รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 1

ผลกระทบระยะสั้นของการขยายกิจการของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ ต่อห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของผลไม้ไทย

Initial Impacts of The Business Expansion of Foreign-Owned Packaging Houses on Thai Fruit Industry.

โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัมปนาท เพ็ญสุภา และคณะ

เมษยน 2563

สัญญาเลขที่ RDG62T0137

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 1

ผลกระทบระยะสั้นของการขยายกิจการของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ ต่อห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของผลไม้ไทย

Initial Impacts of The Business Expansion of Foreign-Owned Packaging Houses on Thai Fruit Industry.

คณะผู้วิจัย	สังกัด
1. ผศ.ดร.กัมปนาท เพ็ญสุภา	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
2. ผศ.ดร.วุฒิยา สาหร่ายทอง	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
3. ผศ.ดร.กนกวรรณ จันทร์เจริญชัย	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
4. อ.ดร.ชยันต์ พิภพลาภอนันต์	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
5. อ.ดร.สุวพร ผาสุก	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ภายใต้แผนงานวิจัย การศึกษาผลกระทบของการขยายกิจการของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ : ภาวะคุกคาม โอกาสและความยั่งยืนของระบบธุรกิจผลไม้ไทย

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกสว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

บทสรุปผู้บริหาร

ในการดำเนินงานโครงการย่อย 1 ภายใต้โครงการ “การศึกษาผลกระทบของการขยายกิจการของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ: ภาวะคุกคาม โอกาส และความยั่งยืนของระบบธุรกิจผลไม้ไทย” มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาผลกระทบระยะสั้นของโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติต่อห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของผลไม้ไทย โดยการศึกษาครั้งนี้ได้เลือกศึกษาสินค้าที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจในด้านการประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ ได้แก่ ทุเรียน มังคุด และลำไย และมีการแบ่งประเด็นการวิจัยออกเป็น 4 ประเด็น ได้แก่ การศึกษาข้อมูลและสถานการณ์ทั่วไปของผลไม้ไทย การวิเคราะห์ผลกระทบจากโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกทุเรียน มังคุด และลำไย และการถอดบทเรียนลำไย ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. การศึกษาข้อมูลและสถานการณ์ทั่วไปของผลไม้

จากข้อมูลสถิติของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร มูลค่าการส่งออกผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้งเฉลี่ยในช่วงปี 2558 – 2561 มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการส่งออกไปประเทศจีน มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 70.14 และหากพิจารณาอัตราการขยายตัวของการส่งออกไปประเทศจีนเป็นรายสินค้า พบว่าทุเรียนมีอัตราการขยายตัวสูงสุดที่ระดับร้อยละ 102.7 รองลงมาคือมังคุดมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 60.95 และลำไย มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 17.96 ซึ่งอัตราการขยายตัวในช่วงเวลาดังกล่าว คือ ช่วงของการเข้ามามีบทบาทของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีน โดยเส้นทางการขนส่งมีทั้งเส้นทางการขนส่งทางทะเลทั้งหมด 4 เส้นทาง จากท่าเรือฮ่องกง - เหวินจิ่งตู่ ท่าเรือฮ่องกง (ทางแม่น้ำไข่มุก) - ฝอซาน/หัวตู ท่าเรือเสอโขว่ และท่าเรือเซี่ยงไฮ้ – ตลาดหลงหวู่ เข้าสู่จีนที่ตลาดเจียงหนาน ใช้เวลาประมาณ 5 - 6 วัน และเส้นทางการขนส่งทางบกทั้งหมด 3 เส้นทาง ใช้เวลาประมาณ 2 - 3 วัน ได้แก่ เส้นทาง R12 ผ่านนครพนม ลาว เวียดนาม ถึงตลาดเจียงหนาน เมืองกวางโจว เส้นทาง R9 ผ่านมุกดาหาร ลาว เวียดนาม ถึงตลาดเจียงหนาน เมืองกวางโจว และเส้นทาง R3A ผ่านเชียงราย และลาว ถึงตลาดคุนหมิง ซึ่งเส้นทางการขนส่งมีการเปลี่ยนแปลงตามการปรับปรุงพัฒนาศูนย์กลางการขนส่งของประเทศจีน อย่างไรก็ตาม ในสถานการณ์ปัจจุบัน (เดือนมีนาคม ปี 2563) ได้เกิดการระบาดของไวรัส Covid-19 ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกผลไม้ทั้งหมดของไทยเดือนมกราคม ปี 2563 ลดลงร้อยละ 46.1 เมื่อเทียบกับเดือนมกราคม ปี 2562 และคาดว่าภาพรวมการส่งออกผลไม้ไทยทั้งปี 2563 จะหดตัวประมาณร้อยละ 21 – 24 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563) รัฐบาลจึงควรมีมาตรการแผนการตลาดในประเทศเพื่อรองรับผลิตที่จะทยอยออกสู่ตลาด เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการและเกษตรกรในระยะสั้น

2. การวิเคราะห์ผลกระทบจากโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ

จากการลงพื้นที่สำรวจทุเรียนและมังคุด ในจังหวัดจันทบุรี ระยอง และตราด และสัมภาษณ์เกษตรกรและผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวไทยและจีน สามารถสรุปผลกระทบจากโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติได้ดังนี้

ผลกระทบทางบวก: ราคาผลผลไม้ไทยสูงขึ้น เนื่องจากปริมาณอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลให้ผู้ประกอบการและเกษตรกรมีรายได้สูงขึ้น

ผลกระทบทางลบ: ลักษณะการประกอบการของโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติเป็นการทำธุรกิจแบบครบวงจร กล่าวคือ มีการซื้อแบบเหมาสวน จ้างบรรจุ จ้างการดำเนินการส่งออก และดำเนินการขายเอง ณ ตลาดปลายทาง จึงทำให้ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติเป็นผู้กำหนดราคาเองได้ เกษตรกรเองก็ชอบการดำเนินการในลักษณะนี้เนื่องจากไม่ต้องรับผิดชอบทั้งในส่วนของการคัดเกรดและการบรรจุ ประกอบกับมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีต่าง ๆ เช่น การกำหนดมาตรฐานการส่งออก มาตรการด้านเอกสาร และเงื่อนไขทางด้านบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ส่งผลให้ล้งไทยไม่สามารถแข่งขันได้

นอกจากนี้ ผลจากการสำรวจพบว่า จากราคาที่เกษตรกรได้รับจนถึงราคาที่ตลาดค้าส่งในประเทศจีน ทุเรียน มังคุด และลำไย มีส่วนเหลื่อมการตลาดประมาณ 320, 149, และ 102 บาทต่อกิโลกรัม แสดงให้เห็นความถึงความต้องการการนำเข้าทุเรียนและมังคุดจากไทย อย่างไรก็ตาม กรณีของลำไยนั้นผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุไทยนั้นประสบภาวะขาดทุน ซึ่งจะกล่าวในส่วนของการถอดบทเรียนลำไย

3. ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออก และราคาทุเรียน มังคุด และลำไยในประเทศ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกทุเรียน มังคุด และลำไย จากไทยไปจีน โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาในช่วงปี 2550 – 2562 และใช้ตัวแปรดัมมี่แสดงถึงการเข้ามามีบทบาทของโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ พบว่า ในกรณีส่งออกทุเรียนผลสดและทุเรียนอบแห้ง ส่งผลให้ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้น 1.22 และ 1.14 ตัน ตามลำดับ อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ปริมาณส่งออกลำไยบรรจุภาชนะที่อากาศผ่านเข้าออกไม่ได้เพิ่มขึ้น 1.9 ตัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ปริมาณส่งออกลำไยผลสดเพิ่มขึ้น 1.8 ตัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติร้อยละ 90 จึงสามารถสรุปได้ว่า การเข้ามีบทบาทของโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติส่งผลให้การส่งออกสินค้าดังกล่าวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ในขณะที่ตัวแปรผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อหัวของประเทศจีนอันเป็นตัวแปรแทน (Proxy Variable) ของรายได้ของผู้บริโภคชาวจีน แสดงให้เห็นว่าลำไยผลสด มังคุดผลสด และมังคุดแช่เย็นแช่แข็งนั้นเป็นสินค้าระดับ Premium เนื่องจากลำไยผลสด มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 1.210 มังคุดผลสดมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 2.217 และมังคุดแช่เย็นแช่แข็ง มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 4.664 นั่นคือ เมื่อมีรายได้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ความต้องการซื้อลำไยผลสด มังคุดผลสด และมังคุดแช่เย็นแช่แข็งเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.210, 2.217 และ 4.664 ตามลำดับ

ในส่วนของผลการวิเคราะห์ผลกระทบของโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติต่อราคาทุเรียน มังคุด และลำไยในประเทศ โดยใช้ตัวแปรดัมมี่แสดงถึงการเข้ามามีบทบาทของโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติเช่นเดียวกัน พบว่าส่งผลให้ราคาทุเรียนผลสดเพิ่มขึ้น 2.6 บาทต่อกิโลกรัม ทุเรียนแช่เย็นแช่แข็งเพิ่มขึ้น 2.58 บาทต่อกิโลกรัม

มังคุดผลสดเพิ่มขึ้น 1.54 บาทต่อกิโลกรัม และลำไยผลสดเพิ่มขึ้น 1.77 บาทต่อกิโลกรัม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 99 และราคาลำไยบรรจุภาชนะที่อากาศผ่านเข้าออกไม่ได้เพิ่มขึ้น 1.97 บาทต่อกิโลกรัม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

หากพิจารณาข้อมูลในภาพรวม พบว่าปริมาณการส่งออกมีการผันผวนของความต้องการในตลาดจีน จึงอาจส่งผลต่อการวิเคราะห์ การเติบโตของทุเรียน มังคุด และลำไย ทั้งกรณีผลสดและแปรรูปขั้นต้นนั้นมีแนวโน้มที่เป็นไปในทิศทางที่ดี และมีความต้องการบริโภคผลสดมากกว่าแปรรูป และบทบาทของโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติช่วยกระตุ้นให้เกิดการส่งออกผลไม้ไทยไปจีน จึงอาจส่งผลให้มีจำนวนเกษตรกรและผู้ประกอบการเข้าสู่ตลาดมากขึ้น รัฐบาลจึงควรตระหนักถึงมาตรการในการควบคุมบทบาทของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนในระยะกลางและระยะยาว รวมถึงผลกระทบจากการชะลอการนำเข้าผลไม้ไทยของจีน ซึ่งตัวอย่างผลกระทบที่เห็นได้ชัด คือ กรณีการเกิดโรคระบาด COVID-19 ในช่วงของการปิดประเทศของประเทศจีน พบว่าปริมาณการส่งออกในเดือนมกราคมปี 2563 ลดลงร้อยละ 10.20 เมื่อเทียบกับปริมาณการส่งออกในเดือนมกราคมปี 2562 และในเดือนกุมภาพันธ์ปี 2563 ลดลงร้อยละ 48.98 เมื่อเทียบกับปริมาณการส่งออกในเดือนกุมภาพันธ์ปี 2562 และเมื่อจีนเริ่มเปิดประเทศส่งผลให้ปริมาณการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้นร้อยละ 59.05 ในเดือนมีนาคมปี 2563 เมื่อเทียบกับเดือนมีนาคมปี 2562

4. สรุปประเด็นจากการถอดบทเรียนลำไย

จากสถานการณ์ราคาลำไยตกต่ำในปี 2560 อันเนื่องมาจากผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติรวมตัวกันหยุดซื้อลำไย ส่งผลให้เกษตรกรหลายรายได้รับความเสียหาย ประกอบกับมีการเรียกร้องจากเกษตรกรในการได้รับราคาไม่เป็นธรรม การโดนเอารัดเอาเปรียบในหลากหลายรูปแบบ นักวิจัยจึงเลือกถอดบทเรียนลำไยเพื่อเป็นกรณีศึกษาในการหามาตรกรป้องกันการเกิดผลกระทบด้านลบจากการเข้ามีบทบาทของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติในตลาดผลไม้ในประเทศไทย ซึ่งในการถอดบทเรียนลำไย สามารถสรุปบทบาทของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติได้ดังนี้

ช่วงเริ่มต้นการเข้าสู่ธุรกิจ (การเรียนรู้): การเข้ามาของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุลำไยชาวจีนในช่วงเริ่มต้นเป็นการซื้อจากผู้ประกอบการไทย และส่งออกไปยังประเทศจีน โดยการเข้าไปที่สวนลำไยเพื่อไปดูการผลิต คำนวณผลผลิต และซื้อลำไยโดยตรง ซึ่งราคาจะขึ้นอยู่กับเกษตรกร หรือผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุลำไยชาวไทย

ช่วงกลาง (การเข้ามาดำเนินธุรกิจเอง): จำนวนผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุลำไยชาวจีนมีจำนวนมากขึ้น มีเงินทุนมาก จึงสามารถรับซื้อได้ในราคาที่สูง และมีการร่วมมือกันในการควบคุมราคา และเริ่มมีการจ้างผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุชาวไทยในการบรรจุและติดตราสินค้าเพิ่มมากขึ้น

ปัจจุบัน (การขยายอิทธิพลและการควบคุมตลาด): เกิดการประกอบการโรงคัดบรรจุแบบ Nominees และรูปแบบการดำเนินงานเป็นแบบครบวงจร กล่าวคือ ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุชาวไทยมีบทบาทเพียงรับจ้างคัดบรรจุ ซึ่งจะไม่ประสบภาวะขาดทุน แต่จะขาดความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ ราคาและปริมาณผันผวนตามความต้องการของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุลำไยชาวจีนซึ่งร่วมมือกัน ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุชาวไทยขนาด

เล็กและกลางต้องประสบภาวะขาดทุน เนื่องจากสู้ราคารับซื้อลำไยไม่ได้ และต้องเลิกกิจการไปในที่สุด ส่งผลให้ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุชาวจีนมีอำนาจต่อรองกับเกษตรกรมากยิ่งขึ้น จากผลการสัมภาษณ์เกษตรกรและผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุลำไยบางส่วน พบว่า จากราคาที่เกษตรกรได้รับสู่ราคาขายปลีกในเมืองจีนในบางช่วงมีส่วนเหลื่อมการตลาดประมาณ 8.96 บาทต่อกิโลกรัม ทำให้ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุชาวไทยที่ส่งออกลำไยประสบภาวะขาดทุนประมาณ 6.53 บาทต่อกิโลกรัม หรือประมาณ 166,710.9 บาทต่อหนึ่งตู้คอนเทนเนอร์ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุชาวไทยบางส่วนหันมาส่งออกลำไยไปสู่ประเทศอินโดนีเซียแทน เนื่องจากมีข้อจำกัดในการซื้อขายน้อยกว่า

จากผลการวิจัยดังที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปข้อเสนอแนะในการป้องกันผลกระทบของการประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ในระยะสั้นได้ดังนี้

- การสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคต่างชาติในผลไม้ไทย โดยการใช้มาตรการตรวจสอบการตกค้างของเชื้อโรคในผลไม้และบรรจุภัณฑ์ที่จะส่งออก
- มาตรการเกี่ยวข้องกับกฎ/ระเบียบการนำเข้า-ส่งออก
  - ลดระยะเวลาของกระบวนการการขอและอนุมัติการส่งออกผลไม้ให้รวดเร็วขึ้น ซึ่งเป็นการลดอุปสรรคและต้นทุนการส่งออกผลไม้ไทย
  - การเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกฎ/ระเบียบของประเทศคู่ค้า และความร่วมมือกับประเทศคู่ค้าผลไม้ไทยให้ทันต่อสถานการณ์แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ของชาวไทย เพื่อสร้างความเข้าใจและการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง
  - การกำหนดราคาซื้อ-ขายกลางตามเวลาจริง (Real Time Data) จากความร่วมมือระหว่างหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง เกษตรกร และผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ไทยที่สะท้อนต้นทุนการผลิตและการดำเนินการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- การจัดทำฐานข้อมูลความน่าเชื่อถือและจริยธรรมทางธุรกิจของเกษตรกร ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ไทย และคู่ค้าชาวจีน เพื่อการป้องกันการผิดสัญญาซื้อ-ขาย และการผิดนัดชำระหนี้ และ/หรือสัญญาการค้า
- ส่งเสริมการบริโภคในประเทศภายใต้มากตรการความร่วมมือจากร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) และองค์กรเอกชนในการจัดหาสถานที่วางขายผลไม้ เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น
- การสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ (Strategic Alliance) ภายในประเทศในระดับท้องถิ่น ระหว่างเกษตรกร ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ไทย และผู้ส่งออกไทย เพื่อสร้างความเข้มแข็ง โดยใช้แนวคิดกลยุทธ์การควบรวมธุรกิจแนวดิ่ง (Vertical Integration) ในระดับท้องถิ่น
- การสร้างภูมิต้านทานต่อกลุ่มทุนจีน (หรือต่างชาติ) ที่เข้ามาในธุรกิจผลไม้ไทยแบบไม่ถูกต้องตามกฎหมาย ภายใต้ความร่วมมือในการตรวจสอบและติดตามของเกษตรกรและผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ไทย เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องให้แก่หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องในการสกัดกั้นลักษณะการดำเนินธุรกิจของกลุ่มทุนจีน (หรือต่างชาติ) ที่อาจนำไปสู่การผูกขาดและสร้างอำนาจการต่อรองในตลาดผลไม้ไทย
- การสร้างตราสินค้า (ผลไม้) แทนการรับจ้างภายใต้ตราสินค้าอื่น โดยให้เป็นตราสินค้าที่มีภาพลักษณ์ (Brand Image) ด้านมาตรฐานสินค้าและความปลอดภัยในกระบวนการคัดเลือกและการบรรจุ

ผลไม้ และทำการสื่อสารไปสู่ผู้บริโภคโดยใช้ Marketing Communication เพื่อกระตุ้นการรับรู้ถึงตราสินค้า (Brand Awareness) ของผู้บริโภครายใหม่

- ภาครัฐควรดำเนินการด้านการตลาดเชิงรุกร่วมกับภาคเอกชนในลักษณะเป็นทีมตลาดเดียวกันสำหรับการสร้างภาพลักษณ์ให้กับผลไม้ไทย ตราสินค้า และการรับรู้ใหม่เพื่อสร้างพฤติกรรมการบริโภคใหม่ในตลาดต่างประเทศเป้าหมาย
- การเสริมสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยงทางการเงินระหว่างประเทศให้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ไทย

กล่าวโดยสรุป ผลกระทบของการเข้ามีบทบาทของโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาตินั้นมีผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ซึ่งผลกระทบเชิงบวกได้กระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการเพิ่มปริมาณการค้า อันส่งผลให้เกิดการขยายอำนาจในการควบคุมราคาและปริมาณของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวต่างชาติ ดังนั้น จึงควรมีมาตรการป้องกัน โดยมาตรการป้องกันในระยะสั้นควรเริ่มจากการสร้างมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ให้เกิดความน่าเชื่อถือและเป็นที่นิยม เนื่องจากผู้บริโภคมีมุมมองต่อผลไม้ไทยเป็นสินค้าในระดับ Premium อยู่แล้ว และเสริมสร้างองค์ความรู้ให้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุชาวไทยในด้านการค้ากับชาวต่างชาติ การทำความรู้ความเข้าใจในเรื่องของมาตรการและกฎระเบียบการส่งออกต่าง ๆ พร้อม ๆ กับการสร้างระบบฐานข้อมูลเพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินการค้าขายที่เชื่อถือได้ ซึ่งหากมาตรการในระยะสั้นสามารถดำเนินได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว การดำเนินมาตรฐานในระยะปานกลางและระยะยาวย่อมมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

บทคัดย่อ

ทุเรียน มังคุด และลำไย เป็นผลผลิตที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย มีมูลค่าการส่งออกสูง สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตามตั้งแต่ประมาณปี 2557 เป็นต้นมา กลไกตลาดผลไม้ของไทยได้ถูกแทรกแซงจากกลุ่มทุนต่างประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งจากประเทศจีน ซึ่งได้เข้ามาเหมาซื้อผลไม้ เช่น ทุเรียนมังคุดถึงสวน ตลอดจนเข้ามาตั้งโรงคัดบรรจุผลไม้ หรือที่เรียกว่าล้งในไทยมากขึ้น เพื่อรับซื้อผลไม้โดยตรงจากสวนและส่งออกไปยังประเทศจีนที่มีความต้องการผลไม้ไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ทุเรียนที่ส่งออกไปยังตลาดจีนส่วนใหญ่เป็นการส่งออกโดยโรงคัดบรรจุผลไม้ของชาวจีนเอง ดังนั้น ชาวจีนจึงมีบทบาทและอำนาจต่อรองในตลาดผลไม้ของไทยเป็นอย่างมาก การศึกษานี้จึงจะศึกษาผล กระทบของการประกอบธุรกิจของโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติโดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวจีนที่มีต่อการค้าผลไม้ของไทยในภาคตะวันออกโดยจะเน้นศึกษาผลกระทบในระยะสั้นเพื่อหามาตรการป้องกันต่อไป

การศึกษานี้ได้สำรวจและเก็บข้อมูลภาคสนามกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรผู้ปลูกผลไม้และผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ในพื้นที่จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด ได้ใช้ข้อมูลเหล่านี้ร่วมกับข้อมูลเชิงสถิติ การสังเกตการณ์ และสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ในการศึกษาผลกระทบระยะสั้นจากการเข้ามาของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีน และการวิเคราะห์เชิงอนุกรมเวลา (Time Series Analysis)

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแสดงว่า ปัจจัยที่จูงใจในการตัดสินใจขายผลผลิตของเกษตรกร คือ ราคาและความเชื่อใจที่มีต่อผู้รับซื้อ นอกจากนี้ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติจะมีอำนาจในการกำหนดราคารับซื้อจากเกษตรกร ที่ส่วนใหญ่จะทำการรวบรวมและส่งไปยังตลาดประเทศจีน อุปสรรคสำคัญในการผลิตของเกษตรกร ได้แก่ แรงงานส่วนใหญ่จะเป็นแรงงานต่างด้าวจากกัมพูชาและลาว ซึ่งทำให้มีปัญหาในด้านการสื่อสารและเกิดต้นทุนการหมุนเวียนแรงงานต่างด้าว

ผลการวิเคราะห์เชิงอนุกรมเวลาแสดงว่า การเติบโตของทุเรียน มังคุด และลำไยทั้งผลสดและแปรรูปขั้นต้นไปยังตลาดจีนแม้จะมีแนวโน้มที่เป็นไปในทิศทางที่ดี แต่ประสบกับความผันผวนของความต้องการในตลาดจีน นอกจากนี้ ยังแสดงว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศต่อหัวของประเทศจีน และอัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อ 1 หยวนจีน มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกทุเรียน มังคุดและลำไยแบบผลสดได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่อธิบายในประเภทแปรรูปได้ค่อนข้างน้อย

การศึกษานี้มีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในระยะสั้นที่สำคัญ ได้แก่ ภาครัฐควรมีมาตราการระยะสั้นทางการเงินเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรและผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ไทย การสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ และการสร้างตราสินค้า เป็นต้น

Abstract

Durian, mangosteen and longan are important to the Thai economy with high export value, generating a large amount of income for the country. However, since 2014, Thai fruit market mechanism has been intervened by foreign capital groups, especially from China. They buy these fruits directly from the farms and set up fruit assembly and packing plants, also known as Lhong, as well as export them to China, which has a continuously increasing demand for Thai fruits. Unsurprisingly, most of the Thai durians available in the Chinese market are exported by Chinese fruit packing plants. As a result, the Chinese can largely influence and have the bargaining power in the Thai fruit market. This study, therefore, examines the impact of the foreign fruit packing plants, especially the Chinese, on the export of Thai fruits in the Eastern region. It focuses on the short-term effects so that necessary measures can be further implemented.

This study investigates and collects data from in-depth interviews and questionnaire surveys. A sample group includes fruit farmers and fruit packing plant operators in Chonburi, Rayong, Chanthaburi and Trat provinces. This primary information together with statistical data is used in the study of the short-term effects of the entry of Chinese fruit packing factories and time series analysis.

The results of in-depth interviews show that the affecting factors for farmers' selling decisions are the price and trust in the buyers. In addition, foreign fruit packing operators have the power to determine the purchasing price from farmers. The main obstacles in farmers' production are having to rely on foreign workers mostly from Cambodia and Laos, causing problems in communication and the cost of rotating these foreign workers

The results of time series analysis show that the growth of durian, mangosteen and longan exports both fresh and primary processed products into the Chinese market, in spite of its good tendency, experiences the fluctuations in demand in the Chinese market. In addition, the analysis shows that the gross domestic product per capita of China and the baht per yuan exchange rate affect the amount of durian, fresh mangosteen and longan. This study proposes important short-term policy recommendations, namely, the government should have short-term financial measures to help farmers and operators of Thai fruit packing plants. There should also be the development of strategic alliances and product branding

สารบัญ

สารบัญ **หน้า**

บทสรุปผู้บริหาร
บทคัดย่อ

บทที่ 1 บทนำ **1 - 1**
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา 1 - 1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย 1 - 2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 1 - 2
1.4 เป้าหมายของผลผลิต (Output) และตัวชี้วัด 1 - 2
1.5 เป้าหมายของผลลัพธ์ (Outcome) และตัวชี้วัด 1 - 3

บทที่ 2 การทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง **2 - 1**
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 2 - 1
2.1.1 ทฤษฎีอุปสงค์ 2 - 1
2.1.2 ทฤษฎีอุปทาน 2 - 3
2.1.3 ทฤษฎีดุลยภาพ 2 - 4
2.1.4 ทฤษฎีใยแมงมุม 2 - 4
2.1.5 ทฤษฎีโครงสร้างตลาด 2 - 5
2.1.6 ทฤษฎีการจัดการห่วงโซ่อุปทาน 2 - 5
2.1.7 ทฤษฎีเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศ 2 - 11
2.1.8 ทฤษฎีเกี่ยวกับมาตรการและนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศ 2 - 11
2.1.9 แนวคิดความแตกต่างของราคาผลิตผลการเกษตร 2 - 20
2.2 เอกสารที่เกี่ยวข้อง 2 - 29
2.2.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการรวมกลุ่มการค้าและการเปิดการค้าเสรี 2 - 29
2.2.2 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตร 2 - 32
2.2.3 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานสินค้าเกษตร 2 - 36
2.3 กรอบแนวความคิดของแผนงานวิจัย 2 - 38

บทที่ 3 ข้อมูลและสถานการณ์ทั่วไปของผลไม้ไทย **3 - 1**
3.1 ข้อมูลทั่วไปของผลไม้ไทย 3 - 1
3.2 ทุเรียน 3 - 5
3.2.1 สถานการณ์ทั่วไปของทุเรียนไทย 3 - 8
3.3 มังคุด 3 - 9
3.3.1 สถานการณ์ทั่วไปของมังคุดไทย 3 - 11

สารบัญ (ต่อ)

สารบัญ **หน้า**

3.4 ลำไย 3 - 12
3.4.1 สถานการณ์ทั่วไปของลำไยไทย 3 - 15
3.5 สถานการณ์ของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ไทย 3 - 16
3.6 ผลกระทบจากการระบาดของโรคติดต่อ 3 - 19
3.6.1 สถานการณ์ภัยคุกคามจากโรคติดต่อ 3 - 19
3.6.2 ผลกระทบของสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด – 19 (Coronavirus Disease: COVID - 19) ต่อการส่งออกของผลไม้ไทย 3 - 20
3.7 เส้นทางการขนส่งผลไม้ไทยไปจีน 3 - 21

บทที่ 4 การวิเคราะห์ผลกระทบจากโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ 4 - 1
4.1 ห่วงโซ่อุปทานผลไม้ไทย (Supply Chain of Thai Fruit) 4 - 1
4.1.1 ห่วงโซ่อุปทานของทุเรียนไทย 4 - 1
4.1.2 ห่วงโซ่อุปทานของมังคุดไทย 4 - 4
4.1.3 ห่วงโซ่อุปทานของลำไยไทย 4 - 6
4.2 ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) 4 - 9
4.3 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าผลไม้ไทย 4 - 10
4.4 ส่วนเหลื่อมการตลาดของทุเรียน มังคุด และลำไย 4 - 13
4.4.1 ส่วนเหลื่อมการตลาดของทุเรียน 4 - 13
4.4.2 ส่วนเหลื่อมการตลาดของมังคุด 4 - 16
4.4.3 ส่วนเหลื่อมการตลาดของลำไย 4 - 17
4.5 บทบาทของโรงคัดบรรจุผลไม้ กรณีศึกษาทุเรียน 4 - 20

บทที่ 5 ผลกระทบของโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติที่มีต่อผลไม้ไทย 5 - 1
5.1 สถานการณ์การส่งออกทุเรียน มังคุด และลำไยไทยไปยังประเทศจีน 5 – 1
5.2 ข้อมูลสถิติการส่งออกผลไม้ไทยไปยังประเทศจีน 5 – 5
5.2.1 ข้อมูลสถิติเบื้องต้นของการส่งออกทุเรียนไปจีน 5 – 5
5.2.2 ข้อมูลสถิติเบื้องต้นของการส่งออกมังคุดไปจีน 5 – 6
5.2.3 ข้อมูลสถิติเบื้องต้นของการส่งออกลำไยไปจีน 5 – 7
5.3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกผลไม้ไทยไปยังประเทศจีน 5 – 9
5.3.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกทุเรียนไทยไปจีน 5 – 9
5.3.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกมังคุดไทยไปจีน 5 – 10
5.3.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกลำไยไทยไปจีน 5 – 10
5.4 การวิเคราะห์ผลกระทบของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างประเทศที่มีต่อราคาผลไม้ไทยในประเทศไปยังประเทศจีน 5 – 11

สารบัญ (ต่อ)

สารบัญ **หน้า**

5.4.1 ผลการวิเคราะห์ผลกระทบของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างประเทศที่มีต่อราคาในประเทศของทุเรียนไทย 5 – 12
5.4.2 ผลการวิเคราะห์ผลกระทบของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างประเทศที่มีต่อราคามังคุดในประเทศไทย 5 – 12
5.4.3 การวิเคราะห์ผลกระทบของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างประเทศ ที่มีต่อราคาลำไยในประเทศไทย 5 – 13

บทที่ 6 ถอดบทเรียนลำไย **6 - 1**
6.1 มาตรการนโยบายการค้าเสรี (Free Trade Policy) 6 - 1
6.1.1 การค้าเสรีในปัจจุบันระหว่างไทยกับจีน 6 - 1
6.2 การเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) ของจีน 6 - 3
6.3 การขยายตัวของเศรษฐกิจจีน 6 - 4
6.4 ความเชื่อเกี่ยวกับลำไยที่ทำให้ความต้องการบริโภคลำไยของคนจีนเพิ่มขึ้น 6 - 6
6.5 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับลำไยในประเทศ 6 - 6
6.6 มาตรการแทรกแซงลำไย 6 - 11
6.7 มาตรการส่งเสริมการแปรรูปลำไย (โดยเฉพาะลำไยอบแห้ง) 6 - 11
6.8 ปัญหาเกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยของทั้งลำไยสดและลำไยอบแห้ง 6 - 12
6.9 การเข้ามาของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ 6 - 12
6.9.1 บทบาททั้งในเชิงผลบวกของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุลำไยต่อตลาดลำไยไทยและการผูกขาด 6 - 14
6.9.2 การใช้ระบบ Single Window ของจีน 6 - 15
6.10 มาตรการทางศุลกากรและการค้าระหว่างประเทศของจีนต่อการนำเข้าผลไม้ไทย 6 - 15

บทที่ 7 สรุปและข้อเสนอแนะ **7 - 1**
7.1 สรุป 7 - 1
7.2 ข้อเสนอแนะ 7 - 3

เอกสารอ้างอิง

ภาคผนวก
ภาคผนวก ก สรุปการสัมภาษณ์จังหวัดเชียงใหม่ ก - 1
ภาคผนวก ข สรุปการสัมภาษณ์จังหวัดระยอง จังหวัดจันทบุรี และจังหวัดตราด ข - 1
ภาคผนวก ค สรุปการสัมภาษณ์ ณ สาธารณประชาชนจีน..... ค - 1

สารบัญตาราง

ตารางที่ **หน้า**

ตารางที่ 1 - 1 ผลผลิตและตัวชี้วัดของแผนงานวิจัย 1 - 3
ตารางที่ 1 - 2 ผลลัพธ์และตัวชี้วัดของแผนงานวิจัย 1 - 3
ตารางที่ 3 – 1 มูลค่าการส่งออกผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง สูงสุด 5 อันดับแรก ปี 2558 - 2561 3 - 2
ตารางที่ 3 - 2 มูลค่าการส่งออกผลไม้ในกลุ่มผลไม้เศรษฐกิจ ทุเรียน มังคุดและลำไยไปประเทศจีน เวียดนาม ฮ่องกง อินโดนีเซียและลาวระหว่างปี 2558 - 2561 3 - 4
ตารางที่ 3 - 3 ปริมาณการผลิตทุเรียนในประเทศและราคาที่เกษตรกรขายได้ที่หน้าสวนปี 2558 - 2561 3 - 5
ตารางที่ 3 - 4 ปริมาณทุเรียนในประเทศและราคาส่งออก จำแนกตามผลิตภัณฑ์ ระหว่างปี 2558 – 2561 3 - 7
ตารางที่ 3 – 5 ปริมาณการผลิตมังคุดในประเทศและราคาที่เกษตรกรขายได้ที่หน้าสวนปี 2558 - 2561 3 - 9
ตารางที่ 3 – 6 ปริมาณมังคุดในประเทศ ปริมาณมังคุดแปรรูปและราคาส่งออกระหว่างปี 2558 – 2561 3 - 11
ตารางที่ 3 - 7 ปริมาณการผลิตลำไยในประเทศและราคาที่เกษตรกรขายได้ที่หน้าสวนระหว่างปี 2558 - 2561 3 - 12
ตารางที่ 3 - 8 ปริมาณลำไยในประเทศ ปริมาณลำไยแปรรูปและราคาส่งออกระหว่างปี 2558 – 2561 3 - 14
ตารางที่ 3 - 9 การเปรียบเทียบเส้นทางการขนส่งระหว่าง R3A R9 และ R12 3 - 25
ตารางที่ 5 – 1 ปริมาณและอัตราการเติบโตของการส่งออกทุเรียนไทยไปยังประเทศจีนระหว่างปี 2550 – 2562 5 - 2
ตารางที่ 5 **–** 2 ปริมาณและอัตราการเติบโตของการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีนระหว่างปี 2550 – 2562 5 - 3
ตารางที่ 5 **–** 3 ปริมาณและอัตราการเติบโตของการส่งออกลำไยไทยไปยังประเทศจีนระหว่างปี 2550 – 2562 5 - 4
ตารางที่ 5 **–** 4 ค่าสถิติทั่วไปของปริมาณและอัตราการเติบโตการส่งออกทุเรียนสด ทุเรียนแช่เย็นแช่แข็ง และอบแห้งไทยไปยังประเทศจีนระหว่างปี 2550 - 2562 5 - 6
ตารางที่ 5 **–** 5 ค่าสถิติทั่วไปของปริมาณและอัตราการเติบโตการส่งออกมังคุดผลสดและมังคุดแช่เย็นแช่แข็งไทยไปยังประเทศจีนระหว่างปี 2550 - 2562 5 - 7

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ **หน้า**

ตารางที่ 5 – 6 ค่าสถิติทั่วไปของปริมาณและอัตราการเติบโตการส่งออกลำไยสด อบแห้ง บรรจุภาชนะที่อากาศผ่านเข้าออกไม่ได้ และบรรจุภาชนะที่อากาศเข้าออกไม่ได้ที่ปรุงแต่งหรือทำไว้ไม่ให้เสียบรรจุภาชนะอัดลมไทย ไปยังประเทศจีนระหว่างปี 2550 - 2562 5 - 8

ตารางที่ 5 – 7 ผลการประมาณการการส่งออกทุเรียนผลสด แช่เย็นแช่แข็ง และอบแห้งไปยังไปยังประเทศจีนระหว่างปี 2550 - 2562 5 - 9

ตารางที่ 5 – 8 ผลการประมาณการการส่งออกมังคุดผลสดและแช่เย็นแช่แข็งไปยังประเทศจีนระหว่างปี 2550 - 2562 5 - 10

ตารางที่ 5 – 9 ผลการประมาณการการส่งออกลำไยผลสด อบแห้ง บรรจุภาชนะที่อากาศผ่านเข้าออกไม่ได้และบรรจุภาชนะที่อากาศเข้าออกไม่ได้ที่ปรุงแต่งหรือทำไว้ให้เสียบรรจุภาชนะอัดลมไปยังประเทศจีนระหว่างปี 2550 - 2562 5 - 11

ตารางที่ 5 – 10 ผลการประมาณการปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อราคาทุเรียนผลสด แช่เย็น แช่แข็ง และอบแห้งในประเทศระหว่างปี 2550 - 2562 5 - 12

ตารางที่ 5 – 11 ผลการประมาณการปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อราคามังคุดผลสดและแช่เย็น แช่แข็งในประเทศระหว่างปี 2550 - 2562 5 - 13

ตารางที่ 5 – 12 ผลการประมาณการปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อราคาลำไยผลสด อบแห้ง บรรจุภาชนะที่อากาศผ่านเข้าออกไม่ได้ และบรรจุภาชนะที่อากาศเข้าออกไม่ได้ที่ปรุงแต่งหรือทำไว้ไม่ให้เสียบรรจุภาชนะอัดลมในประเทศระหว่างปี 2550 - 2562 5 - 14

ตารางที่ 6 – 1 ปริมาณผลผลิตลำไยภายในประเทศระหว่างปี 2550 - 2562 6 - 8

ตารางที่ 6 – 2 ปริมาณการแปรรูปลำไยระหว่างปี 2550 - 2562 6 - 9

ตารางที่ 6 – 3 ปริมาณการส่งออกลำไยสดระหว่างปี 2550 - 2562 6 - 10

สารบัญรูป

รูปที่		**หน้า**
รูปที่ 2 - 1	การเคลื่อนไหวบนเส้นอุปสงค์	2 - 2
รูปที่ 2 - 2	การย้ายเส้นอุปสงค์	2 - 3
รูปที่ 2 - 3	เส้นอุปทาน	2 - 4
รูปที่ 2 – 4	ห่วงโซ่อุปทานของลำไยสดของไทย	2 - 7
รูปที่ 2 - 5	แนวคิดของห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)	2 - 8
รูปที่ 2 - 6	ราคาขายปลีก ราคาที่ฟาร์ม และส่วนเหลื่อมการตลาด	2 - 20
รูปที่ 2 – 7	กรณีส่วนเหลื่อมการตลาดคงที่	2 - 20
รูปที่ 2 – 8	กรณีส่วนเหลื่อมการตลาดที่ไม่คงที่	2 - 21
รูปที่ 2 – 9	ความยืดหยุ่นของอุปสงค์เท่ากับความยืดหยุ่นของอุปทาน	2 - 22
รูปที่ 2 – 10	ความยืดหยุ่นของอุปสงค์มากกว่าความยืดหยุ่นของอุปทาน	2 - 22
รูปที่ 2 – 11	ความยืดหยุ่นของอุปสงค์น้อยกว่าความยืดหยุ่นของอุปทาน	2 - 23
รูปที่ 2 - 12	อุปทานไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคาอย่างสมบูรณ์	2 - 23
รูปที่ 2 - 13	การเคลื่อนย้ายของเส้นอุปสงค์ขั้นปฐมโดยเส้นอุปทานคงที่	2 - 24
รูปที่ 2 - 14	การเคลื่อนย้ายของเส้นอุปสงค์ขั้นปฐมโดยเส้นอุปสงค์คงที่	2 - 24
รูปที่ 2 – 15	การคัดเกรดสินค้าที่ไม่มีผลกระทบต่อต้นทุนการตลาด	2 - 25
รูปที่ 2 – 16	การคัดเกรดสินค้าที่ทำให้ส่วนเหลื่อมการตลาดลดลง ส่งผลให้ราคาขายปลีกและฟาร์มเพิ่มขึ้น	2 - 25
รูปที่ 2 – 17	การคัดเกรดสินค้าที่ทำให้ส่วนเหลื่อมการตลาดลดลง ส่งผลให้ราคาขายลดลงและราคาฟาร์มเพิ่มขึ้น	2 - 26
รูปที่ 2 - 18	การคัดเกรดสินค้าที่ทำให้ส่วนเหลื่อมการตลาดเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ราคาขายปลีกเพิ่มขึ้นและฟาร์มลดลง	2 - 26
รูปที่ 2 - 19	การคัดเกรดสินค้าที่ทำให้ส่วนเหลื่อมการตลาดเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ราคาขายปลีกลดลงและฟาร์มลดลง	2 - 26
รูปที่ 2 – 20	ขอบเขตการขนส่งสินค้าไปขายที่ตลาดกลาง ณ อัตราค่าขนส่งที่ต่างกัน	2 - 27
รูปที่ 2 - 21	อาณาเขตตลาด (Market Boundaries)	2 - 28
รูปที่ 2 – 22	แบบจำลองดุลยภาพราคาระหว่างท้องที่ (Spatial Price Equilibrium Model)	2 - 28
รูปที่ 2 – 23	กรอบการศึกษา	2 - 39
รูปที่ 3 - 1	แนวโน้มการส่งออกผลไม้ไทย	3 - 1
รูปที่ 3 - 2	ปริมาณการส่งออกทุเรียนไทยไปจีน	3 - 17
รูปที่ 3 - 3	ปริมาณการส่งออกมังคุดไทยไปจีน	3 - 17
รูปที่ 3 - 4	ปริมาณการส่งออกลำไยไทยไปจีน	3 - 18
รูปที่ 3 - 5	เส้นทางการขนส่งผลไม้ทั้งทางทะเลและทางบกจากประเทศไทยไปประเทศจีน	3 - 22

สารบัญรูป (ต่อ)

รูปที่		**หน้า**
รูปที่ 3 - 6	การขนส่งโดยผ่านเส้นทาง R3A	3 - 23
รูปที่ 3 - 7	การขนส่งโดยผ่านเส้นทาง R9 และ R12	3 - 24
รูปที่ 3 – 8	กระบวนการส่งออกผลไม้ไทยไปประเทศจีน	3 - 29
รูปที่ 4 – 1	ห่วงโซ่อุปทานทุเรียนไทย	4 - 2
รูปที่ 4 – 2	ห่วงโซ่อุปทานมังคุดไทย	4 - 5
รูปที่ 4 – 3	ห่วงโซ่อุปทานลำไยไทย	4 - 7
รูปที่ 4 – 4	การวิเคราะห์โซ่คุณค่าผลไม้ไทย	4 - 12
รูปที่ 4 – 5	การเปรียบเทียบราคาทุเรียนขายในประเทศไทยกับประเทศจีน ปี 2562	4 - 13
รูปที่ 4 – 6	ตลาดขายทุเรียนไทยในประเทศจีน	4 - 14
รูปที่ 4 – 7	ตลาดขายทุเรียนมูซังคิงจากมาเลเซียในประเทศจีน	4 - 15
รูปที่ 4 - 8	ทุเรียนฟริซดรายแปรรูปในประเทศจีน	4 - 15
รูปที่ 4 - 9	การเปรียบเทียบราคามังคุดขายในประเทศไทยกับประเทศจีน ปี 2562	4 - 16
รูปที่ 4 - 10	มังคุดไทยในประเทศจีน	4 - 17
รูปที่ 4 - 11	การเปรียบเทียบราคาลำไยขายในประเทศไทยกับประเทศจีน ปี 2562	4 - 18
รูปที่ 4 - 12	ลำไยไทยในประเทศจีน	4 - 19
รูปที่ 4 - 13	ลำไยอบแห้งในประเทศจีน	4 - 19
รูปที่ 4 - 14	ขั้นตอนของโรงคัดบรรจุผลไม้ไทยก่อนนำทุเรียนส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ	4 - 20
รูปที่ 4 - 15	ขั้นตอนของโรงคัดบรรจุผลไม้ไทยก่อนนำมังคุดออกไปยังตลาดต่างประเทศ	4 - 21
รูปที่ 6 - 1	ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศต่อหัวของประเทศจีน (GDP Per Capita) ปี 2551 – 2562	6 - 6
รูปที่ 6 - 2	เหตุการณ์สำคัญของลำไยใน 30 ปีที่ผ่านมา	6 - 7

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกผลไม้ที่สำคัญ โดยในปี 2560 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกสินค้าผัก ผลไม้สดแช่เย็นแช่แข็งและแห้งเป็นมูลค่า 1,973.19 ล้านเหรียญสหรัฐ (สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม, 2560) โดยกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกอันได้แก่ จันทบุรี ชลบุรี ตราด และระยองนั้น ถือได้ว่าเป็นแหล่งผลิตผลไม้ที่สำคัญ เช่น ทุเรียน และมังคุด จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ปี 2561 ทุเรียนในภาคตะวันออกนั้นมีเนื้อที่ยืนต้นปลูก 3.11 แสนไร่ และมีเนื้อที่ให้ผล 2.56 แสนไร่ มีผลผลิตเฉลี่ย 1,649 กิโลกรัมต่อไร่ ซึ่งหมายถึงปริมาณผลผลิตโดยรวมจำนวน 4.22 แสนตัน สำหรับมังคุดในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกนั้น มีเนื้อที่ยืนต้น 1.99 แสนไร่ มีเนื้อที่ให้ผลผลผลิต 1.90 แสนไร่ และผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่อยู่ที่ 775 กิโลกรัมต่อไร่ ส่งผลให้ปริมาณผลผลิตโดยรวมมีทั้งสิ้น 1.47 แสนตัน

