%
0811 20 20	Not containing added sugar	5.5%
0811 20 90	Other	5.5%
0811 90	*Other:*	5.5%
0811 90 10	Containing added sugar	5.5%
0811 90 90	Other	5.5%
0812	**Fruit and nuts provisionally preserved (for example, by sulphur dioxide gas, in brine, in sulphur water or in other preservative solutions), but unsuitable in that state for immediate consumption.**	
0812 10 00	Cherries	5.5%
0812 90	*Other:*	
0812 90 10	Mango slices in brine	5.5%
0812 90 90	Other	5.5%
0813	**Fruit, dried, other than that of headings mixtures of nuts or dried fruits of this Chapter**	
0813 10 00	Apricots	5.5%
0813 20 00	Prunes	5.5%
0813 30 00	Apples	5.5%
0813 40	*Other fruit:*	
0813 40 10	Tamarind, dried	Nil
0813 40 20	Singoda whole (water nut)	5.5%
0813 40 90	Other	5.5%
0813 50	*Mixtures of nuts of dried fruits of this Chapter:*	
0813 50 10	Mixtures of nuts	5.5%
0813 50 20	Mixtures of dried fruits	5.5%
0814 00 00	**Peel of citrus fruit or melons (including watermelons) fresh, frozen, dried or provisionally preserved in brine, in sulphur water or in other preservative solutions.**	5.5%

ภาคผนวก 3

ผลิตภัณฑ์ประชาชาติ ประชากร และผลิตภัณฑ์ประชาชาติต่อหัว

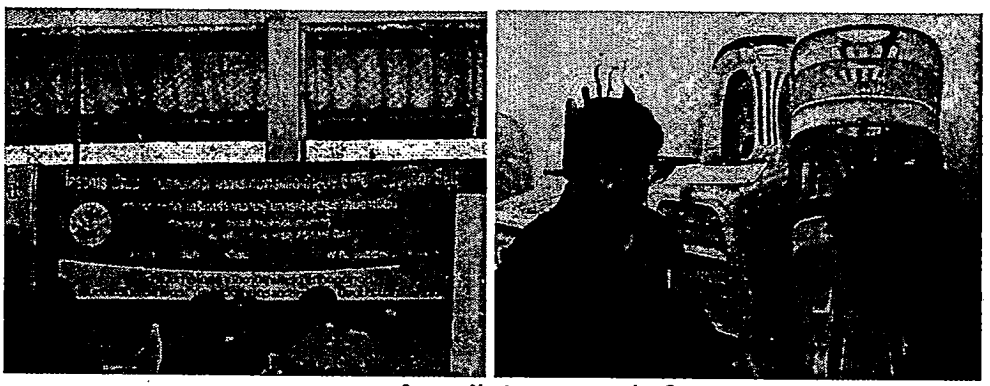
อันดับ	รัฐ	GDP	ประชากร	GDP ต่อหัว
1	Goa	2,815,477	1,847,000	152,435.14
2	Delhi	23,615,645	17,266,000	136,775.43
3	Puducherry	1,381,294	1,295,300	106,638.93
4	Chandigarh	1,568,783	1,550,000	101,211.81
5	Sikkim	615,231	623,000	98,752.97
6	Andaman and Nicobar Islands	421,993	515,000	81,940.39
7	Maharashtra	89,778,579	115,083,000	78,012.03
8	Haryana	19,885,827	26,099,000	76,193.83
9	Gujarat,	42,721,928	60,259,000	70,897.17
10	Tamil Nadu	48,061,805	68,107,000	70,568.08
11	Himachal Pradesh	4,725,476	6,971,376	67,783.98
12	Uttranchal	6,792,716	10,167,000	66,811.41
13	Kerala	22,184,990	34,942,000	63,490.90
14	Punjab	17,322,148	29,796,000	58,135.82
15	Nagaland	1,136,706	2,055,000	55,314.16
16	Andhra Pradesh	45,735,114	85,935,000	53,220.59
17	Karnatak	31,435,555	60,382,000	52,061.14
18	Tripura	1,699,667	3,683,000	46,148.98
19	Mizoram	520,289	1,191,514	43,666.21
20	Meghalaya	1,346,528	3,084,951	43,648.28
21	Arunachal Pradesh	614,107	1,435,553	42,778.43
22	West Bengal	37,489,899	90,802,000	41,287.53
23	Jammu and Kashmir	4,539,945	11,952,000	37,984.81
24	Chattisgarh	9,456,000	26,000,000	36,369.23
25	Rajasthan	24,499,671	69,519,000	35,241.69
26	Orissa	14,822,603	42,786,000	34,643.58
27	Jharkhan	10,940,841	32,159,000	34,021.09

28	Madhya Pradesh	23,852,647	74,020,000	32,224.60
29	Assam	8,853,717	31,167,000	28,407.34
30	Manipur	762,526	2,956,123	25,794.80
31	Uttar Prades	46,596,889	206,312,000	22,585.64
32	Bihar	17,473,358	99,786,000	17,510.83

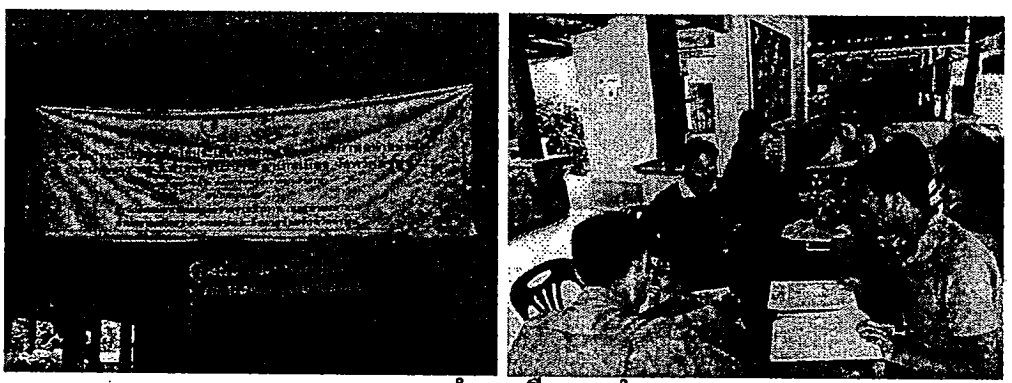
ที่มา: การคำนวณจากข้อมูล Ecowin (2014)