ถึงแม้ว่าจังหวัดภาคตะวันออกมีแนวโน้มขยายกำลังการผลิตในอนาคต สถานะเกษตรกรผู้ปลูกผลไม้ในปัจจุบันได้ถูกแทรกแซงจากกลุ่มทุนต่างประเทศในการเข้ามาเหมาซื้อถึงสวน โดยเฉพาะกลุ่มผู้ค้าจากประเทศจีน ด้วยความที่ชาวจีนนิยมชมชอบผลไม้ของไทยเป็นทุนเดิมและมีปริมาณความต้องการผลไม้ไทยในประเทศจีนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้มีพ่อค้าชาวจีนเข้ามาตั้งโรงคัดบรรจุผลไม้หรือที่เรียกกันว่า “ล้ง” หรือ “ล้งจีน” มากขึ้น เพื่อรับซื้อผลไม้ไทยถึงสวนและส่งออกไปยังประเทศจีน จากข้อมูลของศูนย์วิจัยพืชสวนจังหวัดจันทบุรี (2561) ระบุว่า “ล้งที่ได้รับการรับรองคุณภาพและมาตรฐานการผลิตอาหารอย่างปลอดภัย (Good Manufacturing Practice: GMP) มีปริมาณทั้งสิ้น 122 โรง โดยในจำนวนนี้เป็นผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนเกือบครึ่งหนึ่ง ผลไม้ส่งออกโดยเฉพาะทุเรียนที่ส่งไปยังตลาดจีน ส่วนใหญ่เป็นการส่งออกโดยโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ ซึ่งเข้ามาประกอบธุรกิจรับซื้อและตั้งโรงคัดบรรจุผลไม้โดยใช้ชื่อคนไทยในลักษณะตัวแทนถือหลักทรัพย์ (Nominee) ซึ่งแสดงถึงบทบาทการครอบงำการค้าผลไม้ไทยของพ่อค้าชาวจีน เนื่องจากกลุ่มโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติมีอำนาจในการรับซื้อผลไม้ค่อนข้างสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งทุเรียนและมังคุด

ในปัจจุบันนโยบายด้านการส่งออกผลไม้ของไทยจะมุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Creation) เช่น การแปรรูปเป็นผลไม้อบแห้ง ผลไม้กระป๋อง เป็นต้น รวมถึงการสร้างโซ่อุปทาน (Supply Chain) ในการผลิต ตั้งแต่การผลิต จนถึงตลาดผู้ซื้อ แต่ในขณะเดียวกันกลับพบว่า ได้มีชาวต่างชาติใช้ความต้องการสินค้าของลูกค้ามาเป็นเงื่อนไขการต่อรองการซื้อตามคุณสมบัติผลไม้ที่ต้องการ ส่งผลให้โซ่อุปทานตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง และอาจทำให้ผลประโยชน์ของผู้ประกอบการไทยลดลง จากรายงานของคณะอนุกรรมธิการพาณิชย์ ในคณะกรรมาธิการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน สภานิติบัญญัติแห่งชาติ (สนช.) (2561) ได้คาดการณ์ไว้ว่าธุรกิจรับซื้อผลไม้จะดำเนินการโดยนักธุรกิจชาวจีนทั้งหมดภายใน 5 ปี โดยเฉพาะแหล่งปลูกผลไม้ที่สำคัญของประเทศไทย จังหวัดในภาคตะวันออก ได้แก่ ระยอง จันทบุรี และตราด ซึ่งเป็นแหล่งเพราะปลูกไม้ผลที่สำคัญ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาสัดส่วนการถือครองที่ดินสำหรับการทำเกษตรกรรม ประเภทของไม้ผลและไม้ยืนต้น มีพื้นที่เท่ากับ 3,962,755 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 77 ของเนื้อที่การปลูกไม้ผลทั้งหมดในภาคตะวันออกของประเทศ จำนวน 5,175,697 ไร่ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ,

2556) อีกทั้งมีผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลไม้สดและผลไม้แปรรูปอยู่เป็นจำนวนมาก และเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

ปัจจุบันรัฐบาลได้พยายามหาแนวทางการแก้ไขปัญหาข้างต้น โดยได้เห็นชอบในหลักการการจัดตั้งระเบียงผลไม้ภาคตะวันออก (Eastern Fruit Corridor: EFC) ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อให้ภาคตะวันออกเป็นตลาดกลางในการประมูลผลไม้คุณภาพสูง เพื่อลดบทบาทและอำนาจการต่อรองของพ่อค้าชาวจีน อย่างไรก็ตาม เพื่อให้สามารถเข้าใจปัญหาและสามารถบริหารจัดการปัญหาการครอบงำธุรกิจผลไม้ไทยของนักธุรกิจจีนได้อย่างแท้จริง จึงควรมีการศึกษาผลกระทบของโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติที่มีต่อการค้าผลไม้ไทยในภาคตะวันออก โดยเน้นผลกระทบในระยะสั้นเพื่อการหามาตรการป้องกันในลักษณะเร่งด่วน เพื่อการนำไปพิจารณาต่อยอดการศึกษาผลกระทบและการสร้างมาตรการช่วยเหลือเกษตรกรในระยะยาวต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1) เพื่อศึกษาห่วงโซ่อุปทานผลไม้ไทย
2) เพื่อศึกษาการขยายอิทธิพลของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ
3) เพื่อศึกษาผลกระทบระยะสั้นของโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติต่อห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของผลไม้ไทย

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อให้ทราบถึงผลกระทบเชิงบวก เชิงลบ ทั้งทางตรงและทางอ้อมในระยะสั้นจากการดำเนินธุรกิจของโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ เพื่อนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการบริหารจัดการโซ่อุปทานผลไม้ไทยในภาคตะวันออก

1.4 เป้าหมายของผลผลิต (Output) และตัวชี้วัด

เป้าหมายของผลผลิตจากการศึกษาตามแผนการดำเนินงานของแผนงานวิจัย เรื่องผลกระทบระยะสั้นของการขยายกิจการของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติต่อห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของผลไม้ไทยคือ เกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้อง (ตารางที่ 1 - 1)

ตารางที่ 1 - 1 ผลผลิตและตัวชี้วัดของแผนงานวิจัย

ผลผลิต	ตัวชี้วัด			
	เชิงปริมาณ	เชิงคุณภาพ	เวลา	ต้นทุน
บทวิเคราะห์ผลกระทบทั้งระยะสั้นของโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติต่อห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของผลไม้ไทย	รายงานฉบับสมบูรณ์ และการนำเสนอบทวิเคราะห์ร่วมกับการนำเสนอของโครงการใหญ่	ข้อเสนอแนะแก่เกษตรกรและผู้ที่มีหน้าที่ในตลาดผลไม้ไทยในการเตรียมรับมือต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปของตลาดผลไม้ไทยอย่างน้อย	การปรับตัวของเกษตรกรต่อการเปลี่ยนแปลงในระยะสั้น	-

1.5 เป้าหมายของผลลัพธ์ (Outcome) และตัวชี้วัด

เกษตรกร ผู้ประกอบการที่เป็นตัวแทนของพ่อค้าชาวจีน ผู้ประกอบการคนไทย และผู้ส่งออกหรือหน่วยงานต่าง ๆ ที่ได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้ การสร้างศักยภาพในการตระหนัก ขีดความสามารถในเรียนรู้การปรับตัวให้ทันกับสถานการณ์ในปัจจุบัน เกี่ยวกับผลกระทบทั้งระยะสั้นและระยะยาวของโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติต่อห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของผลไม้ไทย (ตารางที่ 1 - 2)

ตารางที่ 1 - 2 ผลลัพธ์และตัวชี้วัดของแผนงานวิจัย

ผลลัพธ์	ตัวชี้วัด			
	เชิงปริมาณ	เชิงคุณภาพ	เวลา	ต้นทุน
เกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจเรื่องการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดมากขึ้น	รายงานฉบับสมบูรณ์ และการนำเสนอบทวิเคราะห์ร่วมกับการนำเสนอของโครงการใหญ่	การวัดความรู้ความเข้าใจของเกษตรกรหลังการได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้ร่วมกับโครงการใหญ่	การปรับตัวของเกษตรกรต่อการเปลี่ยนแปลงในระยะสั้น	-

บทที่ 2

การทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้ได้ดำเนินการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทั้งในมุมความต้องการซื้อสินค้าและการเสนอขาย การค้าและนโยบายการค้าระหว่างประเทศ ลักษณะของผลผลิตที่ออกสู่ตลาดภายใต้ทฤษฎีใยแมงมุม ตลอดจนแนวคิดเกี่ยวกับโซ่อุปทานและโซ่คุณค่า นอกจากนั้นได้ตรวจสอบวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาโดยเฉพาะในด้านมาตรฐานสินค้า ผลกระทบจากผู้รวบรวมสินค้าเกษตร และโซ่อุปทานและโซ่คุณค่า เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบการศึกษา ประเด็นคำถามสำหรับการสอบถามผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งเกษตรกร ผู้รวบรวม และหน่วยงานรัฐ

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ทฤษฎีอุปสงค์

คำว่าอุปสงค์ (Demand) หมายความถึงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งที่มีผู้ต้องการซื้อ ณ ระดับราคาต่าง ๆ กันของสินค้าชนิดนั้น ภายในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งความต้องการในที่นี้ต้องมีอำนาจซื้อ (Purchasing Power) หรือความสามารถที่จะซื้อ (Ability to pay) กำกับอยู่ด้วย ถ้าผู้บริโภคบุคคลใดบุคคลหนึ่งมีแต่ความต้องการสินค้าโดยไม่มีเงินที่จะจ่ายซื้อ เราเรียกความต้องการลักษณะนั้นว่าความต้องการ (Want) ไม่ใช่อุปสงค์ ในทางตรงกันข้าม ถ้าบุคคลใดบุคคลหนึ่งมีเงินเพียงพอที่จะซื้อสินค้า แต่ไม่มีความต้องการในการซื้อสินค้า ก็จะไม่เกิดอุปสงค์นั้นเช่นกัน ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า อุปสงค์ก็คือ ความต้องการในสินค้าและบริการโดยมีความสามารถที่จะซื้อด้วย ณ ระดับราคาหนึ่ง (รัตนา สายคณิตและชลลดา จามรกุล, 2549: 47) ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ ประกอบด้วยปัจจัยต่อไปนี้

1. รายได้ของผู้บริโภค เมื่อรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปมักทำให้ผู้บริโภคจ่ายซื้อสินค้าเปลี่ยนแปลงไปด้วย เช่น เมื่อรายได้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นหรือราคาสูงขึ้น เป็นต้น ซึ่งลักษณะของสินค้าที่บริโภคก็มักจะเปลี่ยนแปลงตามระดับรายได้ของผู้บริโภค

2. ระดับราคาสินค้าชนิดอื่น เพราะสินค้าที่ใช้ซื้อขายในตลาดมักมีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ สินค้าบางชนิดสามารถทดแทนกันได้ เช่น หากผู้บริโภคพบว่าราคาสินค้าชนิดนั้นสูงก็จะลดการซื้อลงและหันไปใช้สินค้าอีกชนิดหนึ่งที่สามารถทดแทนกันได้ เช่น เนื้อสัตว์ เป็นต้น สินค้าบางชนิดต้องใช้ร่วมกันหรือประกอบกัน เช่น กาแฟกับน้ำตาล เมื่อสินค้ามีราคาที่สูงก็จะใช้สินค้าชนิดนั้นลดลง รวมไปถึงความต้องการที่ลดลงตามไปด้วย ดังนั้นการที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งมากน้อยเพียงใดจึงต้องพิจารณาสินค้าชนิดอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์กันด้วย

3. รสนิยมของผู้บริโภค รสนิยมเป็นปัจจัยที่สำคัญมากอย่างหนึ่งต่อการซื้อสินค้า สินค้าบางอย่างแม้จะมีราคาถูกมาก แต่ถ้าไม่เป็นที่พอใจของผู้บริโภค ก็จะไม่ซื้อสินค้านั้น ซึ่งรสนิยมมีความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจ และมีการเปลี่ยนแปลงตามแต่ละช่วงเวลาต่าง ๆ

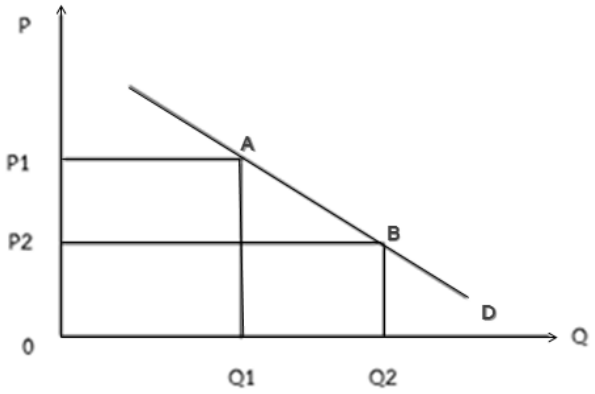
4. การคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้อุปสงค์ของสินค้าเปลี่ยนแปลงไป เช่นถ้าผู้บริโภคคาดคะเนว่าราคาน้ำมันพืชจะสูงขึ้นในสัปดาห์หน้าก็จะรีบซื้อน้ำมันเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปัจจุบัน เป็นต้น

5. ขนาดและโครงสร้างประชากร มีผลทำให้อุปสงค์ของสินค้าเปลี่ยนแปลงไป โดยปกติถ้าจำนวนประชากรเพิ่มขึ้นอุปสงค์ของสินค้าแทบทุกชนิดย่อมเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามยังขึ้นอยู่กับลักษณะโครงสร้างของประชากรด้วย

6. ปัจจัยอื่น ๆ นอกจากปัจจัยที่กำหนดข้างต้นแล้ว การที่ผู้บริโภคจะมีอุปสงค์ของสินค้ามากน้อยเพียงใดยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ อีกมากมาย เช่น อุปนิสัยการใช้จ่ายและการออมของผู้บริโภค ลักษณะการจัดเก็บภาษีของรัฐ และอัตราดอกเบี้ยในท้องตลาด ฯลฯ

การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์เกิดขึ้นจากปัจจัยต่าง ๆ ที่สำคัญ คือ ปัจจัยที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของราคาและการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยอื่นที่ไม่ใช่ราคาโดยมีรายละเอียด ดังนี้

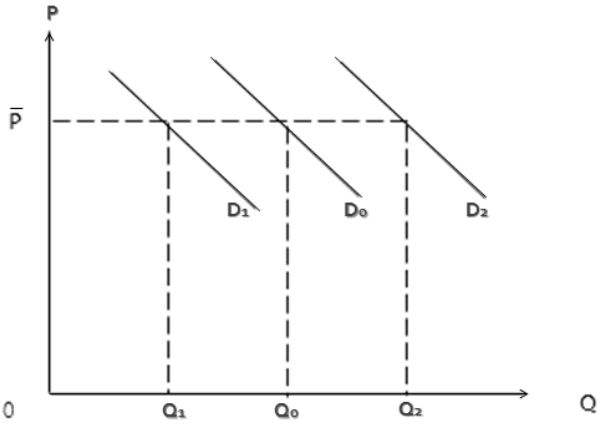
1) การเคลื่อนไหวบนเส้นอุปสงค์ (Move Along Demand Curve) เกิดขึ้นเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคาของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น ๆ ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงจำนวนสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงในปริมาณการซื้อของผู้บริโภคยังขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการซื้อของผู้บริโภค (รูปที่ 2 - 1)



รูปที่ 2 - 1 การเคลื่อนไหวบนเส้นอุปสงค์
ที่มา: กัมปนาท เพ็ญสุภา, 2561

จากรูปแสดงให้เห็นว่า ณ ราคา P_1 ปริมาณซื้อเท่ากับ Q_1 (จุด A) เมื่อลดราคาลงเหลือเท่ากับ P_2 ปริมาณซื้อจะเท่ากับ Q_2 (จุด B)

2) การย้ายเส้นอุปสงค์ (Shift of Demand Curve) การเปลี่ยนแปลงการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของสินค้าและบริการสินค้าชนิดนั้น เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ราคา เช่น รสนิยมของผู้บริโภค รายได้ของผู้บริโภค ราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง ในขณะที่ราคาสินค้าชนิดนั้นยังคง ที่ทำให้เกิดการเคลื่อนไหวของเส้นอุปสงค์ไปทั้งเส้น (รูปที่ 2 - 2)



รูปที่ 2 - 2 การจ่ายเส้นอุปสงค์
ที่มา: กัมปนาท เพ็ญสุภา, 2561

จากรูปที่ 2.2 จะเป็นได้ว่าเส้นอุปสงค์มีการขยับไปจากขวามือ (จากเส้น D_0 ไปยัง D_2) และมีการขยับไปทางซ้ายมือ (จากเส้น D_0 ไปยัง D_1) ในขณะที่เส้น (P) คงที่

2.1.2 ทฤษฎีอุปทาน

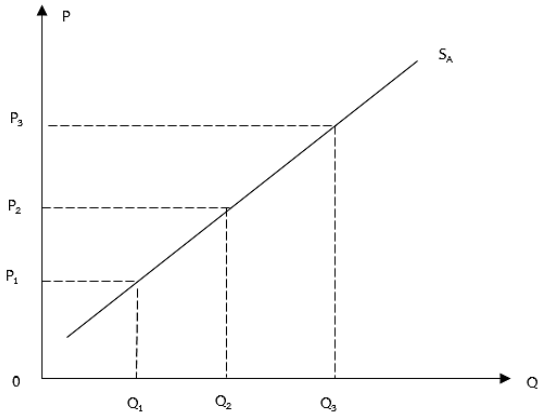
อุปทาน (Supply) หมายถึงปริมาณสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้ผลิตเต็มใจจะขายในตลาดหนึ่ง ๆ ภายในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่าง ๆ กันของสินค้าชนิดนั้น อุปทานของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งหมายความถึงปริมาณสินค้าที่ผู้ผลิตเต็มใจจะนำออกขายในระยะเวลาหนึ่ง ๆ เท่านั้น ไม่ได้หมายถึงปริมาณสินค้าที่ผู้ผลิตผลิตขึ้นทั้งหมด ทั้งนี้เพราะในบางครั้ง ผู้ผลิตอาจไม่พอใจราคาสินค้าที่เป็นอยู่ในขณะนั้น จึงนำสินค้าออกขายน้อยกว่าจำนวนที่ผลิตก็ได้ (รัตนา สายคณิตและชลลดา จามรกุล, 2549: 100) ปัจจัยที่กำหนดอุปทาน ประกอบด้วยปัจจัยต่อไปนี้

1. ต้นทุนการผลิต การตัดสินใจของผู้ผลิตในการเลือกปริมาณการผลิตที่จะทำให้เค้าได้รับกำไรสูงสุด ผู้ผลิตจะต้องทำการเปรียบเทียบระหว่างรายได้จากการขายสินค้ากับต้นทุนในการผลิต ดังนั้นถ้าต้นทุนในการผลิตเปลี่ยนแปลงไป ย่อมทำให้ผู้ผลิตเปลี่ยนแปลงการผลิตไปด้วย

2. ราคาของสินค้าชนิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง การเปลี่ยนแปลงในราคาของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งอาจมีผลกระทบกระเทือนต่อปริมาณการเสนอขายสินค้าอีกชนิดหนึ่งได้ เช่น ในกรณีที่สามารถผลิตสินค้าชนิดหนึ่งทดแทนสินค้าอีกชนิดหนึ่งได้ ถ้าราคาของสินค้าชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลงไปจะทำให้ปริมาณการผลิตสินค้าอีกชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลงไปด้วย

3. เทคโนโลยี ในปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อการผลิตและการเสนอขายสินค้า การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการผลิตจะช่วยเพิ่มประสิทธิรูปของปัจจัยการผลิตและประสิทธิรูปของการผลิต กล่าวคือ ความรู้ทางเทคนิคและทางวิชาการใหม่ ๆ เป็นการเพิ่มความรู้และความสามารถในการทำงานของคนงาน และการนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาใช้ในการผลิตจะช่วยเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนการผลิต

4. การคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต จะทำให้ปริมาณการผลิตในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงได้จากปัจจัยที่กำหนดอุปทาน สามารถเขียนเป็นสมการทางคณิตศาสตร์ เรียกว่า ฟังก์ชันอุปทาน (Supply Function) แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการที่จะเสนอขายสินค้าและบริการชนิดนั้นดังรูปที่ 2 - 3



รูปที่ 2 - 3 เส้นอุปทาน
ที่มา: รัตนา สายคณิตและชลลดา จามรกุล, 2549

2.1.3 ทฤษฎีดุลยภาพ

ดุลยภาพหรือภาวะสมดุล (Equilibrium) โดยทั่วไปหมายถึงสภาวะที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวพันกันอยู่มีลักษณะลงตัวหรือมีความพอดี ในทางเศรษฐศาสตร์แบ่งได้เป็น 2 กรณีได้แก่ ดุลยภาพเฉพาะส่วน (Partial Equilibrium) และดุลยภาพทั่วไป (General Equilibrium) ของระบบเศรษฐกิจที่พลังต่าง ๆ ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนั้นมีความพอดีหรืออีกนัยหนึ่งผลสุทธิของแรงผลักดันอันเกิดจากปัจจัยหรือตัวแปรต่าง ๆ มีค่าเท่ากับศูนย์ เมื่อระบบเศรษฐกิจอยู่ในภาวะสมดุล ปัจจัยที่สำคัญต่าง ๆ จะไม่มีการเปลี่ยนแปลงในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ในทางตรงกันข้าม ถ้าระบบเศรษฐกิจอยู่ในภาวะไม่สมดุล (Disequilibrium) จะมีแรงผลักดันทำให้มีการเคลื่อนเข้าสู่ภาวะสมดุลในที่สุด หากกำหนดให้สิ่งอื่น ๆ คงที่

นอกจากนี้ดุลยภาพแบ่งได้เป็น 2 แบบ ได้แก่ ดุลยภาพแบบมีเสถียรภาพ (Stable Equilibrium) และแบบไร้เสถียรภาพ (Unstable Equilibrium) ดุลยภาพแบบมีเสถียรภาพนั้น หมายถึงการปรับตัวเข้าสู่ภาวะดุลยภาพโดยปริยาย ส่วนดุลยภาพแบบไร้เสถียรภาพ หมายถึงการเคลื่อนย้ายสภาวะทางเศรษฐกิจห่างจากดุลยภาพออกไปทุกที ตัวอย่างดุลยภาพแบบไร้เสถียรภาพ ได้แก่ ทฤษฎีใยแมงมุม (Cobweb Theory) เมื่อเส้นอุปสงค์มีค่าความชันมากกว่าเส้นอุปทาน จะเกิดดุลยภาพแบบไร้เสถียรภาพ (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2547: 27)

2.1.4 ทฤษฎีใยแมงมุม

ทฤษฎีใยแมงมุม (Cobweb Theorem) เป็นทฤษฎีที่อธิบายความผันผวนขึ้น ๆ ลง ๆ ของราคาสินค้าที่ไม่แน่นอนที่ต้องใช้เวลาผลิตเป็นระยะเวลานาน เช่น สินค้าเกษตรกรรม เป็นต้น ทำให้ผู้ผลิตไม่สามารถปรับปริมาณตามราคาที่เป็นอยู่ในขณะนั้นได้แบบทันทีทันใด ผลผลิตที่ได้รับจากการกำหนดปริมาณการผลิตในขณะหนึ่ง ๆ จึงเป็นผลผลิตในงวดต่อไป หรือกล่าวได้ว่าระยะเวลา t จะกำหนดปริมาณเสนอขายในระยะเวลา t+1 หรืออีกนัยหนึ่งสินค้าในระยะเวลา t-1 จะกำหนดปริมาณเสนอขายในระยะเวลา t และปริมาณเสนอซื้อใน

ขณะหนึ่ง ๆ จะเป็นเท่าใดก็ขึ้นกับราคาสินค้าในขณะนั้น ๆ กล่าวได้ว่าราคาในระยะเวลา t จะเป็นตัวกำหนดปริมาณเสนอซื้อในระยะเวลา t (นราทิพย์ ชุติวงศ์, 2558) ซึ่งทฤษฎีใยแมงมุมจะมีความเกี่ยวเนื่องกับอุปสงค์และอุปทานของสินค้าที่ผลิตและส่งออกโดยตรง เนื่องจากความยืดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทานจะเป็นตัวกำหนดความเคลื่อนไหวของราคา โดยมีหลัก ๆ 2 กรณีคือ กรณีแรก ความยืดหยุ่นของอุปสงค์มากกว่าอุปทาน ราคาจะมีการเคลื่อนไหวและมีแนวโน้มเข้าสู่จุดสมดุล กรณีที่สองความยืดหยุ่นของอุปสงค์น้อยกว่าอุปทาน ราคาจะมีการเคลื่อนไหวและมีแนวโน้มออกจากจุดสมดุล (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2549)

2.1.5 ทฤษฎีโครงสร้างตลาด

โครงสร้างตลาด หมายความถึงลักษณะขององค์ประกอบของตลาด ซึ่งโครงสร้างของตลาดจะถูกกำหนดโดยจำนวนผู้ซื้อและผู้ขาย ลักษณะความคล้ายคลึงกันหรือความแตกต่างของสินค้า ความยากง่ายในการเข้าหรือออกจากการดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมนั้น ๆ กล่าวคือ สินค้าชนิดใดที่มีผู้ขายเป็นจำนวนมาก มีผู้ซื้อจำนวนน้อยรายและสินค้าที่ซื้อขายนั้นมีลักษณะคล้ายคลึงกัน สามารถนำสินค้าชนิดอื่น ๆ มาใช้แทนได้ง่ายแล้ว ผู้ซื้อก็จะมีอิทธิพลเหนือผู้ขายในการกำหนดราคาสินค้า ในทางตรงกันข้าม สินค้าชนิดใดที่มีผู้ขายน้อยรายมีผู้ซื้อเป็นจำนวนมาก และถ้าเป็นสินค้าที่จำเป็น สินค้าชนิดอื่น ๆ หาแทนได้ยาก ผู้ขายก็จะมีอำนาจในการต่อรองสูง จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่าโครงสร้างของตลาดเป็นปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดราคาและปริมาณการผลิต ในทางเศรษฐศาสตร์ได้มีการแบ่งตลาดออกเป็น 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfect Competitive Market) และตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ (Imperfect Competitive Market) ดังนี้ (รัตนา สายคณิต และชลลดา จามรกุล, 2549: 114)

1) ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfect Competitive Market) คือตลาดที่ประกอบไปด้วยผู้ผลิตจำนวนมากที่ผลิตสินค้าเหมือนกันทุกประการ ซึ่งทุกหน่วยการผลิตสามารถขายได้จำนวนตามความต้องการที่มี ณ ราคาตลาดนั้น ผู้ผลิตจะมีส่วนแบ่งทางการตลาดน้อยรวมถึงไม่สามารถมีอิทธิพลในการกำหนดราคาตลาดเองได้ ซึ่งผู้ผลิตแต่ละรายนั้นเป็นผู้รับราคาตามตลาด (Price - taker) เงื่อนไขการเข้าออกตลาดเป็นไปอย่างเสรีและไม่มีการกีดกันในการเข้าสู่ตลาด

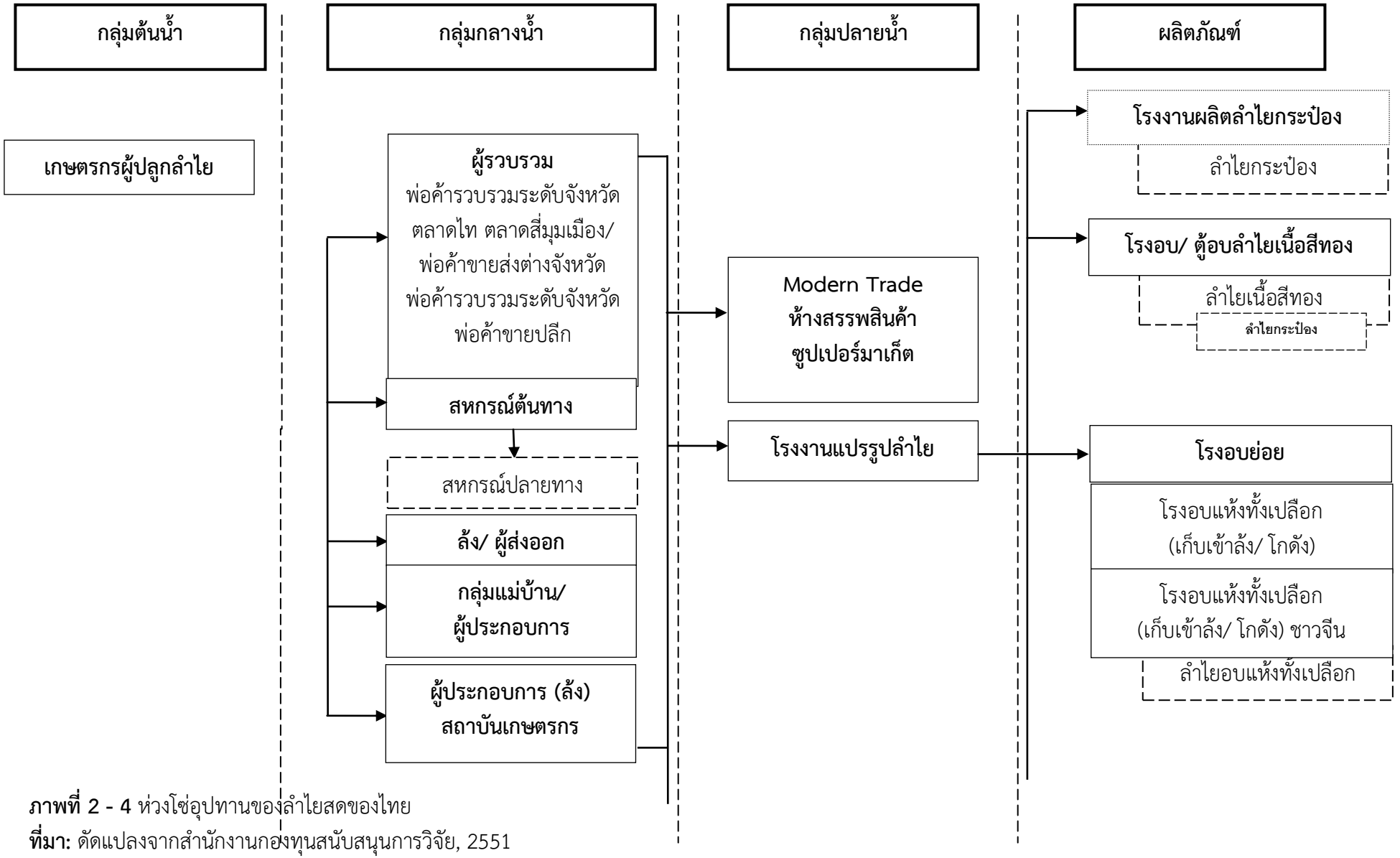
2) ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ (Imperfect Competitive Market) คือเป็นตลาดที่มีผู้ขายหรือผู้ผลิตจำนวนน้อย เนื่องจากเป็นกิจการที่มีการผูกขาดโดยภาครัฐ หรือการที่รัฐบาลให้สัมปทานแก่เอกชน และอาจด้วยเทคโนโลยีการผลิตที่มีความซับซ้อนมีการลงทุนสูง นอกจากนี้การเข้าสู่ตลาดของผู้ขายหรือผู้ผลิตรายใหม่จะถูกกีดกันและไม่ได้เป็นไปอย่างเสรี ผู้ผลิตสามารถเลือกรับระดับราคาหรือระดับผลผลิตได้หากพิจารณาแล้วว่าจะทำให้ได้รับกำไรสูงสุด

2.1.6 ทฤษฎีการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) คือ กระบวนการของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ซึ่งสนับสนุนการไหลทางกายภาพสารสนเทศการเงินและความรู้การเคลื่อนย้ายขนถ่ายผลิตภัณฑ์และการบริการจากผู้ส่งมอบวัตถุดิบไปถึงผู้บริโภคขั้นสุดท้าย (ศรัณยวีร์ คำสี, 2555) การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management: SCM) คือ การออกแบบการวางแผนปฏิบัติการควบคุมติดตามกิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานโดยมีวัตถุประสงค์ในการสร้างคุณค่าในการแข่งขันและยกระดับงานสากลและการปรับปรุงอุปทาน (Supply) ให้สอดคล้องกับ

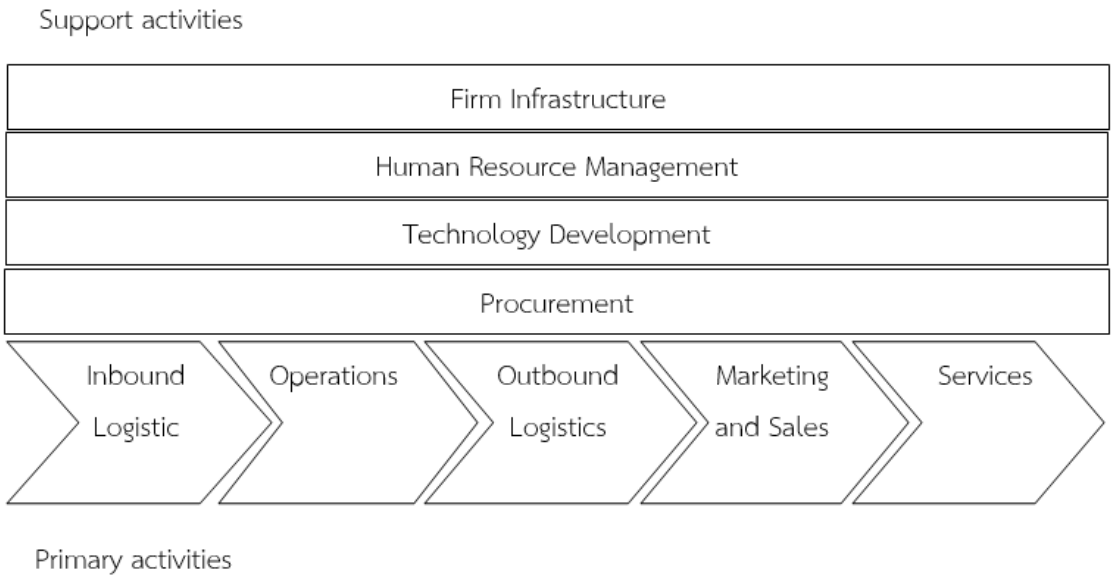
อุปสงค์ (Demand) โดยห่วงโซ่อุปทานนั้นประกอบไปด้วยทุก ๆ ขั้นตอนที่เกี่ยวข้องในทางตรง และทางอ้อมที่มีผลต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

การจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบูรณาการ (Integration) และการจัดการในองค์กรโดยได้มีการนำห่วงโซ่อุปทานกิจกรรมต่าง ๆ ในห่วงโซ่อุปทานและเกี่ยวข้องกับกิจกรรมความสัมพันธ์และความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานซึ่งมีผลกระทบต่อกระบวนการทางธุรกรรมที่จะสร้างเสริมให้มีมูลค่าเพิ่มในสินค้าและบริการนำมาซึ่งความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืนปฏิสัมพันธ์ของการจัดการกระบวนการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุปทานของสินค้าและบริการโดยการปฏิสัมพันธ์จะมีลักษณะเชิงบูรณาการโดยมีเป้าหมายในการที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มและสนองตอบต่อความต้องการของตลาดการผลิตการกระจายและการส่งมอบสินค้าและยังรวมถึงการสื่อสารสนเทศของข้อมูลและข่าวสารโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะลดต้นทุนรวมของธุรกิจและเพิ่มศักยภาพของการแข่งขันจะเห็นได้ว่าการจัดการห่วงโซ่อุปทานนั้นจะเกี่ยวข้องกับกระบวนการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความร่วมมือทางธุรกิจตั้งแต่แหล่งของวัตถุดิบต้นน้ำ (Upstream Source) จนถึงการส่งมอบสินค้าและบริการปลายน้ำ (Downstream Customers) ซึ่งกระบวนการเหล่านี้จะครอบคลุมถึงกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบกระบวนการส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดและการผลิตรวมถึงกระบวนการเคลื่อนย้ายสินค้าจนถึงผู้ต้องการสินค้าทั้งนี้กระบวนการต่าง ๆ จะมีปฏิสัมพันธ์ในลักษณะของบูรณาการทั้งนี้ภารกิจสำคัญของการจัดการห่วงโซ่อุปทานนั้นคือ การมุ่งให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุดโดยเน้นในเรื่องประสิทธิผลเชิงต้นทุนและผลตอบแทนทางธุรกิจที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันในทุกฝ่าย ดังเช่นห่วงโซ่อุปทานลำไยที่แสดงถึงการเชื่อมโยงตั้งแต่ต้นน้ำคือ เกษตรกรผู้ปลูกลำไยถึงปลายน้ำที่เป็นการนำผลผลิตลำไยเข้าสู่กระบวนการแปรรูป โดยที่พ่อค้าคนกลางและร้านค้าปลีกสมัยใหม่เป็นตัวกลางระหว่างเกษตรกรและผู้แปรรูป หรือไปยังผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งรายละเอียดของโซ่อุปทานดังปรากฏในรูปที่ 2 - 4



ภาพที่ 2 - 4 ห่วงโซ่อุปทานของลำไยสดของไทย
ที่มา: ดัดแปลงจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2551

ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) เป็นระบบหนึ่งที่เกิดขึ้นในการแลกเปลี่ยนสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค โดยมีเป้าหมายในการเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและการสร้างความสามารถในการแข่งขันการผลิตที่เชื่อมโยงร่วมกันในห่วงโซ่ ทั้ง เกษตรกร ผู้ผลิต พ่อค้าคนกลาง ตลอดจนผู้ส่งออกสินค้า ตามแนวคิดของห่วงโซ่คุณค่าของ Michael E. porter กิจกรรมภายในห่วงโซ่คุณค่า ประกอบด้วยจุดที่สำคัญ ๆ 2 กิจกรรมคือ กิจกรรมหลัก(Primary activites) และกิจกรรมสนับสนุน (Support activities) ดังนี้ (รูปที่ 2 - 5)



รูปที่ 2 - 5 แนวคิดของห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)
ที่มา: ดัดแปลงจาก Porter, 1996

กิจกรรมหลักในห่วงโซ่คุณค่านั้นประกอบด้วย

- ระบบโลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistic) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยรับ ได้แก่ การขนส่ง การจัดเก็บ และการควบคุม เป็นต้น
- การดำเนินงาน (Operations) เป็นกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสินค้า หรือวัตถุดิบต่าง ๆ ในรูปแบบของการแปรรูป เป็นต้น
- ระบบโลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) เป็นกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บ การจำหน่าย ไปจนถึงการบริการที่ครบสมบูรณ์ทุกขั้นตอนไปยังผู้บริโภค ได้แก่ การจัดการสินค้าคงคลัง
- การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) เป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการ ได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขายผ่านการจัดรายการต่าง ๆ เป็นต้น
- การบริการ (Services) เป็นกิจกรรมที่ครอบคลุมในด้านของการบริการที่เป็นการช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า รวมทั้งการบริการหลังการขายอีกด้วย

ส่วนของกิจกรรมสนับสนุนในห่วงโซ่คุณค่า นั้นประกอบด้วย

- การจัดหา (Procurement) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อ เพื่อการดำเนินการในด้านต่าง ๆ
- การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) กิจกรรมต่าง ๆ ที่ช่วยในการพัฒนาและเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าหรือกระบวนการต่าง ๆ เช่น การพัฒนาและออกแบบ เป็นต้น
- การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรมนุษย์ เช่น การสรรหาและคัดเลือก เป็นต้น
- โครงสร้างพื้นฐาน (Firm Infrastructure) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานทั่วไปขององค์กร ทั้งในด้านการวางแผน ด้านการบัญชี เป็นต้น

ห่วงโซ่คุณค่าเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการแปรรูปสินค้าเพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยในกิจกรรมหลักในด้านการดำเนินงาน (Operation) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแปรสภาพวัตถุดิบ ให้เป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ โดยมีความเกี่ยวข้องกับเครื่องจักรในการบรรจุภัณฑ์ การควบคุมคุณภาพสินค้า เป็นต้น ซึ่งกระบวนการนี้ทำให้สินค้ามีคุณภาพมากขึ้น มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น และสามารถตอบสนองตลาดได้เร็วยิ่งขึ้น และในกิจกรรมสนับสนุนด้านการพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าที่มีอยู่ ทั้งในด้านการวิจัยและพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ การนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ ซึ่งหากมีการเพิ่มมูลค่าสินค้าโดยการแปรรูปเพื่อเป็นการเพิ่มอุปสงค์ให้แก่ตลาดจะเป็นการแก้ไขปัญหาสินค้าล้นตลาดได้อีกช่องทางหนึ่ง

การจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Management) เป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานซึ่งเป็นกระบวนการในการวางแผนการนำเสนอและการควบคุมการไหลที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลและการเก็บสินค้าบริการและข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากจุดเริ่มต้นในการผลิตไปสู่จุดสุดท้ายของผู้บริโภคซึ่งนิยามการจัดการโลจิสติกส์มุ่งเน้นไปที่เรื่องของการจัดการในการวางแผนการควบคุมการไหลของวัตถุดิบและข้อมูลจากจุดแรกถึงจุดสุดท้ายโดยที่การจัดการจะอยู่ภายใต้วัตถุประสงค์ที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งยังได้ให้ความหมายของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ไว้ว่าการจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นการรวมกันของการวางแผนและการจัดการในทุก ๆ กิจกรรมซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดซื้อจัดหากระบวนการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ การจัดการโลจิสติกส์และยังรวมไปถึงการประสานและร่วมมือกันระหว่างสมาชิกในห่วงโซ่อุปทานซึ่งประกอบ ๆ ไปด้วยซัพพลายเออร์ลูกค้าหรือผู้ให้บริการลำดับต่าง ๆ สาระสาคัญคือ การจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นการจัดการในเรื่องของการจัดหาและความต้องการภายใต้ความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทต่าง ๆ โดยความหมายของการจัดการห่วงโซ่อุปทานโดยรวมจะเป็นการจัดการโดยเน้นความสัมพันธ์ของสมาชิกในห่วงโซ่อุปทานซึ่งมีเป้าหมายเด่นชัดในเรื่องของการลดต้นทุนนั้นเอง

การจัดการห่วงโซ่อุปทานมีเป้าหมายเพื่อลดความไม่แน่นอนและความเสี่ยงโดยให้มีระดับสินค้าคงเหลือที่มีผลในทางบวกมีการบริหารวงรอบ (Cycle Time) การบริหารกระบวนการ (Process) และการบริการที่เหมาะสมที่สุดสำหรับลูกค้าหรือผู้บริโภคขั้นสุดท้าย (End Customer Service) ซึ่งการจัดการห่วงโซ่อุปทานนั้นมีความสำคัญต่อองค์กรต่าง ๆ ซึ่งสาเหตุที่ต้องมีการศึกษาและประยุกต์ใช้หลักการของการจัดการห่วงโซ่อุปทานเข้าไปไว้ในหน่วยงานเนื่องจากองค์กรใดที่มีการดำเนินงานหรือเชื่อมโยงติดต่อกับหน่วยงานที่ทำธุรกิจกับคู่ค้าซึ่งจะต้องมีปัญหาเกิดขึ้นไม่มากก็น้อย ดังนั้นการจัดการห่วงโซ่อุปทานจึงมุ่งเน้นในการแก้ปัญหาในด้านต่าง ๆ ประสิทธิภาพของระบบห่วงโซ่อุปทาน และการดำเนินงานในระยะยาวขององค์กร ที่จะก่อให้เกิด

ประโยชน์ร่วมกันทุกฝ่ายจะช่วยสร้างคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์จากการจัดการห่วงโซ่อุปทานและสามารถที่จะสนับสนุนในด้านราคาและด้านปริมาณของอาหารเพื่อการส่งออก ซึ่งจะเป็นการทำให้เกิดความสมดุลระหว่างการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและประสิทธิภาพ

การศึกษาการจัดการทั้งโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานนำไปสู่ข้อสรุปที่ว่าการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเป็นการจัดการแบบบูรณาการโดยเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการจัดซื้อการผลิตการจัดส่ง ฯลฯ โดยเป็นการประสานงานกันระหว่างสมาชิกภายในโซ่อุปทานตั้งแต่ผู้จัดส่งวัตถุดิบไปจนถึงผู้บริโภคภายใต้เป้าหมายของการลดต้นทุนของระบบการเพิ่มระดับการให้บริการนำไปสู่ประสิทธิภาพและการตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยทั่วไปแล้วห่วงโซ่อุปทานประกอบด้วยจุดที่สำคัญ ๆ ดังนี้

- ผู้ส่งมอบ (Suppliers) หมายถึง ผู้ที่ส่งวัตถุดิบให้กับโรงเรื่องหรือสถานปฏิบัติการสำหรับกระจายสินค้า
- โรงงานผู้ผลิต (Manufacturers) หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ในการแปรสรูปวัตถุดิบที่ได้รับจากผู้ส่งมอบให้มีคุณค่าสูงขึ้น
- ศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Centers) หมายถึง จุดที่ทำหน้าที่ในการกระจายสินค้าไปให้ถึงมือผู้บริโภคหรือลูกค้าที่ศูนย์กระจายสินค้าหนึ่ง ๆ อาจจะมีสินค้าที่มาจากหลายโรงงานการผลิต
- ร้านค้าย่อยและลูกค้าหรือผู้บริโภค (Retailers or Customers) คือ จุดปลายสุดของห่วงโซ่อุปทานซึ่งเป็นจุดที่สินค้าหรือบริการต่าง ๆ จะต้องถูกใช้จนหมดมูลค่าและโดยที่ไม่มีการเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการนั้น ๆ