ภาคผนวก 2

ก. เกษตรกรอำเภอพร้าว จ. เชียงใหม่

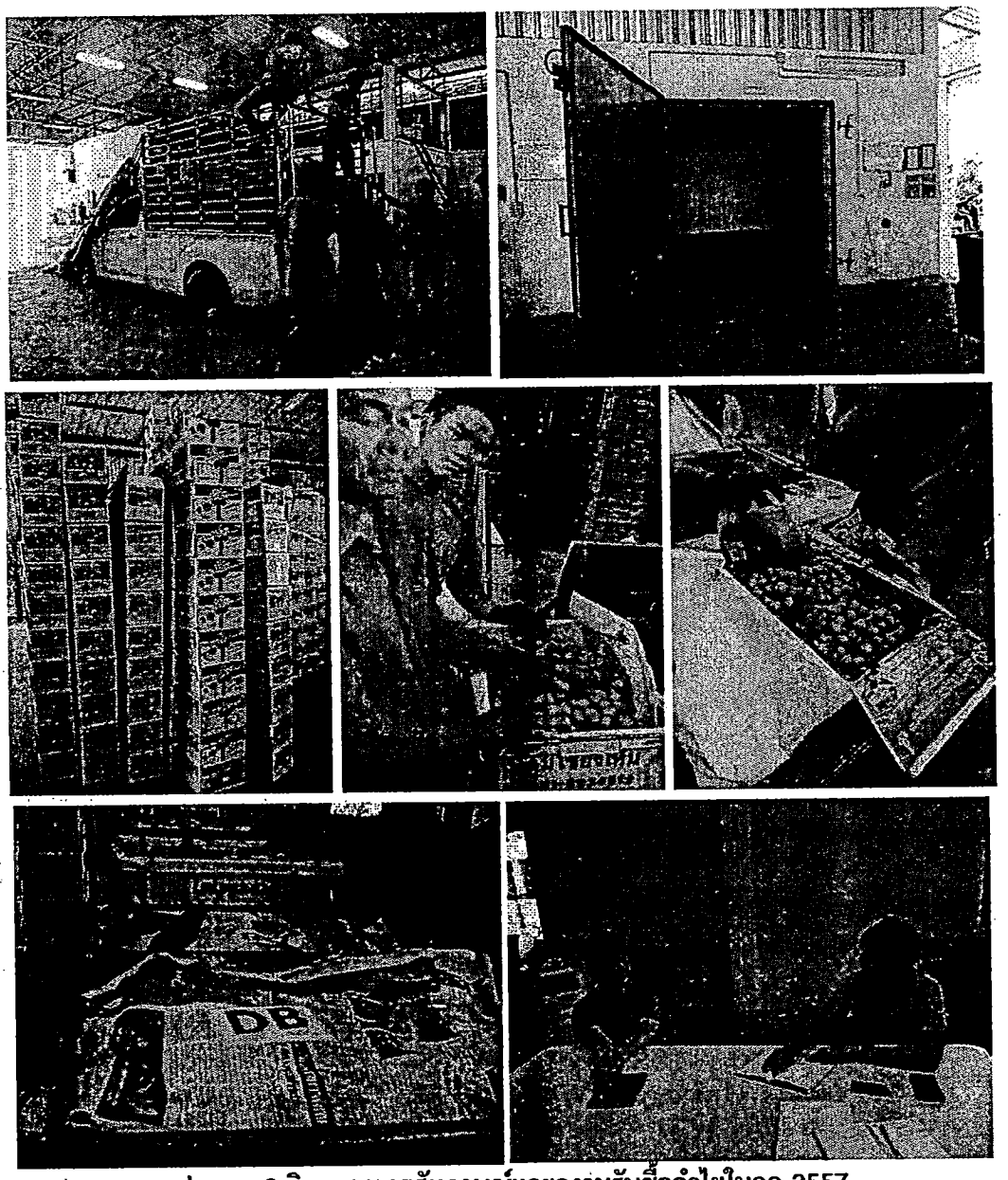


ข. เกษตรกรอำเภอสันป่าตอง จ. เชียงใหม่



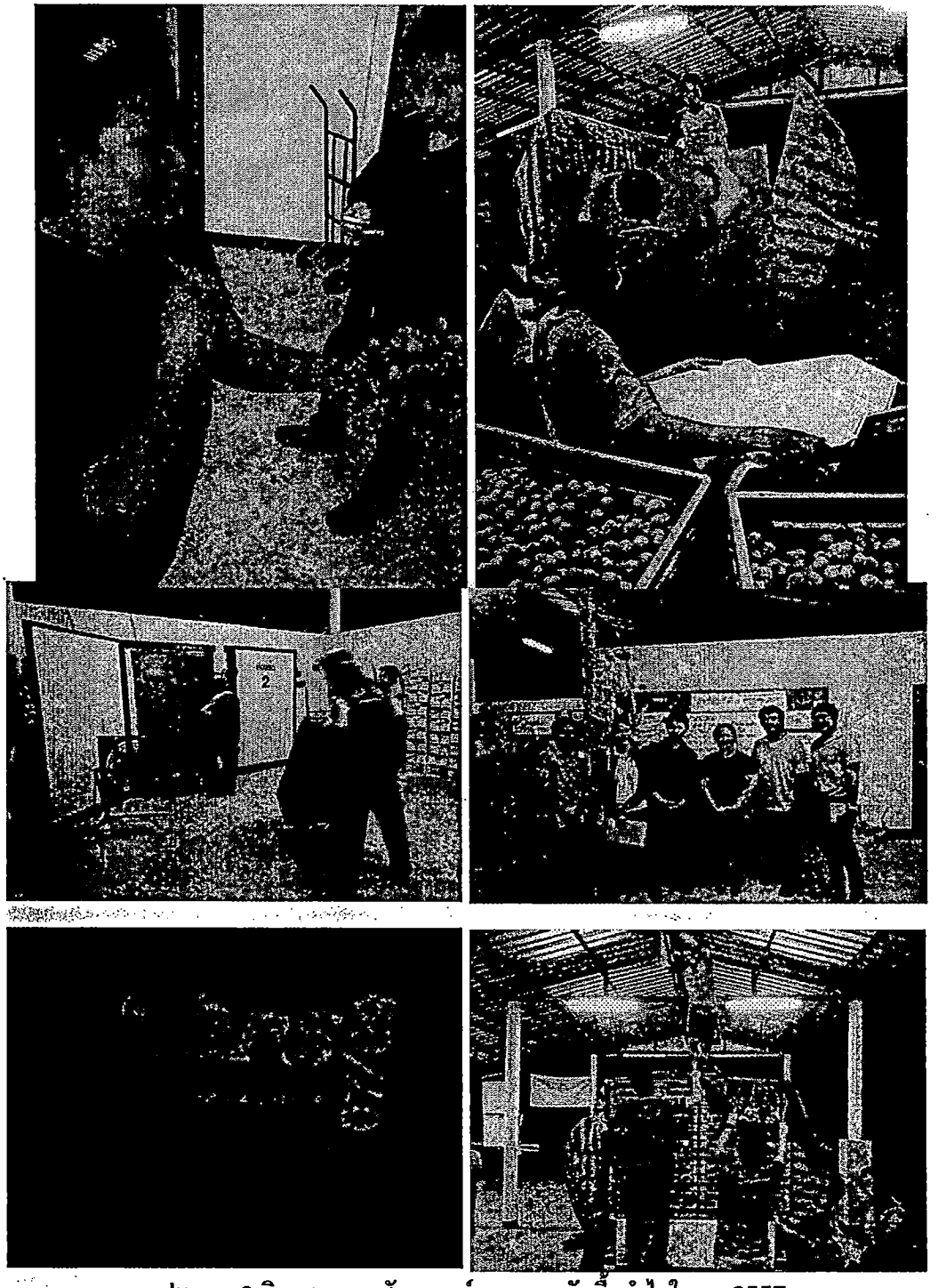
ค. เกษตรกรอำเภอเมือง จ. ลำพูน

รูปผนวก 1 กิจกรรมการสัมภาษณ์เกษตรกรชาวสวนลำไย



รูปผนวก 2 กิจกรรมการสัมภาษณ์และดูงานรับซื้อลำไยในฤดู 2557

ณ สหกรณ์ประตูป่า จ. ลำพูน



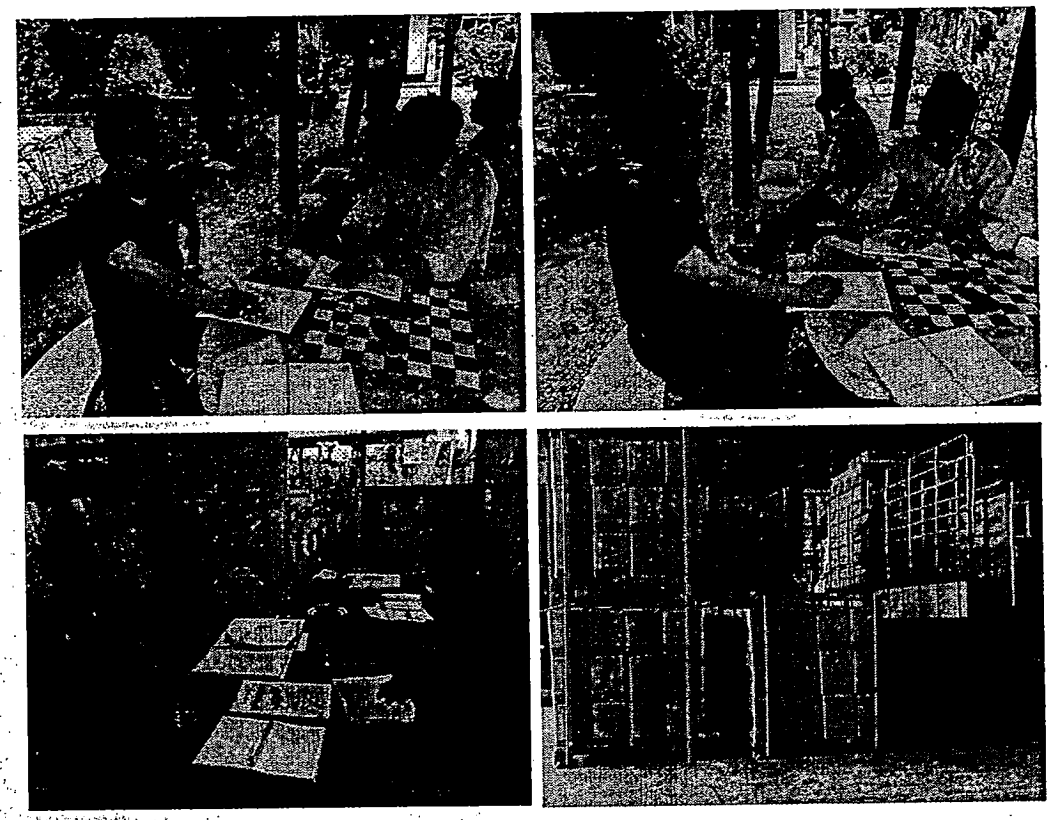
รูปผนวก 3 กิจกรรมการสัมภาษณ์และดูงานรับซื้อลำไยในฤดู 2557

ณ สหกรณ์ป่าซาง อ. ป่าซาง จ. ลำพูน

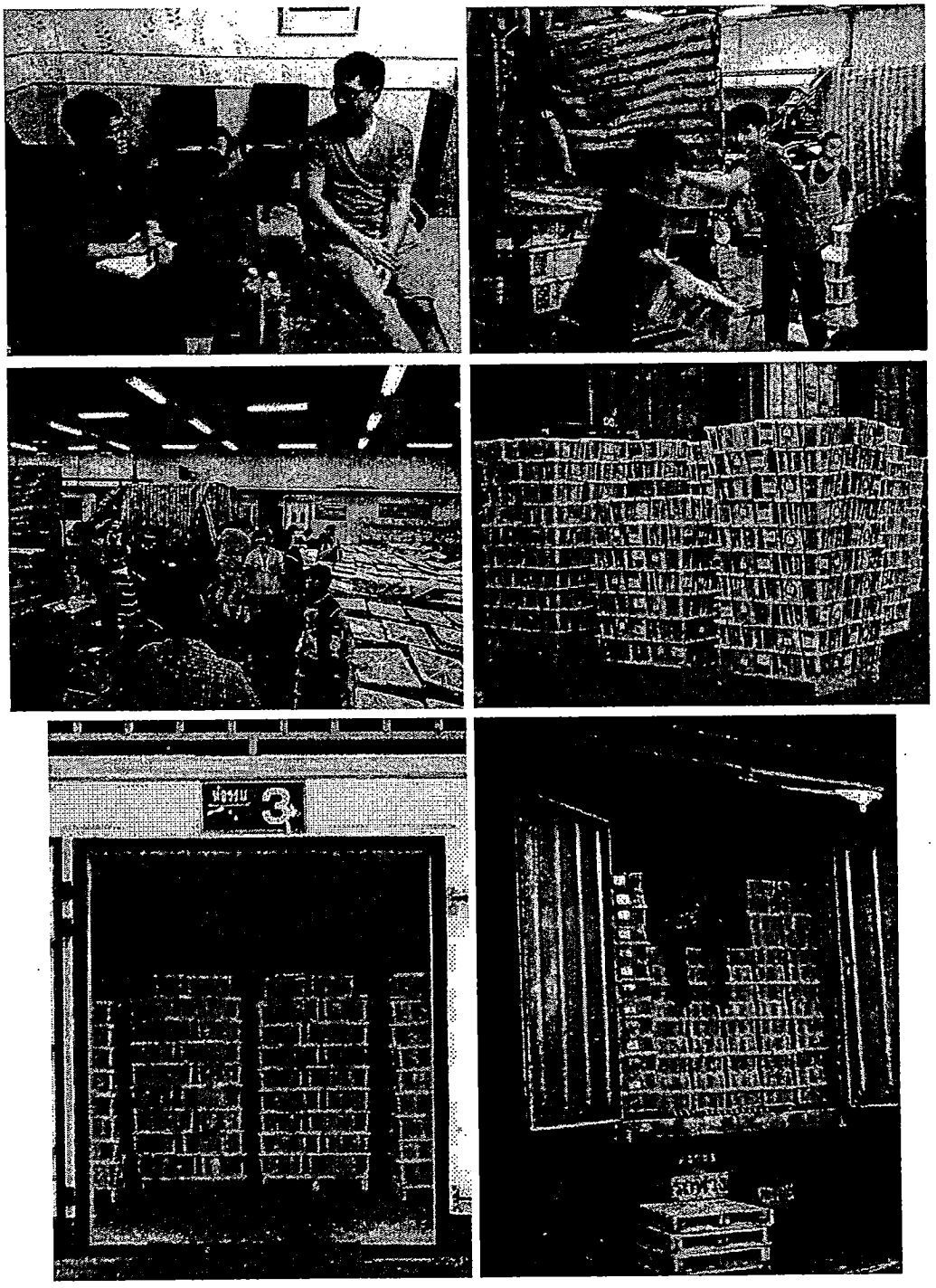
รูปผนวก 4 กิจกรรมการสัมภาษณ์และดูงานรับซื้อลำไยในฤดู 2557

ณ สหกรณ์เหมืองจี้ อ. เมือง จ. ลำพูน

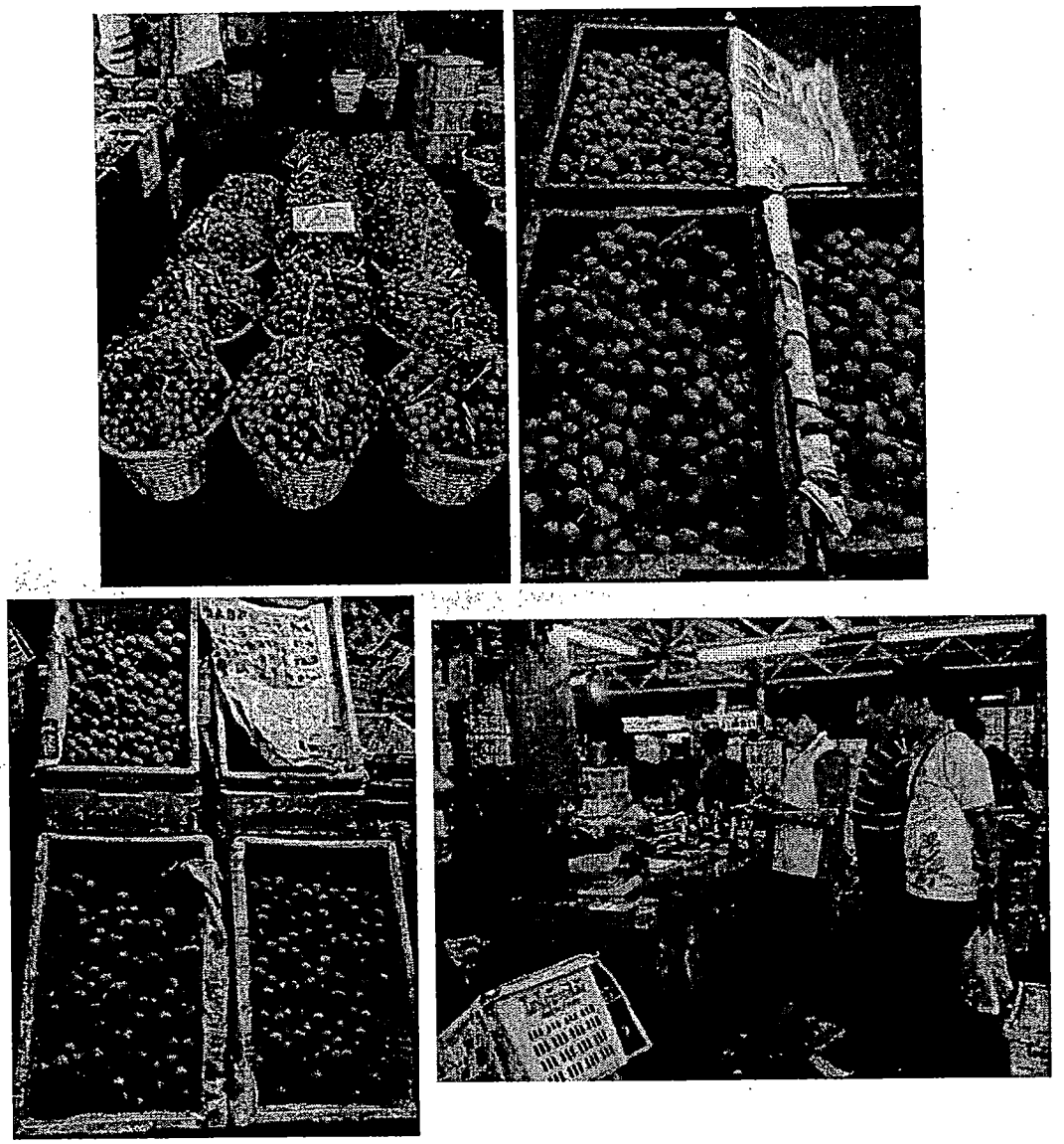
รูปผนวก 5 กิจกรรมการสัมภาษณ์และดูงานรับซื้อลำไยในฤดู 2557
ณ สหกรณ์การเกษตรศุภนิมิตยางคราม อ. ดอยหล่อ จ. เชียงใหม่



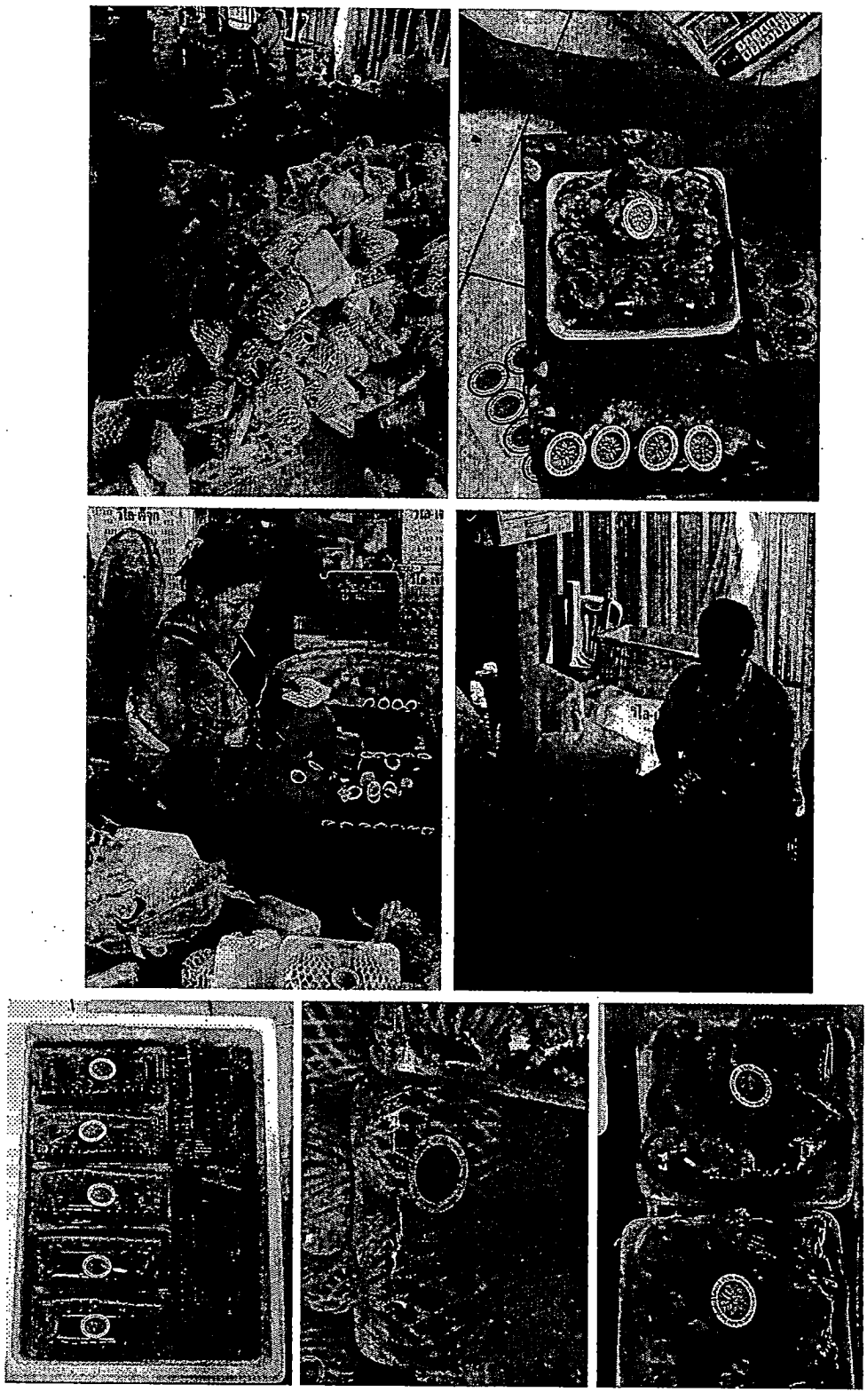
รูปผนวก 6 การสัมภาษณ์ผู้จัดการสหกรณ์การเกษตรพร้าว อำเภอพร้าว จ. เชียงใหม่



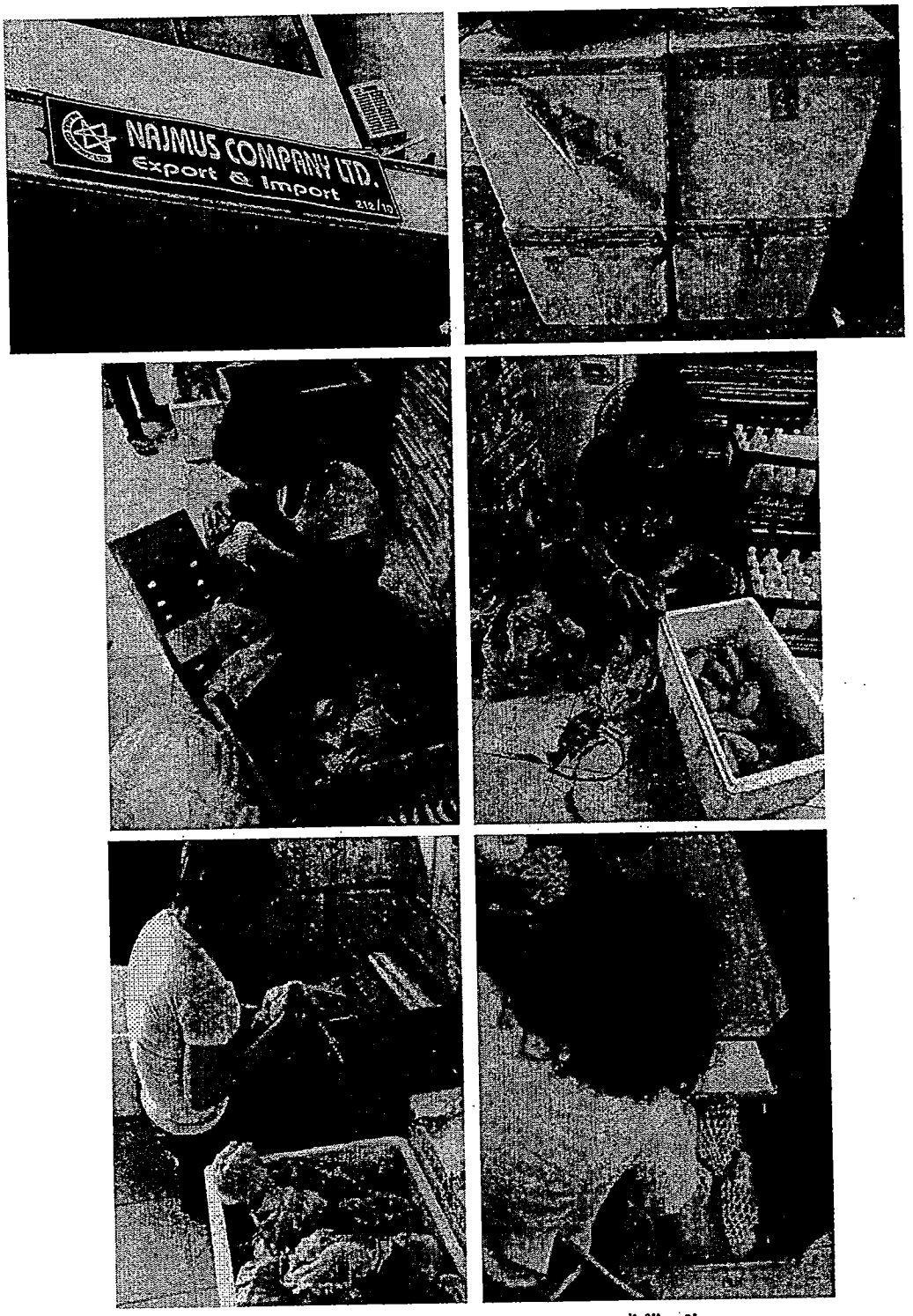
รูปผนวก 7 กิจกรรมการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการล้งลำไยในจังหวัดเชียงใหม่
บริษัท OK Interfresh จำกัด



รูปผนวก 8 กิจกรรมการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการค้าลำไยสด ณ ตลาดไท
และตลาดสี่มุมเมือง (TOTO)

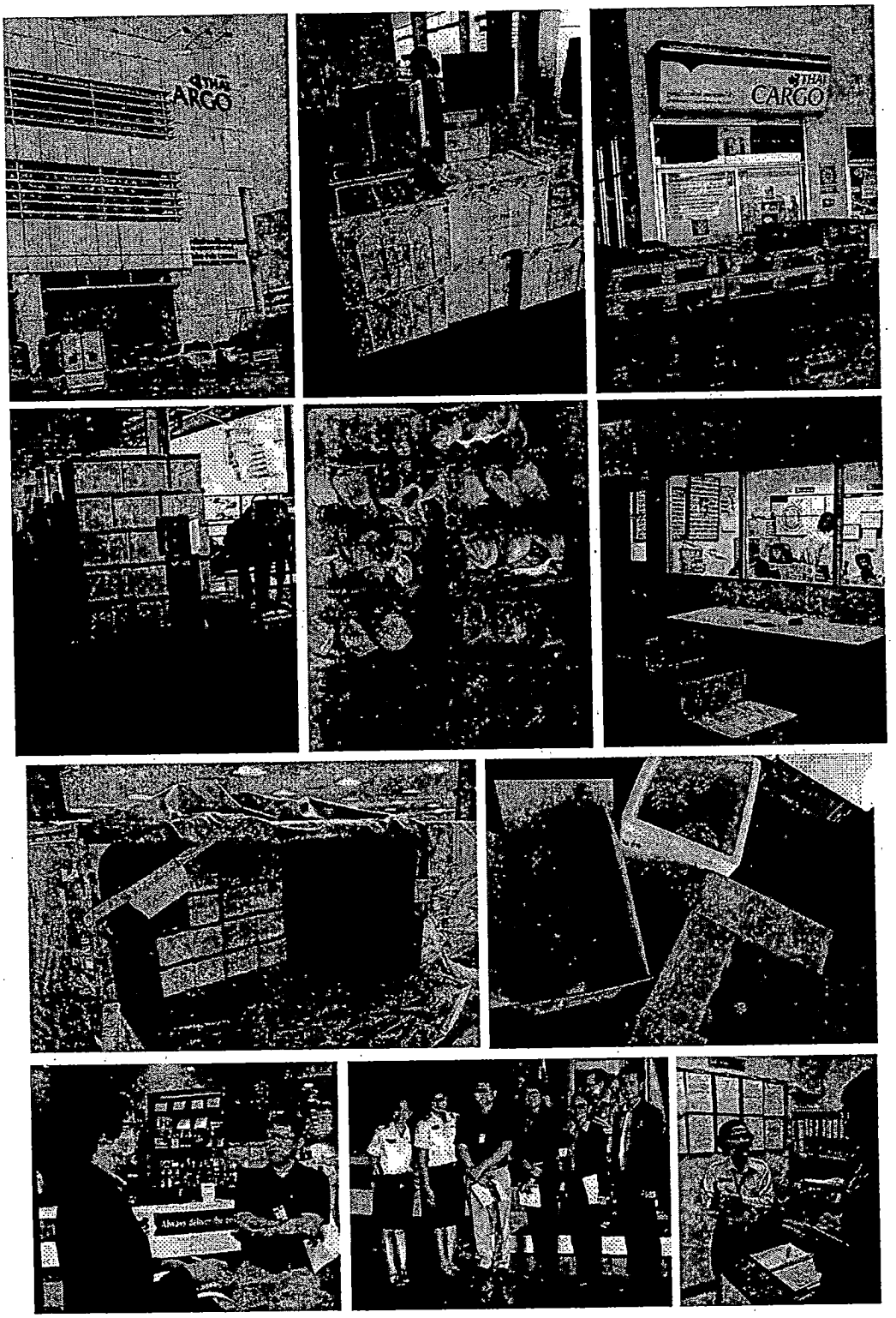


รูปผนวก 9 กิจกรรมและการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไปอินเดีย

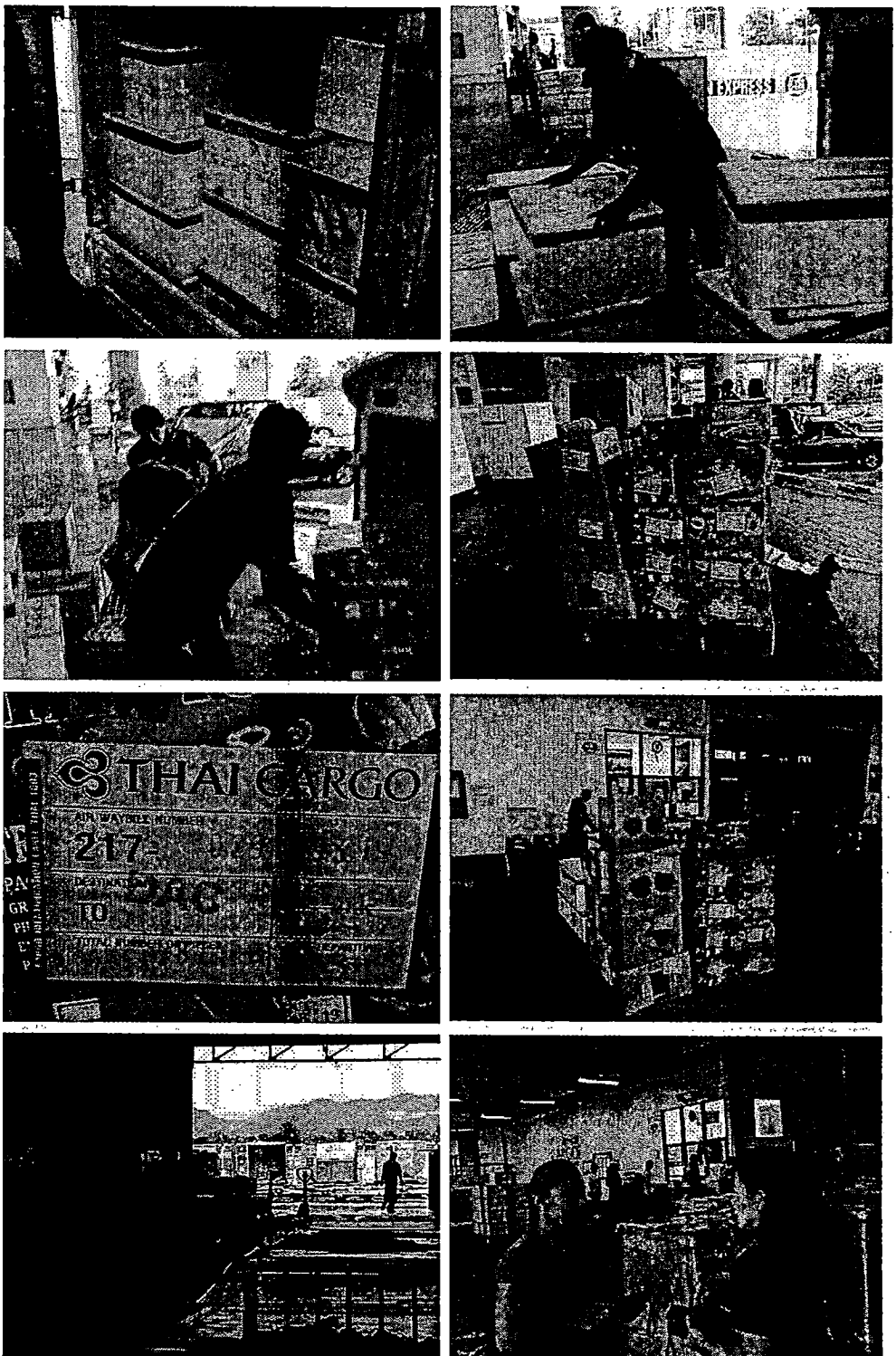


รูปผนวก 10 กิจกรรมของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไปบังกลาเทศ

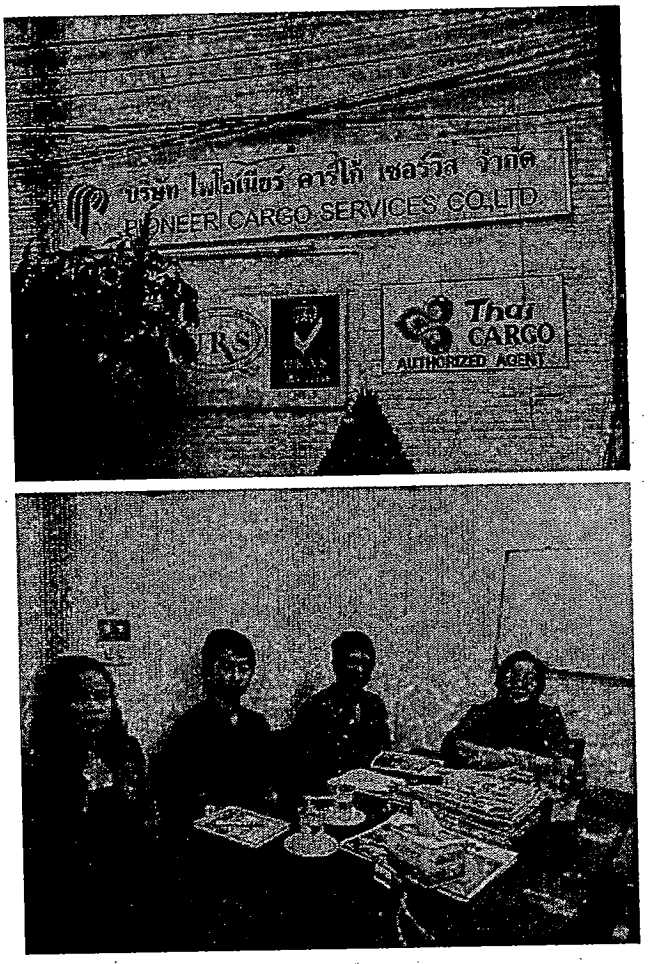
รูปผนวก 11 การเข้าสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ศุลกากร ณ ด่านศุลกากร ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยมี คุณ ถวัลย์ รอดจิตต์ (ผู้อำนวยการส่วนควบคุมทางศุลกากร) เป็นวิทยากร



รูปผนวก 12 การเข้าสัมภาษณ์ ณ คลังสินค้าการบินไทยสนามบินสุวรรณภูมิ คุณ ฉัตรชัย บุญเมือง (ผู้จัดการแผนก THAI and Alliance Export and Transit Warehouse) เป็นวิทยากร

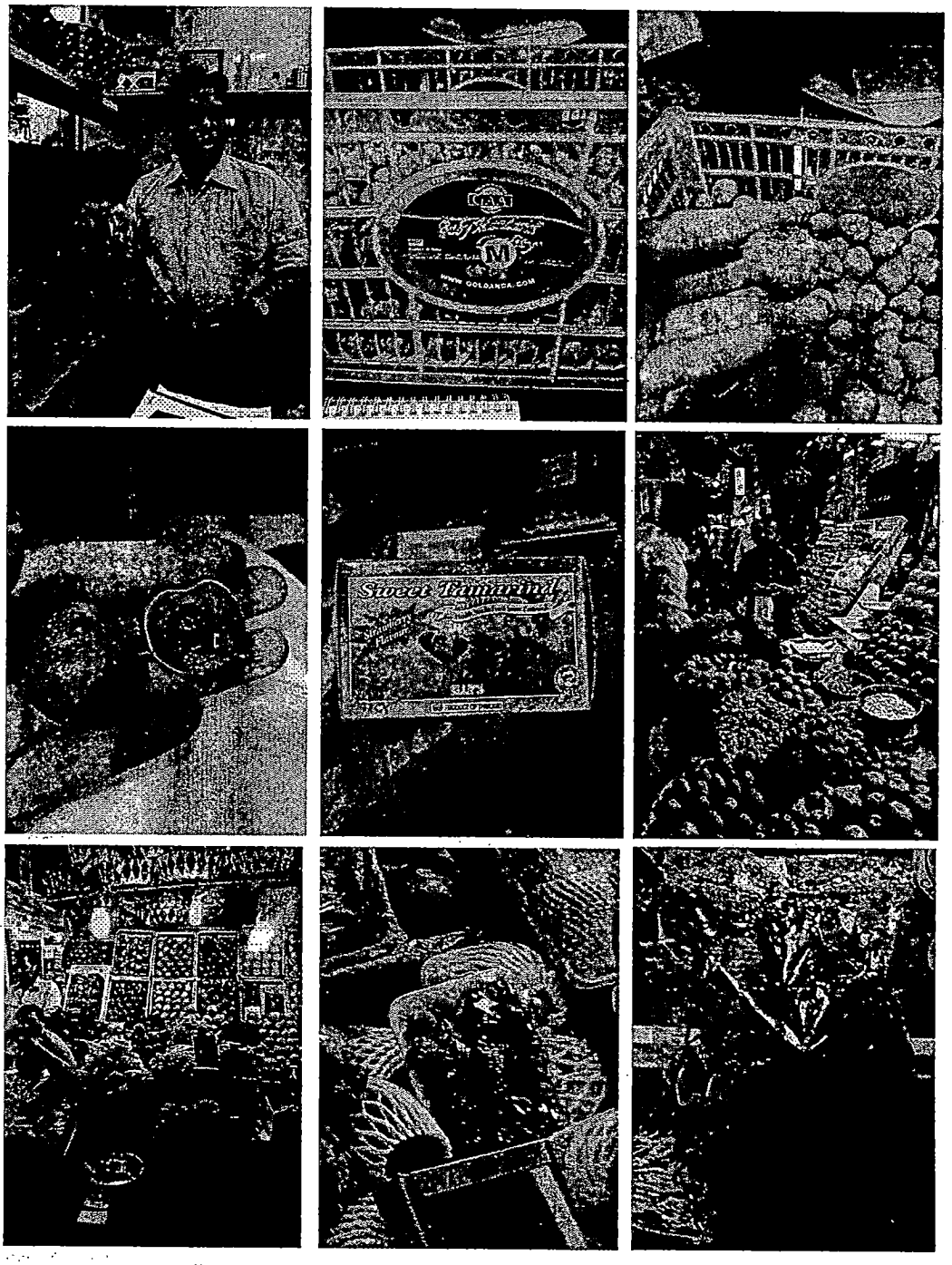


รูปผนวก 13 กิจกรรมการเคลื่อนย้ายผลไม้สดเบื้องทำอากาศยานเชียงใหม่และ
การเข้าสัมภาษณ์ ณ คลังสินค้าการบินไทยสนามบินเชียงใหม่