ตัวอย่างกิจกรรมหลักในห่วงโซ่อุปทานการผลิตน้ำมันปาล์มประกอบด้วยประเด็นต่อไปนี้

- การจัดหา (Procurement) เป็นการจัดหาวัตถุดิบหรือวัสดุที่ป้อนเข้าไปยังจุดต่าง ๆ ในสายของห่วงโซ่อุปทานโรงงานได้ผลปาล์มที่มีคุณภาพต่ำถึงแม้ว่าจะมีเครื่องมือเครื่องจักรที่ทันสมัยก็จะส่งผลต่อคุณภาพและต้นทุน ฉะนั้นการจัดหาก็ถือเป็นกิจกรรมหนึ่งที่จะส่งผลต่อคุณภาพและต้นทุนการผลิต
- การขนส่ง (Transportation) เป็นกิจกรรมที่เพิ่มคุณค่าของสินค้าในแง่ของการย้ายสถานที่หากน้ำมันปาล์มประกอบอาหารถูกขายอยู่ที่หน้าโรงงานผลิตอาจจะไม่มีลูกค้ามาซื้อเลยก็ได้ อีกประการหนึ่งก็คือ หากการขนส่งไม่ดีสินค้าอาจจะได้รับความเสียหายระหว่างทางจะเห็นว่าการขนส่งก็มีผลต่อต้นทุนโดยตรง
- การจัดเก็บ (Warehousing) เป็นกิจกรรมที่มิได้เพิ่มคุณค่าให้กับตัวสินค้าเลยแต่ก็เป็นกิจกรรมที่ต้องมีเพื่อรองรับกับความต้องการของลูกค้าที่ไม่คงที่รวมทั้งประโยชน์ในด้านของการประหยัด
- เมื่อมีการผลิตของจำนวนมากในแต่ละครั้งหรือผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีปริมาณวัตถุดิบที่ไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับฤดูกาลและสภาพลมฟ้าอากาศ
- การกระจายสินค้า (Distribution) เป็นกิจกรรมที่ช่วยกระจายสินค้าจากจุดจัดเก็บส่งต่อไปยังร้านค้าปลีกหรือซุปเปอร์มาร์เก็ต

2.1.7 ทฤษฎีเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศ

การค้าระหว่างประเทศ (International Trade) หมายถึงกิจกรรมการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างประเทศ โดยการค้าระหว่างประเทศนั้น ประกอบไปด้วยการนำเข้า (Import) และการส่งออก (Export) ซึ่งเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ การค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้นจากความแตกต่างในผลิตภาพ (Factor Endowment) ต้นทุนการผลิต พื้นฐานความแตกต่างของทรัพยากรในแต่ละประเทศ ทั้งในด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ภูมิประเทศ รวมทั้งระดับของเทคโนโลยี เช่น ความรู้ในวิทยาการใหม่ ๆ ที่นำไปสู่การใช้ทรัพยากรของแต่ละประเทศที่แตกต่างกัน ดังนั้นทรัพยากรที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศส่งผลให้การผลิตในแต่ละประเทศมีความแตกต่างกันไป (โสภิณ ทองปาน, 2536)

ในทางทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้นได้เพราะความได้เปรียบโดยเด็ดขาด หรือความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Absolute Advantage) คือ ประเทศที่สามารถผลิตสินค้าและบริการได้ด้วยต้นทุนที่ถูกกว่าก็จะเป็นผู้ส่งออกสินค้าและบริการชนิดนั้น ขณะเดียวกันก็จะนำเข้าสินค้าและบริการที่ผลิตในประเทศแล้วมีต้นทุนที่สูง เมื่อการส่งออกและนำเข้าสินค้าและบริการมีหลายชนิดมากขึ้น หลักการของความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น (Comparative Advantage) ถูกนำมาใช้พิจารณาในแง่มุมของการผลิต เพื่อไม่ให้เกิดค่าเสียโอกาส (Opportunity Cost) เมื่อสินค้าและบริการชนิดนั้นมีราคาน้อยกว่าค่าเสียโอกาสที่จะต้องผลิตขึ้นเองภายในประเทศควรจะนำเข้าสินค้าและบริการจากต่างประเทศ ในขณะเดียวกันประเทศที่นำเข้าก็สามารถผลิตสินค้าและบริการอื่นที่มีความได้เปรียบมากกว่าและส่งออกสินค้าและบริการชนิดนั้น ซึ่งหลักเกณฑ์นี้จะทำให้แต่ละประเทศเกิดความชำนาญเฉพาะด้าน (Specialization) และช่วยให้การใช้และการจัดสรรทรัพยากรของโลกในแต่ละประเทศที่แตกต่างกันที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Measures of Comparative Advantage) จากทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศบนพื้นฐานความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของระบบเศรษฐกิจที่แสดงให้เห็นถึงการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่ในเศรษฐกิจให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพเมื่อมีการผลิตและการค้าระหว่างประเทศ จากแนวความคิดโดย Heckscher-Ohlin ได้อธิบายไว้ว่า ปัจจัยพื้นฐานที่เป็นตัวกำหนดโครงสร้างของความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบคือ ความยากง่ายให้การใช้ทรัพยากรและความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรในแต่ละประเทศ ซึ่งจะทำให้มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าหากทำการส่งออกสินค้าที่ผลิตจากทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่จำนวนมากภายในประเทศ ซึ่งจากที่กล่าวมาอยู่ภายใต้แบบจำลองที่มีปัจจัยการผลิต 2 ชนิดคือ ทุนและแรงงาน โดยหากประเทศใดมีปัจจัยแรงงานมากกว่าปัจจัยทุน ประเทศนั้นก็จะส่งออกสินค้าที่เน้นการใช้แรงงานในการผลิต (Labor Intensive) ในขณะที่ประเทศนั้นมีปัจจัยทุนมากกว่าปัจจัยแรงงานก็จะทำการส่งออกสินค้าที่ใช้ปัจจัยทุนในการผลิต (Capital Intensive)

2.1.8 ทฤษฎีเกี่ยวกับมาตรการและนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

นโยบายการค้าระหว่างประเทศโดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 2 นโยบายคือ นโยบายการค้าเสรีและนโยบายการค้าคุ้มกันที่จำแนกออกเป็นมาตรการภาษีและที่มิใช่ภาษีแบบดั้งเดิมและสมัยใหม่ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. นโยบายการค้าเสรี (Free Trade Policy)

นโยบายการค้าเสรี เป็นนโยบายที่ดำเนินการค้าโดยปราศจากการกีดกันทางการค้าจากประเทศที่มีอำนาจในการวางกฎเกณฑ์ ลดอัตราภาษีการค้า และอัตราภาษีศุลกากรเพื่อลดอุปสรรคทางการค้าระหว่างประเทศรวมทั้งไม่มีการเข้าแทรกแซงของรัฐบาลในการค้าระหว่างประเทศด้วย โดยยึดหลักการแบ่งงานกันทำ การให้สิทธิพิเศษที่เท่าเทียมกัน การเก็บภาษีอากรของรัฐไม่เก็บในอัตราสูง

2. นโยบายการค้าคุ้มกัน (Protectionism or Protective Trade Policy)

นโยบายการค้าคุ้มกัน หมายถึง นโยบายการค้าที่รัฐบาลส่งเสริมสนับสนุนการผลิตของอุตสาหกรรมภายในประเทศเป็นสำคัญ โดยกำหนดนโยบายในการปกป้องตลาดสินค้าภายในประเทศด้วยวิธีการกีดกันมิให้สินค้าจากต่างประเทศเข้ามาขายแข่งขันกับสินค้าชนิดเดียวกันที่ผลิตขึ้นได้ภายในประเทศ การดำเนินนโยบายเช่นนี้เพื่อคุ้มครองเศรษฐกิจของประเทศเพราะถ้ารัฐบาลไม่ให้ความคุ้มครองทางเศรษฐกิจแล้วประเทศเหล่านั้นอาจประสบกับความเสียหายทางเศรษฐกิจได้

2.1 นโยบายการค้าแบบคุ้มกันโดยใช้มาตรการภาษีศุลกากร (Tariff Masures)

ภาษีศุลกากรเป็นมาตรการของนโยบายการค้าระหว่างประเทศ เป็นเครื่องมือที่รัฐบาลจะใช้ในการเข้าไปแทรกแซงการค้าระหว่างประเทศ โดยมักจะเป็นการเก็บภาษีจากการนำเข้าสินค้า เพื่อเป็นอุปสรรคหรือสิ่งกีดกันการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ ผลที่ตามมาคือ จะเป็นการคุ้มกันผู้ผลิตในประเทศจากการแข่งขันจากสินค้านำเข้า นอกจากนี้ ภาษีศุลกากรยังมีการเก็บภาษีจากการส่งออกเพื่อควบคุมการส่งออกสินค้าบางประเภทด้วย การใช้มาตรการภาษีศุลกากรมักจะมีผลให้เกิดการควบคุมปริมาณและมูลค่าการซื้อขายสินค้า ทั้งนี้ ระดับการคุ้มครองที่ผู้ผลิตภายในประเทศได้รับจากภาษีศุลกากรขาเข้าหรืออากรขาเข้า (Import Duties) จะขึ้นอยู่กับอัตราของภาษีที่จัดเก็บ กล่าวคือ ถ้ารัฐบาลเก็บภาษีศุลกากรในอัตราสูง ผู้ผลิตภายในประเทศก็จะได้รับการคุ้มครองสูงขึ้น ในทางตรงกันข้าม ถ้ารัฐบาลเก็บภาษีศุลกากรในอัตราที่ต่ำ ผู้ผลิตภายในประเทศก็จะได้รับการคุ้มครองต่ำ โดยทั่วไปรัฐบาลจะมีวัตถุประสงค์หลัก ๆ ในการดำเนินมาตรการเก็บภาษีศุลกากร 4 ประการ ได้แก่ เพื่อเป็นรายได้ของรัฐ เพื่อคุ้มครองอุตสาหกรรมภายในประเทศ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมภายในประเทศ และเพื่อส่งเสริมหรือจำกัดการบริโภคของประชาชนโดยการจัดเก็บภาษีศุลกากรสามารถจำแนกตามลักษณะของการจัดเก็บได้เป็น 3 ลักษณะต่อไปนี้

1) การจัดเก็บตามราคา (Ad Valorem Tariff) หมายถึงการจัดเก็บภาษีโดยคิดเป็นร้อยละของมูลค่าสินค้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ หรือราคา C.I.F. (Cost, Insurance and Freight) ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ จำนวนภาษีที่เรียกเก็บจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นสัดส่วนกับมูลค่าสินค้า

2) การจัดเก็บตามสรูป (Specific Tariff) หมายถึงการจัดเก็บภาษีที่คิดเป็นจำนวนเงินแน่นอนต่อหน่วยของสินค้าที่นำเข้า (เช่น น้ำหนัก ปริมาตร และจำนวน เป็นต้น) โดยมิได้คำนึงว่าราคาสินค้าจะเป็นเท่าไร การจัดเก็บในลักษณะนี้มักจะใช้กับสินค้านำเข้าที่มีความแตกต่างด้านคุณภาพสินค้าค่อนข้างน้อยและราคาสินค้าค่อนข้างคงที่ ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นคือ จะทำให้ราคาสินค้าเข้าที่จำหน่ายในตลาดในประเทศจะเปลี่ยนแปลงน้อยกว่ากรณีการจัดเก็บตามมูลค่า

3) การจัดเก็บแบบผสม (Compound Duty) หมายถึง การจัดเก็บภาษีแบบผสมคือ การเก็บภาษีผสมกันระหว่างเก็บภาษีตามราคาและเก็บภาษีตามสภาพ

2.2 นโยบายการค้าแบบคุ้มกันโดยใช้มาตรการที่มิใช่ภาษีศุลกากร (Non-tariff Measures)

กระแสการเปิดเสรีทางการค้าทั้งในระดับพหุภาคี ทวิภาคี และระดับภูมิภาคทำให้ประเทศต่าง ๆ รวมทั้งไทยต้องปฏิบัติตามพันธกรณีในการลดหรือยกเลิกการใช้ภาษีศุลกากรเป็นเครื่องมือในการกีดกันการนำเข้า อย่างไรก็ตามรัฐบาลยังคงได้รับแรงกดดันจากอุตสาหกรรมท้องถิ่นในการให้การคุ้มครองผู้ผลิตในประเทศ ทำให้รัฐบาลมักจะหันมาใช้มาตรการของนโยบายการค้าระหว่างประเทศที่มิใช่ภาษีศุลกากรมากขึ้น ซึ่งมาตรการในส่วนนี้มีทั้งมาตรการที่มีการใช้เป็นเครื่องมือในการดำเนินนโยบายการค้ามาเป็นเวลานาน หรืออาจจะเรียกได้ว่าเป็นมาตรการดั้งเดิม และมาตรการใหม่ที่ประเทศต่าง ๆ ได้นำมาใช้เป็นเครื่องมือของนโยบายการค้าได้ไม่นานมัก แต่กำลังมีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ

1. มาตรการที่มิใช่ภาษีศุลกากรแบบดั้งเดิม มาตรการกลุ่มนี้สามารถจำแนกได้เป็นประเภทต่าง ๆ ได้แก่ 1) โควตานำเข้า (Import Quotas) 2) โควตาส่งออก (Export Quotas) และ 3) การอุดหนุนการส่งออก (Export Subsidies) สรุปรายละเอียดแต่ละมาตรการดังนี้

1.1 โควตานำเข้า คือ หนึ่งในมาตรการของนโยบายการค้าระหว่างประเทศที่มิใช่ภาษี ที่สามารถส่งผลให้เกิดการกีดกันการนำเข้าได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยจะมีการกำหนดปริมาณสินค้าสูงสุดที่จะได้รับอนุญาตให้นำเข้าประเทศได้ โควตานำเข้าอาจจะกำหนดอยู่ในรูปของมูลค่าหรือปริมาณการนำเข้าก็ได้ โดยทั่วไปมักจะมีการออกใบอนุญาตการนำเข้า (Import Licensing) ควบคู่ไปกับการกำหนดโควตานำเข้าที่มีวัตถุประสงค์เพื่อจำกัดปริมาณสินค้าเข้าและคุ้มครองผู้ผลิตภายในประเทศจากการแข่งขันจากสินค้านำเข้า หรือเพื่อช่วยเหลือสนับสนุนให้อุตสาหกรรมในประเทศสามารถพัฒนาตัวเองโดยเฉพาะอย่างยิ่งในระยะแรกของการดำเนินการได้ นอกจากนี้ รัฐบาลยังอาจจะมีการกำหนดโควตาการนำเข้าเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์อื่นอีก เช่น เพื่อบรรเทาหรือแก้ปัญหาการขาดดุลการค้าและดุลการชำระเงิน เพื่อสงวนเงินตราต่างประเทศ และเพื่อควบคุมการบริโภคสินค้าบางประเภทของประชาชน โดยทั่วไปแล้วโควต้านำเข้ามี 3 มาตรการดังนี้

- โควตาแบบทั่วไป (Global Quota) เป็นโควตาที่ประเทศผู้นำเข้ากำหนดปริมาณสูงสุดที่จะนำเข้าสินค้าได้ในระยะเวลาหนึ่ง โดยไม่ได้คำนึงว่าสินค้านั้นจะมีแหล่งกำเนิด (Country of Origin) มาจากที่ใด ไม่มีการจัดสรรปริมาณให้แก่ประเทศผู้ส่งออกประเทศใดเป็นพิเศษ ประโยชน์ของโควตาแบบทั่วไป คือ สามารถปฏิบัติได้ง่าย ไม่ต้องมีการตรวจสอบแหล่งที่มาของสินค้าอย่างเคร่งครัด การกำหนดโควตาแบบนี้มีข้อด้อยเพราะอาจทำให้เกิดการเร่งนำสินค้าเข้า เนื่องจากเมื่อมีการนำเข้าครบโควตาแล้ว ก็จะไม่สามารถนำเข้าได้อีก การเร่งนำสินค้าเข้าจำนวนมากเช่นนี้อาจทำให้สินค้าล้นตลาดได้ในระยะเวลาหนึ่งและจะทำให้ราคาสินค้าในตลาดในประเทศผันแปรได้ง่าย
- โควตาแบบจัดสรร (Allocated Quota) เป็นโควต้าที่นอกจากจะกำหนดปริมาณสูงสุดที่จะนำเข้าได้แล้ว ยังกำหนดเพิ่มเติมอีกว่าสินค้าเหล่านั้นจะต้องส่งมาจากประเทศใดบ้างและเป็นจำนวนเท่าใด โดยปริมาณการนำเข้ารวมที่ทุกประเทศได้รับการจัดสรรจะต้องไม่เกินโควตารวมที่กำหนดไว้ทั้งหมดซึ่งการกำหนดโควตาของประเทศผู้นำเข้าให้แต่ละประเทศนั้น มักจะคำนึงถึงประวัติในการส่งออกที่ผ่านมาของ

ประเทศนั้น ๆ (Past Performance) ถ้าประเทศใดได้รับโควตาและไม่ส่งสินค้าให้ครบภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ จะต้องคืนโควตาดังกล่าวเพื่อให้ประเทศผู้นำเข้าจัดสรรให้แก่ประเทศผู้ส่งออกรายอื่นต่อไป

- โควตาภาษีศุลกากร (Tariff Quota) เป็นการจำกัดปริมาณการนำเข้าของสินค้าจำนวนหนึ่งที่สามารถจะนำเข้ามาภายในประเทศได้โดยเสียภาษีในอัตราต่ำหรือไม่ต้องเสียภาษีขาเข้าเลย ในขณะที่ปริมาณการนำเข้าที่เกินกว่าจำนวนที่กำหนดไว้ อาจจะนำเข้าได้โดยเสียภาษีในอัตราที่สูงขึ้น ดังนั้น โควตาภาษีศุลกากรจึงเป็นการรวมเอาลักษณะที่สำคัญของภาษีและโควตาเข้าด้วยกัน

1.2 โควตาส่งออก คือ การกำหนดปริมาณการส่งออกสูงสุดของประเทศ การกำหนดโควตาส่งออกนี้มักจะนำมาใช้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสงวนสินค้าไว้ใช้ภายในประเทศ สร้างหลักประกันไม่ให้เกิดการขาดแคลนสินค้าในประเทศ เพื่อควบคุมคุณภาพหรือมาตรฐานของสินค้าออก เพื่อจัดระบบการส่งออก ลดการแย่งตลาดตัดราคากันเองระหว่างผู้ส่งออก และเพื่อตอบสนองนโยบายระหว่างประเทศหรือนโยบายทางการเมืองและการทหาร รูปแบบหนึ่งของโควตาการส่งออกคือ การจำกัดโควตาโดยสมัครใจหรือการจำกัดการส่งออกโดยสมัครใจ (Voluntary Export Restraints: VERs) ซึ่งมักจะเกิดจากการตกลงกันระหว่างประเทศผู้นำเข้ากับผู้ส่งออก โดยทั่วไปประเทศผู้นำเข้ามักจะกดดันให้ประเทศผู้ส่งออกยินยอมจำกัดปริมาณการส่งออกของตนโดยสมัครใจ ซึ่งประเทศผู้ส่งออกมักจะยินยอมทำตามหากมีอำนาจต่อรองที่ต่ำกว่า อย่างไรก็ตาม VERs อาจจะมีประโยชน์กับประเทศผู้ส่งออกเนื่องจากจะทำให้เกิดความสะดวกในการบริหารจัดการ สามารถจัดสรรโควตาให้แก่เอกชนที่ประสงค์จะส่งออกได้และหลีกเลี่ยงการแข่งขันระหว่างภาคเอกชนกันเอง

1.3 การอุดหนุนการส่งออก คือ การดำเนินงานของรัฐบาลในการให้ความช่วยเหลือหรือสนับสนุนภาคเอกชนเพื่อทำให้เกิดความได้เปรียบในการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ ซึ่งการอุดหนุนทางตรงนั้นหมายรวมถึงการให้เงินทุน การลดหนี้สิน การลดหย่อนหรือยกเว้นภาษีอากร การประกันราคาสินค้า การเข้าร่วมทุนของรัฐบาล การจัดสรรเงินทุน หรือสินเชื่ออัตราดอกเบี้ยต่ำ เป็นต้น นอกเหนือจากความช่วยเหลือทางด้านการเงินโดยตรงแล้ว การอุดหนุนดังกล่าวอาจจะอยู่ในรูปของการสนับสนุนด้านรายได้หรือการสนับสนุนด้านราคาก็ได้ (GATT, 1994) ส่วนความช่วยเหลือทางอ้อมอาจจะอยู่ในรูปของการให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูล การทำโรดโชว์ในต่างประเทศ การติดต่อลูกค้าในต่างประเทศ เป็นต้น การอุดหนุนโดยรัฐนั้นจะเกิดขึ้นเมื่อมีความช่วยเหลือทางการเงินโดยรัฐบาลหรือโดยหน่วยงานของรัฐ ทั้งนี้ WTO ได้แบ่งการอุดหนุนการส่งออกออกเป็น 3 ประเภทหลักดังนี้

- การอุดหนุนที่ไม่สามารถกระทำได้ในลักษณะของ Amber Box คือ การอุดหนุนที่ทำให้เกิดความได้เปรียบแก่ผู้ผลิตในการส่งสินค้าออกไปขายยังต่างประเทศการอุดหนุนประเภทนี้ทำให้เกิดการปิดเบื่อนทางการค้าและอาจจะสร้างความเสียหายให้แก่การค้าของประเทศอื่น
- การอุดหนุนที่สามารถดำเนินการได้แต่อาจจะถูกตอบโต้จากประเทศที่ได้รับผลกระทบ Blue Box คือ การอุดหนุนที่ให้แก่ผู้ส่งออกซึ่งทำให้อุตสาหกรรมภายในประเทศผู้นำเข้าได้รับความเสียหายหรือสร้างความเสียหายให้กับประเทศคู่แข่งขัน
- การอุดหนุนที่สามารถกระทำได้คือ การอุดหนุนที่ไม่เฉพาะเจาะจงผู้รับและซึ่งอาจจะเป็นการอุดหนุนในด้านการวิจัย การพัฒนา หรือการให้ความช่วยเหลือกับพื้นที่ที่ยากจน หรือเป็นการอุดหนุนเพื่อให้ภาคเอกชนสามารถปฏิบัติตามกฎหมายหรือข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมได้

2. มาตราการที่มิใช่ภาษีศุลกากรแบบใหม่ ปัจจุบันประเทศต่าง ๆ ได้มีการใช้มาตรการที่ไม่ใช่ภาษีในรูปแบบต่าง ๆ ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น มาตรการระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ที่รัฐบาลของแต่ละประเทศกำหนดขึ้น เพื่อคุ้มครองผู้ผลิตในประเทศรวมทั้งชีวิตสุขภาพของทั้งมนุษย์ พืช และสัตว์ ซึ่งองค์การการค้าโลกอนุญาตให้ประเทศต่าง ๆ ใช้ได้ภายใต้หลักเกณฑ์และข้อกำหนดขององค์การการค้าโลกเพื่อส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรมหรือใช้เป็นข้อยกเว้นในกรณีฉุกเฉินและจำเป็น รวมทั้งเพื่อความปลอดภัยของมนุษย์ พืช และสัตว์ ทั้งนี้ จำเป็นจะต้องมีหลักฐานทางวิทยาศาสตร์รองรับและมาตราการนั้นต้องไม่เป็นการเลือกปฏิบัติไม่สร้างความเข้มงวดทางการค้าจนก่อให้เกิดอุปสรรคแก่ประเทศคู่ค้า ไม่ทำให้เกิดการกีดกันทางการค้าอย่างแอบแฝง มาตราการที่มิใช่ภาษีในลักษณะนี้มีดังต่อไปนี้

2.1 มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Sanitary and Phytosanitary: SPS) มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชเป็นมาตรการที่ประเทศต่าง ๆ กำหนดขึ้นเพื่อใช้ควบคุมให้สินค้าอาหารและเกษตรไม่เกิดโทษและหรืออันตรายตลอดจนผลเสียด้านต่าง ๆ ต่อชีวิตสุขภาพของมนุษย์ พืชและสัตว์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปกป้องชีวิตมนุษย์ พืช และสัตว์ให้ปลอดภัยจากศัตรูพืชและสัตว์ การแพร่ระบาดของแมลงหรือโรคที่ติดมากับพืชและสัตว์ ทั้งนี้มาตรการดังกล่าวนี้จะต้องไม่ก่อให้เกิดอุปสรรคทางการค้าและบิดเบือนทางการค้าเป็นมาตรการที่บังคับใช้กับประเทศโดยไม่เลือกปฏิบัติ ตั้งอยู่บนพื้นฐานความเป็นไปได้ในการตรวจวิเคราะห์ทางวิทยาศาสตร์ตลอดจนสอดคล้องกับมาตรฐานระหว่างประเทศ ในกรณีที่มาตรฐานระหว่างประเทศไม่ครอบคลุมประเทศสมาชิกสามารถกำหนดมาตรฐานขึ้นเองได้ แต่ต้องมีเหตุผลทางวิทยาศาสตร์มารองรับในการดำเนินการที่เกี่ยวกับมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชนั้นมีองค์กรระหว่างประเทศที่รับผิดชอบดูแล 3 หน่วยงาน ได้แก่ Codex ดูแลเรื่องมาตรฐานความปลอดภัยของอาหาร องค์การโรคระบาดระหว่างประเทศ (World Organization for Animal Health หรือ Office International des Epizootie: OIE) ดูแลเรื่องมาตรฐานการควบคุมโรคในสัตว์ และสำนักงานอนุสัญญาว่าด้วยการอารักขาพืชระหว่างประเทศ (Internationl Plant Protection Convention: IPPC) ดูแลเรื่องมาตรฐานการอารักขาพืช

เนื่องจากความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของแต่ละประเทศมีไม่เท่าเทียมกัน ดังนั้นองค์การการค้าโลกจึงกำหนดมาตรฐานขั้นต่ำสำหรับสุขอนามัยพืชและสัตว์ไว้ในความตกลงว่าด้วยการใช้บังคับมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Agreement on the Application of Sanitary and Phytosanitary Measures) ซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

- มาตรการที่กำหนดบังคับใช้กับสินค้าที่ผลิตภายในประเทศและสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศจะต้องไม่มีความแตกต่างกันกฎระเบียบที่ใช้จะต้องมีการปฏิบัติต่อประเทศคู่ค้าทุกประเทศอย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่มีการเข้มงวดกับประเทศหนึ่งประเทศใดเป็นการเฉพาะเจาะจง
- ข้อบังคับที่กำหนดภายใต้มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชจะต้องมีผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศน้อยที่สุด
- ข้อกำหนดที่บัญญัติขึ้นจะต้องมีความสอดคล้องหรืออยู่ภายใต้ขอบเขตมาตรฐานที่เป็นสากล เช่น FAO WHO Codex เป็นต้น และในกรณีที่ข้อกำหนดของประเทศใดมีมาตรฐานสูงกว่ามาตรฐานระหว่างประเทศต้องมีเหตุผลและข้อพิสูจน์ทางวิทยาศาสตร์สนับสนุน
- มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชที่กำหนดขึ้นจะต้องพิสูจน์ได้โดยหลักเกณฑ์ทางวิทยาศาสตร์ที่แน่นอน

2.1 มาตรการทางเทคนิคต่อการค้า (Technical Barriers to Trade: TBT) หมายถึง

2.2 มาตรการหรือข้อกำหนดที่หลายประเทศนำมาใช้โดยให้เหตุผลเพื่อรักษาความปลอดภัยของชีวิตและสุขภาพของมนุษย์ พืช สัตว์ สิ่งแวดล้อมในประเทศ เช่น การกำหนดกฎระเบียบและข้อความเกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าระหว่างประเทศ มาตรฐานและระบบใบรับรองสำหรับสินค้าส่งออกและนำเข้า บรรจุภัณฑ์การติดฉลาก การกำหนดเงื่อนไขลักษณะเฉพาะผลิตภัณฑ์การนำกลับมาใช้ใหม่ของกระดาษหรือผลิตภัณฑ์พลาสติก มาตรฐานการปล่อยควันเสียจากรถยนต์หรือโรงงาน เป็นต้น ซึ่งข้อกำหนดเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะมีความเข้มงวดมากขึ้นเป็นลำดับจนกลายเป็นอุปสรรคทางการค้าระหว่างประเทศ

สำหรับประเทศพัฒนาแล้วที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการผลิตสูงมักจะมีกฎระเบียบทางเทคนิคที่ซับซ้อนจนกลายเป็นอุปสรรคทางการค้าให้แก่ประเทศผู้ผลิตและส่งออก ที่มีระดับการพัฒนาและระดับเทคโนโลยีการผลิตที่ต่ำกว่า ในกรณีของประเทศไทยกฎระเบียบทางเทคนิคและมาตรฐานที่มักจะเป็นอุปสรรคทางการค้าที่สำคัญคือ มาตรฐานด้านการติดฉลากและการบรรจุหีบห่อโดยประเทศผู้นำเข้ามักจะกำหนดให้สินค้าต้องมีการติดฉลากบนภาชนะหรือหีบห่อผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าอาหารเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประกอบอาหารและสารเคมีที่ใช้ในการผลิตตลอดจนรายละเอียดและคุณสมบัติอื่น ๆ ของสินค้าอย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้บริโภคมีข้อมูลที่เพียงพอประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า

2.3 มาตราการปกป้องการนำเข้าสินค้าที่เพิ่มขึ้น (Safeguard Measures: SG) หรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า มาตราการปกป้องคือ มาตราการที่ประเทศผู้นำเข้ากำหนดขึ้นเพื่อปกป้องอุตสาหกรรมภายในของตนเพื่อมิให้เกิดความเสียหายจากปริมาณนำเข้าที่เพิ่มขึ้นมากกว่าปกติ และเพื่อเปิดโอกาสให้อุตสาหกรรมภายในได้ปรับตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันกับสินค้านำเข้าที่เป็นคู่แข่งได้ โดยรูปแบบของมาตรการปกป้องมีทั้งการเรียกเก็บภาษีอากรเพิ่มเติม การจำกัดปริมาณการนำเข้า หรือการจัดสรรปริมาณการนำเข้า เนื่องจากมาตรการปกป้องเป็นมาตรการที่จะนำมาใช้เพื่อคุ้มครองตลาดและผู้ผลิตในประเทศในกรณีที่มีเหตุการณ์เฉพาะเกิดขึ้น ดังนั้น การใช้มาตราการปกป้องจึงมีเงื่อนไขสำคัญ ดังนั้น (สำนักป้องกันและตอบโต้ทางการค้า, กระทรวงพาณิชย์, 2553) ปริมาณการนำเข้าสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นปริมาณเพิ่มขึ้นจริงอย่างชัดเจน (Absolute Increased) หรือ ปริมาณเพิ่มขึ้นโดยเปรียบเทียบ (Relative Increased) ระหว่างปริมาณนำเข้ากับปริมาณการผลิตในประเทศ

การนำเข้าที่เพิ่มขึ้นนั้น เป็นผลมาจากเหตุการณ์ที่ไม่อาจคาดการณ์ล่วงหน้าได้ (Unforeseen Development) ซึ่งก่อให้เกิดหรือคุกคามให้เกิด "ความเสียหายอย่างร้ายแรง" (Serious Injury) ต่ออุตสาหกรรมภายใน ทั้งนี้ ปัจจัยหลักในการพิจารณาความเสียหายอย่างร้ายแรงประกอบไปด้วยปัจจัยต่อไปนี้

- อัตราและปริมาณของการนำเข้าสินค้าที่เพิ่มขึ้น
- ส่วนแบ่งตลาดของสินค้านำเข้าที่เพิ่มขึ้น
- การเปลี่ยนแปลงของระดับการขาย
- การเปลี่ยนแปลงของระดับผลผลิต
- การเปลี่ยนแปลงของระดับผลิตภาพ
- การเปลี่ยนแปลงของระดับกำลังการผลิตที่ใช้จริง
- การเปลี่ยนแปลงของระดับกำไรและขาดทุน

- การเปลี่ยนแปลงของระดับการจ้างงาน

นอกจากนั้นการใช้มาตรการปกป้องยังมีเงื่อนไขที่สำคัญอื่น ๆ อีก เช่น จะต้องใช้กับสินค้าที่นำเข้ามาจากทุกประเทศ แต่มาตรการปกป้องจะยกเว้นการใช้กับประเทศกำลังพัฒนาที่มีการนำเข้าไม่เกินร้อยละ 3 ของปริมาณการนำเข้ารวมทั้งหมด หรือรวมกันแล้วไม่เกินร้อยละ 9 ของปริมาณนำเข้ารวมทั้งหมด นอกจากนี้ มาตรการปกป้องจะต้องผ่อนคลายความเข้มงวดลง หากมีการใช้มาตรการมากกว่า 1 ปี และระยะเวลาในการใช้มาตรการจะใช้ได้ไม่เกิน 4 ปี ในกรณีที่มีความจำเป็นสามารถขยายเวลาการใช้มาตรการได้อีกไม่เกิน 4 ปี รวมเป็น 8 ปี สำหรับประเทศกำลังพัฒนาสามารถขอขยายมาตรการได้อีกไม่เกิน 2 ปี รวมทั้งหมดไม่เกิน 10 ปี เป็นต้น

ประเภทของมาตราการปกป้องสรุปได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. Global Safeguards (SG) คือ มาตราการ SG ภายใต้ความตกลงว่าด้วยมาตรการ SG ของ WTO และ Article X ของ GATT 1994 ที่ใช้บังคับกับสินค้านำเข้าจากทุกประเทศโดยไม่คำนึงถึงแหล่งที่มาของสินค้า

2. Bilateral Safeguards หรือ Transitional Safeguards คือ มาตราการ SG สองฝ่ายภายใต้ความตกลงการค้าเสรี หรือความตกลงสองฝ่ายอื่น ๆ ซึ่งใช้บังคับกับสินค้านำเข้าเฉพาะจากประเทศคู่ภาคี และใช้กับสินค้าที่อยู่ในรายการสินค้าลด/เลิกภาษีศุลกากรระหว่างกัน

3. Special Safeguards (SSG) คือ มาตราการปกป้องพิเศษภายใต้ความตกลงเกษตรของ WTO ที่ใช้บังคับกับสินค้าเกษตรที่ผูกพันไว้กับ WTO ซึ่งนำเข้าจากทุกประเทศ หรือมาตราการปกป้องพิเศษภายใต้ความตกลงการค้าเสรีที่ใช้บังคับกับสินค้าที่มีความอ่อนไหว (Sensitive) ที่ภาคี 2 ฝ่ายกำหนดร่วมกันนอกจากมาตราการปกป้องที่กล่าวแล้วข้างต้นยังมีอีกรูปแบบหนึ่งนั่นคือ มาตราการปกป้องชั่วคราวที่จะนำมาใช้ในกรณีที่พบว่าการนำเข้าสินค้าก่อให้เกิดความเสียหายและเป็นสถานการณ์วิกฤติซึ่งหากดำเนินการล่าช้าอาจก่อให้เกิดความเสียหายที่ยากต่อการแก้ไข ประเทศผู้นำเข้าสามารถใช้มาตรการปกป้องชั่วคราวได้โดยการเพิ่มอากรขาเข้า ซึ่งการใช้มาตราการดังกล่าวนี้จะใช้ได้ไม่เกิน 200 วัน หากต่อมาผลการไต่สวนพบว่า การนำเข้าสินค้าที่เพิ่มขึ้นไม่ได้ก่อให้เกิดความเสียหายกับผู้ผลิตภายในประเทศจะต้องคืนอากรที่เรียกเก็บเพิ่มให้แก่ผู้นำเข้า

2.4 มาตราการตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-Dumping Measure) เป็นเครื่องมือในการดำเนินนโยบายการค้าระหว่างประเทศของรัฐบาล เพื่อที่จะให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ผลิตในประเทศ และปกป้องอุตสาหกรรม ที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรม (Unfair Competition) จากสินค้านำเข้าที่มีการทุ่มตลาด (Dumping) ซึ่งการทุ่มตลาดนี้หมายถึงการขายสินค้าในตลาดต่างประเทศในราคาที่ต่ำกว่ามูลค่าปกติ (Normal Value) หรือต่ำกว่าราคาขายของสินค้าชนิดเดียวกันที่จำหน่ายอยู่ในประเทศผู้ผลิต หรือต่ำกว่าต้นทุนการผลิตของสินค้านั้น โดยทั่วไปแล้วการทุ่มตลาดจะมีวัตถุประสงค์เพื่อขจัดคู่แข่งในตลาดต่างประเทศหรือเพื่อระบายสินค้าส่วนเกินออกจากประเทศผู้ผลิต ในระยะสั้นการทุ่มตลาดนี้อาจจะเป็นผลดีกับผู้บริโภคในประเทศผู้นำเข้า เพราะทำให้ผู้บริโภคสามารถบริโภคสินค้าได้ในราคาถูก อาจจะทำให้ผู้ผลิตในประเทศที่ผลิตสินค้าชนิดเดียวกันที่ไม่สามารถแข่งขันได้ต้องเลิกกิจการไปในที่สุด ในระยะยาวสินค้านำเข้าเหล่านี้จะสามารถครอบครองตลาดได้และอาจจะผูกขาดตลอดจนสามารถขึ้นราคาสินค้าเพื่อชดเชยกำไรที่ขาดหายไปในช่วง

ระหว่างการทุ่มตลาด จึงถือได้ว่าการทุ่มตลาดจะนำไปสู่การทำลายอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าชนิดนั้นของประเทศผู้นำเข้า และผู้ที่จะได้รับความเดือดร้อนมากที่สุดได้แก่ผู้บริโภคในประเทศนั่นเอง

ด้วยเหตุดังกล่าวนี้ รัฐบาลของประเทศผู้นำเข้าจึงอาจใช้มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด ต่อสินค้าเข้าที่พบว่ามีการทุ่มตลาดในประเทศ เพื่อปกป้องผู้ผลิตภายในประเทศที่ได้รับความเสียหาย มาตรการที่มักจะนำมาใช้ในกรณีนี้ได้แก่ภาษีตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti - Dumping Duty: AD) ที่จะเรียกเก็บจากสินค้านำเข้า AD นี้จะทำให้ราคาของสินค้านำเข้าสูงขึ้น อย่างไรก็ตามการที่ประเทศผู้นำเข้าจะใช้มาตรการ AD ต่อประเทศผู้ส่งออกได้นั้น จะต้องสามารถพิสูจน์ได้ว่ามีการทุ่มตลาดเกิดขึ้นจริงและการทุ่มตลาดดังกล่าวนั้นส่งผลให้เกิดความเสียหายต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศที่ผลิตสินค้าชนิดเดียวกันและความเสียหายนั้นเป็นผลมาจากการทุ่มตลาด (Causal Link) มิใช่เสียหายจากสาเหตุอื่น ๆ ความตกลงทั่วไปว่าด้วยการค้าและภาษีศุลกากรปี ค.ศ. 1994 ได้กำหนดไว้ในความตกลงว่าด้วยมาตราการตอบโต้การทุ่มตลาด เกี่ยวกับเกณฑ์การวัดการทุ่มตลาดและการตอบโต้การทุ่มตลาด โดยมีปัจจัยในการพิจารณาความเสียหายจากการทุ่มตลาด คือ ปริมาณการผลิตสินค้าภายในประเทศลดลง ราคาสินค้าที่ผลิตในประเทศตกต่ำหรือถูกกดราคา ปริมาณสินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น อัตรากำไรลดลง ส่วนแบ่งการตลาดลดลง การจ้างงานลดลง และอัตราการนำเข้าสินค้าที่มีการทุ่มตลาดเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจน

2.5 มาตราการตอบโต้การอุดหนุน (Countervailing Measure) เป็นการดำเนินงานของรัฐบาลเพื่อคุ้มครองอุตสาหกรรมภายในประเทศจากความได้เปรียบของสินค้านำเข้าที่ได้รับการอุดหนุนจากรัฐบาลของประเทศผู้ส่งออก ซึ่งการอุดหนุนนี้ก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการค้าระหว่างประเทศ มาตรการตอบโต้การอุดหนุนมีวัตถุประสงค์เพื่อขจัดความได้เปรียบของสินค้านำเข้านั้น รวมทั้งบรรเทาความเสียหายอย่างร้ายแรง (Serious Injury) ของอุตสาหกรรมภายในของประเทศผู้นำเข้าเครื่องมือที่รัฐบาลประเทศต่าง ๆ มักจะนำมาใช้เพื่อตอบโต้การอุดหนุนได้แก่การเก็บภาษีตอบโต้การอุดหนุน (Countervailing Duty: CVD) โดยรัฐบาลของประเทศผู้นำเข้าจะเรียกเก็บภาษีจากสินค้านำเข้าที่ได้รับการอุดหนุนจากรัฐบาลของประเทศผู้ส่งออก ถ้าสินค้าที่ได้รับการอุดหนุนนั้นสร้างความเสียหายอย่างร้ายแรงให้แก่อุตสาหกรรมภายในประเทศ ภาษี CVD นี้ จะช่วยปรับให้ราคาสินค้านำเข้าดังกล่าวสูงมากขึ้นพอที่จะช่วยบรรเทาความเสียหายต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศ การที่จะระบุว่าการกระทำใดจัดเป็นการอุดหนุนนั้นองค์การการค้าโลกได้กำหนดไว้ในความตกลงว่าด้วยการอุดหนุนและมาตรการตอบโต้จะต้องประกอบด้วยปัจจัยดังต่อไปนี้

1) การให้ความช่วยเหลือทางด้านการเงิน
   - การให้การสนับสนุนเงินทุนโดยตรงในรูปแบบของเงินให้เปล่าเงินกู้ในอัตราดอกเบี้ยพิเศษและการที่รัฐบาลซื้อหุ้นในกิจการของบริษัท
   - การให้การสนับสนุนทางอ้อมซึ่งประกอบด้วยการยกเว้นภาษีอากรหรือการลดหย่อนภาษี เช่น ภาษีรายได้นิติบุคคลหรือภาษีนำเข้า เป็นต้น
   - การให้สินค้าหรือบริการที่นอกเหนือไปจากสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น รับสร้างถนนตัดตรงไปยังโรงงาน เป็นต้น
   - การซื้อหรือการจัดหาสินค้าโดยรัฐบาล
   - การสนับสนุนหรือการอุดหนุนทางด้านราคา

2) การอุดหนุนที่มาจากหน่วยงานของรัฐหรือองค์กรที่รับมอบหมายแหล่งที่มาของการอุดหนุนทางการเงินนั้นอาจมาจากหน่วยงานของรัฐบาลโดยตรงหรือหน่วยงานเอกชนที่รัฐได้มอบหมายให้ดำเนินการแทน เช่น รัฐบาลได้มอบหมายให้ธนาคารพาณิชย์ออกเงินกู้อัตราดอกเบี้ยต่ำให้แก่ผู้ผลิต เป็นต้น

3) การที่รัฐบาลให้ความช่วยเหลือแก่อุตสาหกรรมนอกเหนือไปจากประโยชน์ที่บริษัทเอกชนพึงได้ตามกลไกตลาด

4) การให้ที่เฉพาะเจาะจงซึ่งมี 5 รูปแบบ ดังนี้

- การให้เฉพาะเจาะจงต่อบริษัท
- การให้เฉพาะเจาะจงต่ออุตสาหกรรม
- การให้เฉพาะเจาะจงต่อภูมิภาค
- การให้เฉพาะเจาะจงเพื่อการส่งออก
- การให้การอุดหนุนเพื่อการใช้สินค้าภายในประเทศมากกว่าสินค้านำเข้า

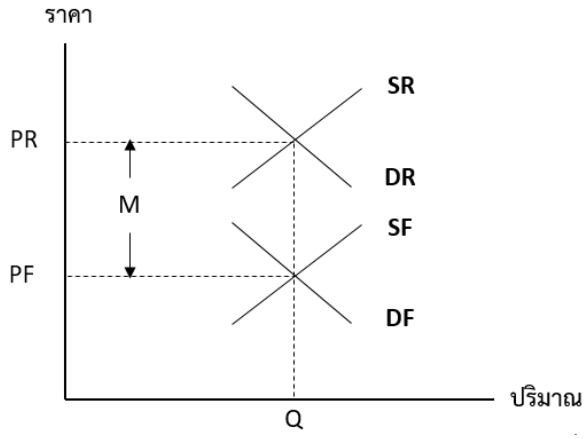
2.6 สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (Generalized System of Preferences: GSP) คือ ระบบสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป หมายถึง ประเทศพัฒนาแล้วให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรแก่สินค้าที่มีแหล่งกำเนิดในประเทศที่กำลังพัฒนาโดยลดหย่อนหรือยกเว้นอากรขาเข้าแก่สินค้าที่อยู่ในข่ายได้รับสิทธิพิเศษทางการค้า ทั้งนี้ประเทศผู้ให้สิทธิพิเศษฯ จะเป็นผู้ให้แต่เพียงฝ่ายเดียว ไม่มีการแลกเปลี่ยนใด ๆ ทั้งสิ้น ปัจจุบันประเทศที่ให้ GSP และมีความสำคัญต่อไทยมีอยู่ 3 ประเทศคือ สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่นโดย GSP เป็นความพยายามขององค์การระหว่างประเทศในการช่วยเหลือประเทศที่มีระดับการพัฒนาน้อยถึงปานกลางในการเข้าสู่ตลาดประเทศที่มีระดับการพัฒนาสูงกว่า เป็นการเพิ่มโอกาสให้แก่สินค้าออกของประเทศเหล่านี้ GSP มีความเป็นมายาวนาน และได้กลายมาเป็นเครื่องมือที่สำคัญของนโยบายการค้าระหว่างประเทศของประเทศที่มีระดับการพัฒนาสูง อย่างไรก็ตามเนื่องจากการเลือกปฏิบัติในด้านภาษีศุลกากรขัดกับหลักการของความตกลงทั่วไปว่าด้วยการค้าและภาษีศุลกากร (GATT) จึงจำเป็นต้องได้รับการยกเว้นจาก GATT ก่อน ซึ่ง GATT ได้ให้ความเห็นชอบและระบบ GSP เริ่มมีผลบังคับใช้ในปี 2514 ซึ่งในชั้นแรกจะอนุญาตให้ประเทศต่าง ๆ สามารถใช้ระบบ GSP เป็นเวลา 10 ปี ต่อมาได้มีการต่ออายุออกไปตามที่ปรากฏใน Enabling Clause ของ GATT และได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของ WTO ในที่สุด