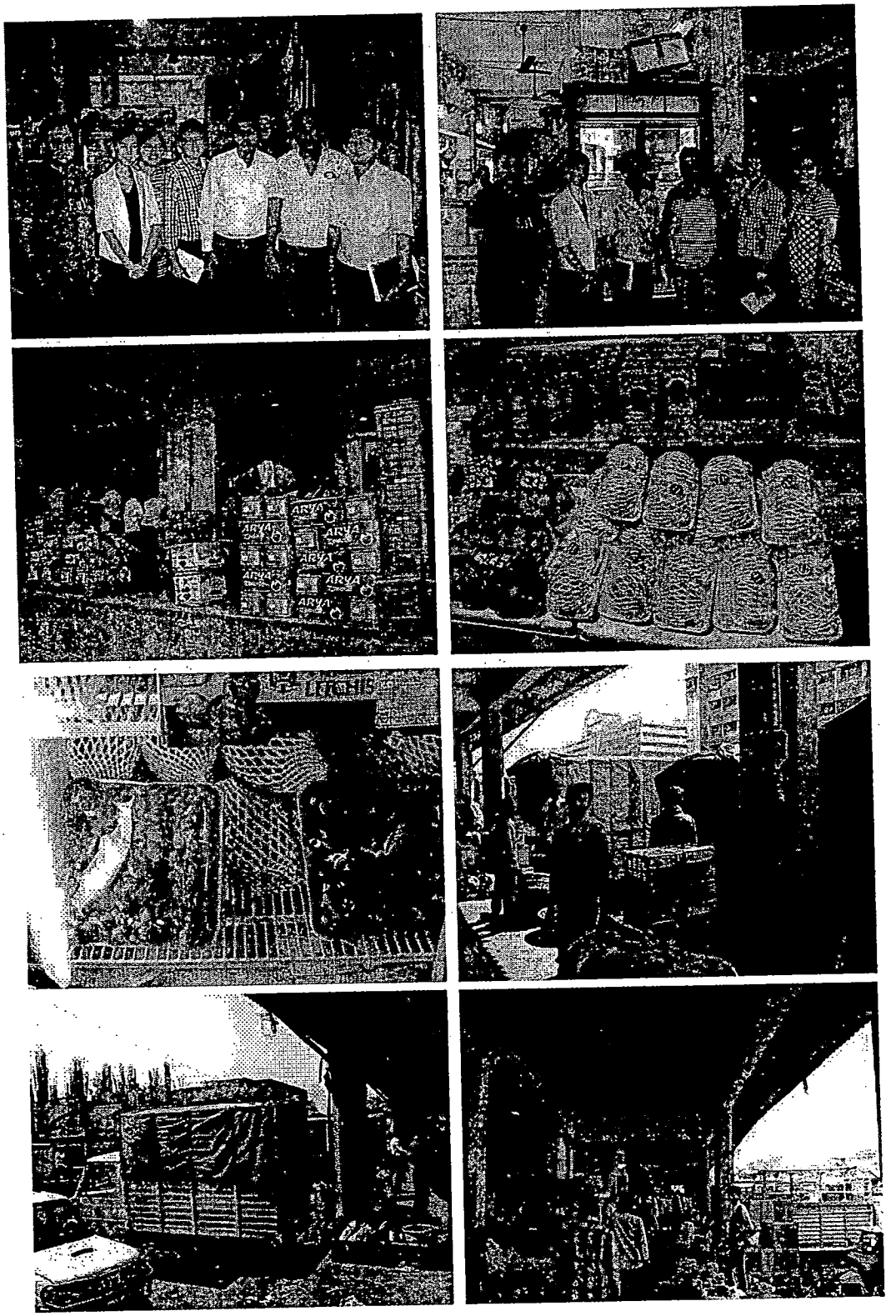


รูปผนวก 14 การสัมภาษณ์ บริษัท Pioneer Cargo Services จำกัด

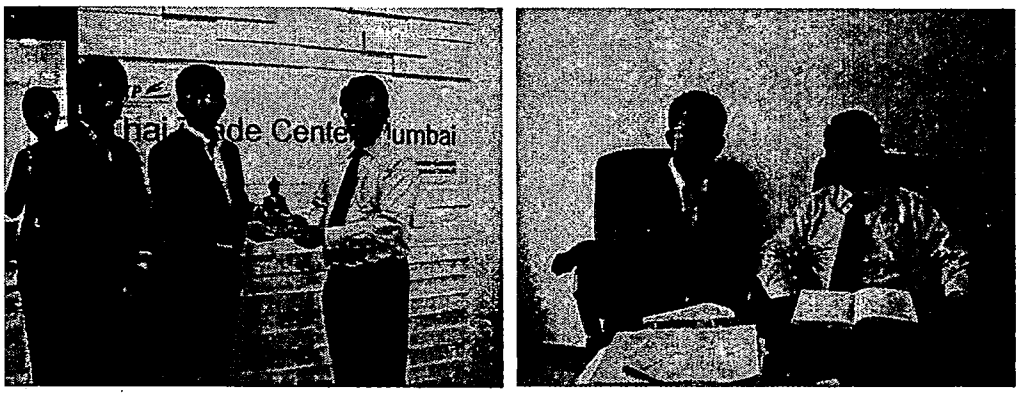
รูปผนวก 15 การสัมภาษณ์คุณไพบูลย์ วงศ์โชติสถิตย์ อุปนายกสมาคมผู้ค้าและส่งออกผลไม้ไทย



รูปผนวก 16 ผู้ประกอบการผลไมปลีกในตลาด Crowford Market เมืองมุมไบ อินเดีย



รูปผนวก 16 ผู้ประกอบการผลไมส่งในตลาด APMC เมืองมุมไบ อินเดีย



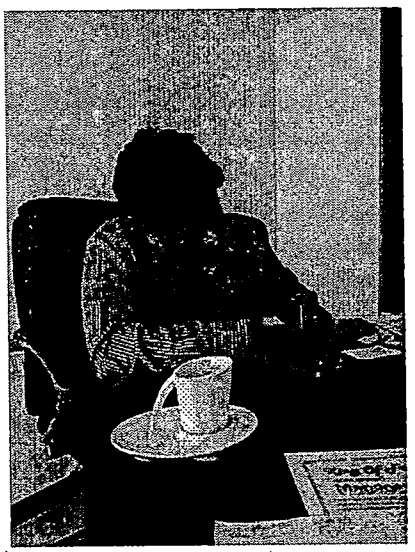
รูปผนวก 17 การสัมภาษณ์ ผอ. อดุลย์ โชตินิสากรณ์

ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เมืองมุมไบ อินเดีย

รูปผนวก 17 การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่การบินไทย สำนักงานมุมไบ อินเดีย

ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เมืองมุมไบ อินเดีย

รูปผนวก 18 ร้านจำหน่ายผลไม้ข้างทาง เมืองมุมไบ อินเดีย



รูป 19 การสัมภาษณ์ผู้ให้บริการศุลกากร
บริษัท Buhariwala Logistics
(Custom House Agent)

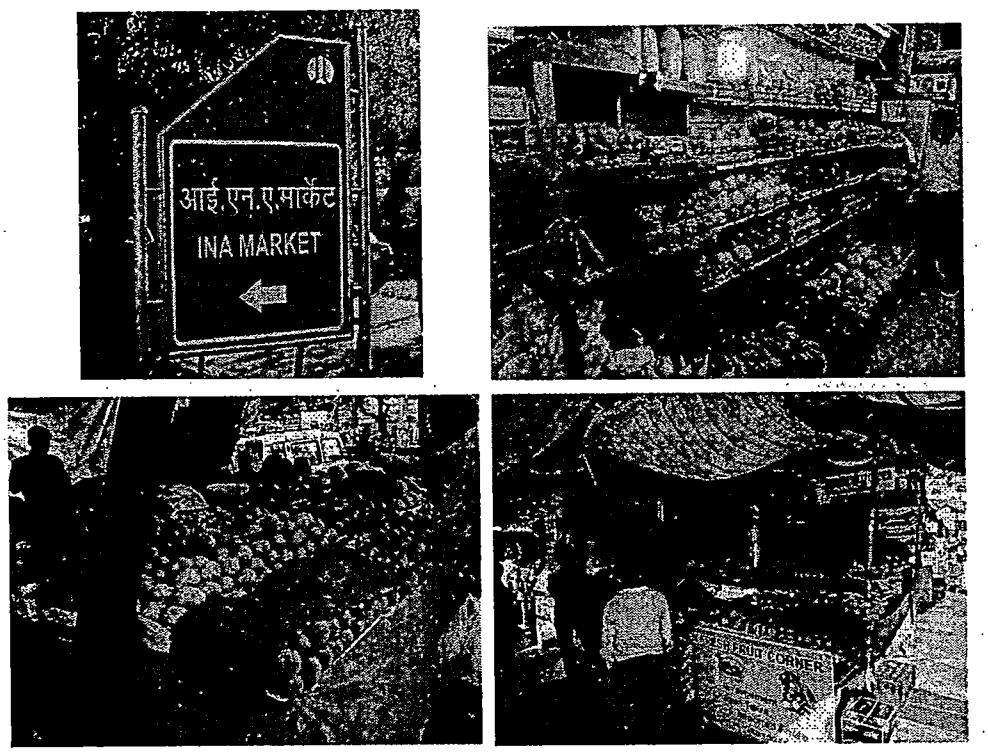
รูป 20 การสัมภาษณ์ผู้ให้บริการศุลกากร
บริษัท Atharva Agency
(Custom House Agent)

รูป 21 การสัมภาษณ์ผู้ให้บริการ Logistic

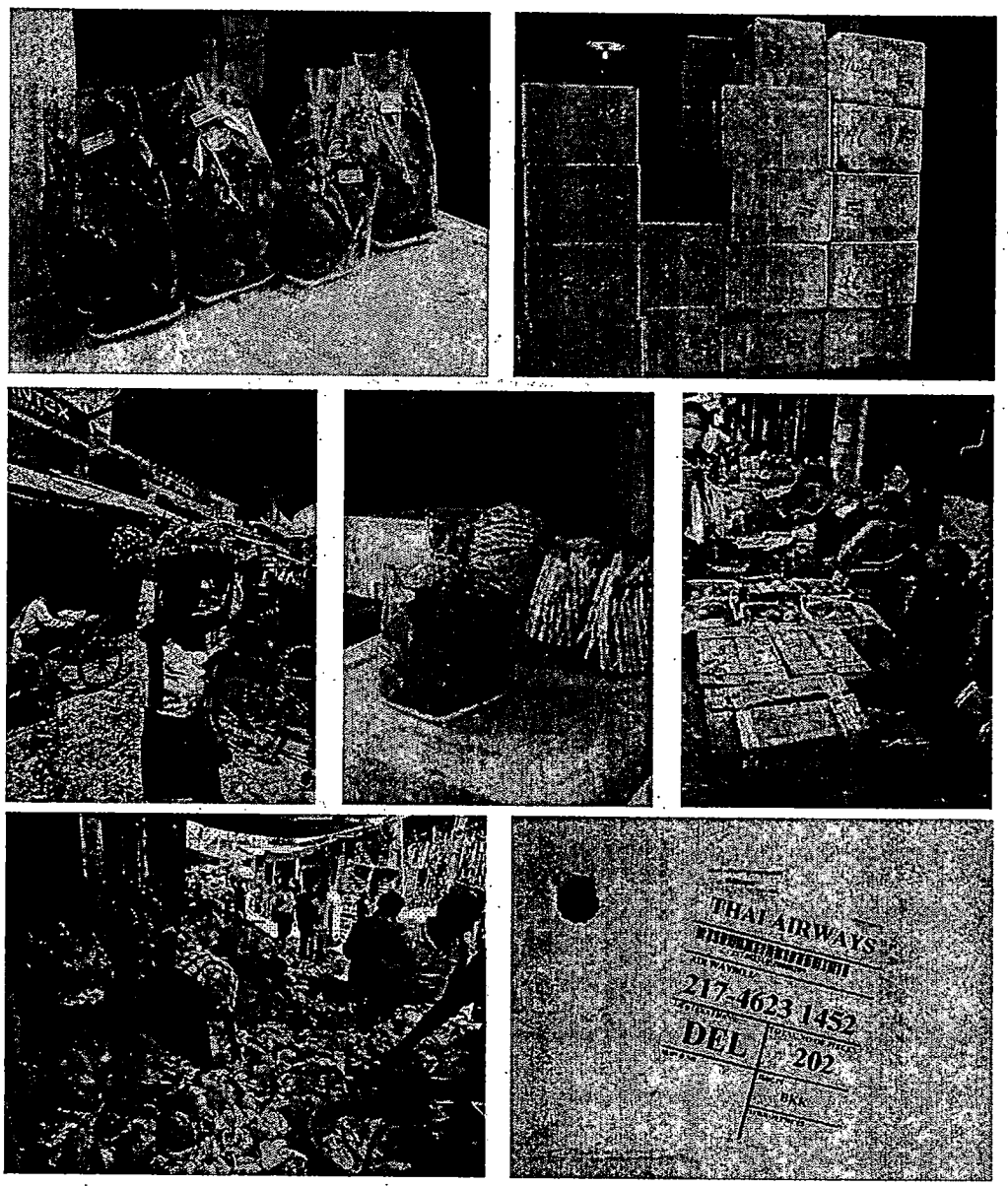
รูปผนวก 22 การสัมภาษณ์ ผอ. ชวลิต โรจนประภายนต์

ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรุงนิวเดลี อินเดีย

รูปผนวก 23 การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการนำเข้าผลไม้ไทยสำหรับส่งเข้าโรงแรม
ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรุงนิวเดลี อินเดีย

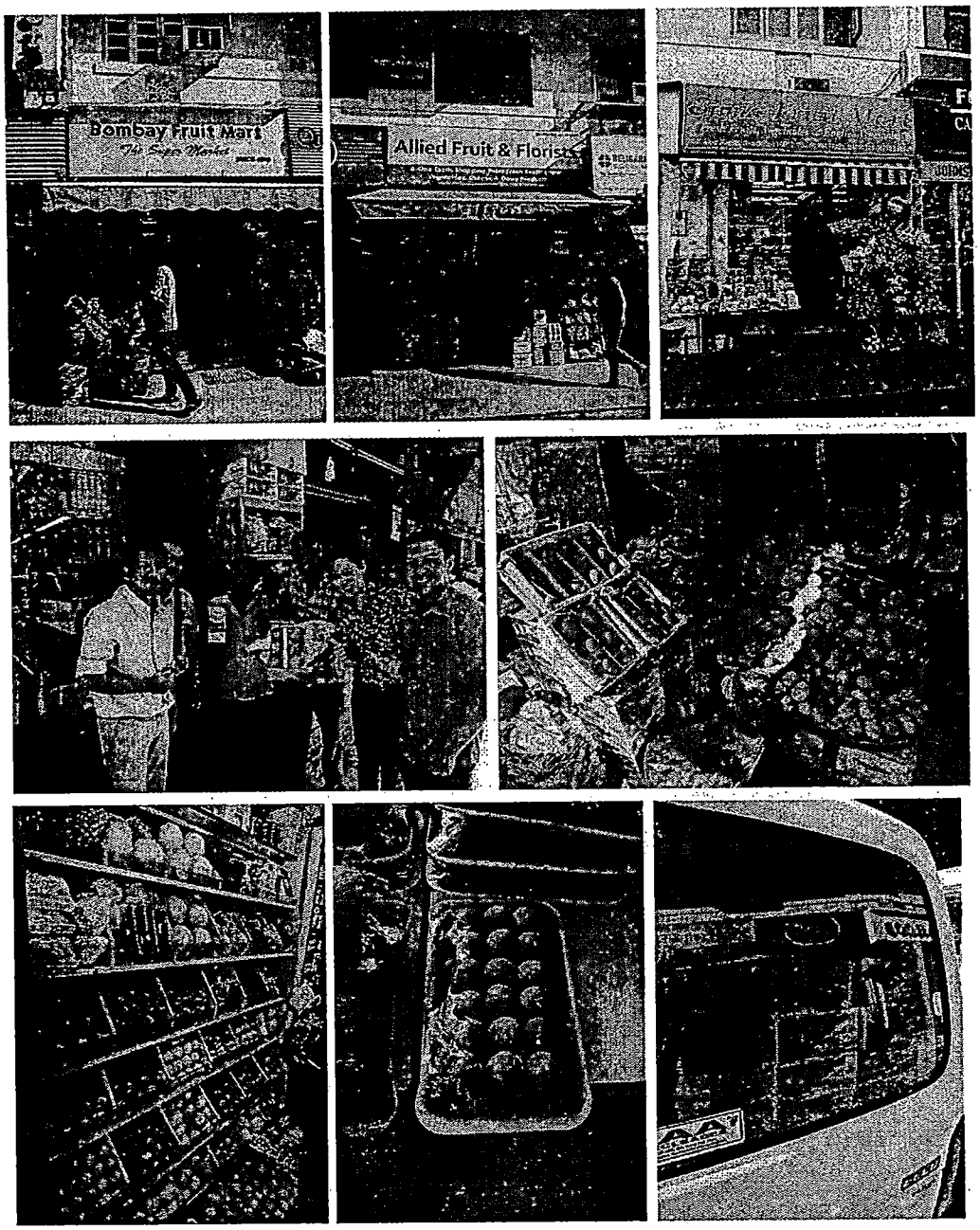


รูปผนวก 24 ตลาด INA หรือ Indian National Army Market กรุงนิวเดลี อินเดีย

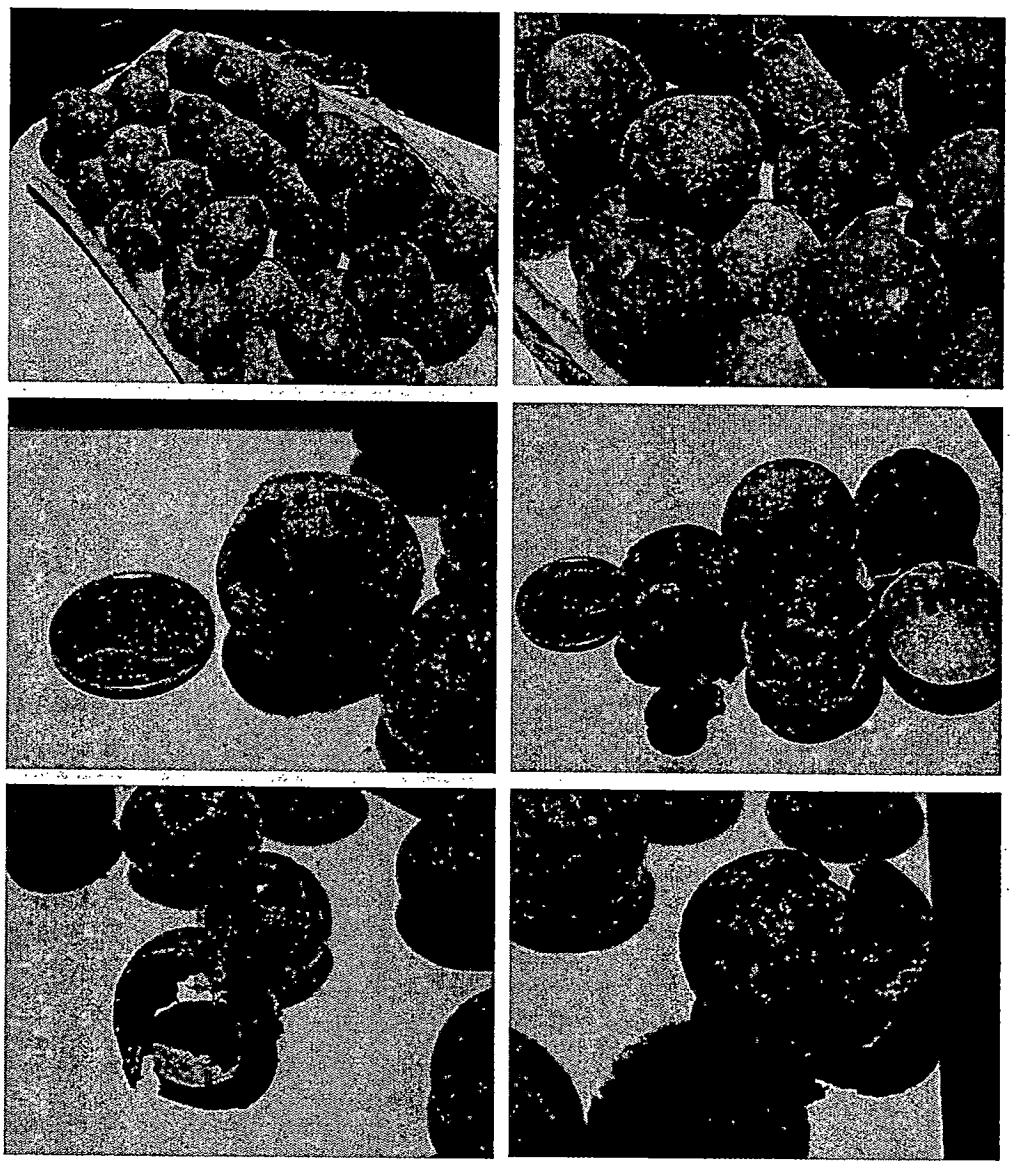


รูปผนวก 25 การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการนำเข้าผลไม้ไทยสำหรับส่งเข้าโรงแรม

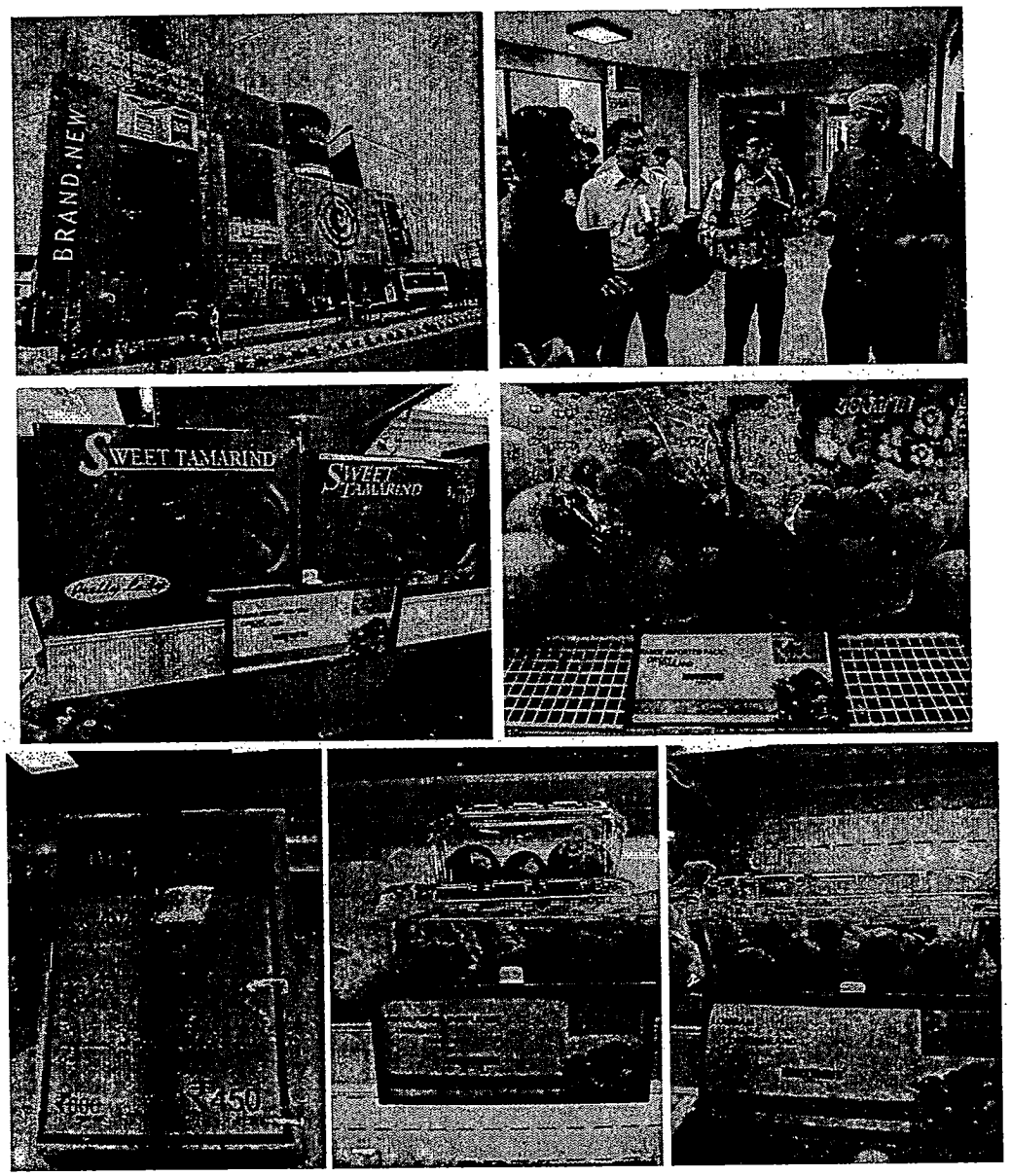
ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรุงนิวเดลี อินเดีย