นับตั้งแต่ปี 2514 เป็นต้นมา ประเทศพัฒนาแล้วหลายประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น และแคนาดา ได้มีการจัดตั้งระบบ GSP ของตนเองเพื่อให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีศุลกากรแก่ประเทศที่มีระดับการพัฒนาด้อยกว่า สิทธิประโยชน์ดังกล่าวนี้จะอยู่ในรูปของการลดหรือยกเลิกอัตราภาษีศุลกากรที่เคยเรียกเก็บตามปกติ การดำเนินการภายใต้ระบบ GSP นี้จะเป็นการดำเนินการในลักษณะฝ่ายเดียว ไม่มีเงื่อนไขในการให้ประเทศผู้รับไม่จำเป็นต้องดำเนินการใดๆ ในลักษณะต่างตอบแทน ดังเช่นในกรณีของสหรัฐอเมริกานั้น ได้เริ่มโครงการ GSP แก่ประเทศกำลังพัฒนาและด้อยพัฒนา ทั้งนี้รวมถึงประเทศไทยด้วย ตั้งแต่ปี 2519 เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน (ปี 2561) เพื่อเปิดโอกาสให้สินค้าจากประเทศเหล่านี้สามารถเข้าไปแข่งขันในตลาดสหรัฐอเมริกาได้ โดยสหรัฐอเมริกาได้ให้สิทธิ GSP แก่สินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมมากกว่า 3,400 รายการ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าอุตสาหกรรม โดยมีประเทศที่ได้รับสิทธิทั้งหมด 131 ประเทศ และเป็นประเทศด้อยพัฒนา 44 ประเทศ ที่เป็นไปตามคุณสมบัติของประเทศที่สหรัฐอเมริการกำหนดว่าอยู่ในข่ายได้รับสิทธิ GSP ไว้ และสินค้าที่ได้รับสิทธิ์จะต้องอยู่ในรายการที่กำหนดพร้อมต้องแสดงแหล่งกำเนิดตามกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิด

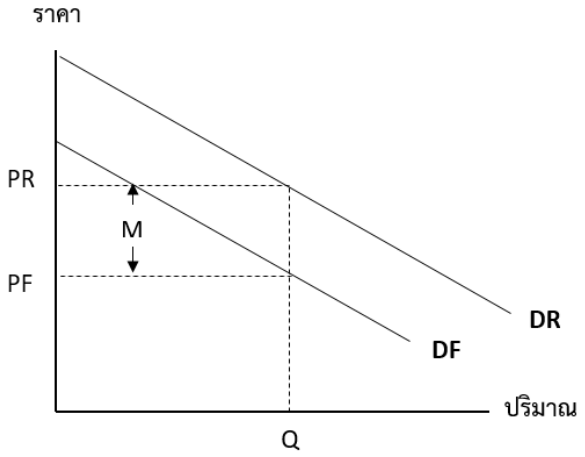
2.1.9 แนวคิดความแตกต่างของราคาผลิตผลเกษตร

ส่วนเหลื่อมการตลาด (Market Margin: M) แสดงถึงผลต่างของราคาที่ผู้ผลิตได้รับและราคาที่ผู้บริโภคจ่าย อันเนื่องมาจากค่าใช้จ่ายด้านการขนส่ง (Logistic Cost) ในการนำสินค้าจากผู้ผลิตมาสู่ผู้บริโภคหรืออาจกล่าวได้กว่า ส่วนเหลื่อมการตลาด หมายถึง ความแตกต่างระหว่างราคาผลิตผลที่ผู้บริโภคจ่าย (PR) หรือราคาขายปลีกกับราคาที่ผู้ผลิตได้รับ (PF) ในหน่วยเดียวกัน (รูปที่ 2 – 6) และส่วนเหลื่อมการตลาดเกิดขึ้นได้ ทั้งในรูปแบบของส่วนเหลื่อมการตลาดคงที่และไม่คงที่ ดังแสดงในรูปที่ 2 – 7 และ 2 - 8

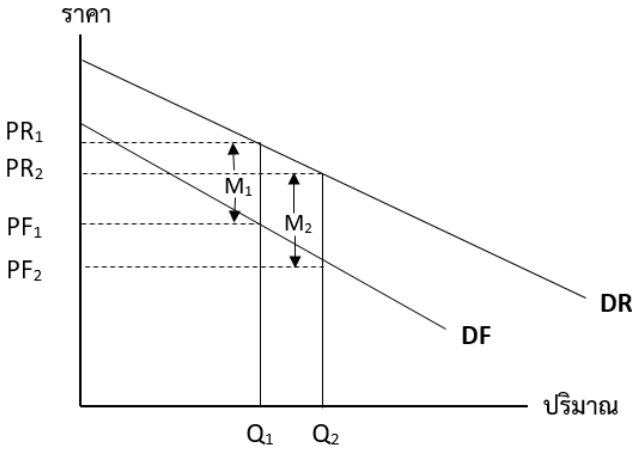
ต้นทุนการตลาดคือ ค่าใช้จ่ายในการนำสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย
ส่วนเหลื่อมการตลาด = ต้นทุนการตลาด + กำไรของผู้ประกอบการตลาด



รูปที่ 2 - 6 ราคาขายปลีก ราคาที่ฟาร์ม และส่วนเหลื่อมการตลาด
ที่มา: กัมปนาท เพ็ญสุภา, 2561



รูปที่ 2 - 7 กรณีส่วนเหลื่อมการตลาดคงที่
ที่มา: กัมปนาท เพ็ญสุภา, 2561



รูปที่ 2 - 8 กรณีส่วนเหลื่อมการตลาดไม่คงที่
ที่มา: กัมปนาท เพ็ญสุภา, 2561

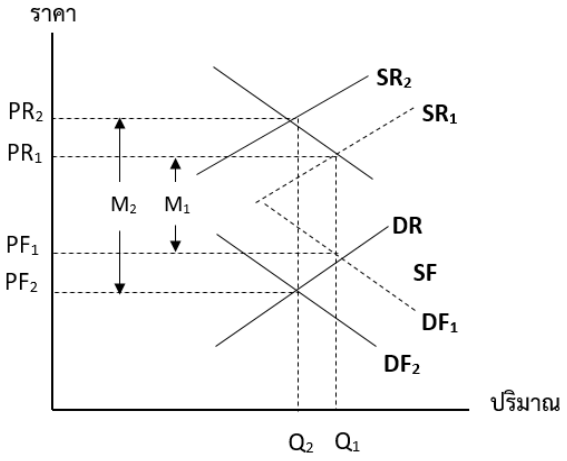
ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อขนาดของส่วนเหลื่อมการตลาด ได้แก่ ลักษณะของผลผลิตชนิดนั้น ลักษณะของความต้องการสินค้าของผู้บริโภค การแข่งขันและระบบการตั้งราคาของผู้ซื้อและผู้ขายในตลาด และความเสี่ยงด้านราคา

ผลกระทบของส่วนเหลื่อมการตลาดที่มีต่อการกำหนดราคาผลิตผลการเกษตร

ทฤษฎีดุลยภาพบางส่วน (Partial - Equilibrium Theory) คือ การพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตัวเดียวโดยให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ในกรณีนี้เป็นการพิจารณาผลกระทบที่มีต่อราคาโดยให้ส่วนเหลื่อมการตลาดเปลี่ยนแปลงไปเพียงปัจจัยเดียว ขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องคงที่ ซึ่งพิจารณาได้ใน 3 กรณี ดังนี้

1) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์เท่ากับความยืดหยุ่นของอุปทาน

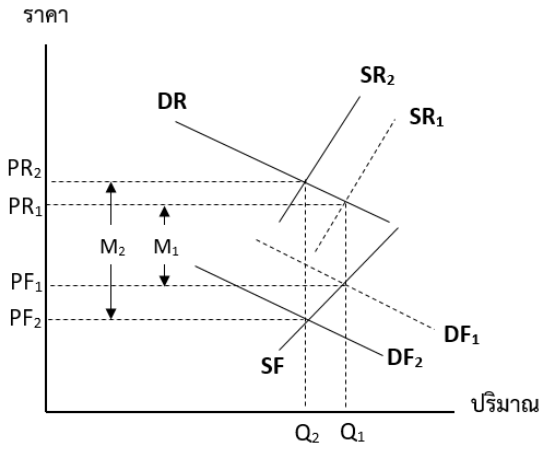
ส่วนเหลื่อมการตลาดเปลี่ยนแปลงจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อราคาที่ผู้บริโภคจ่าย (ราคาขายปลีก) กับราคาที่ฟาร์ม (ราคาที่ผู้ผลิตได้รับ) ในสัดส่วนเดียวกัน แต่เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม เช่น เมื่อส่วนเหลื่อมการตลาดเพิ่มขึ้น จะมีผลทำให้ราคาขายปลีกเพิ่มขึ้นในสัดส่วนเท่ากับสัดส่วนของราคาฟาร์ม (รูปที่ 2 - 9)



รูปที่ 2 - 9 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์เท่ากับความยืดหยุ่นของอุปทาน
ที่มา: กัมปนาท เพ็ญสุภา, 2561

2) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์มากกว่าความยืดหยุ่นของอุปทาน

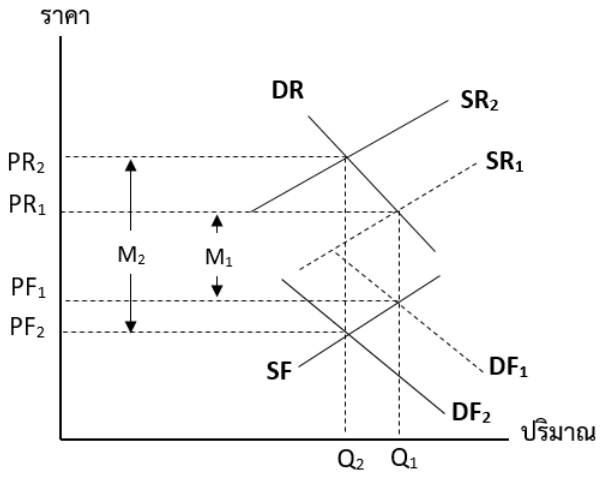
เมื่อส่วนเหลื่อมการตลาดเปลี่ยนแปลงจะมีผลกระทบต่อราคาขายปลีกน้อยกว่าราคาที่ฟาร์ม เช่น เมื่อส่วนเหลื่อมการตลาดเพิ่มขึ้นจะมีผลให้ราคาขายปลีกเพิ่มขึ้นเป็นสัดส่วนน้อยกว่าสัดส่วนของราคาฟาร์มที่ลดลง ดังแสดงในรูปที่ 2 - 10



รูปที่ 2 - 10 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์มากกว่าความยืดหยุ่นของอุปทาน
ที่มา: กัมปนาท เพ็ญสุภา, 2561

3) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์น้อยกว่าความยืดหยุ่นของอุปทาน

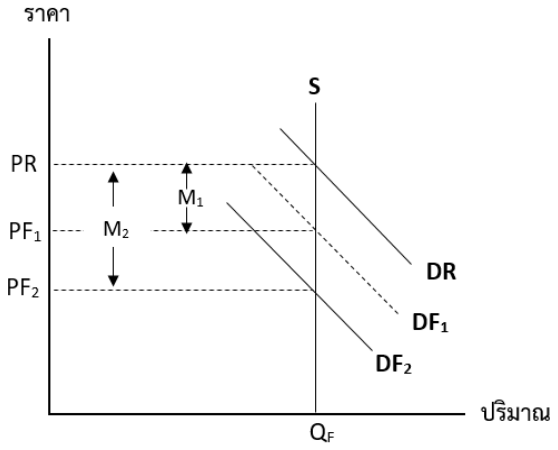
เมื่อส่วนเหลื่อมการตลาดเปลี่ยนแปลงจะมีผลกระทบต่อราคาปลีกมากกว่าราคาที่ฟาร์ม เช่น เมื่อส่วนเหลื่อมการตลาดเพิ่มขึ้นจะมีผลให้ราคาขายปลีกเพิ่มขึ้นเป็นสัดส่วนมากกว่าสัดส่วนของราคาขายปลีกที่เพิ่มขึ้น แสดงในรูปที่ 2 - 11



รูปที่ 2 - 11 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์น้อยกว่าความยืดหยุ่นของอุปทาน
ที่มา: กัมปนาท เพ็ญสุภา, 2561

4) อุปทานไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคาอย่างสมบูรณ์

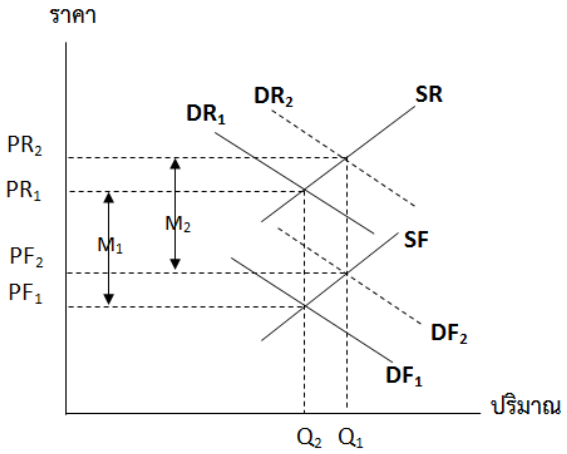
เมื่อส่วนเหลื่อมการตลาดเปลี่ยนแปลงจะมีผลกระทบต่อราคาที่ฟาร์ม (ราคาที่ผู้ผลิตได้รับ) โดยไม่มีผลกระทบต่อราคาขายปลีก (รูปที่ 2.12)



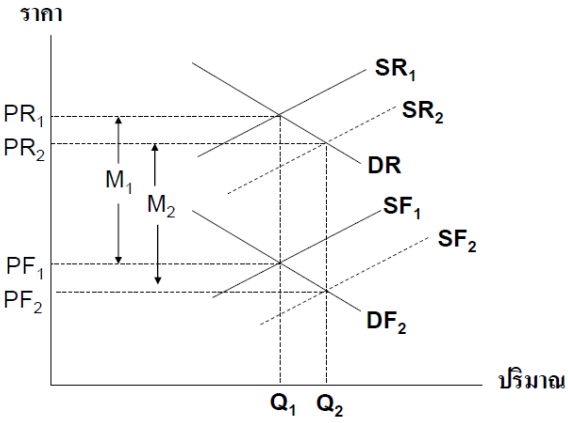
รูปที่ 2 - 12 อุปทานไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคาอย่างสมบูรณ์
ที่มา: กัมปนาท เพ็ญสุภา, 2561

5) การเคลื่อนย้ายของเส้นอุปสงค์หรืออุปทานขั้นปฐม

การเคลื่อนย้ายของเส้นอุปสงค์ขั้นปฐมโดยเส้นอุปทานคงที่
การเคลื่อนย้ายของเส้นอุปทานขั้นปฐมโดยเส้นอุปสงค์คงที่



รูปที่ 2 - 13 การเคลื่อนย้ายของเส้นอุปสงค์ขั้นปฐมโดยเส้นอุปทานคงที่
ที่มา: กัมปนาท เพ็ญสุภา, 2561



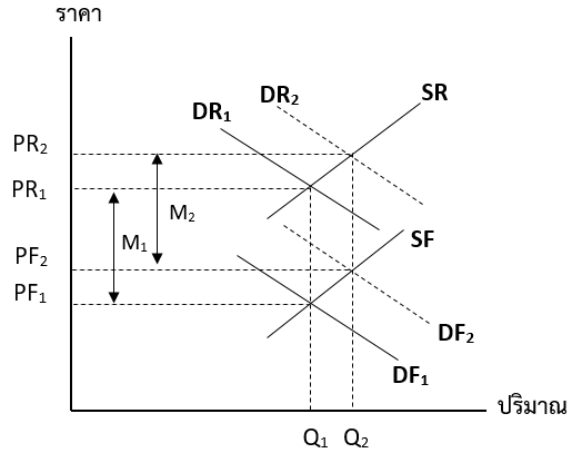
รูปที่ 2 - 14 การเคลื่อนย้ายของเส้นอุปทานขั้นปฐมโดยเส้นอุปสงค์คงที่
ที่มา: กัมปนาท เพ็ญสุภา, 2561

จากลักษณะการเปลี่ยนแปลงส่วนเหลื่อมการตลาดดังกล่าว ทำให้ในตลาดสินค้าเกษตรเมื่อส่วนเหลื่อมการตลาดเพิ่มขึ้น จึงส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตมากกว่าผู้ขายปลีก ซึ่งในกรณีสินค้าเป็นสินค้าฤดูกาล เช่น มังคุดที่มีเฉพาะในช่วงเดือนเมษายน หากค่าขนส่งเพิ่มขึ้น อันเนื่องมาจากราคาน้ำมันที่สูงขึ้น จะส่งผลกระทบต่อราคาขายปลีกและราคาที่ผู้ผลิตได้รับ ณ ฟาร์ม

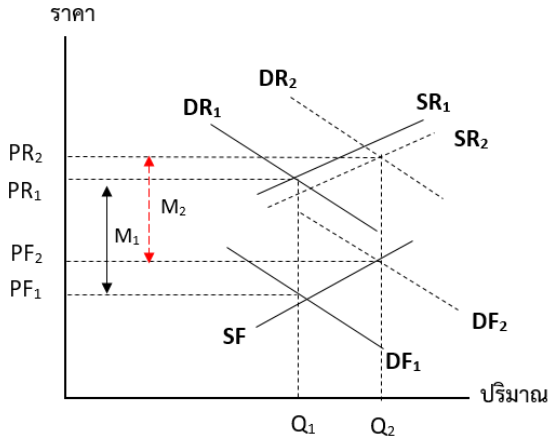
1. ความแตกต่างของราคาตามคุณภาพของผลิตผลเกษตร

ทำให้เกิดคุณภาพผลิตผลการเกษตรควบคุมได้ยาก เนื่องจากเป็นผลผลิตตามธรรมชาติผู้ผลิต ไม่สามารถควบคุมคุณภาพการผลิตได้ทั้งหมด ซึ่งถึงแม้จะไม่สามารถควบคุมคุณภาพได้ แต่สามารถคัดเกรดได้ ประโยชน์ของการคัดเกรดผลิตผลเกษตร

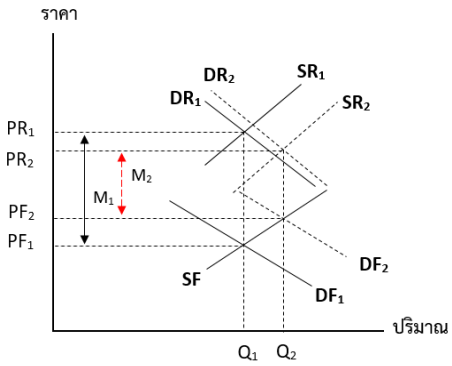
1) อำนวยความสะดวกในการซื้อขาย
2) ส่งเสริมให้มีการพัฒนาเทคโนโลยี
3) สะดวกในการกำหนดปริมาณ
4) สามารถกำหนดราคาผลิตผลชนิดต่าง ๆ ได้ถูกต้องยิ่งขึ้น
5) สร้างความเชื่อมั่นและความต้องการสินค้าในตลาด



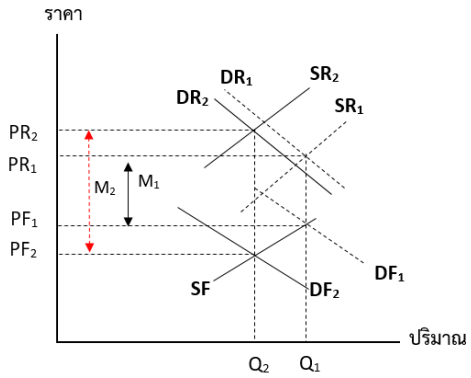
รูปที่ 2 - 15 การคัดเกรดสินค้าที่ไม่มีผลกระทบต่อต้นทุนการตลาด
ที่มา: กัมปนาท เพ็ญสุภา, 2561



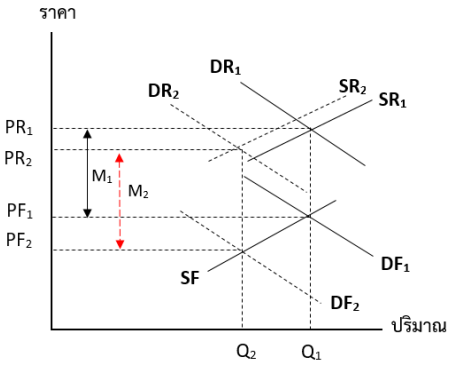
รูปที่ 2 - 16 การคัดเกรดสินค้าที่ทำให้ส่วนเหลื่อมการตลาดลดลง ส่งผลให้ราคาขายปลีกและราคาฟาร์มเพิ่มขึ้น
ที่มา: กัมปนาท เพ็ญสุภา, 2561



รูปที่ 2 - 17 การคัดเกรดสินค้าที่ทำให้ส่วนเหลื่อมการตลาดลดลง ส่งผลให้ราคาขายลดลงและราคาฟาร์มเพิ่มขึ้น
ที่มา: กัมปนาท เพ็ญสุภา, 2561



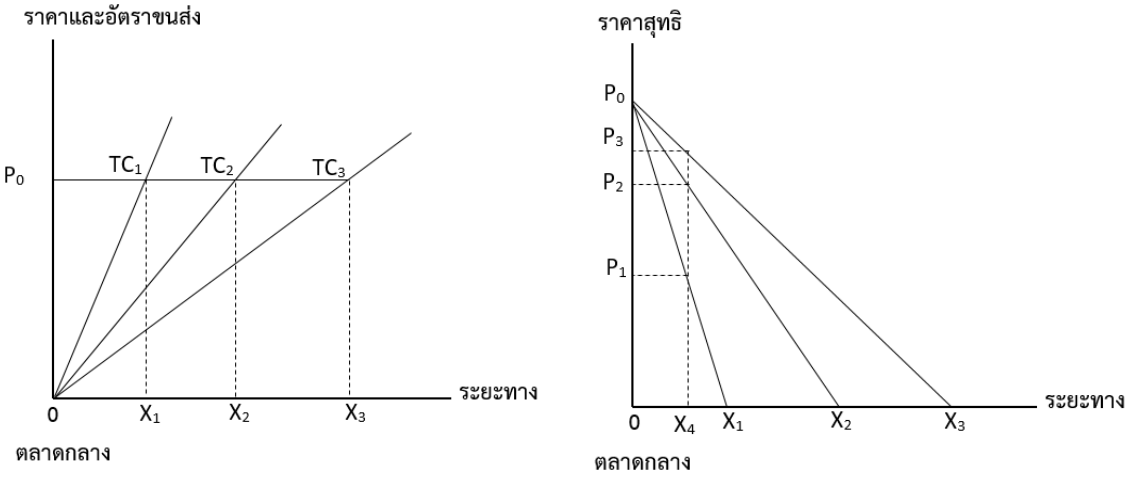
รูปที่ 2 - 18 การคัดเกรดสินค้าที่ทำให้ส่วนเหลื่อมการตลาดเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ราคาขายปลีกเพิ่มขึ้นและราคาฟาร์มลดลง
ที่มา: กัมปนาท เพ็ญสุภา, 2561



รูปที่ 2 - 19 การคัดเกรดสินค้าที่ทำให้ส่วนเหลื่อมการตลาดเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ราคาขายปลีกลดลงและราคาฟาร์มลดลง
ที่มา: กัมปนาท เพ็ญสุภา, 2561

2. ความแตกต่างของราคาผลิตผลเกษตรตามท้องที่การผลิต

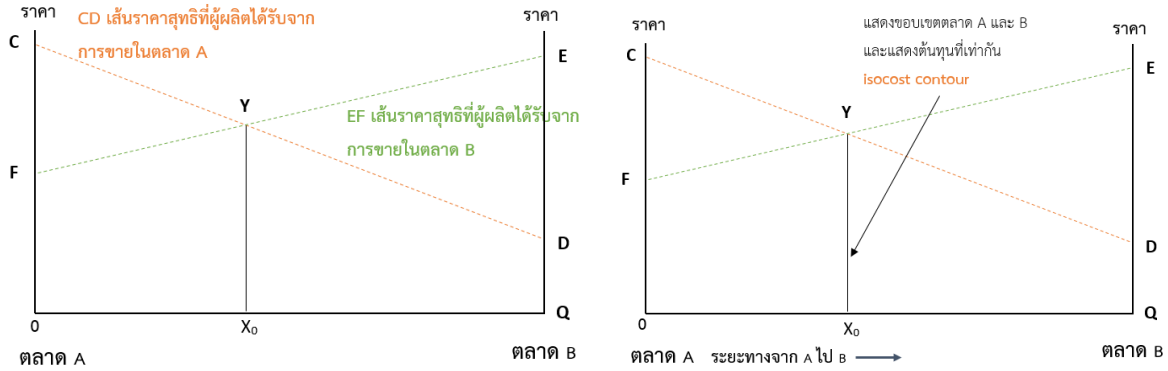
ขอบเขตการขนส่งสินค้าไปขายที่ตลาดกลาง ณ อัตราค่าขนส่งที่ต่างกัน

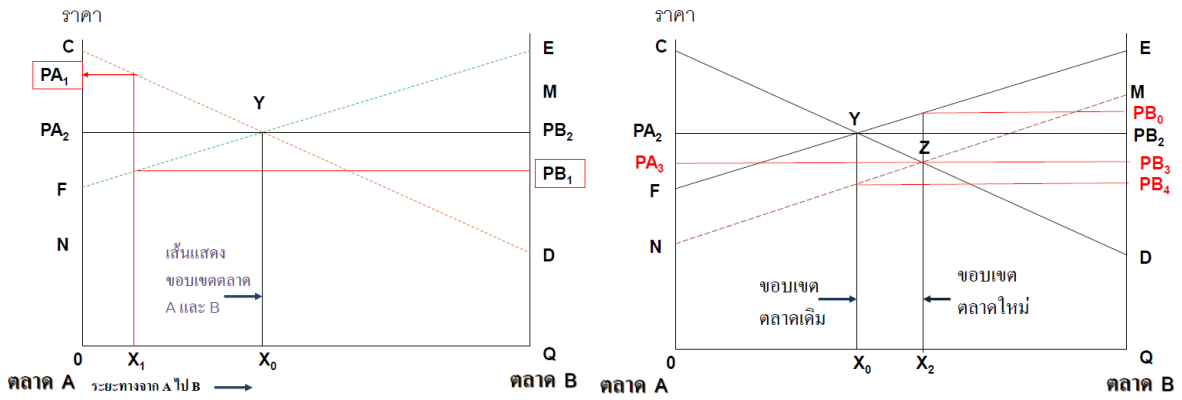


รูปที่ 2 - 20 ขอบเขตการขนส่งสินค้าไปขายที่ตลาดกลาง ณ อัตราค่าขนส่งที่ต่างกัน
ที่มา: กัมปนาท เพ็ญสุภา, 2561

อาณาเขตตลาด (Market Boundaries)

ขอบเขตของตลาดต่าง ๆ ที่ผู้ผลิตในแหล่งการผลิต ณ เส้นขอบเขตการตลาดนี้จะได้รับราคาสุทธิเท่ากันไม่ว่าจะขายในตลาดใด



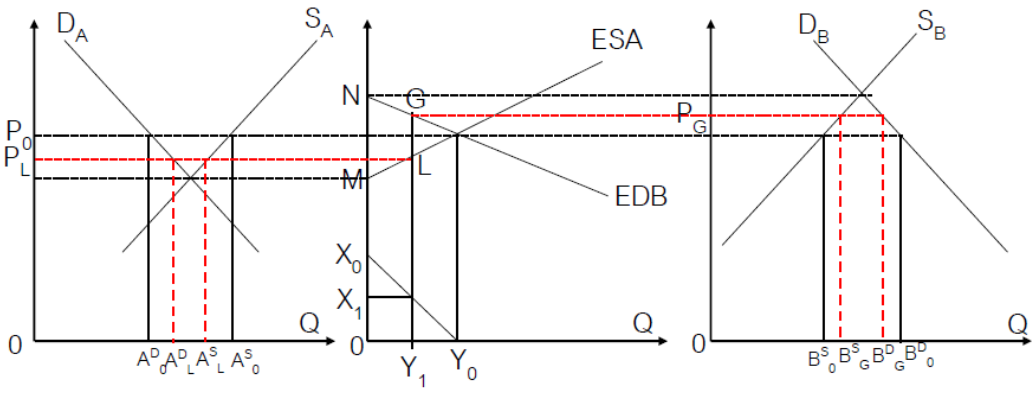


รูปที่ 2 - 21 อาณาเขตตลาด (Market Boundaries)
ที่มา: กัมปนาท เพ็ญสุภา, 2561

แบบจำลองดุลยภาพราคาระหว่างท้องที่ (Spatial Price Equilibrium Model) เป็นแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์ถึงปริมาณการค้าที่เกิดขึ้นระหว่างท้องที่หรือตลาดต่าง ๆ

ข้อสมมติ:

1) สินค้าทั้งหมดในแต่ละท้องที่มีลักษณะเหมือนกัน
2) การผลิตและการบริโภคในท้องที่หนึ่งๆ จะต้องเกิดขึ้น ณ ที่เดียวกันและไม่มีค่าขนส่งในพื้นที่เดียวกัน
3) ไม่มีข้อจำกัดทางกายภาพหรือข้อจำกัดของสถาบันต่าง ๆ ในการเคลื่อนย้ายสินค้าระหว่างท้องที่
4) อัตราขนส่งสินค้าต่อหน่วยต้องคงที่ในช่วงของการวิเคราะห์



ESA = อุปทานส่วนเกินของท้องที่ A
EDB = อุปสงค์ส่วนเกินของท้องที่ B

รูปที่ 2 - 22 แบบจำลองดุลยภาพราคาระหว่างท้องที่ (Spatial Price Equilibrium Model)
ที่มา: กัมปนาท เพ็ญสุภา, 2561

2.2 เอกสารที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการรวมกลุ่มการค้าและการเปิดการค้าเสรี

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2544) ได้วิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการจัดตั้งการค้าเสรีเชิงปริมาณในระดับมหภาคและผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศของไทยและกลุ่มประเทศอาเซียนกับประเทศคู่เจรจาต่าง ๆ ได้แก่ จีน ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ อินเดีย ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และเกาหลี ซึ่งเสนอต่อกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ โดยผลการศึกษาพบว่า ในส่วนของผลกระทบระดับมหภาคและการค้าระหว่างประเทศนั้น การปรับลดภาษีนำเข้าทำให้เศรษฐกิจของอาเซียนมีการขยายตัวและมีสวัสดิการสังคมเพิ่มขึ้น รวมถึงเป็นเครื่องมือในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศนำไปสู่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนเป็นเครื่องมือในการลดความแตกต่างและช่องว่างในแต่ละประเทศสมาชิก นอกจากนี้ ยังพบว่าการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน – จีน นำไปสู่การขยายปริมาณทางการค้าระหว่างประเทศสมาชิก และการเบี่ยงเบนทางการค้ากับประเทศที่ไม่ได้เป็นสมาชิก ส่งผลให้การส่งออกของอาเซียนลดลงในตลาดอเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่น

ดวงกมล สุนทรขัณฑ์ (2544) ทำการศึกษาผลกระทบต่อภาคการเกษตรและภาคอุตสาหกรรมของไทย เมื่อจีนเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกโดยใช้แบบจำลอง GTAP มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาผลกระทบต่อภาคเกษตรกรรมและภาคอุตสาหกรรมของประเทศไทยทั้งในระดับมหภาคและระดับภาคการผลิต เมื่อจีนเข้าเป็นสมาชิก WTO และได้ปรับลดอัตราภาษีนำเข้าตามข้อผูกพันที่ให้ไว้กับ WTO โดยประเมินผลกระทบเป็น 2 ช่วงคือ ช่วงแรกเป็นผลกระทบระยะสั้นและช่วงที่สองเป็นผลกระทบระยะยาว รวมถึงเพื่อประเมินถึงภาคการผลิตที่ได้รับผลกระทบในด้านบวกและด้านลบต่อปริมาณผลผลิตเพื่อดูภาวะการค้าและแข่งขันกับ จีนในตลาดโลก ซึ่งในการศึกษาจะใช้ฐานข้อมูลจาก Software GTAP Version 4 เป็นหลัก เพื่อให้สามารถติดตามผลกระทบที่เกิดขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง ผลการวิเคราะห์พบว่า ในระดับมหภาคนั้นการลดอัตราภาษีนำเข้าของจีนจะทำให้เศรษฐกิจไทยหดตัวลงอย่างต่อเนื่องโดยในระยะยาว GDP จะปรับตัวลดลงมากกว่าในระยะสั้น รายได้ครัวเรือนก็ปรับตัวลดลงเช่นกันทำให้การออมและการบริโภคลดลง สำหรับการลงทุนในไทยในระยะยาวก็มีปริมาณลดลงมากกว่าในระยะสั้นตามการลดลงของอัตราผลตอบแทนส่งผลให้สวัสดิการของไทยมีมูลค่าลดลง สินค้าที่มีการขยายการส่งออกส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าเกษตร เช่น ข้าวแปรรูป น้ำตาล และผลผลิตจากป่า ทำให้อุปสงค์ต่อที่ดินเพิ่มขึ้น ค่าเช่าที่ดินจึงสูงขึ้น ขณะเดียวกันอุปสงค์ต่อแรงงานจะมีจำนวนลดลงเนื่องจากการส่งออกสินค้าที่ใช้แรงงานเข้มข้นมีปริมาณลดลงอย่างต่อเนื่องทำให้ค่าจ้างลดลงทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

ในขณะที่ผลกระทบระดับภาคการผลิตพบว่า ภาคการผลิตที่ได้รับผลกระทบในด้านบวกต่อปริมาณการผลิตมากที่สุดคือ ข้าวแปรรูปและน้ำตาล นอกจากนี้ข้าวเปลือกก็เป็นอีกภาคการผลิตหนึ่งที่มีการขยายปริมาณการผลิต เนื่องจากข้าวเปลือกเป็นวัตถุดิบสำคัญในกระบวนการผลิตข้าวแปรรูปจึงทำให้เกิดอุปสงค์ต่อเนื่องขึ้น ส่วนภาคการผลิตอื่น ๆ มีปริมาณผลผลิตลดลงทั้งสิ้นโดยภาคการผลิตที่ได้รับผลกระทบมากในระยะยาว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากหนังขนสัตว์และไหมเครื่องแต่งกาย สิ่งทอ น้ำตาลทรายและน้ำตาลอ้อย น้ำมันพืชอื่น ๆ อุตสาหกรรมอื่น ๆ เมล็ดธัญพืชอื่น ๆ และผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์อื่น ๆ โดยในระยะยาวนั้นสินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้นจะได้รับผลกระทบมากกว่าสินค้าเกษตร นำไปสู่ต่อการเตรียมพร้อมของไทยในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นเพื่อวางนโยบายในการปรับตัวได้อย่างเหมาะสมในแต่ละภาคการผลิต โดยในด้านนโยบายเชิงรับที่ต้องเร่งดำเนินการคือ การพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตเพื่อเพิ่ม

ประสิทธิภาพ ลดต้นทุนต่อหน่วย และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าในแต่ละอุตสาหกรรม ส่วนนโยบายเชิงรุกที่สำคัญคือ การย้ายฐานการผลิตไปจีนเพื่อตักตวงผลประโยชน์จากแรงงานราคาถูกและทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์ของประเทศจีนซึ่งรัฐต้องให้ความสำคัญกับการชี้แนะแนวทางแก่อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็กของไทยในเรื่องการตลาดและโอกาสการลงทุนในจีนเพื่อให้อุตสาหกรรมเหล่านี้มีความกระตือรือร้นที่จะขยายฐานการผลิตมากขึ้น

พิมลพร มุ่งเมฆา (2547) ได้ศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการส่งออกของประเทศไทยไปกลุ่มประเทศอาเซียนมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกและสภาวการณ์การค้าระหว่างประเทศในกลุ่มอาเซียน โดยการสร้างแบบจำลองทางเศรษฐมิติและประมาณค่าสมการถดถอยเชิงซ้อนด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดและดัชนีการกระจุกตัวของการส่งออก Hirsch - Gini Coefficient ใช้ข้อมูลรายปีระหว่างปี 2531 – 2546 พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกของไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศคู่ค้าและราคาส่งออก ส่วนผลการศึกษาการกระจุกตัวพบว่า ประเทศไทยมีการกระจุกตัวของสินค้าและตลาดส่งออกค่อนข้างสูง แสดงให้เห็นว่าการส่งออกของไทยยังคงพึ่งพาสินค้าและตลาดส่งออกเพียงไม่กี่ชนิด และมีการกระจุกตัวของสินค้าส่วนมากในตลาดของสิงคโปร์ ได้แก่ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น ซึ่งเป็นสินค้าที่มีการกระจุกตัวในการส่งออกสูงสุดของไทย ดังนั้นภาครัฐควรสนับสนุนการส่งออกสินค้าที่มีศักยภาพทั้งในด้านสินค้าเกษตร เพื่อการขยายตัวการส่งออกของไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนอย่างต่อเนื่อง เช่น ข้าว น้ำมันสำเร็จรูป และสินค้าอุตสาหกรรม เช่น อุปกรณ์และส่วนประกอบแผงวงจรไฟฟ้า เป็นต้น รวมทั้งควรดำเนินการแก้ไขปัญหาการค้าชายแดนให้ชัดเจนเพื่อลดการกระจุกตัวของสินค้าและช่วยให้ไทยได้รายรับจากการส่งออกที่แน่นอนมากขึ้น

มนิสา นวลเต็ม (2553) ได้ประยุกต์ใช้ Gravity Model ในการวิเคราะห์ในด้านการค้าระหว่างไทยกับประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเพื่อศึกษารูปแบบและแนวโน้มการส่งออกและการนำเข้าในภาพรวมของไทยกับประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออก และศึกษาผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกและนำเข้าของไทยในภาพรวมจากความตกลงการค้าเสรีแบบทวิภาคีของไทยที่มีผลบังคับใช้แล้ว โดยการศึกษาโดยการใช้ข้อมูล Panel Data ตั้งแต่ปี 2542 - 2551 ศึกษาการส่งออกและนำเข้าของไทยกับ 9 ประเทศ ได้แก่ จีน มาเลเซีย สิงคโปร์ ฮ่องกง อินโดนีเซีย เกาหลีใต้ ไต้หวัน เวียดนาม และฟิลิปปินส์ และประเทศที่ทำความตกลงทางการค้าเสรีกับไทยจะศึกษา 2 ประเทศคือ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ซึ่งจะนำข้อมูลของประเทศที่อยู่นอกภูมิภาคเอเชียตะวันออกที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกและมูลค่าการนำเข้าของไทยมาประกอบด้วยเพื่อให้ได้ตัวแปรควบคุมเพื่อให้เห็นผลการศึกษาที่ชัดเจนมากขึ้น ซึ่งมูลค่าการส่งออกและมูลค่าการนำเข้าของไทยรวมถึงการประมาณค่าแนวโน้มมูลค่าการส่งออกและมูลค่าการนำเข้าของไทยกับประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออก ในด้านสถิติ พบว่า ไทยมีแนวโน้มที่จะส่งออกและนำเข้าจากประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากแต่ละประเทศในภูมิภาคนี้มีระยะทางใกล้กับไทยมากกว่าประเทศนอกภูมิภาคเอเชียตะวันออก ซึ่งเป็นการช่วยลดต้นทุนด้านค่าขนส่งระหว่างประเทศที่เกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอนการผลิต และผลจากการที่ไทยเป็นส่วนหนึ่งในเครือข่ายการผลิตซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ผลิตสินค้าขั้นกลางชิ้นส่วนสำเร็จรูปแล้วส่งออกสินค้ากลับไปยังประเทศคู่ค้าในภูมิภาคที่อยู่ในเครือข่ายการผลิตเดียวกันเพื่อประกอบเป็นสินค้าขั้นสุดท้าย ไทยจึงมีความจำเป็นที่จะต้องนำเข้าสินค้าทุนวัตถุดิบขั้นกลางเพื่อผลิตสินค้าขั้นกลางและชิ้นส่วน การค้าไทยกับประเทศภายในภูมิภาคเอเชียตะวันออกที่เพิ่มขึ้นไม่ได้ส่งผลให้ไทยมีการส่งออกและการนำเข้าจากประเทศนอกภูมิภาคที่ไทยทำความตกลงการค้าเสรีด้วยลดลงแต่อย่างใด ซึ่งจากสถิติมูลค่าการส่งออกและมูลค่าการ

นำเข้าของไทยจากออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ พบว่า เมื่อมีผลบังคับใช้เกี่ยวกับความตกลงการค้าเสรี ไทยจะมีมูลค่าการส่งออกไปยังออสเตรเลียและนิวซีแลนด์เพิ่มขึ้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับการประมาณค่าด้วยวิธีการทางเศรษฐมิติ ซึ่งข้อเสนอแนะต่อภาครัฐของไทยคือ รัฐบาลไทยควรส่งเสริมการค้าภายในภูมิภาคอย่างต่อเนื่อง ในส่วนของด้านการผลิตควรผลิตชิ้นส่วนสินค้าขั้นกลางควบคู่ไปกับการผลิตสินค้าขั้นสุดท้ายเพื่อให้ประเทศผู้นำเข้าสินค้าขั้นสุดท้าย อาทิ จีน ที่มีขนาดเศรษฐกิจที่ใหญ่และมีประชากรจำนวนมากที่มีอำนาจซื้อและบริโภคสินค้าขั้นสุดท้ายได้นั้น จะส่งผลดีกับไทยตามมา เน้นการสร้างความร่วมมือและพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการค้าในภูมิภาคให้เติบโตไปได้ด้วยกันแทนการเป็นคู่แข่งทางการค้ากัน และการเจรจาการค้าเสรีกับประเทศคู่ค้าต่าง ๆ รวมไปถึงดำเนินการส่งเสริมภาคเอกชนและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ใช้ประโยชน์จากการจัดทำความตกลงทางการค้าเสรีอย่างเต็มที่

สมเจตน์ พันธุโฆษิต (2555) ทำการศึกษา เขตการค้าเสรีอาเซียน - จีน: ผลกระทบของเขตการค้าเสรีที่มีผลต่อประเทศไทย (ปี 2548 - 2553) ที่มีผลเกี่ยวข้องกับด้านภาษีพืชผลการเกษตร โดยใช้ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ (The Theory of Comparative Advantage) และทฤษฎีทางรัฐศาสตร์ (Hegemonic Theory, The Theory of Neoliberalism in International Relations และ Game Gheory) มาใช้ในการอธิบายประกอบสถิติการค้าและการลงทุนระหว่างไทย - จีน ระหว่างปี 2548 - 2553 โดยการรวมตัวของกลุ่มประเทศอาเซียนอยู่บนพื้นฐานตามความเหมาะสม ในแต่ละประเทศควรผลิตสินค้าที่เหมาะสมและมีศักยภาพในการผลิตในการเป็นสินค้าส่งออก เพื่อให้ไม่เกิดความซ้ำซ้อนของสินค้าในแต่ละประเทศในอาเซียน ซึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญที่ทำให้แต่ละประเทศได้รับประโยชน์ร่วมกันนั้น เกิดจากการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ที่แตกต่างกันตามภูมิศาสตร์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประหยัด ซึ่งสะท้อนความถูกต้องตามทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ (The Theory of Comparative Advantage) ขณะเดียวกันก็สะท้อนทฤษฎีในทางรัฐศาสตร์ The Theory of Neoliberalism in International Relations ในด้านการตัดสินใจร่วมมือกันระหว่างรัฐ เมื่อเห็นร่วมถึงถึงแนวทางที่มีอัตราความเสี่ยงน้อยที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของสถาบันระหว่างประเทศ เช่น WTO ที่สามารถประสานความร่วมมือนานาประเทศได้ ในแง่ผลกระทบของ AC - FTA ที่มีต่อไทย ซึ่งจากการวิเคราะห์ตัวเลขการค้าและการลงทุนในช่วงระหว่างปี 2547 - 2553 มีแนวโน้มในทางบวกทั้งไทยและจีน แม้ไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพการผลิตในภาคอุตสาหกรรม แต่ในแง่การรักษาสถานภาพการแข่งขัน ตลอดจนดึงดูดเงินลงทุนจากต่างประเทศนั้น ต้องเผชิญการแข่งขันกับประเทศต่างๆ ในการดึงเม็ดเงินลงทุนจากต่างประเทศ นอกจากนี้ยังพบว่า อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็กของไทย ได้รับผลกระทบจาก AC - FTA ค่อนข้างมาก จากการแข่งขันอย่างรุนแรงจากจีน

สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สถาบันวิจัยและพัฒนาเศรษฐกิจการพาณิชย์ และสถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (2554) ดำเนินโครงการศึกษาผลกระทบของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อผู้ประกอบการ SMEs ในสาขาที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย (High Impact Sectors) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานโยบายและมาตรการตามข้อตกลงประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มีต่อผู้ประกอบการ SMEs ในสาขาที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของไทยทั้งในด้านเศรษฐกิจมหภาคและต่อผู้ประกอบการ รวมทั้งแรงงานใน SMEs การศึกษาครั้งนี้ได้คัดเลือก 6 กลุ่มอุตสาหกรรมนำร่อง ประกอบด้วยกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องจักรกล กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง กลุ่มอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก กลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม และกลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับซึ่งผลที่ได้จะใช้เป็นข้อมูลประกอบการระบุผลกระทบและกำหนด

หุ้นส่วนทางกลยุทธ์ (Strategic Partners) เพื่อให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถปรับตัวเพื่อรองรับผลกระทบด้านบวกและด้านลบที่จะเกิดขึ้น

สำหรับผลการศึกษาในอุตสาหกรรมอาหารนั้นพบว่า ผลกระทบด้านบวกจะเป็นการเร่งให้เกิดโอกาสขนาดใหญ่ต่ออุตสาหกรรมอาหารของไทยเห็นได้จากการเปิดเสรีสินค้าประเภทอาหารที่มีการลดภาษีเป็นศูนย์ ส่งผลให้สินค้าอาหารของไทยมีดัชนีการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง โดยผู้ประกอบการสามารถแสวงหาวัตถุดิบจากแหล่งใหม่ ๆ รวมถึงสามารถขยายฐานการลงทุนและฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีความพร้อมทั้งด้านวัตถุดิบแรงงานและการขนส่งได้ ในขณะที่ผลกระทบด้านลบผู้ประกอบการต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูงขึ้นประสบภาวะขาดแคลนแรงงานเนื่องจากโอกาสทางการค้าและการลงทุนของกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้แรงงานกลับไปทำงานในประเทศของตน และผลจากการเคลื่อนย้ายเงินทุนอย่างเสรีอาจทำให้ผู้ประกอบการถูกครอบงำจากนักลงทุนต่างชาติกลายเป็นผู้รับจ้างผลิตมากกว่าเป็นเจ้าของกิจการ ดังนั้นประเทศไทยควรกำหนดตำแหน่งทางการแข่งขันในภูมิภาคอาเซียนด้วยการเป็นผู้ผลิตสินค้าที่มีการเพิ่มมูลค่าหลายขั้นตอนเพื่อผลิตสินค้าที่มีคุณค่าและราคาสูงขึ้น ในส่วนของผู้ประกอบการควรพัฒนาความหลากหลายของผลผลิตโดยมุ่งเน้นการผลิตสินค้าที่มีมูลค่าสูงขึ้นและมีความแตกต่างมีการพัฒนาเทคโนโลยีเครื่องจักรที่ใช้การผลิตทดแทนแรงงานคน และควรสร้างตราสินค้าในผลิตภัณฑ์อาหารของประเทศไทย นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรรวมตัวกันในรูปแบบสถาบันและสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็งเพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้และสร้างอำนาจต่อรองทั้งด้านการค้าและการกำหนดราคารวมถึงพัฒนากลุ่มให้เกิดความเข้มแข็ง

2.2.2 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตร

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2553) ได้ศึกษาแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของสินค้าเกษตร ในด้านการเคลื่อนย้ายสินค้า การไหลเวียนของข้อมูลข่าวสาร และการไหลเวียนของเงินทุนกับการแบ่งภาระความเสี่ยง ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตรบางชนิดได้เปลี่ยนจากระบบดั้งเดิมมาเป็นระบบการจัดการสมัยใหม่โดยมีสาเหตุสำคัญคือ แบบแผนการบริโภคอาหารของผู้บริโภคในประเทศและในตลาดต่างประเทศได้เปลี่ยนแปลงไป โดยหันมาบริโภคอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการและปลอดภัย ในส่วนปัจจัยการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมการเกษตร รวมทั้งเทคโนโลยีการจัดการ เช่น กระบวนการผลิตสินค้าอินทรีย์ และมีการนำระบบเกษตรพันธสัญญามาใช้นั้น เป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้ธุรกิจการเกษตรและซุปเปอร์มาร์เก็ตสามารถชักนำให้เกษตรกรเข้าสู่ระบบการผลิตภายใต้การจัดการห่วงโซ่อุปทานสมัยใหม่ได้ สินค้าเกษตรที่มีการเปลี่ยนแปลงสู่การจัดการห่วงโซ่อุปทานสมัยใหม่ ได้แก่ ไก่ เนื้อผักและข้าวอินทรีย์ อ้อย โคนม และกุ้งเพาะเลี้ยง ซึ่งผลของการชักนำให้เกษตรกรเข้าสู่ระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานและตลาดสินค้าเกษตรสมัยใหม่คือ ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายสามารถขายสินค้าที่มีคุณภาพในราคาที่สูงกว่าสินค้าทั่วไปในตลาด เกษตรกรสามารถขายสินค้าอินทรีย์ได้ราคาสูงกว่าสินค้าธรรมดา อย่างไรก็ตามเกษตรกรและผู้ประกอบการในแต่ละขั้นตอนมีความสัมพันธ์ด้านการซื้อ - ขายในลักษณะการส่งมอบของทันที (Spot Market) เป็นครั้งคราวไม่มีสัญญาระยะยาวหรือการแลกเปลี่ยนความรู้และข่าวสารกัน การพึ่งพาด้านสินเชื่อจากพ่อค้าพืชไร่ในอดีตลดน้อยลงและแทนที่ด้วยสินเชื่อเกษตรจากสถาบันการเงินของรัฐ ผู้ประกอบการปลายน้ำและผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับเกษตรกร ทำให้สินค้าเกษตรส่วนใหญ่นั้นยังอยู่ภายใต้ระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานแบบดั้งเดิม ซึ่งที่กล่าวมานั้นเป็นจุดแตกต่างที่สำคัญ

กับระบบห่วงโซ่อุปทานสมัยใหม่ ตัวอย่างสินค้าในห่วงโซ่อุปทานดั้งเดิม เช่น มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ปาล์มน้ำมัน ยางพารา และโคเนื้อ เป็นต้น

สำหรับปัญหาสำคัญที่กระทบต่อการจัดการห่วงโซ่อุปทานในแต่ละขั้นตอนของห่วงโซ่พบว่าในระดับการผลิตที่ต้นน้ำมีปัญหาสำคัญ ได้แก่ การขาดแคลนแรงงาน การขาดแคลนแหล่งน้ำ ทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรม การทำนาติดต่อกันโดยไม่พักดิน ซึ่งทำให้เกษตรกรมีความเสี่ยงเรื่องเพลี้ยระบาดสูงขึ้น และโรคที่เกิดขึ้นในผลผลิตสินค้าเกษตร คนวัยหนุ่มสาวละทิ้งการทำงานในภาคเกษตรทำให้ขนาดถือครองเริ่มใหญ่ขึ้น และปัญหาการโฆษณาขายปัจจัยการผลิตมีการบิดเบือน รวมถึงเกษตรกรทั่วไปส่วนใหญ่ไม่สามารถเข้าถึงตลาดสมัยใหม่ได้ ในระดับกลางน้ำมีปัญหาต้นทุนการขนถ่ายสินค้าเพราะการขาดแคลนแรงงาน ปัญหาระบบขนส่งที่พึ่งพารถบรรทุกมากเกินไปจนก่อให้เกิดต้นทุนสังคมสูงส่วยทางหลวง ปัญหาความไร้ประสิทธิภาพของการรถไฟ สินค้าเกษตรบางชนิดยังไม่มีมาตรฐานทำให้ยากต่อการเพิ่มมูลค่าการผลิต เช่น มาตรฐานข้าวเปลือก ฯลฯ ส่วนปัญหาสำคัญในระดับปลายน้ำได้แก่ สินค้าอาหารส่งออกมีปัญหามาตรฐานสุขอนามัย (SPS) การกีดกันการค้าผู้ส่งออกรายเล็ก ขาดเครื่องมือบริหารความเสี่ยงที่เกิดจากความผันผวนของราคาสินค้าเกษตรและค่าเงินบาทอาหารในประเทศและอาหารนำเข้ายังมีปัญหาความไม่ปลอดภัยสูง และข้อจำกัดของศูนย์ห้องเย็นเพื่อการส่งออกผักผลไม้และอาหารทางเครื่องบิน

ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ (2557) ดำเนินงานโครงการศึกษาห่วงโซ่อุปทานสินค้ารายสาขาที่ได้รับผลกระทบจากการเปิดการค้าเสรี (สินค้าเกษตร) โดยทำการวิเคราะห์ผลกระทบการค้าเสรีที่มีต่อแต่ละห่วงของโซ่อุปทานโคเนื้อและโคนม โดยการศึกษาครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากเกษตรกรผู้เลี้ยงโคและผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ห่วงโซ่อุปทานได้รับผลกระทบจากการค้าเสรีในระดับที่แตกต่างกัน โดยห่วงของโซ่อุปทานโคเนื้อการเปิดการค้าเสรีส่งผลกระทบในเชิงลบ เนื่องจากโคเนื้อที่ต้นทุนต่ำจากต่างประเทศเข้ามาแย่งตลาดในประเทศ ซึ่งโคเนื้อของไทยนั้นมีต้นทุนที่สูงกว่าประเทศเพื่อนบ้านในขณะห่วงของโซ่อุปทานโคนมการเปิดเสรีการค้านมและผลิตภัณฑ์นมอย่างสมบูรณ์นั้นจะส่งผลกระทบต่อราคา ทำให้ผู้ประกอบการแปรรูปมีทางเลือกมากขึ้นและนำไปสู่การใช้นมผงนำเข้าแทนน้ำนมดิบมากขึ้น

ชมพูนุท ด้วงจันทร์ (2551) ได้ศึกษาเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทานสำหรับถั่วเหลืองและกากถั่วเหลือง โดยการศึกษาใช้แบบจำลองเชิงเส้นสำหรับการจัดการเครือข่ายโซ่อุปทานสำหรับถั่วเหลืองและกากวัตถุดิบ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการวางแผนให้มีต้นทุนค่าใช้จ่ายรวมต่ำที่สุด ได้ ผลการศึกษาพบว่า มี 3 อุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมสกัดน้ำมัน อุตสาหกรรมอาหารสัตว์ และอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร มีความเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทานสำหรับถั่วเหลืองและกากถั่วเหลือง ซึ่งแต่ละอุตสาหกรรมมีความต้องการคุณลักษณะของวัตถุดิบที่แตกต่างกัน รวมถึงมีความเชื่อมโยงกันกับอุตสาหกรรมสกัดน้ำมันและอาหารสัตว์ที่เน้นด้านปริมาณโปรตีนและปริมาณน้ำมันควบคู่กันด้วย และเมื่อเปรียบเทียบต้นทุนการนำเข้าถั่วเหลืองและกากจากแบบจำลองกับข้อมูลการนำเข้า พบว่าคำสั่งซื้อที่แนะนำด้วยแบบจำลองเชิงเส้นสามารถลดต้นทุนที่ใช้ในการในการจัดซื้อถั่วเหลืองและกากจากต่างประเทศได้นอกจากนี้ และแบบจำลองเชิงเส้นแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของแบบจำลองที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวางแผนห่วงโซ่อุปทานถั่วเหลืองและกากถั่วเหลืองของประเทศ

ฉัฐยา ตวงสุวรรณ (2553) ได้ศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานข้าวไทยและการใช้เครื่องมือด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานและเครื่องมือทางการตลาด เพื่อหาแนวทางเพิ่มประสิทธิรูปการแข่งขัน รวมถึงสร้างความพึงพอใจแก่ทุกสมาชิกภายในห่วงโซ่อุปทาน และสร้างมูลค่าเพิ่มที่สามารถเพิ่มศักยภาพ

การแข่งขันในอนาคตได้ โดยการศึกษาครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจาก 3 แหล่ง ได้แก่ จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์ในเรื่องของการจัดการห่วงโซ่อุปทานและแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตร จากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับข้าวไทย และจากการสังเกตทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมของผู้วิจัย ซึ่งผลการศึกษาพบว่า การสร้างความร่วมมือระหว่างสมาชิกภายในห่วงโซ่อุปทาน และสร้างองค์ความรู้โดยการจัดให้มีการอบรมให้ความรู้ใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่สมาชิกในห่วงโซ่อุปทาน เป็นแนวทางสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานข้าว รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยสนับสนุนการทำการเกษตรอินทรีย์เพื่อลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มมูลค่าของสินค้าในมุมของลูกค้า และการใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมพร้อมกับพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ ที่มีแนวโน้มตามความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และควรมุ่งเน้นการพัฒนาการเก็บข้อมูลสารสนเทศอย่างเป็นระบบ ดำเนินการสร้างข้อมูลในรูปแบบออนไลน์เพื่อสะดวกแก่การนำข้อมูลมาวิเคราะห์และวางแผนงานในอนาคต

สายทิพย์ โสรัตน์ (2558) ศึกษาการสังเคราะห์โซ่อุปทานลำไยและทุเรียนสู่นโยบายส่งเสริมภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อประเมินสถานการณ์ตามโซ่อุปทานในทุกระดับของทั้งลำไย และทุเรียนเพื่อการส่งออก ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำ ผลการศึกษาพบว่า โซ่อุปทานของลำไยไทยเพื่อการส่งออกในระดับต้นน้ำ ภาคเหนือของไทยเป็นพื้นที่ที่มีผลผลิตลำไยมากที่สุด ในส่วนของต้นทุนารวมต่อกิโลกรัมของลำไยพบว่าในแต่ละปีมีความแปรปรวน ซึ่งผลกระทบมาจากปริมาณผลผลิตต่อไร่ที่สามารถเก็บเกี่ยวได้ รูปแบบการขายลำไยของเกษตรกรเป็นการซื้อขายระหว่างเกษตรกรกับพ่อค้า โดยส่วนใหญ่แล้วพ่อค้าจะเป็นผู้กำหนดราคาซื้อขาย การซื้อขายแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ การขายแบบเหมาสวน ผู้ปลูกขายอิสระ และผู้ปลูกรวมกลุ่มขาย ปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการขายนั้น คือ คุณภาพของผลผลิต ปริมาณผลผลิตของผู้ปลุกแต่ละรายหรือผลผลิตรวมที่ออกสู่ตลาดในขณะนั้น ความยากง่ายในการหาคนงาน เป็นต้น ระดับกลางน้ำ ประกอบด้วยผู้ที่เกี่ยวข้อง 2 ส่วนหลัก ได้แก่ ผู้รวบรวมผลผลิต (ระดับท้องถิ่น และระดับจังหวัด) และจุดรับซื้อหรือโรงคัดบรรจุ ระดับท้องถิ่นมีบทบาทในการเข้าซื้อลำไยกับเกษตรกรผู้ปลูก เพื่อนำไปส่งแก่ผู้รวบรวมระดับจังหวัด ทั้งนี้ในส่วนนี้มีผู้ประกอบการต่างชาติเข้ามาเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะชาวจีน ก่อให้เกิดการแข่งขันสูงขึ้นในตลาด นอกจากนี้ยังนำไปสู่ปัญหาในการควบคุมคุณภาพลำไยที่ไม่ได้คุณภาพตามมาตรฐานการส่งออก และระดับปลายน้ำ คือ ผู้บริโภค สำหรับลำไยเพื่อการส่งออกสามารถจำแนกได้ดังนี้ 1) การทำลำไยตะกร้าขาวส่งออก 2) การขายแบบลำไยพ่าย และ 3) การขายแบบมัดช่อ สำหรับปัญหาที่พบในการส่งออกลำไยไปต่างประเทศในบางประเทศนั้นต้องพึ่งพานายหน้าในการนำเข้าไปขาย ระยะเวลาที่ยาวนาน ณ หน้าด่านศุลกากร ที่ก่อให้เกิดต้นทุนในการขนส่ง

โซ่อุปทานทุเรียนไทย ในระดับต้นน้ำ การดำเนินการของผู้ปลูกทุเรียนสามารถแบ่งลักษณะการดำเนินการได้กังนี้ 1) เจ้าของสวนเป็นผู้เก็บเกี่ยวเอง 2) จ้างเก็บเกี่ยว 3) ซื้อเก็บเกี่ยวเอง และ 4) ผู้ซื้อเก็บเกี่ยวเองตามที่ตกตงกันผู้ปลุกทุเรียนโดยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์และมีความชำนาญสูง ต้นทุนเฉลี่ยของทุเรียนในช่วงปี 2553 - 2556 ประมาณ 14,780.33 บาทต่อไร่ สายพันธุ์ของทุเรียนที่เป็นที่นิยมของตลาดได้แก่ พันธุ์หมอนทอง ชะนีก้านยาว กระดุม พวงมณี หลงลับแล และนวลทองจันทร์ ในส่วนของทุเรียนแปรรูปอาทิ ทุเรียนแช่แข็ง เริ่มเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง สำหรับคุณภาพทุเรียนส่งออกจะมีลักษณะค่อนข้างกลม ไม่เบี้ยว สีเปลือกสดใส ไม่อ่อนเกินไป ความสุกประมาณร้อยละ 75 จำนวนพูไม่เกิน 3 พู

น้ำหนักลูกละ 2.5 – 5.5 กิโลกรัม ปัญหาที่พบในส่วนของต้นน้ำคือขาดแคลนแรงงานที่มีความชำนาญในการเก็บเกี่ยวผลผลิต ซึ่งในภาคตะวันออกยังคงใช้แรงงานจากเพื่อนบ้านเป็นแรงงานหลัก ระดับกลางน้ำผู้ประกอบการมี 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ สถาบันเกษตรกร ผู้รวบรวมผลผลิตหรือโรงคัดบรรจุ และนายหน้า ซึ่งทั้ง 3 กลุ่มนั้นมีขั้นตอนการดำเนินคล้ายกัน ปัญหาที่พบในระดับกลางน้ำคือ มีผู้ประกอบการต่างชาติหรือชาวจีนเข้ามาในตลาดเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรงกับผู้ประกอบการชาวไทย เพื่อให้ได้มาซึ่งทุเรียนจากผู้ปลูก ระดับปลายน้ำ ผู้บริโภคทุเรียนมีทั้งในประเทสและต่างประเทศ สำหรับทุเรียนไทยนั้นพึ่งพาตลาดต่างประเทศเป็นหลัก โดยการจัดการทุเรียนเพื่อการส่งออกมีทั้งผู้ส่งออกด้วยตนเอง และผู้ที่เป็นผู้รับจ้างให้ผู้รวบรวมหรือโรงคัดบรรจุผลไม้ นายหน้า สถาบันเกษตรกร เป็นผู้ดำเนินการส่งออก โดยการจ้างบริษัทชิปปิ้งดำเนินการในขั้นตอนพิธีทางศุลกากร ทั้งนี้ผู้ส่งออกต้องทำการจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกทุเรียนสดไปนอกราชอาณาจักรตามประกาศของกรมวิชาการเกษตร ปัญหาที่เกิดขึ้นในขั้นตอนนี้คือข้อจำกัดในการให้บริการของด่านชายแดนเพื่อนำทุเรียนออกนอกราชอาณาจักร

ชิติพัทธ์ จินาบุญ (2556) การศึกษาเรื่องการจัดการโซ่อุปทานมังคุดเพื่อการส่งออก: บทบาทขององค์กรทางสังคมและโซ่อุปทานสมัยใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น รวมถึงวิธีการดำเนินงานเพื่อนำไปสู่การพัฒนาประสิทธิภาพของการรวบรวมผลผลิตมังคุดเพื่อการส่งออก โดยมุ่งเน้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มมังคุดศูนย์การเรียนรู้การเกษตรท่ามะพลา อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร โดยผลการวิเคราะห์การออกแบบโมเดลธุรกิจโดยใช้ Business Model Canvas ทำให้ทราบถึงวิธีการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มมังคุดฯ มีการดำเนินธุรกิจโครสร้างองค์กรแบบง่าย (ลำดับขั้น) ซึ่งมีแนวทางการทำธุรกิจเพื่อพัฒนาผลผลิตมังคุด ให้มีคุณภาพ มาตรฐาน โดยใช้องค์ความรู้จากการศึกษาและการบริหารงานจากคณะกรรมการกลุ่ม เพื่อถ่ายทอดให้สมาชิกในกลุ่ม โดยตลาดคู่ค้าที่ทำการส่งออกที่สำคัญคือ ประเทศจีนและเวียดนาม ผลการวิเคราะห์รูปแบบการจัดการโซ่อุปทานและระบบโลจิสติกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มมังคุดฯ โดยเกษตรกรผู้ผลิตมังคุด คือ กลุ่มต้นน้ำ ส่วนกลุ่มกลางน้ำ คือ คณะกรรมการกลุ่ม ผู้รวบรวมผลผลิต หรือผู้ประกอบการ และกลุ่มปลายน้ำ คือ ลูกค้า ซึ่งระบบห่วงโซ่อุปทานของเกษตรสมัยใหม่มีความแตกต่างกับห่วงโว่ของการผลิตมังคุดแบบเก่า หรือแบบดั้งเดิมค่อนข้างมาก เพราะเป็นห่วงโซ่ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น เกิดจากการที่เกษตรกรมีการรวมกลุ่มมากขึ้น ระบบการผลิตและการเก็บเกี่ยวมีประสิทธิภาพและลดการสูญเสียได้มากขึ้น การจัดตั้งกลุ่มเป็นอุตสาหกรรมกลางน้ำเพื่อช่วยเกษตรกรหรือสมาชิกกลุ่มขายผลผลิตให้มีราคาสูง ซึ่งมีการทำงานของกลุ่มได้อย่างเป็นระบบ การรวบรวมผลผลิตของเกษตรทำให้มีอำนาจต่อรองกับพ่อค้าคนกลางได้ ส่วนปลายน้ำของโซ่อุปทานทำให้ผลผลิตที่ได้สามารถกระจายผลผลิตได้อย่างดีประสิทธิภาพ เพิ่มมูลค่าในการส่งออก ไม่เกิดสภาวะล้นตลาด ส่วนการวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคการดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มมังคุดฯ พบว่า สมาชิกประสบปัญหาในการจัดการแรงงานที่เข้ามาช่วยในกระบวนการผลิตและเก็บเกี่ยว ปัญหารองลงมา คือ ต้นทุนการผลิตสูง และได้ผลผลิตมังคุดที่ไม่สม่ำเสมอ แต่ข้อดี คือ มีการให้ข้อมูลความช่วยเหลือแก่สมาชิกอย่างสม่ำเสมอ

2.2.3 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานสินค้าเกษตร

สิรินาฎ พรศิริประทาน (2554) ได้ศึกษาและรวบรวมมาตรฐานการส่งออกผักและผลไม้สดไทยไปสหภาพยุโรป โดยมาตรฐานการส่งออกนั้นส่งผลให้ผู้ผลิตและผู้ส่งออกไทยต้องควบคุมคุณภาพของสินค้าให้ได้มาตรฐานในทุกขั้นตอนการผลิตตั้งแต่กระบวนการการจัดหาวัตถุดิบ การเพาะปลูก การเก็บเกี่ยว การจัดการหลังการเก็บเกี่ยว การบรรจุภัณฑ์ และการขนส่งเพื่อจำหน่าย ผู้ผลิตและผู้ส่งออกผักและผลไม้สดควรต้องได้รับใบรับรอง (Certificate) เป็นมาตรฐานหลักที่พึงมี ซึ่งแบ่งออกเป็นมาตรฐานการส่งออกของหน่วยงานภายในประเทศ และมาตรฐานการส่งออกระหว่างประเทศ สำหรับมาตรฐานการส่งออกของหน่วยงานภายในประเทศ ประกอบด้วยมาตรฐานจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน จำนวนทั้งสิ้น 2 มาตรฐาน ได้แก่

1. มาตรฐาน GAP หรือ Q - GAP เป็นมาตรฐานที่บังคับใช้โดยภาครัฐของไทย ผักและผลไม้สดของไทยที่จะส่งออกไปสหรูปยุโรปจะต้องผ่านการรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้าที่เรียกว่ามาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practice) หรือมาตรฐาน GAP ในระดับฟาร์มหรือแปลงเพาะปลูก จากกรมวิชาการเกษตรกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยข้อกำหนดและเกณฑ์การตรวจประเมินระบบการจัดการคุณภาพการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีมี 8 ข้อคือ แหล่งน้ำ พื้นที่ปลูก การใช้วัตถุอันตรายทางการเกษตร การเก็บรักษาและขนย้ายผลผลิตภายในแปลงการบันทึกข้อมูล การผลิตให้ปลอดจากศัตรูพืช การจัดกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตผลคุณภาพ และการเก็บเกี่ยวหรือการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว ปัจจุบันกรมวิชาการเกษตรได้จัดทำคู่มือการเพาะปลูกพืชตามหลัก GAP สำหรับสินค้าเกษตรที่สำคัญของไทย จำนวน 27 ชนิด ประกอบด้วย กลุ่มผลไม้ ได้แก่ มะม่วง ลิ้นจี่ เงาะ ลองกอง มังคุด ส้มโอ ลำไย ทุเรียน สับปะรดสด สับปะรดโรงงานส้มเปลือกล่อน กลุ่มผัก ได้แก่ พริก กระเจี๊ยบเขียว ข้าวโพด ข้าวโพดหวาน ฝักอ่อน พืชตระกูลกะหล่ำ หน่อไม้ฝรั่ง พืชตระกูลถั่ว ถั่วเหลืองฝักสด ถั่วฝักยาว พืชตระกูลแตง และกลุ่มพืชชนิดต่าง ๆ ได้แก่ ถั่วเขียว ถั่วเขียวผิวดำ ถั่วเหลือง ถั่วลิสง ลูกเดือย และชา

นอกจากนี้กรมวิชาการเกษตรยังให้บริการตรวจพืชให้กับผู้ผลิตเพื่อรับรองการปลอดศัตรูพืชในสินค้าเกษตรให้เป็นไปตามมาตรฐานทางด้านสุขอนามัยพืชที่สอดคล้องกับความตกลงเพื่อป้องกันความเสี่ยงหรืออันตรายที่จะเกิดขึ้นกับคน พืช ในประเทศว่าด้วยการใช้มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชภายใต้ WTO และออกใบรับรองปลอดศัตรูพืช (Phytosanitary Certificate: PC) ให้กับพืชหรือผลิตผลที่จะส่งออกไปยังประเทศต่าง ๆ ตามข้อกำหนดและเงื่อนไขการนำเข้าของประเทศผู้นำเข้าซึ่งมักกำหนดให้ผู้ส่งออกผักและผลไม้บางชนิดนั้นส่งออกในรูปแบบสดแช่เย็น แช่แข็ง และอบแห้ง และต้องแสดงใบรับรองปลอดศัตรูพืชให้กับด่านนำเข้าเพื่ออนุญาตให้สามารถนำสินค้านั้นเข้าประเทศได้

2. มาตรฐาน ThaiGAP เป็นมาตรฐานของภาคเอกชนไทยในการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีที่ได้ผ่านกระบวนการเทียบเคียงมาตรฐานอันเข้มงวดของ GlobalGAP10 ซึ่งได้รับการรับรองให้มีคุณภาพเทียบเท่ามาตรฐาน GlobalGAP โดยสินค้าเกษตรที่ผ่านการรับรองตามระบบคุณภาพมาตรฐาน ThaiGAP สินค้าเกษตรนั้นสามารถส่งออกไปขายได้ทั่วโลก และมีคุณภาพเทียบเท่าสินค้าเกษตรที่ผ่านการรับรองจาก GlobalGAP ซึ่ง ThaiGAP เน้นการปฏิบัติในสามองค์ประกอบหลักคือ ความปลอดภัย (Food Safety) สรุปแวดล้อม (Environment) สุขภาพความปลอดภัย และสวัสดิภาพของผู้ปฏิบัติงาน (Worker Health Safety & Welfare) วิธีการปฏิบัติที่เกษตรกรสามารถที่จะเข้าสู่การรับรองระบบการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีตาม

มาตรฐาน ThaiGAP โดยเฉพาะผักและผลไม้นั้น เกษตรกรจะต้องใช้ระบบการบริหาร และจัดการความเสี่ยงในการผลิตอย่างครบวงจร ตั้งแต่การคัดเลือกเมล็ดพันธุ์ การจัดการพื้นที่ดินและวัสดุ การปลูก การใช้น้ำชลประทาน การให้ปุ๋ย การจัดการศัตรูพืช การให้ความสำคัญและปฏิบัติงานอย่างถูกต้องในด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล การป้องกันการปนเปื้อนระหว่างการเก็บเกี่ยว การจัดการผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยว รวมถึงความสะอาดของพื้นที่จัดเก็บ และความสะอาดระหว่างการขนส่ง นอกจากนี้ผลผลิตที่ได้มาตรฐานจะต้องสามารถตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ได้หากเกิดกรณีที่มีปัญหาจะทราบได้ว่าผลผลิตนั้นมาจากฟาร์มใด และได้ดำเนินการจัดส่งให้ลูกค้ารายใด

นอกจากนี้ยังมีมาตรฐานระหว่างประเทศที่ผู้ส่งออกต้องถือปฏิบัติเนื่องจากเป็นมาตรฐานที่สหภาพยุโรปนิยมใช้เพื่อเป็นข้อกำหนดในการนำเข้าสินค้าจากผู้ส่งออก ได้แก่ 1) มาตรฐาน Codex ซึ่งมุ่งเน้นที่ความปลอดภัยและสุขอนามัยของผู้บริโภค ซึ่งครอบคลุมสินค้าชนิดผักผลไม้และผลิตภัณฑ์จากพืชอื่น ๆ ด้วยการกำหนดระดับสารปนเปื้อนประเภทยาปราบศัตรูพืช หรือการกำหนดค่าปริมาณสารตกค้างสูงสุด (ค่า MRLs หรือ Maximum Residue Limits) รวมทั้งสารปนเปื้อน 4 ประเภท ได้แก่ ไนเตรท (Nitrate) อะฟลาทอกซิน (Aflatoxin) โลหะหนัก (เช่น ตะกั่ว แคดเมี่ยม ปรอท เป็นต้น) และสารพิษ 3 - MCPD (3 – Monochloropropane - 1, 2 - Diol) ซึ่งประเทศผู้นำเข้าจะกำหนดปริมาณสารตกค้างที่แตกต่างกัน หากประชาชนในประเทศนำเข้านั้นตระหนักในเรื่องความปลอดภัยของอาหารอย่างมากประเทศนั้นจะกำหนดระดับ MRLs ที่เข้มงวดกับสินค้าที่นำเข้า 2) มาตรฐาน IPPC ภายใต้ความรับผิดชอบของ FAO เป็นมาตรฐานทางด้านสุขอนามัยที่เกี่ยวข้องกับพืช โดยเน้นการดำเนินมาตรการเพื่อป้องกันศัตรูพืช เช่น โรค แมลงและวัชพืช มิให้แพร่ระบาดก่อความเสียหายต่อพืชเพาะปลูก รวมทั้งพืชในสรูปแวดล้อมของอีกประเทศหนึ่งที่ครอบคลุมถึงวัสดุต่าง ๆ ที่มีโอกาสจะเป็นพาหะของศัตรูพืช 3) มาตรฐาน HACCP เป็นมาตรฐานการผลิตที่มีมาตรการป้องกันอันตรายที่จะได้รับจากการบริโภคอาหาร ระบบ HACCP ผู้ผลิตจะต้องนำไปประยุกต์ใช้ในกระบวนการผลิตอาหารให้เหมาะสมตามสินค้าของตนที่มีครอบคลุมทุกกระบวนการตั้งแต่การเตรียมวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การบรรจุสินค้า การเก็บรักษา การกระจายสินค้า และการจัดจำหน่าย จนกระทั่งถึงมือผู้บริโภค รวมทั้งสร้างระบบการควบคุมการผลิตเพื่อกำจัดหรือลดสาเหตุที่จะทำให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภคตลอดห่วงโซ่การผลิตตามมาตรฐาน HACCP ได้ยึดหลักเกณฑ์ตาม Codex เพื่อการป้องกันอันตรายที่จะเกิดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ 4) มาตรฐาน GMP เป็นการปฏิบัติที่ดีในการผลิตอาหารของกระบวนการผลิต เป็นระบบประกันคุณภาพที่มีการปฏิบัติในการผลิตอาหาร เพื่อให้ เกิดความปลอดภัย และมั่นใจต่อการบริโภค เน้นการป้องกันมากกว่าการแก้ไขที่ครอบคลุมตั้งแต่สถานที่ตั้งของสถานประกอบการ โครงสร้างอาคาร ระบบการผลิตที่ดี มีความปลอดภัย และมีคุณภาพ ได้มาตรฐานทุกขั้นตอน นับตั้งแต่เริ่มต้นวางแผนการผลิต ระบบควบคุมตั้งแต่วัตถุดิบระหว่างการผลิต ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป การจัดเก็บ การควบคุมคุณภาพ และการขนส่งจนถึงผู้บริโภค โดยมีระบบบันทึกข้อมูลเพื่อให้สามารถตรวจสอบและติดตามผลคุณภาพของผลิตภัณฑ์

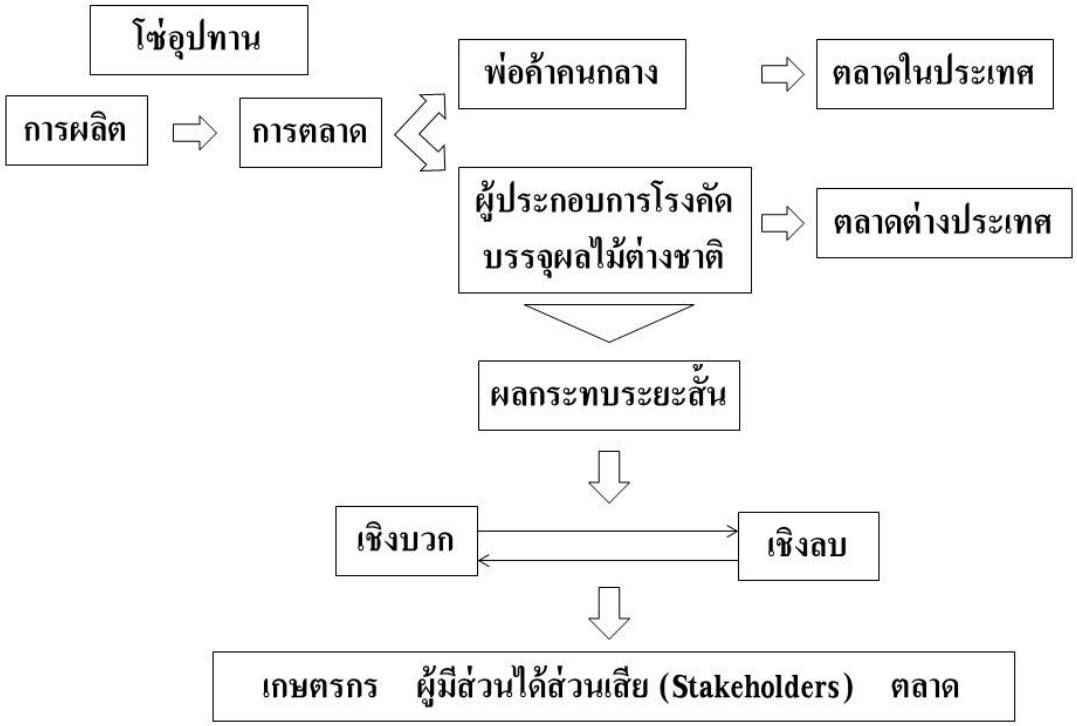
กนกวรรณ จันทร์เจริญชัย, วุฒิยา สาหร่ายทอง และกัมปนาท เพ็ญสุภา (2558) ได้ศึกษามาตรฐานสินค้าเกษตรอาเซียนและความเต็มใจจ่ายพืชกะหล่ำปลีที่ได้มาตรฐาน โดยการกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตรภายใต้การดำเนินงานของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์นั้น เพื่อเป็นการสนับสนุนและพัฒนาการค้าสินค้าเกษตรระหว่างประเทศ และเพื่อใช้เป็นเครื่องมือป้องกันสินค้าเกษตรนำเข้าที่ด้อยคุณภาพรวมทั้งให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านอาหารของผู้บริโภคเมื่อเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ผลการศึกษาพบว่า การดำเนินการกำหนดมาตรฐานดังกล่าวก่อให้เกิดต้นทุน

การผลิตทั้งทางการเงินและมิใช่การเงินของผู้ผลิตสูงขึ้น และอาจส่งผลกระทบต่อระดับราคาสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ แต่ในขณะเดียวกันมาตรฐานและความปลอดภัยในสินค้าเกษตรนั้นส่งผลดีต่อผู้บริโภคได้โดยตรงในแง่ของความปลอดภัยจากสารพิษตกค้าง และมูลค่าความเต็มใจจ่ายเพื่อบริโภคกะหล่ำปลีที่ได้มาตรฐานและมีความปลอดภัยจากการบังคับของหน่วยงานรัฐที่กำหนดมาตราควบคุม สะท้อนให้เห็นถึงระดับราคาสินค้าสูงสุดโดยเฉลี่ยที่ผู้บริโภคมีความสามารถและยินดีจ่ายในการบริโภคสินค้าเกษตรที่ได้มาตรฐานและความปลอดภัย แต่การเพาะปลูกตามมาตรฐาน GAP ของกะหล่ำปลี ซึ่งทำให้เกษตรกรประสบกับความเสี่ยงจากความเสียหายต่อการระบาดของโรคและแมลงในพืช แม้ว่าต้นทุนการผลิตต่อไร่จะต่ำกว่าเมื่อเทียบกับการเพาะปลูกโดยทั่วไปแล้ว ส่งผลให้เกษตรกรต้องสูญเสียน้ำหนักที่เกิดจากร่องรอยจากแมลงเจาะทำให้รูปลักษณ์ภายนอกไม่สวยงามต้องทำการตัดแต่งกะหล่ำปลีเพื่อให้สอดคล้องตามความต้องการของผู้บริโภคจึงเกิดต้นทุนและความเสี่ยงจากความเสียหายที่สูงขึ้น

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (2556) ได้ศึกษาเทคนิคใหม่จากการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (SO_2) ด้วยระบบอากาศแบบบังคับเพื่อลดปริมาณสารตกค้างในผลผลิตลำไย ผลการศึกษาพบว่า เทคนิคการรม SO_2 โดยใช้ระบบหมุนเวียนอากาศแบบบังคับในลักษณะแนวตั้ง (Vertical Forced - Air) ประกอบกับการใช้แก๊ส SO2 กับผลลำไยสด ซึ่งสามารถลดปริมาณสาร SO_2 ที่ตกค้างในผลลำไยสดได้หลังสิ้นสุดการรมเหลือเพียง 4,000 ppm หรือ 4 - 5 เท่า เมื่อเทียบกับระดับความเข้มข้นของ SO_2 ที่ผู้ประกอบการใช้คือ 1.5 - 2 หมื่น ppm และด้วยวิธีดังกล่าวนั้นไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพ และอายุการเก็บรักษาลำไยอีกทั้งยังป้องกันการเกิดโรคสีน้ำตาลที่เปลือกผลลำไย ซึ่งกระบวนการรม SO_2 ดังกล่าวสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการลดปัญหาการมีปริมาณ SO_2 ตกค้างผลลำไยสด รวมทั้งเป็นแนวทางในการพัฒนากระบวนการรม SO_2 กับผลลำไยสดของไทยให้มีมาตรฐานยิ่งขึ้น

2.3 กรอบแนวความคิดของแผนงานวิจัย

จากการรวบรวมและประมวลแนวคิดและทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาผลกระทบระยะสั้นของการขยายกิจการของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติต่อห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของผลไม้ไทย นำไปสู่กรอบการศึกษาดังสรุปในรูปที่ 2 - 23



รูปที่ 2 - 23 กรอบการศึกษา

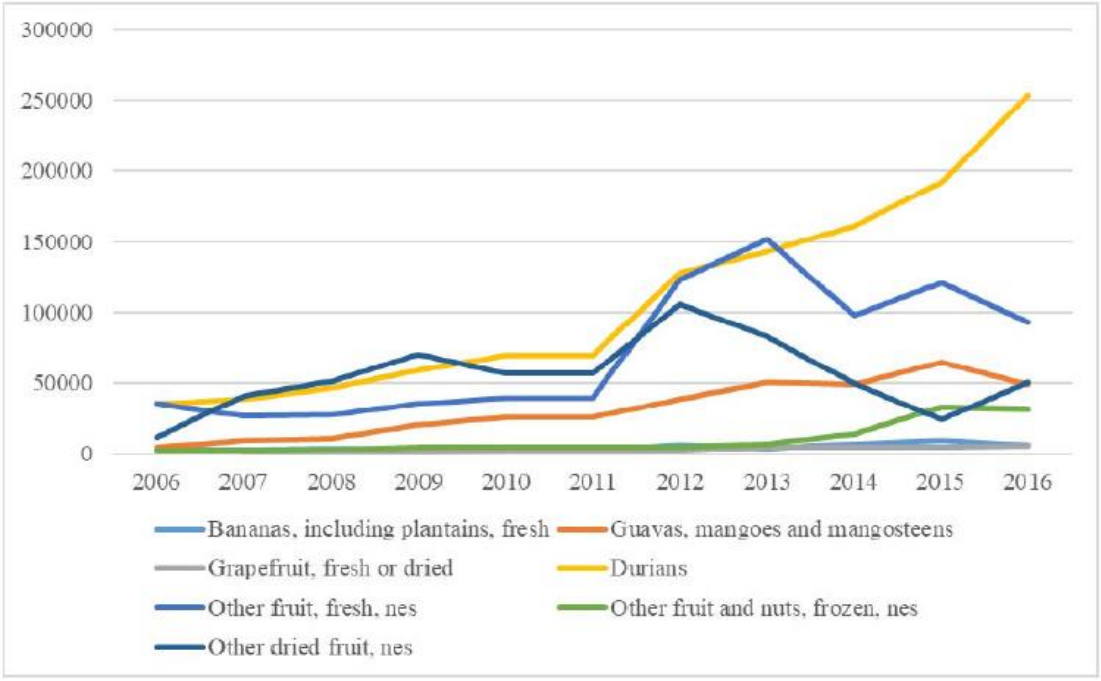
บทที่ 3

ข้อมูลและสถานการณ์ทั่วไปของผลไม้ไทย

ข้อมูลและสถานการณ์ทั่วไปของโครงการ “การศึกษาผลกระทบระยะสั้นของการขยายกิจการของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติต่อห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของผลไม้” ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของสถานการณ์ผลไม้ไทย และทุเรียน มังคุด และ และลำไย สถานการณ์และบทบาทของโรงคัดบรรจุผลไม้ไทย และโซ่อุปทานของทุเรียน มังคุด และลำไย รวมถึงเส้นทางการขนส่งและเอกสารพิธีการศุลกากรสำหรับส่งออกผลไม้ไปยังจีน เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการทำความเข้าใจและการนำไปร่วมสังเคราะห์ผลกระทบระยะสั้นของการขยายกิจการของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ

3.1 ข้อมูลทั่วไปของผลไม้ไทย

ประเทศไทยมีการส่งออกผลไม้ที่สำคัญและกำลังเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งเมื่อเทียบกับผลไม้อื่นที่ไทยส่งออกไปจีนนั้น ทุเรียนเป็นผลไม้หลักของไทยที่ส่งออกไปประเทศจีนมากที่สุดในช่วงปี ค.ศ. 2006 – 2016 (ปี 2554 - 2559) ส่วนรองลงมาคือ จำพวกผลไม้สดอื่น ๆ และผลไม้จำพวกฝรั่ง มะม่วง และมังคุด ตามลำดับ เมื่อพิจารณาระหว่างปี ค.ศ. 2015 - 2016 (ปี 2558 - 2559) พบว่ามีผลไม้แห้งต่าง ๆ มีทิศทางการส่งออกที่เพิ่มขึ้นจาก ปี ค.ศ. 2015 (ปี 2558) ดังแสดงในรูปที่ 3 - 1



รูปที่ 3 - 1 แนวโน้มการส่งออกผลไม้ไทย
ที่มา: Wannarat Tantrakonnsab และคณะ, 2018

นอกจากนั้นจากสถิติของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร มูลค่าการส่งออกผลไม้สด แช่เย็น แช่เข็งและแห้งเฉลี่ยทั้ง 4 ปี (ปี 2558 – 2561) ไปยังประเทศเวียดนามมีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ย 16,500.19 ล้านบาท ในขณะที่การส่งออกสินค้าดังกล่าวไปยังประเทศจีนมีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ย 15,382.56 ล้านบาท และการส่งออกสินค้าดังกล่าวไปยังประเทศฮ่องกงมีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ย 6,001.44 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับปริมาณการส่งออกในปี 2561 อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาจากอัตราการขยายตัวปี 2561 เทียบกับปี 2560 พบว่าการส่งออกผลไม้สด แช่เย็น แช่เข็งและแห้งไปยังประเทศจีน และฮ่องกงมีอัตราการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 44.36 และร้อยละ 30.67 ตามลำดับ ส่วนการส่งออกไปยังประเทศเวียดนามมีอัตราการเติบโตที่ลดลงร้อยละ 11.20 (ตารางที่ 3 - 1)

ตารางที่ 3 - 1 มูลค่าการส่งออกผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง สูงสุด 5 อันดับแรกระหว่างปี 2558 - 2561

อันดับที่	ประเทศปลายทาง	มูลค่า: ล้านบาท					อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)			
		2558	2559	2560	2561	เฉลี่ย	2558	2559	2560	2561
1	จีน	12,396.59	13,430.75	14,611.07	21,091.82	15,382.56	32.36	8.34	8.79	44.36
2	เวียดนาม	5,631.90	10,766.74	26,272.13	23,330.00	16,500.19	17.74	91.17	144.01	-11.20
3	ฮ่องกง	6,448.49	5,796.45	5,098.51	6,662.29	6,001.44	-16.35	-10.11	-12.04	30.67
4	ไต้หวัน	356.74	352.66	498.44	404.82	403.17	8.91	-1.15	41.34	-18.78
5	อินโดนีเซีย	1,633.75	1,899.59	2,869.09	2,014.42	2,104.21	-28.38	16.27	51.04	-29.79

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร, 2558 - 2561

ทั้งนี้ผลไม้ที่อยู่ในกลุ่มผลไม้เศรษฐกิจส่งออกที่สำคัญของประเทศไทยคือ ทุเรียน มังคุดและลำไย เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2558 การที่ไทยส่งออกผลไม้ไปจีนได้เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ส่วนหนึ่งเป็นผลจากความตกลงการค้าเสรีอาเซียน – จีน (ACFTA) ที่จีนได้ยกเลิกการเก็บภาษีนำเข้าสินค้าผลไม้จากไทยทุกรายการ จากเดิมที่เก็บภาษีอยู่ที่ร้อยละ 10 - 30 ช่วยให้ผลไม้ไทยสามารถแข่งขันในตลาดจีนได้ (ผู้จัดการออนไลน์, 2562) จากสถิติของสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร พบว่าประเทศที่นำเข้าผลไม้จากไทยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ประเทศจีน เวียดนามและฮ่องกง โดยประเทศจีนนำเข้าทุเรียนจากประเทศไทยสูงที่สุด

โดยระหว่างปี 2558 - 2561 พบว่า ทุเรียนมีปริมาณการส่งออกไปจีนสูงที่สุดคิดเป็นมูลค่าเฉลี่ย 9,055.80 ล้านบาท รองลงมาคือ ประเทศฮ่องกง มีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ย 5,173.43 ล้านบาท และประเทศเวียดนามมีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ย 1,801.18 ล้านบาท เมื่อพิจารณาปริมาณการส่งออกปี 2561 เทียบกับปี 2560 แสดงถึงการขยายตัวที่สูงขึ้นโดยอัตราการส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 81.37 รองลงมาคือ ฮ่องกงและเวียดนาม โดยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 46.02 และ 0.96 ตามลำดับ ส่วนลาวและอินโดนีเซีย มีอัตราการขยายตัวลดลงถึงร้อยละ 85.60 และ 34.95 ตามลำดับ

การส่งออกมังคุดระหว่างปี 2558 – 2561 มีมูลค่าการส่งออกไปประเทศเวียดนามสูงสุดเฉลี่ย 3,067.89 ล้านบาท รองลงมาคือ จีนและฮ่องกง ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยร้อยละ 2,269.39 และ 226.20