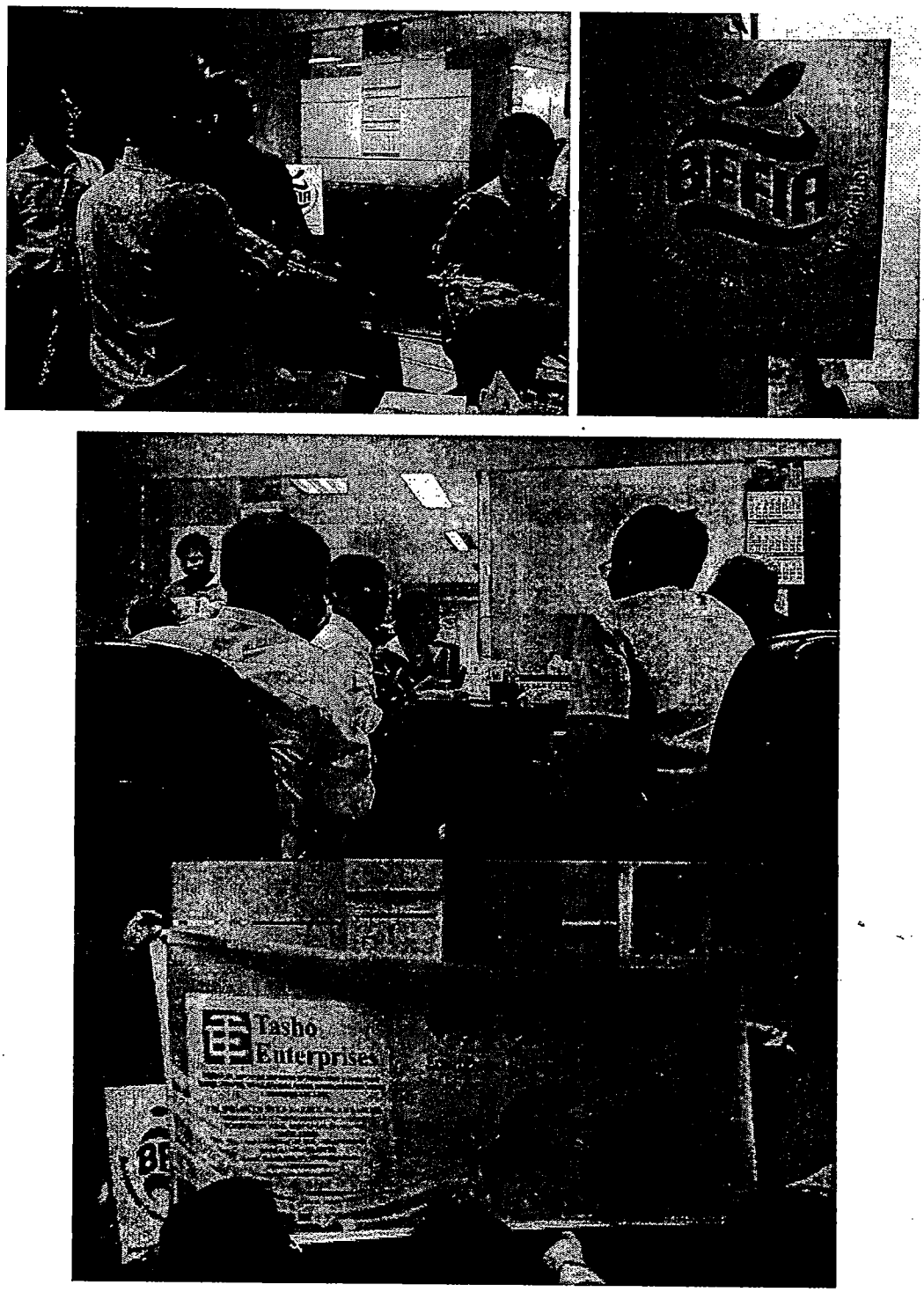
รูปผนวก 26 ผลไม้ การวางจำหน่าย และร้านจำหน่ายผลไม้ในตลาด Khan Market กรุงนิวเดลี อินเดีย