ล้านบาท ตามลำดับ โดยในปี 2561 เมื่อเทียบกับปี 2560 ประเทศจีนมีอัตราการส่งออกเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 66.91 ซึ่งเท่ากับลาว ในขณะที่ฮ่องกงมีอัตราการส่งออกลดลงถึงร้อยละ 82.08 และเวียดนามมีการส่งออกที่ลดลงร้อยละ 27.17

ขณะเดียวกัน ลำไยมีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยระหว่างปี 2558 – 2561 สูงสุดที่ประเทศเวียดนาม 7.709.53 ล้านบาท รองลงมาคือ ประเทศจีนและอินโดนีเซีย ซึ่งมีมูลค่าการส่งออก 4,057.44 และ 1,990.32 ล้านบาท โดยเมื่อเทียบปี 2561 กับปี 2560 แล้วนั้นจะพบได้ว่า เกือบทุกประเทศมีอัตราการส่งออกที่ลดลง โดยเฉพาะในฮ่องกงและอินโดนีเซียที่ลดลงเกือบร้อยละ 30 ดังแสดงในตารางที่ 3 - 2

ตารางที่ 3 - 2 มูลค่าการส่งออกผลไม้ในกลุ่มผลไม้เศรษฐกิจ ทุเรียน มังคุดและลำไยไปประเทศจีน เวียดนาม ฮ่องกง อินโดนีเซียและลาวระหว่างปี 2558 - 2561

อันดับที่	ประเทศ	มูลค่าการส่งออกผลไม้เศรษฐกิจ (ล้านบาท)														
		ทุเรียน					มังคุด					ลำไย				
		2558	2559	2560	2561	เฉลี่ย	2558	2559	2560	2561	เฉลี่ย	2558	2559	2560	2561	เฉลี่ย
1	จีน	6,575.05 (27.25)	8,972.54 (36.46)	7,348.14 (-18.10)	13,327.48 (81.37)	9,055.80	2,087.01 (40.24)	1,618.99 (-22.43)	2,012.49 (24.30)	3,359.05 (66.91)	2,269.39	3,734.53 (37.79)	2,839.22 (-23.97)	5,250.44 (84.93)	4,405.57 (-16.09)	4,057.44
2	เวียดนาม	491.12 (122.97)	2,869.43 (484.26)	1,755.86 (238.71)	2,088.32 (0.96)	1,801.18	1,755.86 (-30.68)	2,088.32 (18.93)	4,876.06 (133.49)	3,551.30 (-27.17)	3,067.89	3,384.92 (66.75)	5,809.00 (71.61)	11,677.08 (101.02)	9,967.12 (-14.64)	7,709.53
3	ฮ่องกง	5,475.79 (-14.03)	4,953.19 (-9.54)	4,172.33 (-15.76)	6,092.42 (46.02)	5,173.43	146.04 (-69.39)	137.21 (-6.05)	153.96 (12.20)	27.59 (-82.08)	116.20	826.66 (-4.17)	706.04 (-14.59)	772.23 (9.37)	542.29 (-29.78)	711.81
4	ลาว	3.30 (70.64)	22.99 (597.63)	22.28 (-3.09)	3.21 (-85.60)	12.95	34.68 (185.15)	100.80 (190.65)	66.91 (-33.62)	88.73 (66.91)	72.78	25.78 (924.76)	1.16 (-95.51)	0.00 (0.00)	0.05 (0.00)	6.75
5	อินโดนีเซีย	256.08 (-10.03)	129.94 (-49.26)	42.14 (-67.57)	27.41 (-34.95)	113.89	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	0.00)	1,377.66 (-30.99)	1,769.65 (28.45)	2,826.96 (59.75)	1,987.01 (-29.71)	1,990.32

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร
หมายเหตุ: * คือ ตัวเลขในวงเล็บคืออัตราการขยายตัวเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

3.2 ทุเรียน

ทุเรียนถือเป็นผลไม้ที่มีความสำคัญต่อภาคการเกษตรของประเทศไทย ซึ่งสร้างรายได้มากเป็นอันดับ 1 ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 41.5 ของการส่งออกสินค้าผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้งที่ไทยส่งออกไปจีน (ข่าวสด, 2562) จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร พบว่าระหว่างปี 2558 - 2561 ราคาที่เกษตรกรขายได้เฉลี่ย 41.06 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งเมื่อเทียบราคาของปี 2561 กับปี 2560 แล้วพบว่า มีอัตราการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.60 ชะลอตัวจากปีก่อนหน้าที่มีอัตราการขยายตัวที่ร้อยละ 33.74

ปริมาณเนื้อที่ยืนต้นของทุเรียนทั่วประเทศ 864,842 ไร่ มีเนื้อที่ให้ผลทั้งหมด 675,375 ไร่ มีผลผลิต 752,760 ตัน และมีผลผลิตต่อไร่อยู่ที่ 1,115 กิโลกรัม โดยการขยายตัวเฉลี่ยของมูลค่าทุเรียนในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา (ปี 2558 - 2561) พบว่าเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 6.85 ต่อปี สะท้อนถึงราคาที่เพิ่มขึ้นสอดคล้องกับกระแสนิยมบริโภคทุเรียนที่เติบโตขึ้นจากทั้งในและนอกประเทศในช่วงที่ผ่านมา โดยปี 2561 ทุเรียนมีเนื้อที่ยืนต้นมากที่สุดในภาคใต้และภาคกลาง แสดงให้เห็นว่าเนื้อที่ให้ผลของทุเรียนกระจุกตัวในพื้นที่ภาคใต้มากถึง 466,555 ไร่ ซึ่งมีอัตราการเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับปี 2560 ร้อยละ 4.91 โดยมีเนื้อที่ปลูกมากที่สุดในจังหวัดชุมพร ในขณะที่ภาคกลางมีพื้นที่ปลูกรองลงมา 328,673 ไร่ ซึ่งมีอัตราการเปลี่ยนแปลงร้อยละ 3.16 เมื่อเทียบกับปี 2560 (ตารางที่ 3 - 3)

ตารางที่ 3 - 3 ปริมาณการผลิตทุเรียนในประเทศและราคาที่เกษตรกรขายได้ที่หน้าสวนระหว่างปี 2558 – 2561

ผลไม้	ทุเรียน			
	2558	2559	2560	2561
ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาทต่อกิโลกรัม)	34.06 (20.27)	35.09 (3.02)	46.93 (33.74)	48.15 (2.60)
เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)				
รวมทั้งประเทศ	686,582 (3.04)	753,644 (9.77)	827,263 (9.77)	864,842 (4.54)
ภาคเหนือ	29,242 (2.08)	49,047 (67.73)	49,333 (0.58)	51,299 (3.99)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	2,628 (18.01)	3,321 (26.37)	4,908 (47.79)	8,315 (69.42)
ภาคกลาง	303,529 (3.37)	315,295 (3.88)	328,312 (4.13)	338,673 (3.16)
ภาคใต้	351,183 (2.75)	385,981 (9.91	444,710 (15.22)	466,555 (4.91)
เนื้อที่ให้ผล (ไร่)				
รวมทั้งประเทศ	573,293 (0.47)	608,512 (6.14)	642,315 (5.56)	675,375 (5.15)

ตารางที่ 3 - 3 (ต่อ)

ผลไม้	ทุเรียน			
	2558	2559	2560	2561
ภาคเหนือ	25,922 (3.62)	37,293 (43.87)	37,752 (1.23)	38,507 (2.00)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1,710 (0.77)	2,302 (34.62)	2,856 (24.07)	3,420 (19.75)
ภาคกลาง	252,659 (0.73)	257,522 (1.92)	262,543 (1.95)	274,141 (4.42)
ภาคใต้	293,002 (-0.02)	311,395 (6.28)	339,164 (8.92)	359,307 (5.94)
ผลผลิต (ตัน)				
รวมทั้งประเทศ	601,884 (-4.73)	512,451 (-14.86)	661,603 (29.11)	752,760 (13.78)
ภาคเหนือ	16,923 (0.89)	4,918 (-70.94)	32,195 (554.64)	35,461 (10.14)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1,672 (-9.13)	1,299 (-22.31)	2,783 (114.24)	4,474 60.76)
ภาคกลาง	343,776 (-2.99)	281,578 (-18.09)	427,909 (51.97)	408,558 (-4.52)
ภาคใต้	239,513 (-7.44)	224,656 (-6.20)	198,716 (-11.55)	304,267 (53.12)
ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)				
รวมทั้งประเทศ	1,050 (-5.15)	842 (-19.81)	1,030 (22.33)	1,115 (8.25)
ภาคเหนือ	653 (-2.68)	132 (-79.79)	853 (546.21)	921 (7.97)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	978 (-9.78)	564 (-42.33)	974 (72.70)	1,308 (34.29)
ภาคกลาง	1,361 (-3.68)	1,093 (-19.69)	1,630 (49.13)	1,490 (-8.59)
ภาคใต้	817 (-7.47)	721 (-11.75)	586 (-18.72)	847 (44.54)

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2561

หมายเหตุ: * คือ ตัวเลขในวงเล็บคืออัตราการขยายตัวเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

ปริมาณทุเรียนในประเทศปี 2559 มีอัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 55.62 เมื่อเทียบกับปี 2558 เนื่องจากการปลูกทุเรียนขึ้นอยู่กับสภาวะอากาศส่งผลทำให้ได้ผลผลิตปริมาณทุเรียนในประเทศค่อนข้างไม่แน่นอน เมื่อพิจารณาในปี 2561 พบว่ามีปริมาณทุเรียนที่ผลิตออกสู่ตลาดทั่วประเทศไทย 206,869 ตัน มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 70.84 เมื่อเทียบกับปี 2560 มีปริมาณทุเรียนแช่แข็ง 19,982 ตัน คิดเป็นมูลค่า 105.90 ล้านบาท ทุเรียนกวน 1,518 ตัน คิดเป็นมูลค่า 155 ล้านบาท และทุเรียนอบแห้ง 417 ตัน คิดเป็นมูลค่า 346 ล้านบาท ดังแสดงในตารางที่ 3 - 4 โดยทุเรียนอบแห้งที่มีชะลอตัวลงจากปี 2558 เมื่อพิจารณาทุเรียนแช่แข็งมีอัตราการเปลี่ยนแปลงกว่า 2 เท่าของปริมาณการผลิต ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าราคาของทุเรียนแช่แข็งมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ราคาของทุเรียนอบแห้งที่สูงสุดเชิงเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปอื่น ส่วนหนึ่งมีสาเหตุจากน้ำหนักเบา และใช้วัตถุดิบที่เป็นทุเรียนสดในปริมาณมาก โดยที่ราคาของทุเรียนมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น ยกเว้นทุเรียนกวนที่ลดลงถึงร้อยละ 19.6 ในปี 2561 ซึ่งการแปรรูปที่ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มคือ ทุเรียนแช่แข็ง และทุเรียนอบแห้ง

ตารางที่ 3 - 4 ปริมาณทุเรียนในประเทศและราคาส่งออกจำแนกตามผลิตภัณฑ์ระหว่างปี 2558 - 2561

รายการ	2558	2559	2560	2561
1. ปริมาณทุเรียนในประเทศ (ตัน)	214,810 (-10.03)	95,329 (-55.62)	121,090 (27.02)	206,869 (70.84)
2. ปริมาณทุเรียนแปรรูป				
2.1) ทุเรียนแช่แข็ง				
ปริมาณ (ตัน)	22,187 (29.42)	20,430 (-7.92)	13,230 (-35.24)	19,982 (51.04)
มูลค่า (ล้านบาท)	1,945 (71.97)	2,173 (11.72)	2,256 (3.82)	4,645 (105.90)
2.2) ทุเรียนกวน				
ปริมาณ (ตัน)	690 (51.65)	720 (4.35)	1,089 (51.25)	1,518 (39.39)
มูลค่า (ล้านบาท)	82 (41.38)	90 (9.76)	138 (53.33)	155 (12.32)
2.3) ทุเรียนอบแห้ง				
ปริมาณ (ตัน)	401 (13.60)	340 (-15.21)	545 (60.29)	417 (-23.49)
มูลค่า (ล้านบาท)	290 (33.03)	282 (-2.76)	431 (52.84)	346 (-19.72)

ตารางที่ 3 - 4 (ต่อ)

รายการ	2558	2559	2560	2561
3. ราคาส่งออก (บาทต่อตัน)				
ทุเรียนสด	36,981 (9.91)	43,383 (17.31)	45,065 (3.88)	60,742 (34.79)
ทุเรียนแช่แข็ง	87,653 (32.82)	106,349 (21.33)	170,522 (60.34)	232,928 (36.60)
ทุเรียนกวน	119,532 (-6.27)	125,158 (4.71)	126,722 (1.25)	102,448 (-19.16)
ทุเรียนอบแห้ง	723,169 (17.42)	828,736 (14.60)	790,826 (-4.57)	828,682 (4.79)

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2561
หมายเหตุ: * คือ ตัวเลขในวงเล็บคืออัตราการขยายตัวเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

3.2.1 สถานการณ์ทั่วไปของทุเรียนไทย

สถานการณ์การค้าในปัจจุบัน พบว่ามาเลเซียกำลังส่งเสริมการปลูกทุเรียนในพื้นที่ขนาดใหญ่ เพื่อให้ทุเรียนเป็นผลิตภัณฑ์ส่งออกหลักของประเทศต่อจากปาล์มน้ำมันเพราะสามารถทำรายได้สูงกว่า โดยมีเป้าหมายส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 50 ภายในปี 2573 รองรับความต้องการจากจีนที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วซึ่งส่งผลให้ทุเรียนพันธุ์มูซังคิงมีราคาเพิ่มขึ้นเกือบ 4 เท่าของช่วง 5 ปีหลังทำให้มาเลเซียตั้งเป้าส่งออกทุเรียนไปจีน 2.2 หมื่นตัน ภายในปี 2030 ข้อมูลสถิติจากสหประชาชาติ ระบุว่า จีนนำเข้าทุเรียน 3.5 แสนตันเมื่อปี 2560 เพิ่มขึ้นร้อยละ 15 คิดเป็นมูลค่า 510 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ประมาณ 1.68 หมื่นล้านบาท) แต่นำเข้าจากมาเลเซียไม่ถึงร้อยละ 1 โดยเกือบร้อยละ 40 เป็นการนำเข้าจากไทย ซึ่งถือเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกทุเรียนรายใหญ่ที่สุดของโลกในขณะที่ประเทศไทยก็ยังได้มีการลงนามข้อตกลงที่จะร่วมมือระหว่างฝ่ายไทยและจีน (Memorandum of Understanding: MOU) ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้ค้าปลีกอันดันต้นของประเทศจีน ทำข้อตกลงร่วมกับจังหวัดจันทบุรี เพื่อต้องการนำผลไม้จากประเทศไทย เช่น ทุเรียน และมังคุด เข้าไปขายในธุรกิจของบริษัท ซูหนิง ที่มีอยู่ในประเทศจีนกว่า 2 พันสาขา แต่เกษตรกรจะต้องเน้นที่คุณภาพผลไม้ของตนเองให้ผ่านมาตรฐานตามข้อกำหนดของการส่งออก

สถานการณ์ข้างต้นสอดคล้องกับข้อคิดเห็นที่ได้รับจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้เล่าถึงความร่วมมือระหว่างสหกรณ์การเกษตรเขาคิชกูฏ กับบริษัท ริชฟิลล์ เฟรชฟรุ๊ท จำกัด เมื่อ 10 ปีก่อนหน้าในช่วงที่มีปัญหาเรื่องราคาผลไม้ตกต่ำ สหกรณ์การเกษตรเขาคิชฌกูฏพยายามหาผู้ประกอบการผลไม้เข้าไปช่วยรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร แรกเริ่มโดยการเข้าไปรับซื้อมังคุดแต่ยังไม่ได้รับความสนใจจากเกษตรกรเท่าที่ควร เกษตรกรจะมาขายมังคุดให้จำนวนมากเฉพาะช่วงที่มังคุดขายไม่ออก ต่อมาจึงได้มีการจัดระเบียบใหม่โดยกำหนดให้เกษตรกรต้องเข้ามาลงทะเบียนก่อนจึงจะสามารถขายมังคุดได้ โดยสามารถนำมังคุดมาขายได้ไม่จำกัดจำนวน เมื่อสอบถามถึงกระแสข่าวการเข้ามาของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีน ซึ่งสิ่งที่ควรทำมากที่สุดคือ การเพิ่มการเก็บภาษีให้เต็มที่ กฎหมายเข้าเมืองต้องแข็งแรง และการควบคุมคุณภาพของผลไม้ให้เป็นมาตรฐาน จัดการทุกอย่างให้อยู่ในระบบ

การเข้ามามีบทบาทของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวต่างชาติมีทั้งได้เปรียบและเสียเปรียบ ซึ่งเกษตรกรจะได้เปรียบในระยะสั้นคือ การขายได้ราคาดี แต่ในระยะยาวเกษตรกรควรคำนึงถึงการแข่งขันโดยเฉพาะอย่างยิ่งจากประเทศเพื่อนบ้านที่ได้พยายามปลูกทุเรียน เช่น มาเลเซีย และเวียดนาม เป็นต้น ส่งผลให้ระยะยาวการคาดการณ์ปริมาณผลผลิตทำได้ยากยิ่งขึ้น ซึ่งอาจส่งผลให้มีผลผลิตล้นตลาด ซึ่งเมื่อผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนเข้ามาซื้อผลผลิตโดยตรงทำให้ลดการเกิดพ่อค้าคนกลาง แต่ก็อาจทำให้เกิดการผูกขาดได้ ซึ่งจากคำสัมภาษณ์ยังคาดการณ์อีกว่าปี 2565 จะมีการแข่งขันทางการตลาดกันระหว่างทุเรียนพันธุ์มูซานคิงและทุเรียนพันธุ์หมอนทอง เนื่องจากเป็นช่วงที่ผลผลิตทุเรียนมูซานคิงเริ่มออกสู่ท้องตลาด วิธีแก้ไขคือ ควรทำการพัฒนาสายพันธุ์ทุเรียนของไทยให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการเพิ่มมูลค่าให้กับทุเรียน เช่น การแปรรูป

3.3 มังคุด

มังคุดเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย ซึ่งได้ขึ้นชื่อว่าเป็นผู้ส่งออกมังคุดมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก จากสถิติของกระทรวงพาณิชย์ พบว่า ระหว่างปี 2558 - 2561 ราคาที่เกษตรกรขายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 28.06 บาทต่อกิโลกรัม มีเนื้อที่ยืนต้น 448,008 ไร่ มีเนื้อที่ให้ผล 420,472 ไร่ มีผลผลิต 184,583 ตัน และมีผลผลิต 493 กิโลกรัมต่อไร่ มีอัตราการเปลี่ยนแปลงของปี 2561 เมื่อเทียบกับปี 2560 ของผลผลิตและผลผลิตต่อไร่ลดลงมากถึงร้อยละ 13 เนื่องจากสรูปอากาศที่แปรปรวนตลอดมีฝนตกชุก มังคุดออกใบอ่อนแทนการออกดอก ส่วนที่ออกดอกออกประปรายไม่เต็มต้นทำให้ผลผลิตต่อไร่ลดลงมากส่งผลให้ผลผลิตรวมลดลงตาม ซึ่งในภาคใต้มีการปลูกมังคุดมากที่สุด 244,293 ไร่ รองลงมาคือ ภาคกลางและภาคเหนือ 203,319 และ 396 ไร่ ตามลำดับ โดยปี 2561 มีอัตราการปลูกในภาคเหนือมากที่สุด ร้อยละ 2.06 ส่วนภาคใต้และภาคกลางกลับมีอัตราการปลูกที่ลดลงระหว่างปี 2558 – 2561 ราคาเฉลี่ยที่เกษตรกรขายได้อยู่ที่ 28.06 บาทต่อกิโลกรัม อัตราการเปลี่ยนแปลงราคาของปี 2561 มีปริมาณที่สูงขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2560 ถึงร้อยละ 24.56 ดังแสดงในตารางที่ 3 - 5

ตารางที่ 3 - 5 ปริมาณการผลิตมังคุดในประเทศและราคาที่เกษตรกรขายได้ที่หน้าสวนระหว่างปี 2558 – 2561

ผลไม้	มังคุด			
	2558	**2559**	**2560**	**2561**
ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาทต่อกิโลกรัม)	21.14 (-14.59)	22.77 (7.71)	30.42 (33.60)	37.89 (24.56)
เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)				
รวมทั้งประเทศ	449,932 (-0.79)	452,743 (0.62)	451,981 (-0.17)	448,008 (-0.88)
ภาคเหนือ	378 (-27.31)	391 (3.44)	388 (-0.77)	396 (2.06)

ตารางที่ 3 - 5 (ต่อ)

ผลไม้	มังคุด			
	2558	**2559**	**2560**	**2561**
ภาคกลาง	206,528 (-0.84)	204,349 (-1.06)	203,841 (-0.25)	203,319 (-0.26)
ภาคใต้	243,026 (-0.69)	248,003 (2.05)	247,752 (-0.10)	244,293 (-1.40)
เนื้อที่ให้ผล (ไร่)				
รวมทั้งประเทศ	411,916 (-0.17)	419,368 (1.81)	416,705 (-0.64)	420,472 (0.90)
ภาคเหนือ	305 (9.71)	343 (12.46)	340 (-0.87)	379 (11.47)
ภาคกลาง	189,107 (1.12)	193,948 (2.56)	193,837 (-0.06)	196,701 (1.48)
ภาคใต้	222,504 (-1.25)	225,077 (1.16)	222,528 (-1.13)	223,392 (0.39)
ผลผลิต (ตัน)				
รวมทั้งประเทศ	198,402 (-31.43)	187,367 (-5.56)	209,880 (12.02)	184,583 (-12.05)
ภาคเหนือ	98 (2.08)	91 (-7.14)	96 (5.49)	58 (-39.58)
ภาคกลาง	115,317 (-21.25)	98,968 (-14.18)	155,128 (56.75)	74,161 (-52.19)
ภาคใต้	82,987 (-41.90)	88,308 (6.41)	54,656 (-38.11)	110,364 (101.92)
ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)				
รวมทั้งประเทศ	482 (-31.24)	447 (-7.26)	504 (12.75)	439 (-12.90)
ภาคเหนือ	321 (-6.96)	265 (-17.45)	282 (6.42)	153 (-45.74)
ภาคกลาง	610 (-22.09)	510 (-16.39)	800 (56.86)	377 (-52.88)
ภาคใต้	373 (-41.17)	392 (5.09)	246 (-37.24)	494 (100.81)

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

หมายเหตุ: * คือ ตัวเลขในวงเล็บคืออัตราการขยายตัวเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

โดยระหว่างปี 2558 - 2561 มีปริมาณผลผลิตมังคุดในประเทศเฉลี่ย 29,375 ตัน โดยในปี 2561 เมื่อเทียบกับปี 2560 มีอัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณมังคุดในประเทศลดลงถึงร้อยละ 33.92 ส่วนด้านมังคุดแช่แข็งในปี 2561 มีปริมาณ 177 ตัน และมีอัตราการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 139.19 (ตารางที่ 3 - 6)

ซึ่งสอดคล้องผลผลิตต่อไร่ที่ปรับลดลงมากจากสรูปภูมิอากาศที่ไม่เหมาะสมในปีดังกล่าว ซึ่งราคาส่งออกของมังคุดสดมีแนวโน้มที่ดีขึ้นมากกว่ามังคุดแช่แข็งถึงร้อยละ 7.96

ตารางที่ 3 - 6 ปริมาณมังคุดในประเทศ ปริมาณมังคุดแปรรูปและราคาส่งออกระหว่างปี 2558 - 2561

รายการ	2558	2559	2560	2561
1. ปริมาณมังคุดในประเทศ (ตัน)	21,172 (0.00)	57,187 (170.11)	23,567 (-58.79)	15,574 (-33.92)
2. ปริมาณมังคุดแปรรูป				
2.1) มังคุดแช่แข็ง				
ปริมาณ (ตัน)	305 (52.50)	371 (21.64)	74 (-80.05)	177 (139.19)
มูลค่า (ล้านบาท)	19 (-5.00)	35 (84.21)	10 (-71.43)	19 (90.00)
3. ราคาส่งออก (บาทต่อตัน)				
มังคุดสด	24,277 (21.39)	29,919 (23.24)	36,186 (20.95)	39,067 (7.96)
มังคุดแช่แข็ง	62,646 (-30.39)	93,366 (49.04)	130,000 (39.24)	109,263 (-15.95)

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2561
หมายเหตุ: * คือ ตัวเลขในวงเล็บคืออัตราการขยายตัวเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

3.3.1 สถานการณ์ทั่วไปของมังคุดไทย

สถานการณ์มังคุดในประเทศ พบว่าราคามังคุดเริ่มตกลงเหลือเพียงกิโลกรัมละ 20 - 30 บาท ต่างจากช่วงต้นเดือนเมษายนปี 2561 ที่ราคามังคุดเพิ่มสูงขึ้นในช่วงเปิดฤดูกาลผลิต สูงขึ้นที่กิโลกรัมละเกือบ 100 บาท ซึ่งตอนนี้ราคามังคุดผิวมันลาย เพิ่มขึ้นมาเป็นกิโลกรัมละ 70 บาท เนื่องจากชาวสวนหยุดการเก็บผลผลิตชั่วคราวซึ่งเป็นผลมาจากตู้คอนเทนเนอร์ที่เป็นห้องเย็นเคลื่อนที่ บรรทุกผลไม้จากจันทบุรี เดินทางออกจากด่านชายแดน บริเวณจุดผ่านแดนถาวรบ้านแหลม อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี ผ่านเข้าประเทศกัมพูชา และเวียดนาม ไปจนถึงชายแดนประเทศจีนขณะที่อีกเส้นทางผ่านเข้าทางลาว ไปยังชายแดนประเทศจีน โดยตู้คอนเทนเนอร์ที่เป็นห้องเย็นมีจำนวนไม่เพียงพอกับจำนวนผลไม้ต่อความต้องการบริโภคผลไม้ไทย ซึ่งตู้คอนเทนเนอร์จะต้องรอลำเลียงผลไม้ออกจากตู้จะต้องใช้ขั้นตอนถึง 2 วัน และรอกระบวนการดำเนินงานอีก 7 วัน ทั้งนี้ตู้คอนเทนเนอร์จึงจะสามารถขนส่งกลับมายังโรงคัดบรรจุผลไม้ได้ ประกอบกับเป็นช่วงที่ผลไม้ของลาวคือ กล้วยหอมและแตงโม กำลังให้ผลผลิตจึงทำให้มีความจำเป็นที่ต้องใช้ตู้คอนเทนเนอร์ที่เป็นห้องเย็นเช่นเดียวกันซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการทำให้เกิดปัญหาเรื่องการขาดแคลนตู้คอนเทรนเนอร์

3.4 ลำไย

ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกผลไม้เมืองร้อนรายใหญ่ที่สุดของโลก โดยตลาดส่งออกที่สำคัญอยู่ในแถบภูมิภาคเอเชีย ได้แก่ จีน ฮ่องกง และไต้หวัน สำหรับการส่งออกไปจีนนั้นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการเปิดเสรีทางการค้าระหว่างไทยกับจีนตั้งแต่ปลายปี 2546 เป็นต้นมา (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร, 2559) ทำให้การค้าผักและผลไม้ระหว่างไทยและจีน ซึ่งจากอัตราภาษีนำเข้าร้อยละ 0 จึงทำให้เป็นโอกาสที่ดีของประเทศไทยในการขยายการส่งออกผลไม้ไปยังประเทศจีน ซึ่งจากสถิติของสำนักเศรษฐกิจการเกษตร รายงานราคาเฉลี่ยระหว่างปี 2558 – 2561 เท่ากับ 28.88 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งเมื่อเทียบระหว่างปี 2561 กับปี 2560 พบว่ามีอัตราการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 13.75 มีปริมาณเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศของปี 2561 เท่ากับ 1,186,828 ไร่ มีเนื้อที่ให้ผล 1,141,257 ไร่ มีผลผลิต 1,051,552 ตัน และมีผลผลิตต่อไร่ทั้งประเทศ 921 กิโลกรัม โดยในปี 2561 เมื่อเทียบกับปี 2560 ของทั้งประเทศ มีอัตราการเปลี่ยนแปลงของเนื้อที่ให้ผลในทางบวกมากที่สุดร้อยละ 4.21 แต่กลับมีอัตราการเปลี่ยนแปลงของผลผลิตต่อไร่ลดลงที่ร้อยละ 2.54 (ตารางที่ 3 - 7) โดยในปี 2561 ภาคที่มีการปลูกมากที่สุดอยู่ที่ภาคเหนือมีปริมาณเนื้อที่ยืนต้นถึง 879,207 ไร่ รองลงมาคือ ภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื้อที่ยืนต้น 279,218 และ 28,403 ไร่ โดยแนวโน้มปริมาณเนื้อที่ยืนต้นมีไม่มากนักเมื่อเทียบกับปี 2560 อยู่ที่ร้อยละ 1 ซึ่งในทางกลับกันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีอัตราเนื้อที่ยืนต้นที่ลดลงถึงร้อยละ 5.18

ตารางที่ 3 - 7 ปริมาณการผลิตลำไยในประเทศและราคาที่เกษตรกรขายได้ที่หน้าสวนระหว่างปี 2558 – 2561

ผลไม้	ลำไย			
	2558	**2559**	**2560**	**2561**
ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาทต่อกิโลกรัม)	30.27 (0.46)	33.63 (11.10)	24.15 (-28.19)	27.47 (13.75)
เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)				
รวมทั้งประเทศ	1,101,551 (0.67)	1,158,629 (5.18)	1,178,144 (1.68)	1,186,828 (0.74)
ภาคเหนือ	887,646 (-0.13)	864,143 (-2.65)	871,231 (0.82)	879,207 (0.92)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	40,485 (-2.83)	29,295 (-27.64)	29,956 (2.26)	28,403 (-5.18)
ภาคกลาง	128,014 (-21.83)	265,191 (107.16)	276,957 (4.44)	279,218 (0.82)

ตารางที่ 3 - 7 (ต่อ)

ผลไม้	ลำไย			
	2558	2559	2560	2561
เนื้อที่ให้ผล (ไร่)				
รวมทั้งประเทศ	1,060,391 (0.79)	1,069,935 (0.90)	1,095,121 (2.35)	1,141,257 (4.21)
ภาคเหนือ	866,504 (0.12)	840,649 (-2.98)	842,124 (0.18)	853,105 (1.30)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	40,342 (-2.80)	28,940 (-28.26)	28,785 (-0.54)	27,150 (-5.68)
ภาคกลาง	153,545 (5.86)	200,346 (30.48)	224,212 (11.91)	261,002 (16.41)
ผลผลิต (ตัน)				
รวมทั้งประเทศ	872,122 (-12.34)	771,835 (-11.50)	1,035,077 (34.11)	1,051,552 (1.59)
ภาคเหนือ	557,510 (-19.98)	426,111 (-23.57)	625,750 (46.85)	682,249 (9.03)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	23,914 (-5.55)	9,258 (-61.29)	17,259 (86.42)	15,627 (-9.46)
ภาคกลาง	290,698 (6.52)	336,466 (15.74)	392,068 (16.53)	353,676 (-9.79)
ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)				
รวมทั้งประเทศ	822 (-13.11)	721 (-12.29)	945 (31.07)	921 (-2.54)
ภาคเหนือ	643 (-20.12)	507 (-21.15)	743 (46.55)	800 (7.67)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	593 (-2.79)	320 (-46.04)	600 (87.50)	576 (-4.00)
ภาคกลาง	1,893 (0.64)	1,679 (-11.30)	1,749 (4.17)	1,355 (-22.53)

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

หมายเหตุ: * คือ ตัวเลขในวงเล็บคืออัตราการขยายตัวเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

โดยระหว่างปี 2558 - 2561 ประเทศไทยมีปริมาณลำไยในประเทศทั้งหมดเฉลี่ย 36,250 ตัน ซึ่งปี 2561 มีปริมาณลำไยอบแห้ง 205,297 ตัน มีปริมาณลำไยบรรจุภาชนะอัดลม 14,597 ตัน และมีปริมาณลำไยแช่แข็ง 37 ตัน ซึ่งเมื่อเทียบกับปี 2560 ลำไยอบแห้งมีอัตราการเปลี่ยนแปลงที่ลดลงร้อยละ 4.06 แต่ลำไยบรรจุภาชนะอัดลมและลำไยแช่แข็งมีอัตราการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.72 และ 184.62 ตามลำดับ แสดงถึงความต้องการลำไยแห้งอิ่มตัว (ตารางที่ 3 - 8) ราคาการส่งออกของลำไยสดและลำไยบรรจุภาชนะอัดลมมีอัตราการการปรับตัวเพิ่มมากขึ้นกว่าปี 2560 คือ ร้อยละ 8.16 และ 10.97 ตามลำดับ ขณะนี้ลำไยแช่แข็งและลำไยอบแห้งกลับมีการเปลี่ยนแปลงที่ลดลงโดยเฉพาะลำไยแช่แข็งที่ปรับลดลงถึงร้อยละ 42.55

ตารางที่ 3 - 8 ปริมาณลำไยในประเทศ ปริมาณลำไยแปรรูปและราคาส่งออกระหว่างปี 2558 - 2561

รายการ	2558	2559	2560	2561
1. ปริมาณลำไยในประเทศ (ตัน)	30,000 (-40.00)	25,000 (-16.67)	35,000 (40.00)	55,000 (57.14)
2. ปริมาณลำไยแปรรูป				
2.1 ลำไยอบแห้ง				
ปริมาณ (ตัน)	110,729 (-43.70)	125,518 (13.36)	213,981 (70.48)	205,297 (-4.06)
มูลค่า (ล้านบาท)	5,426 (-1.52)	8,440 (55.55)	11,110 (31.64)	10,503 (-5.46)
2.2 ลำไยบรรจุภาชนะอัดลม				
ปริมาณ (ตัน)	11,374 (-2.29)	11,052 (-2.83)	11,704 (5.90)	14,597 (24.72)
มูลค่า (ล้านบาท)	631 (4.99)	660 (4.60)	745 (12.88)	1,031 (38.39)
2.3 ลำไยแช่แข็ง				
ปริมาณ (ตัน)	40 (-11.11)	41 (2.50)	13 (-68.29)	37 (184.62)
มูลค่า (ล้านบาท)	3 (-57.14)	5 (66.67)	2 (-60.00)	3 (50.00)
3. ราคาส่งออก (บาทต่อตัน)				
ลำไยสด	22,622 (1.85)	27,934 (23.48)	28,869 (3.35)	31,224 (8.16)
ลำไยอบแห้ง	49,003 (74.92)	67,238 (37.21)	51,920 (-22.78)	51,159 (-1.47)
ลำไยบรรจุภาชนะอัดลม	55,486 (7.48)	59,744 (7.67)	63,653 (6.54)	70,633 (10.97)
ลำไยแช่แข็ง	80,631 (-49.80)	131,267 (62.80)	153,846 (17.20)	88,377 (-42.55)

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2561
หมายเหตุ: * คือ ตัวเลขในวงเล็บคืออัตราการขยายตัวเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

ประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกลำไยที่สำคัญ ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง แพร่ และที่ปลูกที่ภาคตะวันออก ได้แก่ จันทบุรี พันธุ์ที่เกษตรกรนิยมปลูก ได้แก่ พันธุ์อีดอ ตลาดส่งออกลำไยได้แก่ จีน ฮ่องกง อินโดนีเซีย มาเลเซียและสิงคโปร์ ในปี 2561 มีพื้นที่ปลูกลำไยถึง 1,186,828 ไร่ เก็บเกี่ยวผลผลิตได้ 1,051,552 ตัน ผลผลิตเฉลี่ย 921 กิโลกรัมต่อไร่ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2561) ปริมาณส่งออกลำไยสดในประเทศมีปริมาณ 551,454 ตัน มีอัตราการเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับปี 2560 เพิ่มขึ้นร้อยละ 57.14 มีมูลค่า 17,219 ล้านบาท ลำไยแห้งมีอัตราการเปลี่ยนแปลงลดลงร้อยละ 1.47 มีปริมาณ 205,297 ตัน มูลค่า 10,503 ล้านบาท (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2561)

3.4.1 สถานการณ์ทั่วไปของลำไยไทย

ลำไยเป็นผลไม้ที่สามารถบังคับและกำหนดระยะเวลาให้ผลผลิตออกได้ตามความต้องการ หรือที่เรียกว่า ลำไยนอกฤดู ซึ่งมีการปลูกลำไยนอกฤดูมากถึงร้อยละ 90 โดยพื้นที่ปลูกลำไยเพื่อส่งออกที่สำคัญส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดจันทบุรีมีพื้นที่ปลูกถึง 120,000 ไร่ ตั้งแต่ด้านบนของจังหวัดคือ อำเภอโป่งน้ำร้อน และสอยดาว ซึ่งมีปริมาณการปลูกรวม 100,000 ไร่ จนถึงพื้นที่ด้านล่างของจังหวัดคือ อำเภอขลุงและอำเภอมะขามอีกทั้งการได้เปรียบในเรื่องของแหล่งน้ำ แรงงานจากประเทศเพื่อนบ้าน เทคนิคการจัดการในแปลง และการบริหารจัดการลำไยนอกฤดู เพื่อบังคับผลผลิตให้ออกตรงกับความต้องการของตลาดที่ประเทศจีน ชาวสวนจะเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ในเดือนมกราคมถึงพฤษภาคม เป็นช่วงที่ตลาดคู่แข่งได้แก่ประเทศเวียดนาม และประเทศจีนเองไม่มีผลผลิต ดังนั้นลำไยของจังหวัดจันทบุรีจึงเป็นที่ต้องการของตลาดจีนอย่างมาก โดยลำไยนอกฤดูที่ผลิตออกมาในช่วงก่อนตรุษจีน ปีใหม่ และวันชาติจีน จะสามารถขายได้ในราคาที่ดีกว่าช่วงอื่นๆ ทั้งนี้ชาวสวนจะมีการวางแผนในการทำลำไยนอกฤดู โดยถ้าต้องการให้ได้ราคาดีก็จะบังคับให้ออกก่อนช่วงเทศกาลเล็กน้อยซึ่งจะขายได้ราคาที่แพงขึ้นแต่สำหรับการผลิตและการส่งออกลำไยในลักษณะผลไม้สดไปยังตลาดต่างประเทศ ต้องใช้เวลานานในการขนส่ง ทำให้ลำไยสดที่ส่งออกตลาดต่างประเทศมีปัญหาด้านคุณภาพ ซึ่งส่วนใหญ่เกี่ยวกับการที่สีผลเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาล ส่งผลให้ไม่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค (Prapaipong and Rakariyatham, 1990)

ปัจจุบันลำไยเริ่มมีปัญหาด้านการตลาด เนื่องจากผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนเข้ามาผูกขาดในจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งโรงคัดบรรจุผลไม้เถื่อนรับซื้อลำไยของเกษตรกร โรงคัดบรรจุผลไม้ของคนไทยต้องผันตัวเองเป็นมือรับซื้อและปล่อยให้ทุนจีนเข้าพื้นที่ประมาณปีละ 400,000 – 500,000 บาท โดยที่อำเภอเวียงหนองล่อง จังหวัดลำพูน เป็นแหล่งรับซื้อใหญ่ที่สุดในภาคเหนือ มีเงินหมุนเวียนในพื้นที่ไม่ต่ำกว่าปี 1,000 ล้านบาท จำนวนโรงคัดบรรจุผลไม้รับซื้อในพื้นมีจำนวนไม่ต่ำกว่า 40 - 50 โรงคัดบรรจุ ซึ่งคิดเป็นผู้ประกอบการชาวจีนร้อยละ 70 - 80 จากจำนวนทั้งหมด ดังนั้นสถานการณ์ตลาดลำไยในกรณีของภาคเหนือจึงน่าเป็นห่วงอย่างมาก (ประเทือง นรินทรางกูล ณ อยุธยา, 2561) เนื่องจากโรงคัดบรรจุผลไม้ที่เป็นของคนไทยเองแทบไม่เหลือในพื้นที่ ส่วนใหญ่ที่ทำการรับซื้ออยู่ในปัจจุบันนี้เป็นผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีน หรือโรงคัดบรรจุผลไม้นอมินีแทบทั้งสิ้น เนื่องจากโรงคัดบรรจุผลไม้ของพ่อค้าที่เป็นคนไทยนั้นมีทุนหมุนเวียนไม่มากนักและภาครัฐไม่สนับสนุนด้านเงินทุน จึงเข้าร่วมกับชาวจีนรับเป็นผู้ดำเนินการให้ และทำราคารับซื้อโดยการกดราคากับเกษตรกรผู้ปลูกลำไย ประกอบกับกฎระเบียบในการตั้งโรงคัดบรรจุผลไม้รับซื้อลำไยนั้น ค่อนข้างซับซ้อนสำหรับเกษตรกรรายย่อย เช่น ระเบียบว่าด้วยโรงงานอุตสาหกรรม ต้องผ่านมาตรฐานระบบ GMP และมาตรฐาน HACCP โรงรมควันจะต้องได้มาตรฐานอุตสาหกรรมกำหนด แต่ในทางปฏิบัติเกษตรกรส่วนใหญ่ที่เป็นรายย่อย ไม่มีระบบดังกล่าวเนื่องจากต้องใช้ทุนในการดำเนินการสูง ซึ่งพื้นที่ที่น่าเป็นห่วงขณะนี้คือ พื้นที่ที่ปลูกลำไยเพื่อการส่งออก เช่นที่อำเภอพร้าว อำเภอจอมทอง อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ และพื้นที่อำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน โรงคัดบรรจุผลไม้บางแห่งไม่ได้อยู่ในพื้นที่เพาะปลูกแต่กระจายอยู่ทั่วไป โดยเฉพาะที่จังหวัดจันทบุรี ซึ่งมีโรงคัดบรรจุผลไม้อยู่หลายแห่งและเชื่อว่าเป็นผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนโดยให้คนไทยเป็นผู้ดำเนินการ มีการส่งบุคคลเข้ามาเพื่อทำการสำรวจสวนลำไยและประสานซื้อตั้งแต่ช่วงติดช่อดอก

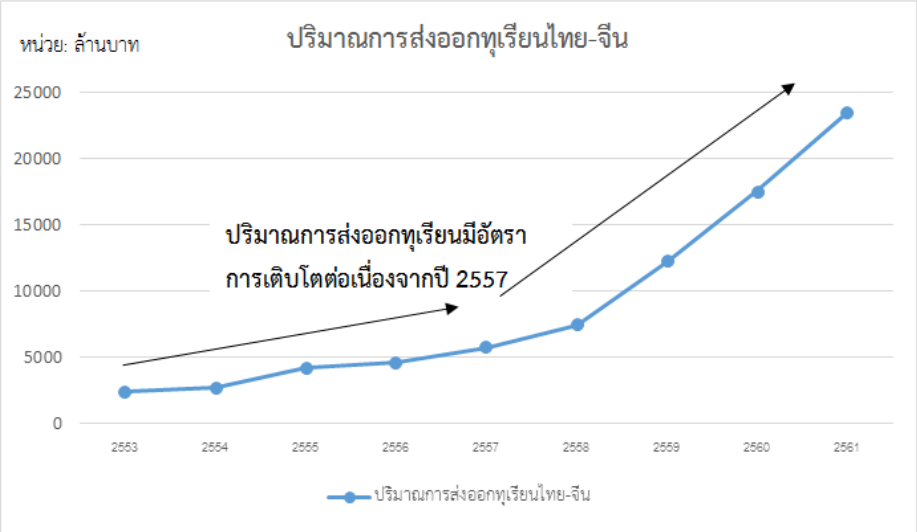
3.5 สถานการณ์ของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ไทย

“กระแสของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนเริ่มมาแรงเมื่อ 5 ปีก่อน และได้เพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อย ๆ อย่างรวดเร็ว รายงานของศูนย์ศึกษาการค้าระหว่างประเทศระบุว่า ปัจจุบันผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนในไทยมีจำนวน 1,090 ราย แบ่งเป็นผู้ค้าลำไย 473 ราย ทุเรียน 556 ราย และมังคุด 65 ราย ส่วนใหญ่อยู่ในภาคตะวันออก เช่น ระยอง จันทบุรี (จำนวน 400 ราย) และตราด” (บีบีซีไทย, 2561)

การเข้ามามีบทบาทของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนช่วยทำให้ราคาทุเรียนขยับขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยในปี 2555 ราคาขายปลีกทุเรียนอยู่ที่กิโลกรัมละ 40 - 70 บาท แต่ปัจจุบันเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ประมาณกิโลกรัมละ 120 – 140 บาท (โพสต์ทูเดย์, 2561) ซึ่งการเข้ามามีอิทธิพลในการค้าผลไม้ไทยของคนต่างชาติโดยเฉพาะชาวจีน อาจจะมีผลดีในระยะแรก โดยช่วยให้เกษตรกรขายผลผลิตได้มากขึ้นในราคาที่สูงขึ้น ส่งผลดีต่อราคาผลไม้โดยรวมทั้งระบบ จนระยะหลังจะไม่เห็นข่าวเกษตรกรภาคตะวันออกออกมาเรียกร้องให้รัฐบาลแทรกแซงราคาผลผลิต แต่ในภายหลังอาจเกิดการครอบงำธุรกิจผลไม้ไทยจนส่งผลกระทบในทางลบซึ่งจะบั่นทอนขีดความสามารถของเกษตรกรไทยและระบบการค้าผลไม้ไทยในระยะยาว ดังตัวอย่างที่เคยเกิดขึ้นกับกรณีในภาคเหนือ เมื่อเกิดราคาลำไยตกต่ำ รัฐไทยได้ออกมาตรการดึงราคาโดยกำหนดราคารับซื้อให้สูงขึ้น แต่ไม่สามารถช่วยเหลือได้เพราะผู้รับซื้อที่เป็นพ่อค้าจีนถึงร้อยละ 80 ได้รวมตัวกันหยุดรับซื้อลำไยทันที (บีบีซีไทย, 2561) ทั้งนี้ รัฐบาลอนุมัติในหลักการโครงการจัดตั้งระเบียงผลไม้ภาคตะวันออก (Eastern Fruit Corridor) (โพสต์ทูเดย์, 2561) ในพื้นที่ภาคตะวันออก มุ่งสู่การเป็นมหานครผลไม้โลก เพื่อให้ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตและตลาดผลไม้เมืองร้อนที่มีคุณภาพได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล อย่างไรก็ดี ผู้ที่เกี่ยวข้องจำนวนมากเห็นว่า การขับเคลื่อนนโยบายมุ่งสู่การเป็นมหานครผลไม้โลก อาจไม่ประสบความสำเร็จ หากปล่อยให้ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติสามารถกำหนดทิศทางและกลไกของตลาดผลไม้ไทยได้

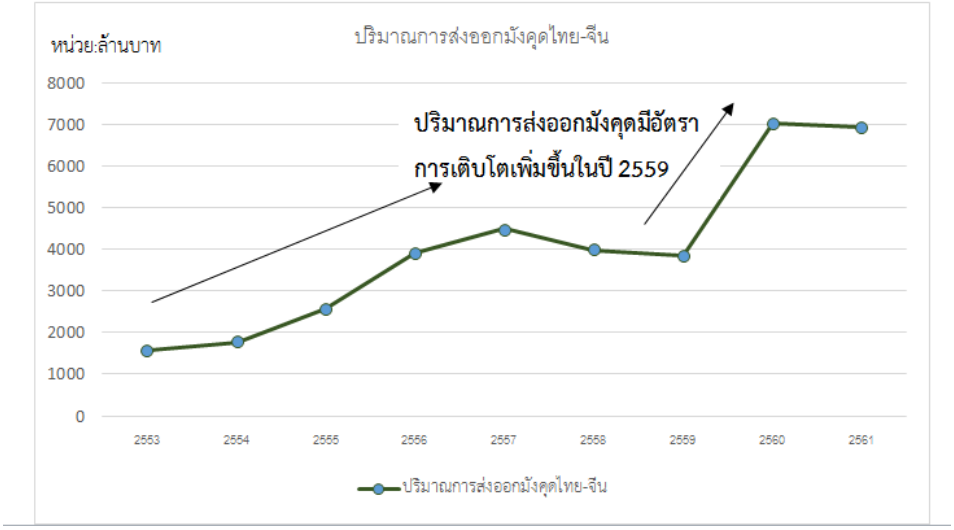
นอกจากนั้นสถานการณ์จำนวนผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนเพิ่มขึ้นอย่างเป็นจำนวนมากในพื้นที่ภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยบริษัท ไทฮง เป็นผู้ประกอบการรายแรกที่เข้ามาในไทย ซึ่งผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนไม่เพียงแต่รับซื้อผลไม้จากผู้รวบอย่างเดียวแต่รวมถึงการเข้าไปซื้อแบบเหมาสวนอีกด้วย ซึ่งเป็นการรุกเข้ามาทำธุรกิจผลไม้ในไทยแบบครบวงจร ข้อมูลจากศูนย์ศึกษาการค้าระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ปี 2562 พบว่า จำนวนผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ในไทย มีจำนวน 1,090 ราย แบ่งเป็นผู้ค้าลำไย 473 ราย ทุเรียน 556 ราย และมังคุด 65 ราย ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 400 ราย โดยกระแสผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้จีนเริ่มเข้ามามีบทบาทในไทยเมื่อปี 2557 และมีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ อย่ารวดเร็ว ซึ่งในช่วงที่ผ่านมาผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้เข้ามามีบทบาทในการกำหนดราคาผลไม้และมีการผูกขาดการซื้อและขายจากเกษตรกรไทย

จากรูปแสดงการเปรียบเทียบปริมาณการส่งออกผลไม้ทั้ง 3 ชนิด หลังกระแสผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนเข้ามามีบทบาทในไทยมากขึ้น พบว่า ปริมาณการส่งออกทุเรียนไทยไปจีนมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2557 ดังแสดงในรูปที่ 3 - 2



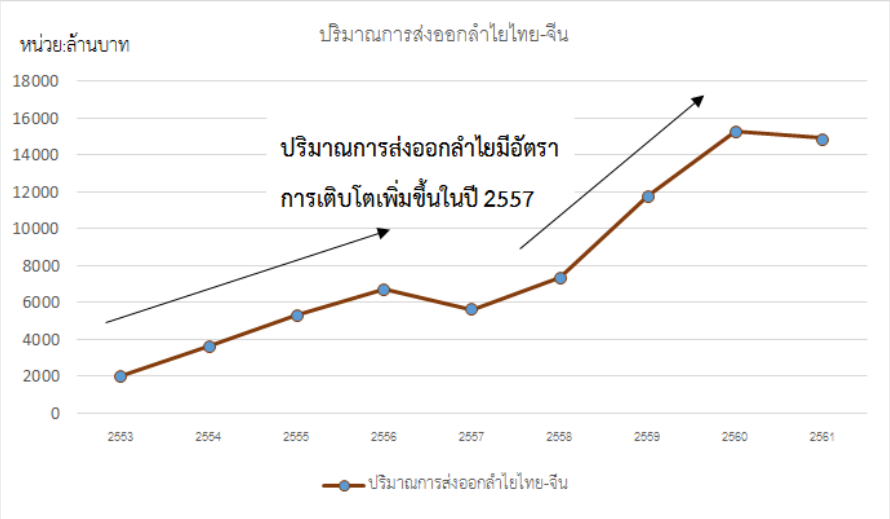
รูปที่ 3 - 2 ปริมาณการส่งออกทุเรียนไทยไปจีน
ที่มา: จากการคำนวณ, 2561 - 2562

รูปที่ 3 - 3 แสดงอัตราการเติบโตของปริมาณการส่งออกมังคุด ซึ่งหลังจากผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนเข้ามามีบทบาทในไทยช่วงปี 2557 ทำให้อัตราการเติบโตลดลงบ้างเล็กน้อย แต่เมื่อถึงปี 2559 การส่งออกมังคุดมีอัตราการส่งออกที่ดีขึ้น แต่เมื่อหลังจากปี 2560 ก็พบว่าอัตราการเติบโตมีแนวโน้มที่ลดลง



รูปที่ 3 - 3 ปริมาณการส่งออกมังคุดไทยไปจีน
ที่มา: จากการคำนวณ, 2561 - 2562

อัตราการส่งออกลำไยถึงแม้จะมีแนวโน้มที่ดีขึ้นระหว่างปี 2553 – 2556 แต่เมื่อมีผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนเข้ามามีบทบาทตั้งแต่ปี 2557 ซึ่งทำให้อัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น แต่ในปัจจุบันปี 2561 กลับมาอัตราการเติบโตที่ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2560 (รูปที่ 3 - 4)



รูปที่ 3 - 4 ปริมาณการส่งออกลำไยไทยไปจีน
ที่มา: จากการคำนวณ, 2561/2562

กระทรวงพาณิชย์ระดมทุกมาตรการช่วยเหลือเกษตรกร (กระทรวงพาณิชย์, 2561) ได้พยายามเข้ามาแก้ไขปัญหาดังกล่าว ทั้งการตรวจสอบการทำธุรกิจของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ การส่งหนังสือแจ้งเตือนผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้บางรายที่ใช้อำนาจตลาดหรืออำนาจต่อรองที่เหนือกว่าอย่างไม่เป็นธรรมต่อคู่แข่ง เอาเปรียบเกษตรกร โดยกระทรวงพาณิชย์จับมือกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จัดระเบียบผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีน เพื่อป้องกันเกษตรกรถูกฉ้อโกงในอนาคต รวมทั้งการใช้อำนาจกฎหมาย พ.ร.บ.การแข่งขันทางการค้า มีโทษปรับ 6 ล้านบาท และปรับอีกวันละ 3 แสนจนกว่าจะทำให้ถูกต้อง ซึ่งจะบังคับใช้อย่างเข้มข้น ไม่เพียงแค่การใช้มาตรการตรวจสอบ และการบังคับใช้กฎหมายกับผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้เท่านั้น รัฐบาลได้ออกมาตรการและแนวทางการแก้ไขปัญหา ดังนี้

1) การสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวไทย และสร้างความน่าเชื่อถือแก่สินค้าไทย ทั้งในด้านราคาที่เหมาะสมและคุณภาพที่ดีเยี่ยม
2) มอบหมายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อบรม แนะนำเรื่องการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า
3) ทดสอบตลาด ตรวจวิเคราะห์ทางห้องปฏิบัติการรับรองมาตรฐานแหล่งผลิต (Good Agricultural Practices: GAP) โรงคัดบรรจุ (Good Manufacturing Practices: GMP)
4) จัดอบรมด้านพาณิชย์อิเล็กทอนิกส์ (E - commerce) เพื่อเพิ่มช่องทางการขายแบบออนไลน์ไปยังตลาดทั่วโลก
5) มอบหมายให้กระทรวงพาณิชย์พิจารณาการออกใบญาตินำเข้า (Import Licensing) และใบอนุญาตส่งออก (Export Licensing) เพื่อควบคุมปริมาณผลไม้ที่จะนำเข้าและส่งออก

6) สร้างความเป็นธรรมแก่ผู้ประกอบการไทยและจีน แต่ต้องไม่ขัดต่อหลักการ และเงื่อนไขขององค์กรการค้าโลก (World Trade Organization: WTO)
7) ส่งเสริมให้เกษตรกรผลิตและรักษาคุณภาพของสินค้า และส่งเสริมการรวมกลุ่มสหกรณ์ที่เข้มแข็งสร้างอำนาจการต่อรองสนับสนุนแหล่งเงินทุน
8) ให้ความรู้และเชื่อมโยงตลาด เช่น ร่วมหุ้นธุรกิจกับรัฐวิสาหกิจหรือผู้ประกอบการในจีน เป็นต้น
9) ขยายตลาดส่งออกผลไม้สดและแปรรูปไปยังประเทศอื่นๆ เช่น อินเดีย เกาหลี ฮ่องกง ไต้หวัน ญี่ปุ่น ให้มากขึ้น เป็นต้น

กระทรวงพาณิชย์ในช่วงที่ผ่านได้จัดทำฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ขึ้นมาเพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลวิเคราะห์แนวโน้มตลาดทั้งในและนอกประเทศซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการรู้แนวโน้มตลาดล่วงหน้า ส่วนภาครัฐก็สามารถกำหนดนโยบายได้อย่างถูกต้องและทันต่อสถานการณ์เพื่อเดินหน้าสู่ "มหานครผลไม้โลก"

3.6 ผลกระทบจากการระบาดของโรคติดต่อ

3.6.1 สถานการณ์ภัยคุกคามจากโรคติดต่อ

โรคที่เกิดขึ้นในปัจจุบันนำไปสู่ผลกระทบต่อสุขภาพ ด้านเศรษฐกิจและสังคมภายในประเทศอย่างมาก ในช่วงที่ผ่านมาพบการระบาดของไวรัสโคโรนาซึ่งเป็นไวรัสที่จัดอยู่ในวงศ์ใหญ่ที่สุดในบรรดาไวรัสที่พบในทั้งสัตว์และคน ไวรัสโคโรนายังเป็นสาเหตุทำให้เกิดความเจ็บป่วยต่าง ๆ ตั้งแต่โรคหวัดธรรมดาจนถึงโรคที่ทำให้เกิดความเจ็บป่วยอย่างรุนแรง เช่น โรคระบบทางเดินหายใจเฉียบพลันร้ายแรง (SARS) เกิดขึ้นในปี 2545 และ โรคทางเดินหายใจตะวันออกกลาง (MERS) เกิดขึ้นในปี 2555 และสถานการณ์ในปีล่าสุด (ปี 2563) พบโควิด - 19 (Covid - 19) ซึ่งสถานการณ์และการรับมือกับภัยคุกคามจากโรคติดต่อที่เกิดขึ้นก็แตกต่างกัน โดยการระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง (ซาร์ส) เกิดขึ้นช่วงปี 2545 - 2546 มีต้นตอมาจากเชื้อไวรัสในตระกูลโคโรนาไวรัส มีการพบผู้ติดเชื้อคนแรกเมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน ปี 2545 แต่เจ้าหน้าที่สาธารณสุขยังไม่ทราบว่าเป็นโรคอะไร และใช้เวลาหลายเดือนกว่าจะรายงานต่อองค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) ในวันที่ 14 กุมภาพันธ์ ปี 2546 ซึ่งตอนที่รายงานนั้นจำนวนผู้ติดเชื้อไปอยู่ที่มากกว่า 300 คนแล้ว และเจ้าหน้าที่จีนก็ยังไม่แน่ใจเกี่ยวกับสาเหตุของอาการป่วยไข้ จนกระทั่งวันที่ 21 มีนาคม ปี 2546 ก็มีผู้ติดเชื้อใน 13 ประเทศและมีผู้เสียชีวิต 10 ราย การระบาดของโรคซาร์สดำเนินไปประมาณ 6 เดือน ส่งผลให้มีผู้ติดเชื้อมากกว่า 8,000 คน เสียชีวิต 774 ราย และต้องใช้เวลาหลายเดือนกว่าจะทราบว่าเชื้อไวรัสในตระกูลโคโรนาไวรัสเป็นต้นตอ ต่อมาในเดือนกันยายน ปี 2555 พบกรณีแรกของโรคทางเดินหายใจตะวันออกกลาง (เมอร์ส) ที่ประเทศซาอุดีอาระเบีย ซึ่งมีสาเหตุมาจากเชื้อไวรัสในตระกูลโคโรนาไวรัส ที่ได้รับการตั้งชื่อว่า MERS - CoV และองค์การอนามัยโลกระบุว่าประมาณร้อยละ 35 ของผู้ติดเชื้อ เสียชีวิตจากไวรัส แต่ MERS - CoV ไม่ได้ติดต่อจากคนสู่คนอย่างง่ายดาย เว้นแต่จะมีการสัมผัสกันอย่างใกล้ชิด นับถึงเดือนมิถุนายน ปี 2556 มีการรายงานยืนยันผู้ติดเชื้อ 55 คนในซาอุดีอาระเบีย กาตาร์ จอร์แดน และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ รวมถึงนักเดินทางจากอังกฤษ อิตาลี ฝรั่งเศส ตูนิเซีย ซึ่งติดเชื้อไป ในปี 2558 มีการระบาดของ MERS - CoV ในเกาหลีใต้ โดยผู้ติดเชื้อคนแรกเป็นชายวัย 68 ปี แสดงอาการเมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม ปี 2558 หลังเดินทางกลับจากตะวันออกกลาง องค์การอนามัยโลก

และรัฐบาลเกาหลีใต้ประเมินว่าการระบาดสิ้นสุดลงในเดือนกรกฎาคม ปี 2558 หรือระบาดอยู่ประมาณ 2 เดือน มีผู้ติดเชื้อ 186 คน เสียชีวิต 38 ราย ซึ่งไม่พบรายงานการแพร่ระบาดของผู้ป่วยโรคนี้ในประเทศไทย

ต่อมามีการรายงานต่อองค์การอนามัยโลกเมื่อวันที่ 31 ธันวาคม ปี 2562 ว่าพบโรคปอดอักเสบจากโคโรนาไวรัสสายพันธุ์ใหม่ ซึ่งได้รับการตั้งชื่อว่า 2019 - nCoV ในเมืองอู่ฮั่น โดยผู้ติดเชื้อมีอยู่กลุ่มหนึ่ง ประเมินว่ามีการติดเชื้อครั้งแรกวันที่ 8 ธันวาคม ปี 2562 มีการเผยแพร่ลำดับเบส RNA ของไวรัสเมื่อวันที่ 10 มกราคม ปี 2563 ซึ่งนับว่าค่อนข้างเร็ว สัปดาห์ต่อมาบรรดานักวิจัยได้เผยแพร่บทวิเคราะห์โคโรนาไวรัสสายพันธุ์ใหม่ รวมถึงเครื่องมือในการตรวจสอบว่าติดเชื้อหรือไม่ โดยนักวิจัยนำข้อมูลเกี่ยวกับไวรัสมาเผยแพร่เร็วกว่าการระบาดครั้งก่อน ๆ อีกสิ่งหนึ่งที่แตกต่างอย่างมาก โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับการระบาดของโรคซาร์สคือ ความรวดเร็วในการรับมือ ตั้งแต่การออกคำเตือน ไปจนถึงคำแนะนำประชาชน และออกข้อจำกัดด้านการเดินทางเมื่อจำนวนผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้น โดยตอนที่ผู้ติดเชื้อพุ่งขึ้นจาก 68 คนในวันที่ 19 มกราคม ปี 2563 เป็นมากกว่า 800 คนในวันที่ 23 มกราคม ปี 2563 เจ้าหน้าที่ก็สั่งระงับระบบขนส่งสาธารณะในเมืองอู่ฮั่น สำหรับอัตราการเสียชีวิตนั้น องค์การอนามัยโลกระบุว่า โรคซาร์สคร่าชีวิตผู้มีอายุต่ำกว่า 24 ปี ไม่ถึงร้อยละ 1 ส่วนช่วงอายุระหว่าง 25 - 44 ปี เสียชีวิตร้อยละ 6 ช่วงอายุระหว่าง 45 - 64 ปี เสียชีวิตร้อยละ 15 และผู้มีช่วงอายุมากกว่า 65 ปี เสียชีวิตมากกว่าร้อยละ 50 ผู้เชี่ยวชาญด้านวิทยาการระบาดของโรคจากสถาบัน London School of Hygiene & Tropical Medicine ชี้ว่าซาร์สเป็นไวรัสที่ร้ายแรงมาก เพราะคร่าชีวิตคนทุกช่วงอายุ ส่วนเมอร์สดูเหมือนไม่ร้ายแรงในรายที่ผู้ติดเชื้อมีอายุไม่มากนัก ในกรณีของไวรัส 2019 - nCoV นั้น ผู้ติดเชื้อส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ โดยหลายคนมีปัญหาสุขภาพ แต่ข้อมูลล่าสุดระบุว่าผู้ชายอายุ 37 ปี เป็นผู้มีอายุน้อยที่สุดที่เสียชีวิตจากไวรัสนี้ ดังนั้นจึงต้องรอข้อมูลเพิ่มเติม เพราะการระบาดยังดำเนินอยู่ จากข้อมูลข้างต้นจะพบว่าโรคติดต่อมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น มีความรุนแรงมากขึ้น ส่วนใหญ่มีต้นกำเนินจากสัตว์หรือสัตว์ป่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการแพร่ระบาดมากที่สุดคือ การเคลื่อนย้ายการเดินทางของประชากรจากทุกภูมิภาค สำหรับประเทศไทยจำเป็นต้องมีการเตรียมการเฝ้าระวัง เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดต่ออุบัติใหม่ คณะรัฐมนตรีจึงได้เห็นชอบแผนงานโรคอุบัติใหม่ ปี 2560 - 2563 ตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 เพื่อเตรียมความพร้อมในการรับมือปัญหาทางสาธารณสุขเกี่ยวกับโรคติดเชื้ออุบัติใหม่

3.6.2 ผลกระทบของสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด - 19 (Coronavirus Disease: COVID - 19) ต่อการส่งออกของผลไม้ไทย

สถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด - 19 ส่งผลให้ทางการจีนประกาศปิดด่านขนส่งสินค้าสำคัญต่อเนื่องจากการหยุดตามปกติในช่วงเทศกาลตรุษจีนจนถึงเดือนกุมภาพันธ์ ปี 2563 รวมทั้งเส้นทางการค้าผ่านแดนจากเวียดนามไปจีนก็หยุดดำเนินการชั่วคราวเพื่อเฝ้าระวังการระบาดของโรค ทำให้ผู้นำเข้าผลไม้ต้องยกเลิกหรือชะลอคำสั่งซื้อผลไม้ เนื่องจากที่ผ่านมาไทยส่งออกผลไม้สดซึ่งมีระยะเวลาการขนส่งและจัดเก็บจำกัดเป็นหลัก จะเห็นได้จากมูลค่าการส่งออกผลไม้ทั้งหมดของไทย เดือนมกราคม ปี 2563 ที่ปรับตัวลดลงกว่าร้อยละ 46.1 (YoY) โดยพิจารณาอัตราการเติบโตของมูลค่าการส่งออกในรูปของเงินบาท ซึ่งส่งผลผลกระทบต่อการส่งออกผลไม้ไปจีนเทียบกับปีก่อนหน้าทั้งปี 2563 ให้อยู่ที่ระดับ 45,500 - 48,100 ล้านบาท หดตัวในช่วงร้อยละ 25 - 30 (YoY) ภายใต้สมมติฐานที่การระบาดของโรคอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถควบคุมได้ภายใน 3 - 4 เดือน นับตั้งแต่ปี 2562 เทียบกับปีก่อนหน้าที่เริ่มมีการระบาดของไวรัส ส่งผลให้ภาพรวมการส่งออกผลไม้ของไทยทั้งปี 2563 น่าจะหดตัวในช่วงร้อยละ 21 - 24 (YoY) อยู่ที่ 86,300 -

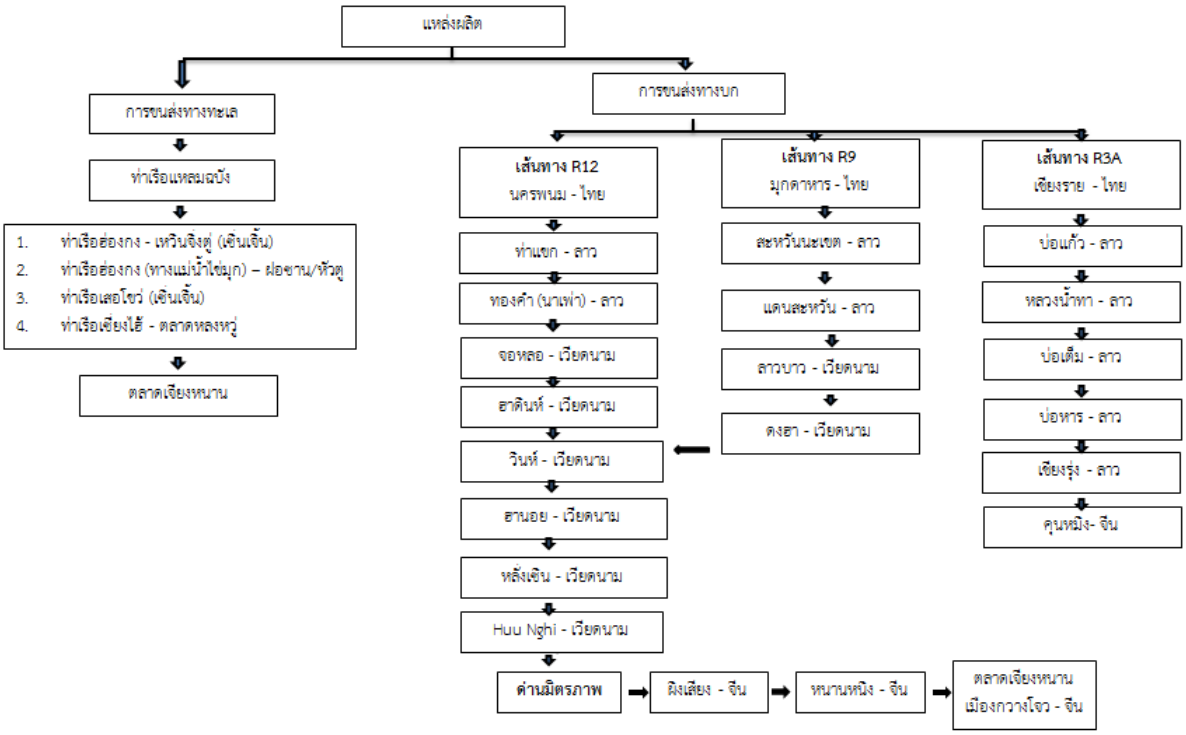
88,900 ล้านบาท ทั้งนี้ ไทยจำเป็นต้องพิจารณาแผนการตลาดรองรับผลผลิตที่จะทยอยออกสู่ตลาด ไม่ว่าจะเป็นแผนการแปรรูปผลไม้หรือจัดหาตลาดอื่นเพิ่มเติมเพื่อลดผลกระทบจากปัจจัยเสี่ยงดังกล่าวในระยะสั้น (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2563)

ซึ่งหากสถานการณ์การแพร่ระบาดฯ ยืดเยื้อต่อไปก็จะยิ่งส่งผลกระทบต่อการส่งออกผลไม้ไทยมากยิ่งขึ้นจากกำลังซื้อของผู้บริโภคชาวจีนที่ยังอ่อนแอ โดยปกติผลไม้ไทยที่ส่งออกจะมีมูลค่ามากในช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนพฤษภาคมซึ่งเป็นฤดูของมังคุด ทุเรียน และมะม่วง รองลงมาคือ ช่วงเดือนกรกฎาคมถึงเดือนสิงหาคมซึ่งเป็นฤดูของลำไย กล้วยไข่ ส้มโอ และสับปะรด ดังนั้นผลจากการแพร่ระบาดฯ ที่มีผลต่อเศรษฐกิจจีนในช่วงที่ผ่านมา แม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดจะดีขึ้นก็ตาม แต่ยังมีผลต่อความต้องการผลไม้ไทยโดยเฉพาะทุเรียน มังคุด และลำไย ในช่วงฤดูการผลิตที่ลดลงทำให้ในระยะสั้นนี้ที่การส่งออกไปประเทศจีนมีแนวโน้มลดลงอย่างมาก จึงส่งผลต่อเกษตรกรผู้ผลิตและผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ในประเทศไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นมาตรการที่เกี่ยวกับตลาดผลไม้ในระยะสั้นของประเทศไทยจึงมีความสำคัญจากผลกระทบของการแพร่ระบาดฯ

นอกเหนือจากปัจจัยเสี่ยงชั่วคราวที่จีนกำลังเผชิญอยู่จากสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด - 19 ซึ่งส่งผลกระทบต่อการส่งออกผลไม้ของไทยแล้ว ที่ผ่านมาประเทศจีนได้มีการบังคับใช้มาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (Non - tariff Measures: NTMs) ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มการบังคับใช้มาตรการ NTMs ทั่วโลกที่ผู้นำเข้าในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วและตลาดขนาดใหญ่มีแนวโน้มอัตราเร่งของมาตรการ NTMs มากกว่าประเทศกำลังพัฒนาและตลาดเกิดใหม่ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นความท้าทายที่สำคัญต่อการส่งออกผลไม้ของไทย

3.7 เส้นทางการขนส่งผลไม้ไทยไปจีน

เส้นทางการขนส่งทางทะเลมีทั้งหมด 4 เส้นทาง ส่วนเส้นทางการขนส่งทางบกจะมีทั้งหมด 3 เส้นทางคือ เส้นทาง R3A จากจังหวัดเชียงราย ประเทศไทย สู่นครคุนหมิง ประเทศจีน R9 จากจังหวัดมุกดาหาร ประเทศไทย สู่ตลาดเจียงหนาน เมืองกวางโจวประเทศจีน และ R12 จากจังหวัดนครพนม ประเทศไทย สู่ตลาดเจียงหนาน เมืองกวางโจวประเทศจีน โดยเส้นทาง R9 และ R12 มีการใช้เส้นทางร่วมกัน ตั้งแต่เมืองวินห์ ในประเทศเวียดนาม ซึ่งสำหรับการศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาเพียง 2 เส้นทางคือ เส้นทาง R9 และ R12 ดังแสดงในรูปที่ 3 - 5



รูปที่ 3 - 5 เส้นทางการขนส่งผลไม้ทั้งทางทะเลและทางบกจากประเทศไทยไปประเทศจีน
ที่มา: รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาวิจัยระบบ Logistic และ Supply Chain สินค้าเกษตรเพื่อขยายตลาดส่งออกไปประเทศในเอเชีย, 2551 และจากการสัมภาษณ์, 2562

การขนส่งผลไม้ไทยไปประเทศจีนเมื่อ 5 - 6 ปีที่ผ่านมานิยมขนส่งผลไม้ทางเรือ ผ่านเข้าฮ่องกงและเซินเจิ้น เพื่อเข้าสู่กวางโจว มีตลาดค้าผลไม้แห่งเดียวคือ ตลาดเจียงหนาน ในเมืองกว่างโจว 5 ปีต่อไป หนานหนิงเริ่มมีการพัฒนาตลาดค้าส่งผลไม้มากขึ้น เพื่อเป็นศูนย์กลางของตลาดผลไม้ และส่งต่อไปยังฉงชิงหูเป่ย เป็นต้น และในปัจจุบัน จีนเริ่มสนใจการขนส่งทางทะเล โดยส่งผ่านท่าเรือไฮฟ่อง

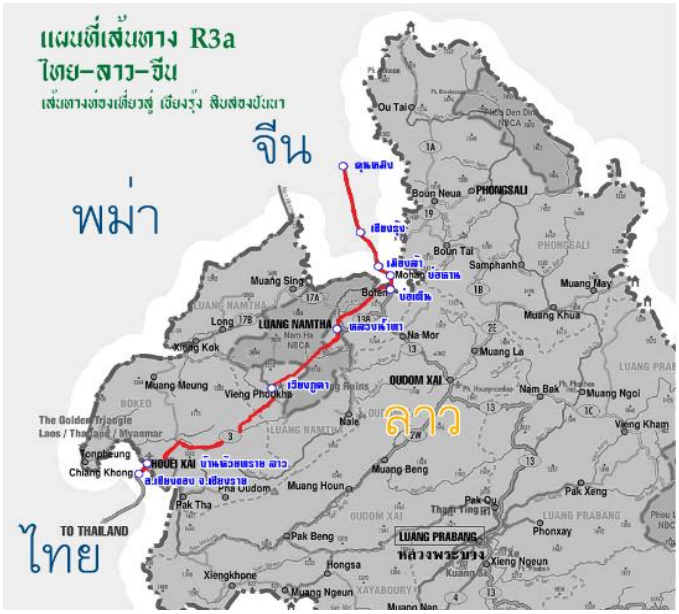
ท่าเรือไฮฟ่อง (Haipong) ของประเทศเวียดนาม พึ่งเกิดขึ้นเมื่อปลายปี 2561 เนื่องจากเวียดนามมีแผนพัฒนาท่าเรือไฮฟ่อง เพื่อให้เป็นท่าเรือขนาดใหญ่ที่สุดในเวียดนาม และเล็งเห็นประโยชน์จากที่จีนต้องการให้ส่งออกผลไม้ผ่านด่านตงชิงเป็นหลัก ซึ่งถ้าขนส่งทางเรือจะสามารถเอาผลไม้ขึ้นที่โฮฟ่อง และขนส่งผ่านตงชิง และข้อที่สำคัญอีกประการคือ จีนต้องการใช้สิทธิประโยชน์จากเขตการค้าเสรีอาเซียนและสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรทั่วไป

ด่านผิงเชียง (ปัจจุบันเป็นเพียงด่านที่ทำหน้าที่นำเข้าผลไม้และกระจายไปสู่ตลาดผลไม้ในเมืองต่างๆ) โดยใช้บริการขนส่งของ Antong Holdings Co เส้นทางในการขนส่งนั้นบริษัทขนส่งจะเป็นคนกำหนดเองและบริษัทก็มีประกันความเสียหายของสินค้า ซึ่งตอนที่ด่านผิงเชียง ที่เคยมีปัญหาเรื่องรถติดเป็นเวลานาน (จากข่าวที่ฝั่งไทยนำเสนอว่าเป็นการตรวจสอบเข้มงวดเรื่องศัตรูพืชและมีการตรวจสอบตู้สินค้าร้อยละ 100 แต่ความจริงคือ จีนพึ่งเริ่มใช้ระบบใหม่เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้นำเข้าคือ สินค้าเกษตรทุกชนิดหากจะนำเข้าต้องมีการขึ้นทะเบียนแหล่งผลิต โรงงานแปรรูปต้องแจ้งชื่อแก่จีน เพื่อนำไปประกาศบนเว็บไซต์หากไม่ขึ้นทะเบียนก็ไม่สามารถนำเข้าได้ ปัญหารถติดจึงเกิดจากรถที่ใช้ขนส่งนั้นยังไม่ได้ขึ้นทะเบียนไว้ หรืออาจใส่ข้อมูล

ผิด ทำให้เครื่องไม่ยอมยกไม้กั้นขึ้นให้รถผ่าน จึงเสียเวลาที่ด่านนาน ซึ่งการตรวจสอบก่อนการนำเข้า ทั้งเข้าไทย และส่งออกไปจีน จะสุ่มตรวจแค่ร้อยละ 3 เท่านั้น) แต่จากการสัมภาษณ์ซึ่งมีผู้ประกอบการบางรายได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบปัญหาการขนส่ง โดยสรุปแล้วไม่ได้รับผลกระทบ เนื่องจากมีการสื่อสารกันระหว่างผู้ลงทุนด้วย และมีการติดต่อกับบริษัทขนส่งให้เปลี่ยนไปใช้เส้นทางทะเลแทน โดยใช้เวลาเฉลี่ย 3 วัน จากแหลมฉบัง – ท่าชิงโจว ในมณฑลกวางสี ซึ่งค่าใช้จ่ายถูกกว่า แต่หากเป็นไปได้ก็จะเลือกทางบกมากกว่า เพราะมีเวลาค่อนข้างแน่นอนและมีความเสี่ยงต่ำกว่า

ตลาดขายส่งผลไม้และซุปเปอร์มาเก็ต เช่น ตลาดเจียงหนาน เป็นการฝากขายคือ นำผลไม้ไปฝากเจ้าของแผงขายในตลาด โดยจ่ายค่าแรกเข้าให้เจ้าของตลาดคือ ค่าตู้สินค้า ประมาณ 3000 หยวนต่อตู้คอนเทรนเนอร์ แต่เจ้าของตู้ผลไม้สามารถกำหนดราคาผลไม้ตามที่ตนต้องการจะนำมาฝากเจ้าของแผงขายได้ ถ้าหากต้องการขายในราคาที่สูง ก็สามารถกำหนดได้หากสามารถแข่งขันในตลาดจีนได้และมั่นใจในคุณภาพสินค้าของตนเองจริง

เส้นทาง R3A R9 และ R12



รูปที่ 3 - 6 การขนส่งโดยผ่านเส้นทาง R3A
ที่มา: KERO uAsean, 2561

เส้นทางหมายเลข 3A (R3A) เป็นเส้นทางเชื่อมโยงระหว่าง ประเทศจีน ลาว และประเทศไทย โดยเริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2538 ภายใต้โครงการ “สี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ” และเปิดใช้อย่างเป็นทางการเมื่อปลายเดือนมีนาคม ปี 2551 เป็นต้นมา “เส้นทาง R3A หรือ คุนมั่น กงลู่” คือ เส้นทางเชื่อมกรุงเทพมหานคร สู่คุนหมิง ซึ่งมีต้นทางเริ่มจาก อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ประเทศไทย – บ่อแก้ว – หลวงน้ำทา - บ่อเต็น ของประเทศลาว – บ่อหาน - เชียงรุ่งหรือจิ่งหง ในแคว้นสิบสองปันนา นครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ของประเทศจีน โดยมีระยะทางจากกรุงเทพมหานครถึงคุนหมิงรวมกว่า 1,858 กิโลเมตร เส้นทาง R3A เป็นการลดระยะเวลาในการขนส่งเหลือเพียง 2 - 3 วัน จากการขนส่งทางเรือซึ่งใช้เวลา 5 - 6 วัน ทำให้ผลไม้ไทยมีความสดยาวนาน

ขึ้น และที่สำคัญจะเป็นการเพิ่มโอกาสการขยายปริมาณและมูลค่าการค้าระหว่างไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีนมากขึ้น การขนส่งสินค้าไทยไปจีนพบว่ามีพ่อค้านำสินค้าไทยขนถ่ายรถบรรทุกเล็กเพื่อแปลงเป็นสินค้าลาวเนื่องจากเสียภาษีน้อยกว่า หลังจากที่มีการเปิดใช้สะพานไทย - ลาวแห่งที่ 4 ช่วยให้การขนส่งระหว่างกันสะดวกมากขึ้น ไม่ต้องขนถ่ายสินค้าลงเรือ ดังแสดงในรูปที่ 3 - 7

รูปที่ 3 - 7 การขนส่งโดยผ่านเส้นทาง R9 และ R12
ที่มา: กองส่งเสริมเศรษฐสัมพันธ์และความร่วมมือ กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ, 2558

เส้นทาง R9 เป็นถนนเส้นทางหลักที่ผู้ประกอบการไทยส่งผลไม้ไปจีน เป็นเพียงเส้นทางเดียวที่ระบุไว้ในพิธีสารว่าด้วยข้อกำหนดในการตรวจสอบและกักกันโรคสำหรับการส่งออกและนำเข้าผลไม้ แต่ต้องเสียมูลค่าเพิ่มร้อยละ 13 ซึ่งเส้นทางนี้เป็นเส้นทางจาก จังหวัดมุกดาหาร ผ่านสะหวันนะ เขตลาวบาว สาธารณะรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผ่านวินห์ ฮานอย ประเทศเวียดนาม ถึงผิงเสียง นครกวางโจว ประเทศจีน บริเวณชายแดนลาว - เวียดนาม มีระยะทางที่ยาวถึง 1,090 กิโลเมตร ปัจจุบันได้มีการเริ่มใช้งานการให้บริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จหรือ One Stop Service ซึ่งช่วยให้การผ่านแดนสะดวกมากขึ้น

เส้นทาง R12 คือเส้นทางที่ทุเรียนจะผ่านการแปลงสัญชาติที่เวียดนามและส่งออกไปจีน เพราะไม่ต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่มและการตรวจสอบกกกันโรคยังมีความเข้มงวดน้อย ซึ่งเส้นทาง R12 มีระยะทาง 823 กิโลเมตร ใช้เวลาในการขนส่งสินค้าน้อยกว่า และค่าขนส่งต่ำกว่า ช่วยลดต้นทุนให้กับผู้ประกอบการและผู้ส่งออกได้ ทำให้สินค้าผลไม้ไปถึงตลาดปลายทางเร็วขึ้น ลดอัตราการสูญเสียสามารถสร้างเส้นทางหลักในการลำเลียงสินค้าเกษตรจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือไปสู่จีนตอนใต้ได้ แต่เส้นทางนี้ยังมีข้อจำกัดหลากหลาย ทั้งสรูปถนน เส้นทางส่วนใหญ่เป็นภูเขาสลับพื้นที่ราบ บางช่วงจะพบชาวบ้านตากข้าวเปลือกเต็มถนน รวมถึงการมีดินถล่มเป็นระยะๆ ทำให้เกิดปัญหาความไม่แน่นอนเกี่ยวกับต้นทุนการขนส่ง ซึ่งมีสาเหตุมาจากสรูปเส้นทางที่ไม่สะดวก และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ลานสินค้า อุปกรณ์ขนถ่ายสินค้า ร้านค้า และปั๊มน้ำมัน รวมถึงกฎระเบียบที่ยังเป็นอุปสรรคต่อการส่งออก เช่น ปัญหาการจำกัดความเร็วรถที่กำหนดไม่เกิน 50 - 60 กิโลเมตรต่อชั่วโมง รวมถึงการถูกเรียกเก็บ “เบี้ยรายทาง” และเวลาปิด - เปิดด่านและแนวปฏิบัติในการขนถ่ายสินค้าที่แตกต่างกันของ ลาว และเวียดนาม

ตารางที่ 3 - 9 การเปรียบเทียบเส้นทางการขนส่งระหว่าง R3A R9 และ R12

ข้อมูล	R3A (เชียงราย - คุนหมิง)	R9 (มุกดาหาร - โหย่วอี้กวาน)	R12 (นครพนม - โหย่วอี้กวาน)
ระยะทาง	ประมาณ 1,858 กิโลเมตร	ประมาณ 1,090 กิโลเมตร	ประมาณ 823 กิโลเมตร
ระยะเวลา	ประมาณ 48 - 36 ชั่วโมง	ประมาณ 39 ชั่วโมง	ประมาณ 31 - 34 ชั่วโมง
ค่าขนส่งตู้ 20 ฟุต (ถึงฮานอย)	ประมาณ 7,840 ดอลลาร์สหรัฐฯ	ประมาณ 2,110 - 2,440 ดอลลาร์สหรัฐO	ประมาณ 1,815 ดอลลาร์สหรัฐO
		(ข้อมูลจาก ผศ.ดร.อักษรศรี พานิชสาน์ส)	
จุดผ่านแดน (Border check points)	มีจุดผ่านแดน 4 จุด คือ 1) ด่านเชียงของ 2) ด่านบ่อเต็ม 3) ด่านบ่อหาน 4) ด่านห้วยทราย	มีจุดผ่านแดน 6 จุด คือ 1) ด่านมุกดาหาร 2) ด่านสะหวันนะเขต 3) ด่านแดนสะหวัน 4) ด่านลาวบ่าว 5) ด่านหูหงี่ 6) ด่าวนโหย่วอี้กวาน	มีจุดผ่านแดน 6 จุด คือ 1) ด่านนครพนม 2) ด่านท่าแขก 3) ด่านนาพาว 4) ด่านจาลอ 5) ด่านหูหงี่ 6) ด่าวนโหย่วอี้กวาน
สรุปเส้นทาง	เส้นทางการขนส่งผลไม้จากไทยสู่จีนที่มีศักยภาพสูง ช่วยลดระยะเวลาในการขนส่งเหลือเพียง 2 - 3 วัน จากการขนส่งทางเรือ ซึ่งใช้เวลา 5 - 6 วัน ทำให้ผลไม้ไทยมีความสดยาวนานขึ้น	ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ราบ จึงได้รับความนิยมใช้รถบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์จำนวนมาก ทำให้เส้นทางได้รับความเสียหายเป็นหลุมเป็นบ่ออยู่เป็นระยะๆ ทั้งในลาวและเวียดนาม	เส้นทางคดเคี้ยวตามไหล่เขาสลับพื้นที่ราบทั้งในเวียดนามและลาว ในแง่ของคุณภาพเส้นทางพบว่าดีกว่า R9 อาจเป็นเพราะมีผู้ใช้เส้นทางจำนวนไม่มาก แต่พบเห็นดินถล่มข้างทาง
ข้อตกลง	พิธีสารฯ เป็นข้อตกลงทวิภาคีระหว่างไทยกับจีน โดยไม่ได้รวมถึงลาวในฐานะประเทศทางผ่าน ลาวจึงไม่อนุญาตให้รถขนส่งสินค้าไทย/ จีนผ่านลาวเข้าสู่อีกประเทศได้โดยตรง ปัจจุบันประเทศไทย ลาว และจีน ได้มีความพยายามในการจัดทำบันทึกความเข้าใจ 3 ฝ่าย เพื่ออำนวยความสะดวกการคมนาคมขนส่งข้ามพรมแดนบนเส้นทาง R3A ให้สัตยาบัน “ความตกลงว่าด้วยการขนส่งข้ามพรมแดนในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง	พิธีสารว่าด้วยข้อกำหนดในการตรวจสอบและกักกันโรคสำหรับการส่งออกและนำเข้าผลไม้ผ่านประเทศที่สามระหว่างไทยและจีน (ลงนามเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน ปี 2552)	ยังไม่มี

ตารางที่ 3 - 9 (ต่อ)

ข้อมูล	R3A (เชียงราย - คุนหมิง)	R9 (มุกดาหาร - โหย่วอี้กวาน)	R12 (นครพนม - โหย่วอี้กวาน)
องค์กรสนับสนุนจากต่างประเทศ	ยังไม่มี	ธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย หรือ ADB	ยังไม่มี
ตลาดเป้าหมายในการขนส่งผลไม้	นครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ของประเทศจีน	เวียดนามและจีนตอนใต้ (เขตฯ กว่างซีจ้วง)	เวียดนามเหนือและจีนตอนใต้ (ปัจจุบันขนส่งได้แค่เวียดนาม เพราะยังไม่มีพิธีสารครอบคลุมเส้นทางดังกล่าว)
ด่านศุลกากรไทย	มีความพร้อมและสามารถปฏิบัติงานด้านการตรวจคนเข้าเมืองได้เป็นอย่างดี	มีความพร้อมสูง	ยังไม่มีความพร้อมในแง่ของซอร์ฟแวร์และฮาร์ดแวร์
ด่านพรมแดนเวียดนามและลาว	ยังคงมีปัญหาและอุปสรรค เช่น พิธีสารฯ ว่าด้วยการข้ามผ่านชายแดนบริเวณด่านบ่อเต็นของลาว การกำหนดราคาพึงชำระอากรและการจ่ายภาษีซ้ำซ้อน	โครงสร้างพื้นฐานมีความพร้อมมากกว่าเส้น R12 การขนถ่ายสินค้ามีรถยกขนาดเล็กอยู่	ยังไม่มีความพร้อมด้านระบบโครงสร้างพื้นฐาน วิธีการขนส่งสินค้ายังต้องใช้แรงงานคน

ที่มา: จากการสัมภาษณ์และเอกสารที่เกี่ยวข้อง, 2561

กระบวนการและเอกสารที่ต้องใช้สำหรับการส่งออกผลไม้ไทยไปประเทศจีน

1. การขออนุญาตเป็นผู้ส่งออกสินค้าของไทย

ต้องดำเนินเรื่องขออนุญาตเป็นผู้ส่งออกสินค้ากับกรมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อให้ได้บัตรประจำตัวผู้ส่งออกไว้ใช้ในการออกหนังสือรับรองและใบอนุญาตต่างๆที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนการส่งออกจากประเทศไทย โดยผู้ยื่นคำขอจะต้องเป็นนิติบุคคล (บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด) ที่มีการจดเลขที่ผู้เสียภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว (มีใบ ภ.พ.20) ซึ่งปัจจุบันผู้ขอสามารถกรอกคำร้องขอมีบัตรประจำตัวผู้ส่งออก ผู้นำเข้าได้ทางเว็บไซต์ http://reg-users.dft.go.th พร้อมแนบเอกสารเพิ่มเติมตามที่กำหนดและยื่นขอได้ที่กรมการค้าระหว่างประเทศ รายละเอียดเพิ่มติดต่อสำนักบริการการค้าระหว่างประเทศ กรมการค้าระหว่างประเทศ สายด่วน 1385

2. การยื่นเอกสารใบรับรองปลอดโรคพืชจากกรมวิชาการเกษตร (Phytosanitary Certificate)