รูป 3.27 การทดสอบลำไยสดที่ซื้อจากตลาด Khan Market กรุงนิวเดลี อินเดีย

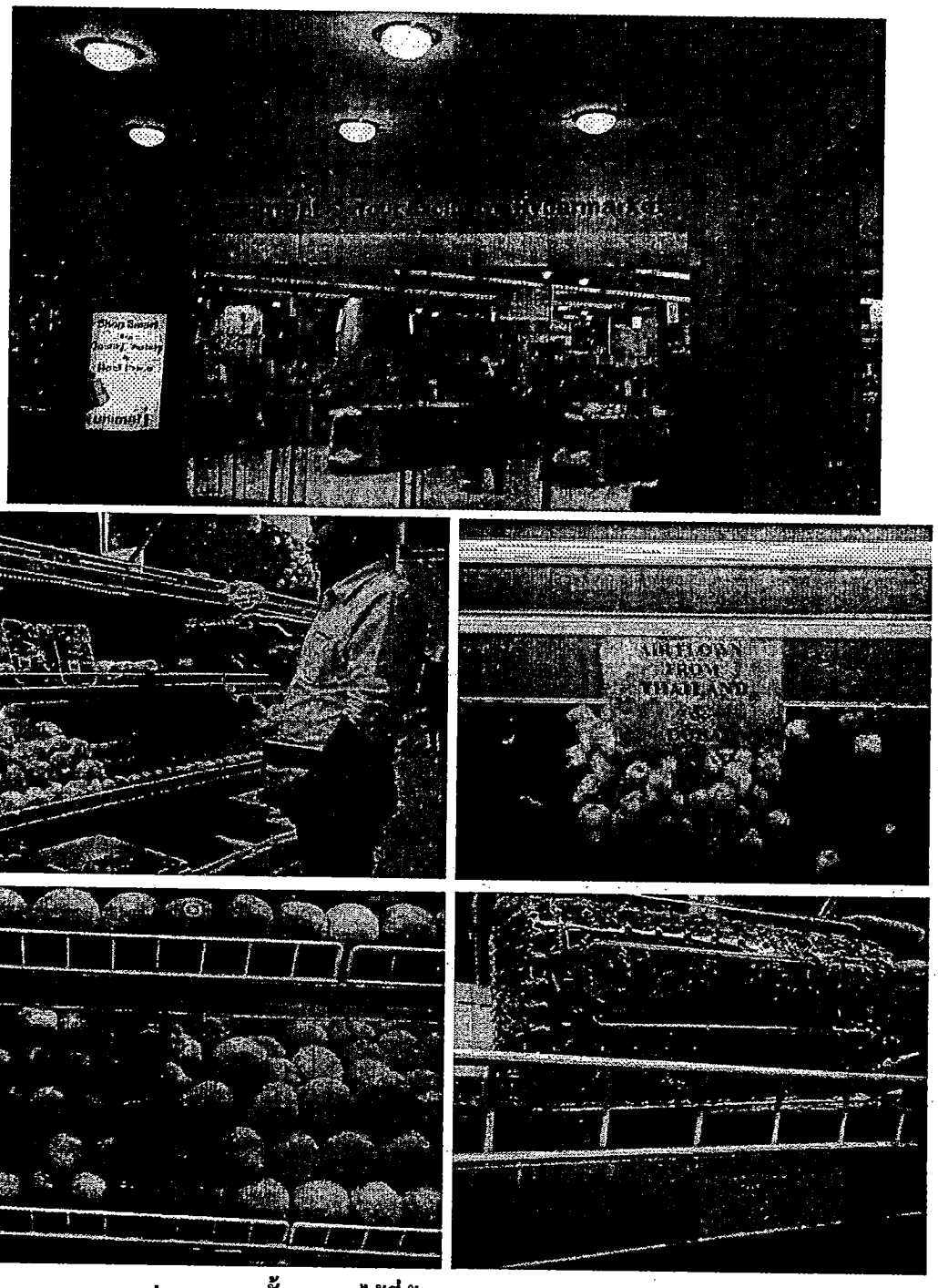


รูป 3.28 ห้างสรรพสินค้า Food Hall กรุงนิวเดลี อินเดีย

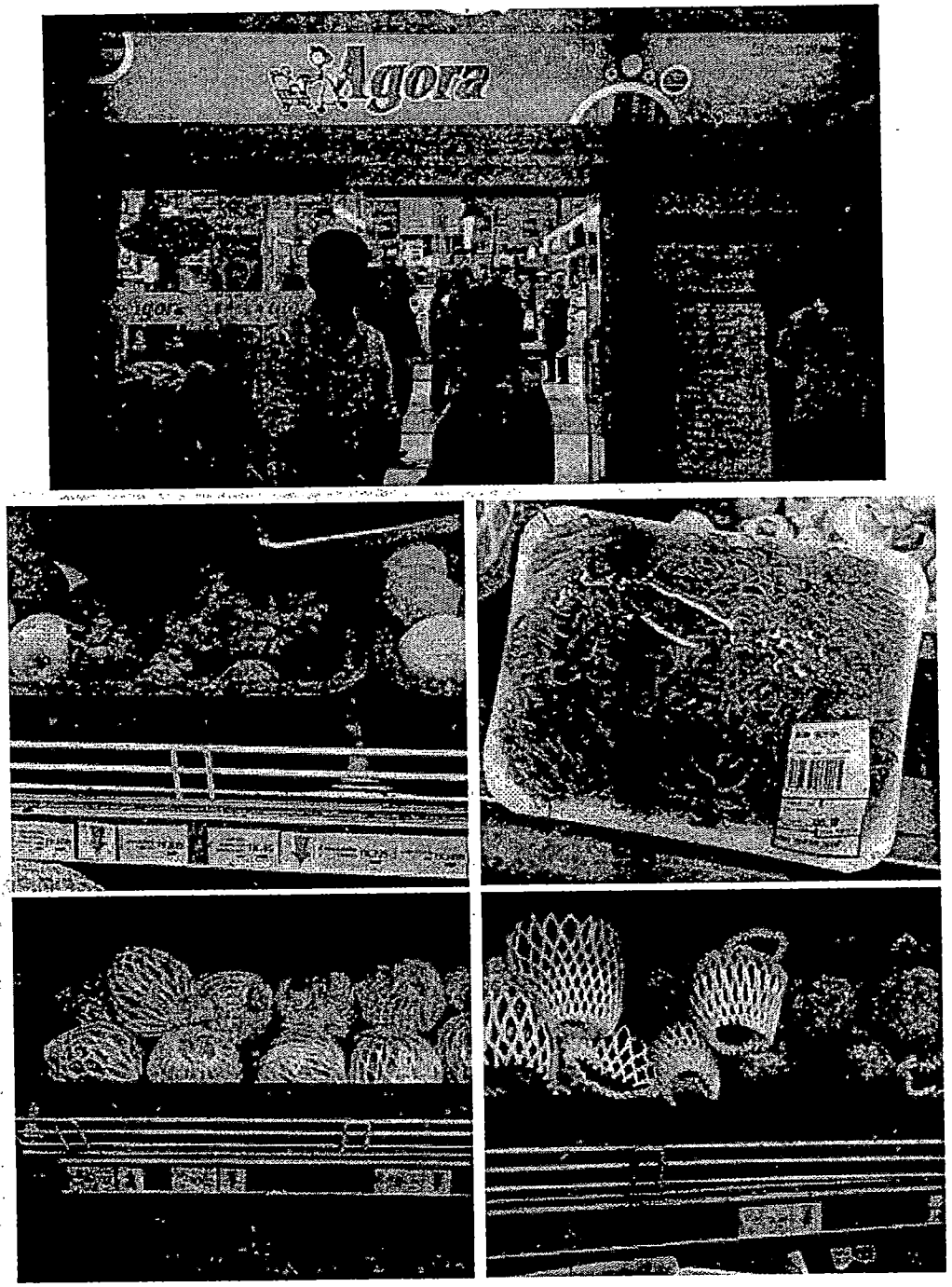


รูปผนวก 29 การสัมภาษณ์นายกสมาคมผู้นำเข้าผลไม้ของบังกลาเทศ

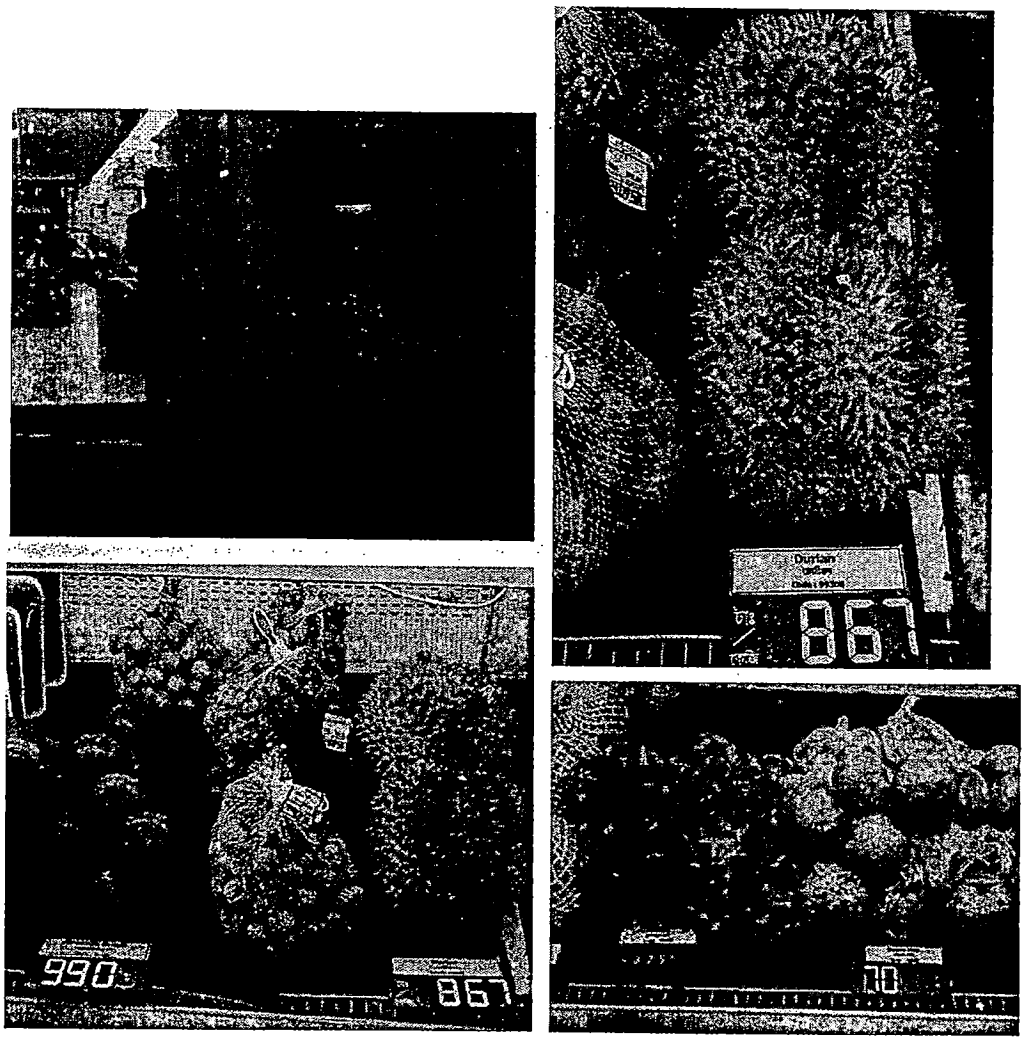
รูปผนวก 30 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกผลไม้จากไทยมายังบังกลาเทศและ
ธุรกิจนำเข้าผลไม้จากไทยมายังบังกลาเทศ



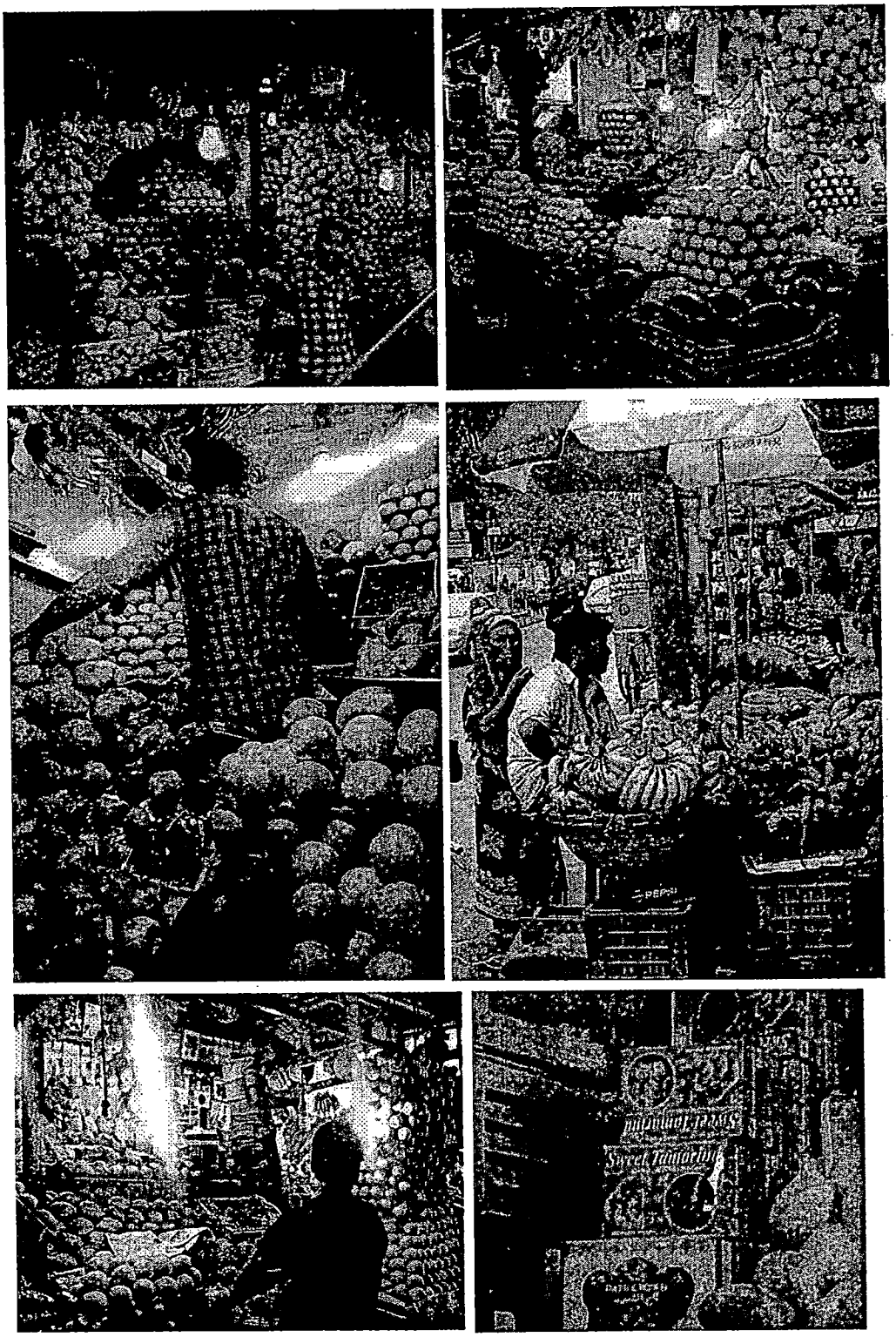
รูปผนวก 31 ชั้นวางผลไม้ที่ห้าง Unimart กรุงธากา บังกลาเทศ



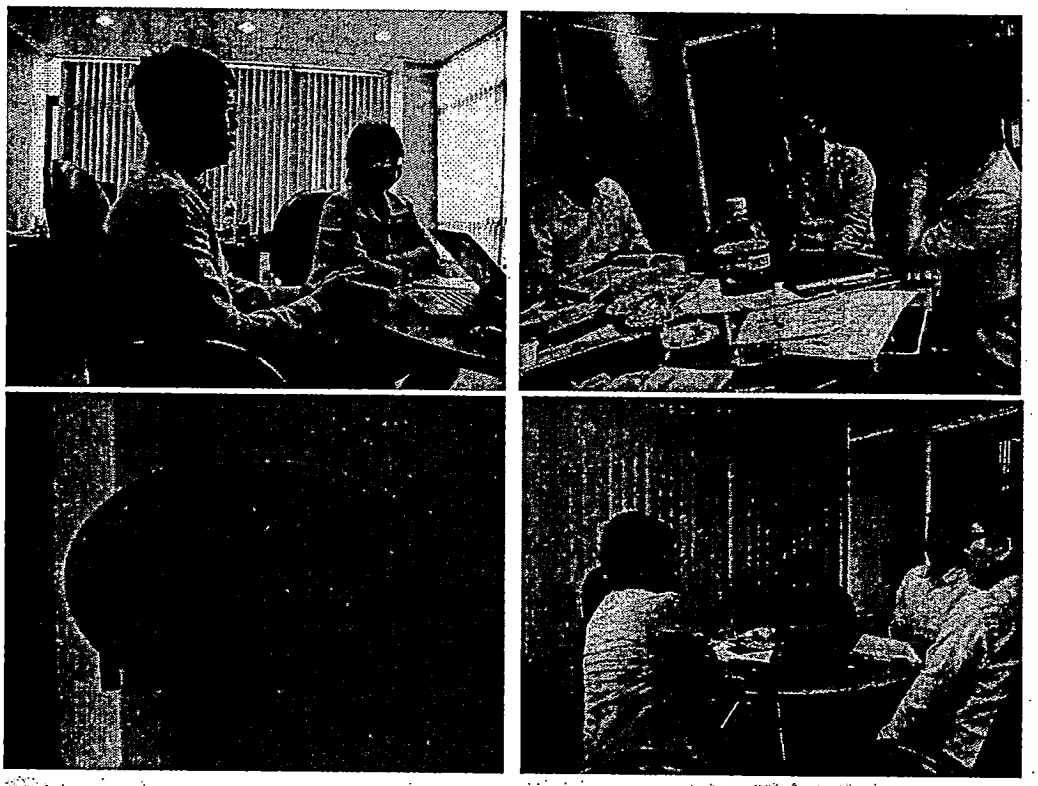
รูปผนวก 32 ชั้นวางผลไม้ที่ห้าง Agora กรุงธากา บังกลาเทศ



รูปผนวก 33 ชั้นวางผลไม้ที่ห้าง Meena กรุงธากา บังกลาเทศ



รูปผนวก 34 ตลาดสด Gulshan กรุงธากา บังกลาเทศ



รูปผนวก 35 การสัมภาษณ์ทูตพาณิชย์ วัชรา ชำนวญวงศ์
ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรุงธากา บังกลาเทศ

รูปผนวก 36 การสัมภาษณ์บริษัทผู้ให้บริการทางด้านโลจิสติก

รูปผนวก 37 การสำรวจตลาดค้าส่ง Badamtoli Market