เมื่อได้ใบรับการอนุญาตเป็นผู้ส่งออกสินค้าไทยแล้ว การส่งออกสินค้าแต่ละชนิดก็ยังมีขั้นตอนการขออนุญาตส่งออกที่แตกต่างกัน โดยหากเป็นพืชผลทางการเกษตรจำเป็นต้องขอเอกสารเพิ่มเติมประกอบการส่งออกกับกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งตามประกาศกรมการค้าระหว่างประเทศเรื่องการกำหนดชนิดหรือประเภทของผักและผลไม้ที่ต้องมีหนังสือรับรองในการส่งออก ระบุให้ผลไม้ที่ส่งออกไปต่างประเทศหากประเทศที่นำเข้านั้นต้องการใบรับรองปลอดโรคพืช สารตกค้าง หรือแมลง ผู้ส่งออกสามารถขอใบรับรองดังกล่าวได้ที่กรมวิชาการเกษตร (เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยในจีน, 2562)

3. พิธีการศุลกากรจากกรมศุลกากรส่งออกสินค้าจากไทย (Quarantine Import Permit)

เมื่อสินค้าได้รับการรับรองการส่งออก และมีใบอนุญาตใช้เพื่อเตรียมพร้อมในการนำเข้าผ่านหน่วยงานจีนแล้ว เพื่อให้สินค้าออกจากประเทศไทยอย่างถูกต้องยังจำเป็นต้องเตรียมเอกสารที่สำคัญเช่น การยื่นขอQuarantine Import Permit ที่ต้องทำให้เสร็จสิ้นก่อนการทำสัญญาหรือข้อตกลงทางการค้าและก่อนการนำสินค้าเข้า ซึ่งเอกสารที่ต้องการยื่นประกอบการยื่นขอ Quarantine Import Permit ประกอบด้วยเอกสารต่อไปนี้ (อรทัย เอื้อตระกูล, 2559)

1) Certificate of Origin (Form E) ซึ่งออกโดยกระทรวงพาณิชย์
2) สัญญาหรือข้อตกลงทางการค้า
3) Letter or Credit (L/ C)
4) ใบกำกับสินค้า (Invoice)
5) ใบขนส่งสินค้า (Bill of Landing, B/ L)

โดยในขั้นตอนพิธีการศุลกากรนี้อาจมีขั้นตอนและมีการเตรียมเอกสารค่อนข้างมาก ดังนั้นส่วนผู้ส่งออกส่วนใหญ่จะใช้บริการของบริษัทชิปปิ้งที่มีบัตรผ่านศุลกากรเพื่อดำเนินการผ่านพิธีการศุลกากรส่งออกแทนในนามของบริษัท โดยการตรวจสอบสินค้า ณ จุดนำเข้าหรือการรับรองคุณภาพสินค้าและปล่อยสินค้าเพื่อผ่านพิธีการศุลกากร

1) เจ้าหน้าที่ หน่วยงานควบคุมคุณภาพตรวจสอบและกักกัน (CIQ) ประจำเมืองท่านำเข้าจะทำการตรวจสอบผลไม้สดที่นำเข้า ณ จุดนำเข้า
2) การตรวจสอบหีบห่อและตัวสินค้า (ปริมาณ คุณลักษณะและคุณภาพ) โดยเทียบเคียงกับเอกสารหรือหลักฐานในการขออนุญาตนำเข้าหากถูกต้อง มีความปลอดภัยและถูกลักษณะ
3) การสุ่มตรวจสินค้าตามข้อกำหนดเพื่อส่งตรวจสอบในห้องปฏิบัติการหากไม่แน่ใจเรื่องคุณลักษณะ คุณภาพ ความปลอดภัยของสินค้าโดยอาจจะสั่งปล่อยสินค้าออกไปก่อนหากเน่าเสียง่ายและคาดว่าไม่น่าจะมีอันตรายต่อผู้บริโภค โดยจะแจ้งผลการตรวจสอบวิเคราะห์ภายหลัง
4) กรณีตรวจพบสิ่งผิดปกติ เช่น โรค แมลงศัตรูพืชและสิ่งที่เป็นอันตรายอื่น ๆ ซึ่งมีความชัดเจนว่าจะก่อให้เกิดการแพร่ระบาดและเป็นอันตรายอย่างร้ายแรง อาจมีการใช้มาตรการที่จำเป็นจัดการกับสินค้า ภาชนะหีบห่อและพื้นที่สัมผัสกับสินค้านั้นโดยทันที เช่น การส่งคืนหรือเผาทำลาย เป็นต้น

ทั้งนี้ข้อกำหนดและหลักเกณฑ์ในการนำเข้าของประเทศจีน เป็นหลักเกณฑ์ที่ใช้เป็นการทั่วไป ซึ่งการปฏิบัติในแต่ละพื้นที่อาจมีข้อแตกต่างกันไปบ้าง อันอาจเกิดจากข้อจำกัดด้านปริมาณงานและอัตรากำลัง รวมทั้งปัจจัยด้านความคุ้นเคยและความสัมพันธ์ส่วนบุคคล (Connection)

4. การเตรียมเอกสารสำหรับใช้ในการนำเข้าไปจีน

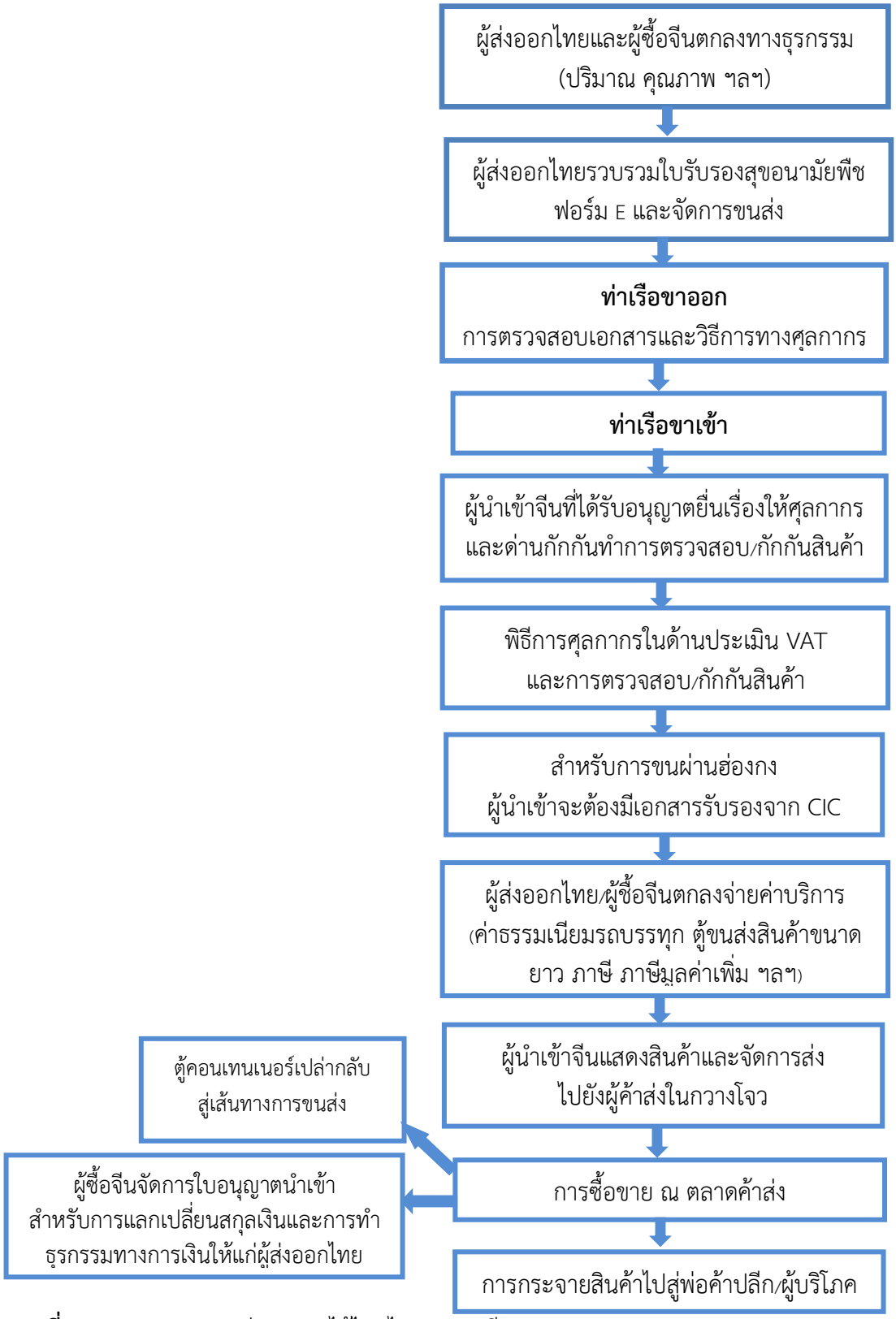
นอกจากการเตรียมเอกสารใบรับรองของไทยเพื่อให้ผลไม้สามารถออกจากประเทศไทยได้อย่างถูกต้องแล้ว เพื่อให้สินค้าสามารถเข้าประเทศจีนได้อย่างถูกต้องทางการจีนก็ได้มีข้อกำหนดด้านสุขอนามัยผลไม้ที่จะนำเข้ามายังจีนที่ผู้นำเข้าจากทุกประเทศต้องปฏิบัติตาม ซึ่งปัจจุบันประเทศจีนโดยหน่วยงาน AQSIQ

(Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the People's Republic of China) ที่ดูแลด้านสุขอนามัยและการตรวจสอบความปลอดภัยที่เกี่ยวข้อง ได้กำหนดให้ผลไม้สดสามารถนำเข้าจีนได้โดยต้องขออนุญาตการนำเข้าสินค้าให้เรียบร้อยก่อนทำการส่งสินค้าออก ซึ่งหลักเกณฑ์ที่ AQSIQ ใช้ประกอบการพิจารณาอนุญาต Quarantine Import Permit ดังนี้

1) ประเทศที่ส่งออกสินค้าต้องปลอดจากโรคแมลงศัตรูพืช
2) เป็นไอตามกฎระเบียบวิธีปฏิบัติด้านการกักกันพืชของจีน
3) เป็นไปตามข้อตกลงทวิภาคีด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชระหว่างกระทรวงเกษตรและสหกรณ์และ AQSIQ โดยที่ใบอนุญาตฯ อาจมีทั้งแบบใช้ได้ครั้งเดียว 3 เดือนและ 6 เดือน หรือใบอนุญาตฯ แบบ 3 เดือนและ 6 เดือน สามารถใช้หลายครั้งตราบเท่าที่ปริมาณรวมของการนำเข้ายังไม่เกินปริมาณทั้งหมดที่ได้รับอนุญาตนำเข้า แต่ในอนุญาตทุกแบบจะหมดอายุสิ้นปี

5. การใช้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีนำเข้าในจีนจากข้อตกลงการค้า FTA China - ASEAN

เนื่องจากจีนและอาเซียนได้มีการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างประเทศ FTA China - ASEAN ซึ่งส่งผลให้สินค้าบางรายการที่ส่งออกจากไทยไปจีนไม่ถูกเก็บภาษีนำเข้า ณ ประเทศจีน ซึ่งรวมถึงผลไม้สด จำนวน 22 ชนิดที่อนุญาตให้นำเข้าไปจีน ได้แก่ มะขาม ส้มเปลือกล่อน (*Citrus reticulate*) น้อยหน่าส้ม หวาน (*C.sinensis*) ส้มโอ มะละกอ มะเฟือง ฝรั่ง เงาะ ชมพู่ ขนุน ลองกอง สับปะรด ละมุด กล้วย เสาวรส มะพร้าว ลำไย ทุเรียน มะม่วง ลิ้นจี่ และมังคุด ผู้ส่งออกที่ต้องการใช้สิทธิลดภาษีนำเข้านี้จะต้องมีหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า ฟอร์มอี (Form E) ซึ่งสามารถยื่นขอได้ที่กรมการค้าต่างประเทศของไทย หอการค้าแห่งประเทศ หรือสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เพื่อใช้ประกอบการลดภาษีนำเข้าไปยังประเทศจีนเหลือร้อยละ 0 ได้ หรือตามที่รายการข้อตกลงการลดภาษีกำหนดไว้ได้ อย่างไรก็ดีสินค้าที่ใช้สิทธิประโยชน์เพื่อลดภาษีการนำเข้านั้น เมื่อยังจะต้องจ่ายภาษีมูลค่าเพิ่มที่คำนวณจากมูลค่าการนำเข้าอีกด้วย



รูปที่ 3 - 8 กระบวนการส่งออกผลไม้ไทยไปประเทศจีน

ที่มา: รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาวิจัยระบบ Logistic และ Supply Chain สินค้าเกษตรเพื่อขยายตลาดส่งออกไปประเทศในเอเชีย, 2551

บทที่ 4

การวิเคราะห์ผลกระทบจากโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของผลไม้ไทยที่ทำการศึกษาการขยายอิทธิพลของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ และผลกระทบระยะสั้นของโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติต่อห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของผลไม้ไทย ซึ่งในช่วงปี 2559 – 2562 มีผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุในพื้นที่ภาคตะวันออกเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 127 จึงได้ดำเนินการสำรวจและเก็บข้อมูลภาคสนามกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรผู้ปลูกผลไม้และผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกของประเทศไทย ได้แก่ จังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง จังหวัดจันทบุรี และจังหวัดตราด เพื่อนำไปสู่การสังเคราะห์ร่วมกับข้อมูลเชิงสถิติ การสังเกตการณ์ และสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มีส่วนเสียในการสรุปห่วงโซ่อุปทาน ห่วงโซ่คุณค่า และส่วนต่างราคาระหว่างห่วงโซ่อุปทาน

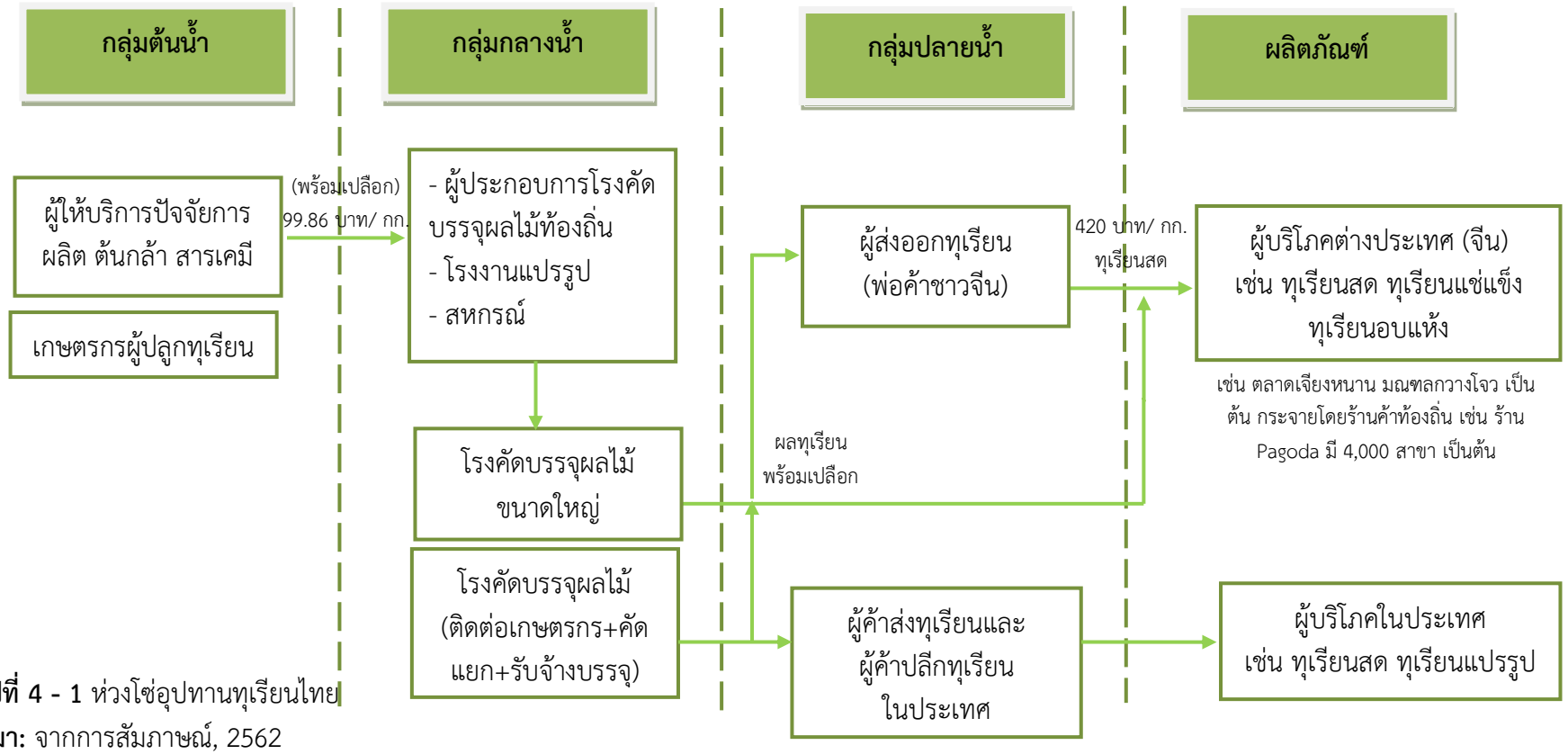
4.1 ห่วงโซ่อุปทานผลไม้ไทย (Supply Chain of Thai Fruit)

การพิจารณาห่วงโซ่อุปทานผลไม้เป็นการศึกษาถึงองค์ประกอบของแต่และห่วงโซ่ในการผลิตผลไม้จนถึงห่วงโซ่สุดท้าย คือ การนำผลผลิตผลไม้สู่มือผู้บริโภค หรืออาจกล่าวได้ว่าห่วงโซ่อุปทานผลไม้ เป็นการพิจารณาถึงความสัมพันธ์ของการผลิตผลไม้จนถึงการจัดส่งผลไม้สู่ผู้บริโภค ทั้งนี้ การศึกษาห่วงโซ่อุปทานผลไม้ในครั้งนี้ได้ทำการศึกษาผลไม้จำนวน 3 ชนิด คือ ทุเรียน มังคุด และลำไย โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1.1 ห่วงโซ่อุปทานของทุเรียนไทย

โครงสร้างตลาดทุเรียนไทยในห่วงโซ่อุปทานของทุเรียน ประกอบด้วยผู้เกี่ยวข้อง 3 กลุ่ม (รูปที่ 4 - 1)ดังนี้ กลุ่มต้นน้ำ ได้แก่ เกษตรกร ผู้ประกอบการด้านปัจจัยการผลิต กลุ่มกลางน้ำ ได้แก่ โรงคัดบรรจุผลไม้ (ติดต่อเกษตรกร+คัดแยก+รับจ้างบรรจุ) โรงคัดบรรจุผลไม้ขนาดใหญ่ และกลุ่มปลายน้ำ ได้แก่ ตัวแทนส่งออกทุเรียน และผู้ค้าภายในประเทศ ดังนี้

ห่วงโซ่อุปทานทุเรียนไทย



รูปที่ 4 - 1 ห่วงโซ่อุปทานทุเรียนไทย
ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2562

1) กลุ่มต้นน้ำ ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียน และผู้ให้บริการด้านปัจจัยการผลิต

(1) เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียน เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนเพื่อส่งออกไปยังประเทศจีนจำเป็นต้องได้รับการรับรองการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practice: GAP) ในแปลงปลูกจากกรมวิชาการเกษตร ประเทศไทยสามารถผลิตทุเรียนออกสู่ตลาดได้ประมาณ 9 เดือนต่อปี เริ่มจากเดือนพฤษภาคมถึงเดือนมิถุนายน เป็นผลผลิตที่ผลิตได้ในภาคตะวันออก แล้วต่อช่วงฤดูการผลิตจากภาคใต้ ระหว่างเดือนกรกฎาคมเดือนถึงสิงหาคมของทุกปี

(2) ผู้ให้บริการด้านปัจจัยการผลิต ในที่นี่ปัจจัยการผลิตพิจารณาถึงปัจจัยผันแปรที่ชาวสวนทุเรียนใช้ในการผลิตทุเรียนของตนซึ่งประกอบด้วย ต้นกล้าทุเรียน สารเคมีต่าง ๆ รวมถึงแรงงานที่ใช้ในสวนตั้งแต่เริ่มการผลิตจนถึงการเก็บเกี่ยว จากการสัมภาษณ์พบว่า เกษตรกรจัดหาปัจจัยการผลิตจากผู้ค้าปัจจัยการผลิตในชุมชนเป็นหลัก เป็นที่หน้าสังเกตว่าแรงงานที่อยู่ในสวนทุเรียนผู้ปลูกทุเรียนได้ว่าจ้างแรงงานที่มาจากประเทศเพื่อนบ้าน คือ แรงงานซึ่งในปัจจุบันชาวทุเรียนใช้แรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้นเนื่องจากการขาดแคลนแรงงานด้านการเกษตรของไทย

2) กลุ่มกลางน้ำ ประกอบด้วย ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ในท้องถิ่น โรงงานแปรรูปและสหกรณ์

(1) โรงคัดบรรจุผลไม้ในท้องถิ่น (ติดต่อเกษตรกร+คัดแยก+รับจ้างบรรจุ) นำทุเรียนที่รับซื้อจากเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนรวบรวมที่โรงคัดบรรจุผลไม้ที่เพื่อขายต่อให้กับผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนอีกทอดหนึ่ง ซึ่งลักษณะงานของโรงคัดบรรจุผลไม้ในท้องถิ่นนี้เป็นในลักษณะของการติดต่อเข้าซื้อทุเรียนกับเกษตรกร ทั้งในรูปแบบการซื้อเหมาสวน โดยการซื้อในช่วง ณ ปี 2562 นั้น ทำการติดต่อตั้งแต่ทุเรียนเริ่มออกดอกไปจนถึงทุเรียนออกลูกแล้ว โดยเป็นการให้ราคาเหมาทั้งสวนผลไม้ ในส่วนการดูแลจะเป็นหน้าที่ของเกษตรกรให้ได้ขนาดตามที่ตกลงราคากันไว้ เมื่อผู้ประกอบการได้รับทุเรียนในช่วงฤดูกาลจะทำการเข้าตัดทุเรียนที่สวน และคัดแยกขนาดทุเรียนโดยให้ราคาตามเกรดของทุเรียน จากนั้นนำทุเรียนไปพักไว้ที่โรงคัดบรรจุเพื่อทำการชุบน้ำยาแล้วทำการเป่าแห้ง ชั่งน้ำหนัก ติดสติกเกอร์ และทำการบรรจุกล่องและขึ้นตู้ ส่งให้กับพ่อค้าชาวจีน

การรับซื้อทุเรียนของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีน เริ่มจากการเจรจาซื้อขายล่วงหน้า โดยการทำสัญญาซื้อขาย กำหนดขนาด และจำนวน หรือซื้อขายแบบเหมาสวน และจะทำการวางเงินมัดจำเพื่อซื้อสินค้า ส่วนการขนส่ง มี 2 ช่องทาง คือ การขนส่งทางเรือ และการขนส่งทางบก ซึ่งการขนส่งทางเรือใช้เวลาเฉลี่ย 3 วัน (จากแหลมฉบังถึงท่าชิงโจวในมณฑลกวางสี) ซึ่งสามารถบรรทุกสินค้าได้ปริมาณมากกว่า และมีค่าใช้จ่ายถูกกว่าการขนส่งทางบก แต่การขนส่งทางเรือพบปัญหามากกว่า คือ บริษัทขนส่งทางเรือไม่รับผิดชอบในกรณีสินค้าเสียหาย นอกจากนี้พบว่า บริษัทขนส่งทางเรือไม่ช่วยในเรื่องการรักษาอุณหภูมิระหว่างการขนส่ง เมื่อทุเรียนมาถึงจีนพบว่ามีบางส่วนเสียหาย ทำให้ต้องขายในราคาถูก ในขณะที่การขนส่งทางบก เวลาค่อนข้างแน่นอน โดยส่วนใหญ่ใช้เส้นทาง R9 และ R12 การนำเข้าผลไม้ผ่านเส้นทาง R9 เป็นถนนเส้นหลักที่ใช้ในการขนส่งผลไม้ไปจีน และมีการส่งออกอีกรูปแบบ คือ การนำเข้าทุเรียนมาเพื่อแปลงสัญชาติที่เวียดนามและส่งออกไปจีนโดยอยู่ภายใต้ทุเรียนสัญชาติเวียดนามของทุเรียนเวียดนาม เพื่ออาศัยสิทธิ

พิเศษทางภาษี ซึ่งโดยมากใช้เส้นทาง R12 นอกจากจะไม่ต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว พิธีศุลกากรและการตรวจสอบกักกันโรคยังมีความเข้มงวดน้อย

(2) โรงงานแปรรูป ดำเนินการรับซื้อผลผลิตทุเรียนจากผู้รวบรวม เพื่อมาดำเนินการแปรรูปผลผลิตพร้อมกับทำการบรรจุภัณฑ์ และทำการขายให้กับพ่อค้าในระดับต่าง ๆ ผู้บริโภค และส่งออกเอง

(3) กลุ่มสหกรณ์ ซึ่งเป็นสหกรณ์การเกษตรที่อยู่ประจำในแต่ละจังหวัดซึ่งมีหน้าที่ในการช่วยเหลือในการระบายผลผลิตทุเรียนไปยังแหล่งจำหน่ายต่าง ๆ โดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ

3) กลุ่มปลายน้ำ ประกอบด้วย ตัวแทนส่งออกทุเรียน และผู้ค้าภายในประเทศ

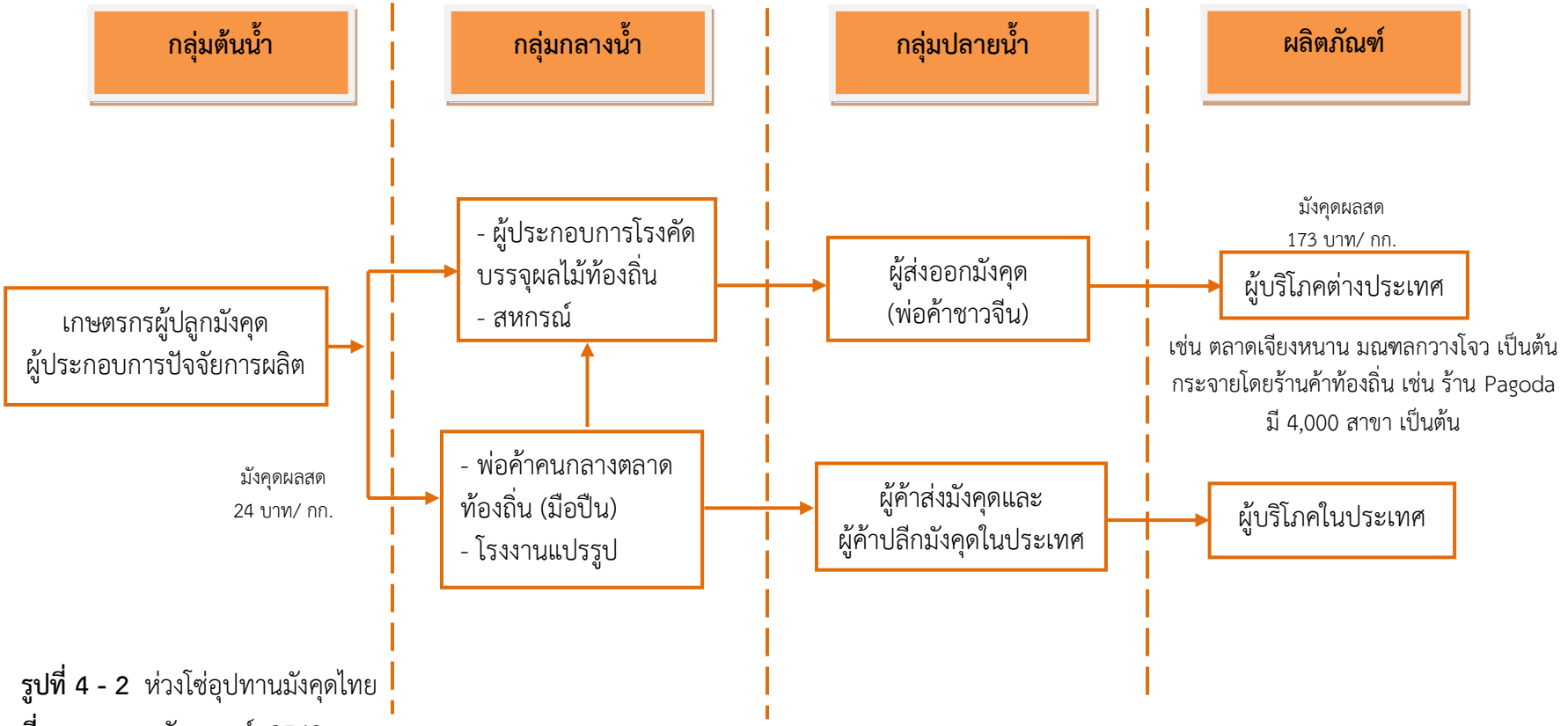
(1) ผู้ค้าภายในประเทศ ประกอบด้วย ผู้ค้าส่งในตลาดกลางผลไม้ในแต่ละจังหวัด รวมถึงการนำทุเรียนไปขายในตลาดไท และร้านค้าปลีกผลไม้หรือแผงจำหน่ายผลไม้ตลาดในประเทศ

(2) ตัวแทนส่งออกทุเรียน (พ่อค้าชาวจีน) การศึกษาพบว่า มีผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนซึ่งเป็นพ่อค้าชาวจีนมารับซื้อทุเรียนในภาคตะวันออกเพื่อส่งออกไปขายในจีนจำนวนมาก โดยตลาดปลายทางที่สำคัญคือ ตลาดเจียงหนาน มณฑลกวางโจว ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งเป็นตลาดค้าส่งผัก และผลไม้ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศจีน สำหรับสายพันธุ์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดสำหรับผู้บริโภคในประเทศจีน คือ พันธุ์หมอนทอง ความนิยมบริโภคทุเรียนในแต่ละสายพันธุ์จะแตกต่างกัน ซึ่งจะขึ้นอยู่กับการโฆษณาของร้านค้าด้วย แต่ปัจจุบันทุเรียนของไทยกำลังมีปัญหาเรื่องการควบคุมคุณภาพ เพราะต้องการขายได้ปริมาณมาก และมีคู่แข่งที่สำคัญ คือ ทุเรียนมูซังคิงของมาเลเซีย ที่ขายในระดับราคาที่สูงในตลาดพรีเมียม เน้นขายคุณภาพมากกว่าขายปริมาณ

4.1.2 ห่วงโซ่อุปทานของมังคุดไทย

โครงสร้างตลาดผลไม้ไทย กรณีมังคุดในห่วงโซ่อุปทานของมังคุดไทย ประกอบด้วยผู้ที่เกี่ยวข้อง 3 กลุ่ม (รูปที่ 4 - 2) คือ กลุ่มต้นน้ำ ได้แก่ เกษตรกร กลุ่มกลางน้ำ ได้แก่ พ่อค้าคนกลางตลาดท้องถิ่น (มือปืน) และผู้ประกอบการคัดบรรจุผลไม้ และกลุ่มปลายน้ำ ได้แก่ ผู้ค้าในประเทศ (พ่อค้าส่ง) และตัวแทนส่งออกมังคุด (พ่อค้าชาวจีน) ดังนี้

ห่วงโซ่อุปทานมังคุดไทย



รูปที่ 4 - 2 ห่วงโซ่อุปทานมังคุดไทย
ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2562

1) กลุ่มต้นน้ำ ได้แก่ เกษตรกร และผู้ประกอบการปัจจัยการผลิต

(1) เกษตรกรผู้ปลูกมังคุดรายย่อย เมื่อเกษตรกรเก็บเกี่ยวมังคุดจะนำมังคุดที่เก็บเกี่ยวได้ไปจำหน่ายทันที โดยการขายของเกษตรกรในส่วนใหญ่จะทำกัน 2 รูปแบบคือ รูปแบบที่ 1 เกษตรกรนำมังคุดไปขาย ณ จุดรับซื้อ ได้แก่ ตลาดท้องถิ่น พ่อค้าคนกลาง หรือผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ (ล้ง) เป็นต้น และรูปแบบที่ 2 เกษตรกรจะจำหน่ายผลไม้ในรูปแบบยกสวนคือ การจำหน่าย ณ แหล่งผลิตหรือที่สวนของเกษตรกร ซึ่งจะมีลักษณะที่พ่อค้าไปติดต่อซื้อมังคุดถึงสวน อาจจะมีการตกลงราคาซื้อขายกันล่วงหน้าก่อนออกผลผลิต

(2) ผู้ประกอบการปัจจัยการผลิต ประกอบด้วย พ่อค้า ต้นกล้า สารเคมีต่าง ๆ รวมถึงแรงงานที่ในแต่ละสวนใช้ในการผลิตจนถึงการเก็บเกี่ยว โดยชาวสวนได้จัดหาปัจจัยการผลิตจากผู้ค้าปัจจัยการผลิตในชุมชนเป็นหลัก ทั้งนี้แรงงานเกษตรของชาวสวนลำไยได้มีการใช้แรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้น เนื่องจากขาดแคลนแรงงานในภาคการเกษตรของไทย

2) กลุ่มกลางน้ำ ได้แก่ พ่อค้าคนกลางตลาดท้องถิ่น สหกรณ์

(1) พ่อค้าคนกลางตลาดท้องถิ่นหรือผู้ประกอบปัจจัยการผลิต ที่เรียกกันทั่วไปว่า “มือปืน” ดำเนินการรับซื้อมังคุดจากเกษตรกรและชาวสวนเพื่อกระจายไปยังตลาดภายในประเทศ และส่งขายให้กับโรงคัดบรรจุผลไม้ขนาดใหญ่

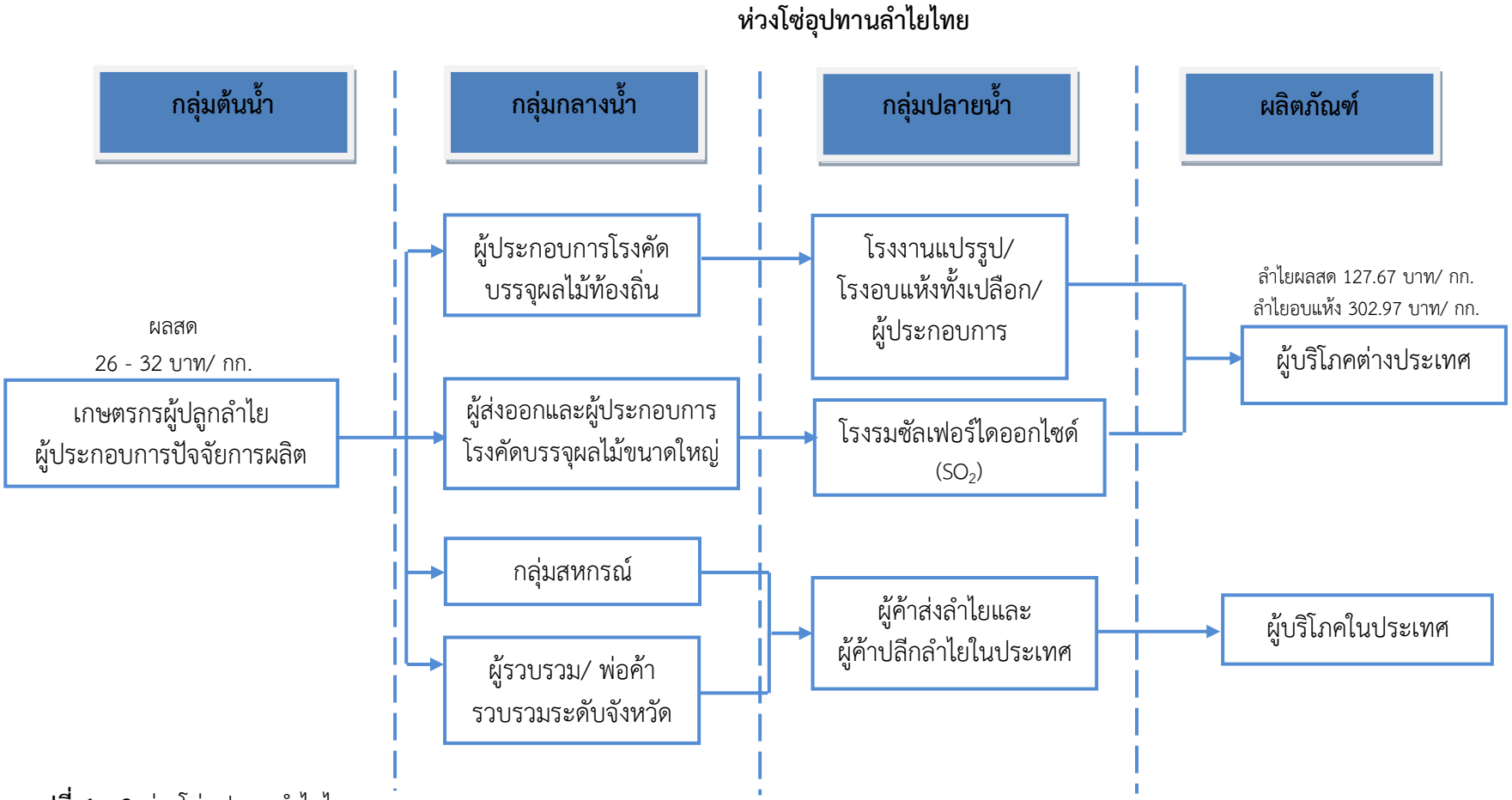
(2) กลุ่มสหกรณ์ ดำเนินการรับซื้อมังคุดเพื่อการส่งออกไปต่างประเทศ โดยมังคุดที่ทำการรับซื้อจากเกษตรกรหรือชาวสวนจะมีการคัดเกรด คัดคุณภาพของมังคุดก่อนการรับซื้อจากเกษตรกร เนื่องจากการส่งออกผลไม้หรือมังคุดไปยังต่างประเทศในที่นี้หมายถึงประเทศจีน จะมีข้อกำหนดในด้านคุณภาพซึ่งอย่างน้อยต้องมีคุณภาพมาตรฐานขั้นต่ำที่กำหนดให้ ได้แก่ หูหรือขั้วผลไม่หัก ผิวมันมีลายปะปนได้เล็กน้อย ซึ่งในแต่ละชนิดในการคัดแยกจะระบุเกรดตามขนาดของน้ำหนักผลมังคุด โดยการคัดแยกจะดำเนินการโดยเครื่องจักร และแรงงานคนที่มีความชำนาญและมีประสบการณ์ ซึ่งการลำเลียงใช้การลำเลียงด้วยตู้คอนเทรนเนอร์ควบคุมอุณหภูมิ มังคุดที่ส่งออกเพื่อไปจำหน่ายต่างประเทศ ต้องเป็นสวนมังคุดที่ผ่านการรับรองการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practice: GAP) จากกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งเป็นมาตรการการควบคุมการส่งออกและมาตรฐานสินค้า

3) กลุ่มปลายน้ำ ได้แก่ ผู้ค้าในประเทศและผู้ค้าส่งออก

(1) ผู้ค้าในประเทศ (พ่อค้าส่ง) ร้านหรือแผงจำหน่ายผลไม้ตลาดในประเทศจีน
(2) ตัวแทนส่งออกมังคุด (พ่อค้าชาวจีน) ตลาดต่างประเทศ เช่น จีน เวียดนาม ฮ่องกง

4.1.3 ห่วงโซ่อุปทานของลำไยไทย

โครงสร้างตลาดผลไม้ไทย กรณีลำไยในห่วงโซ่อุปทานของลำไยไทย ประกอบด้วยผู้ที่เกี่ยวข้อง 3 กลุ่ม (รูปที่ 4 - 3) คือ กลุ่มต้นน้ำ ได้แก่ เกษตรกร กลุ่มกลางน้ำ ได้แก่ ผู้รวบรวมหรือพ่อค้าระดับจังหวัด กลุ่มสหกรณ์ ผู้ค้าส่งออก และผู้ประกอบการคัดบรรจุ และกลุ่มปลายน้ำ ได้แก่ โรงงานแปรรูป/ โรงอบแห้งทั้งเปลือก/ ตู้อบลำไย โรงงานซัลเฟอร์ไดออกไซด์ และผู้ค้าปลีกในประเทศดังนี้



รูปที่ 4 - 3 ห่วงโซ่อุปทานลำไยไทย
ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2562

1) กลุ่มต้นน้ำ ได้แก่ เกษตรกร และผู้ประกอบการปัจจัยการผลิต

(1) เกษตรกรผู้ปลูกลำไยรายย่อย และมีผลผลิตอยู่ในช่วงฤดูกาล โดยทั่วไปออกในช่วงเดือนกรกฎาคมถึงสิงหาคมของทุกปี ซึ่งลำไยจะมีผลผลิตจำนวนมากในช่วงเวลาของในฤดูกาลเท่านั้น โดยการขายลำไยของเกษตรจะพิจารณาที่ผลผลิตว่ามีคุณภาพหรือมีปริมาณมากน้อยเพียงใดเหมาะสมกับการขายในรูปแบบใด โดยในส่วนของลำไยที่มีปริมาณน้อยหรือคุณภาพต่ำจะทำการส่งไปอบแห้งในลักษณะรูดร่วง

(2) ผู้ให้บริการด้านปัจจัยการผลิต ในที่นี่ปัจจัยการผลิตพิจารณาถึงปัจจัยผันแปรที่ชาวสวนลำไยใช้ในการผลิตลำไยของตนซึ่งประกอบด้วย ต้นกล้าลำไย สารเคมีต่าง ๆ รวมถึงแรงงานที่ใช้ในสวนตั้งแต่เริ่มการผลิตจนถึงการเก็บเกี่ยว ซึ่งเกษตรกรจัดหาปัจจัยการผลิตจากผู้ค้าปัจจัยการผลิตในชุมชนเป็นหลัก เป็นที่หน้าสังเกตว่าแรงงานที่อยู่ในสวนลำไยได้ว่าจ้างแรงงานที่มาจากประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้น คือแรงงานซึ่งในปัจจุบัน เนื่องจากการขาดแคลนแรงงานด้านการเกษตรของไทย

2) กลุ่มกลางน้ำ ได้แก่ กลุ่มสหกรณ์ พ่อค้าระดับจังหวัด ผู้ค้าส่งออก และผู้ประกอบการคัดบรรจุผลไม้

(1) ผู้รวบรวมหรือพ่อค้าระดับจังหวัด เป็นผู้รวบรวมรับซื้อลำไยจากเกษตรกรโดยในบางผู้ประกอบการจะรับซื้อลำไยจากเกษตรกรในแหล่งผลิตโดยตรง หรืออาจเป็นการรับซื้อต่อทอดจากพ่อค้าในระดับต่าง ๆ เพื่อนำลำไยไปจำหน่ายในตลาดค้าส่งเพื่อกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภค

(2) กลุ่มสหกรณ์ ซึ่งเป็นสหกรณ์การเกษตรที่อยู่ประจำในแต่ละจังหวัดซึ่งมีหน้าที่ในการช่วยเหลือในการระบายผลผลิตลำไยไปยังแหล่งจำหน่ายต่าง ๆ โดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ

(3) ผู้ประกอบการคัดบรรจุผลไม้ เป็นผู้รวบรวมลำไยจากเกษตรกรหรือจากผู้รวบรวมในระดับต่าง ๆ เพื่อจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศ และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ โดยดำเนินการที่ครอบคลุมครบวงจรทั้งแปรรูปและส่งออก ซึ่งในการรับซื้อจะมีการคัดเกรดผลลำไยประกอบด้วย และเป็นผู้ประกอบการที่มีขนาดใหญ่มีกำลังการผลิตสูงรวมและมีจำนวนแรงงานที่เพียงพอต่อการดำเนินการที่ครบวงจรรวมถึงดำเนินกิจกรรมรับซื้อลำไยและทำการคัดแยกเกรดเพื่อขายต่อให้แก่โรงอบลำไย หรือโรงงานแปรรูป

3) กลุ่มปลายน้ำ ได้แก่ โรงแปรรูป โรงอบแห้งทั้งเปลือก ตู้อบลำไย โรงงานซัตเฟอร์ไดออกไซค์ และผู้ค้าปลีกในประเทศ

(1) โรงงานแปรรูป โรงอบแห้งทั้งเปลือก ตู้อบลำไย ดำเนินการรับซื้อผลผลิตลำไยจากผู้รวบรวม เพื่อมาดำเนินการแปรรูปผลผลิตพร้อมกับทำการตั้งโรงอบลำไย และทำการขายให้กับพ่อค้าในระดับต่าง ๆ ผู้บริโภค และส่งออกเอง

(2) ผู้ค้าปลีกภายในประเทศ ผู้ที่รับซื้อรับลำไยมาจากผู้รวบรวมในระดับต่าง ๆ หรือกลุ่มสหกรณ์เพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคในประเทศโดยตลาดค้าส่ง ปลีกในประเทศนั้น ได้แก่ ตลาดมหานาค ตลาดสี่มุมเมือง และตลาดไท

(3) ผู้ส่งออก (ผู้ประกอบการคัดบรรจุผลไม้ขนาดใหญ่) เป็นผู้รวบรวมลำไยจากเกษตรกรหรือจากผู้รวบรวมในระดับต่าง ๆ เพื่อไปจำหน่ายไปยังตลาดตลาดประเทศ โดยต้องผ่านกระบวนการนำลำไยผลสดไปผ่านกระบวนการอบรมควันด้วยซัลเฟอร์ไดออกไซด์ เพื่อยืดอายุลำไยผลสด แต่จะไม่มีการดำเนินการในกระบวนการแปรรูปลำไย

4.2 ห่วงโซ่คุณค่า (Value chain)

ห่วงโซ่คุณค่า เป็นการพิจารณาถึงกิจกรรมต่าง ๆ ในการผลิตและส่งออกผลไม้ของไทยไปยังประเทศจีน โดยทำการวิเคราะห์แนวทางการเพิ่มมูลค่าในแต่ละกิจกรรมให้กับผลไม้ของไทย ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานผลไม้ของไทยเพื่อการส่งออก สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์ถึงกิจกรรมในการจัดการห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรม กลางน้ำ ตามแนวโซ่อุปทานได้ ดังนี้ (รูปที่ 4 - 4)

กิจกรรมหลัก (Primary Activities) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistic) สำหรับผู้ประกอบการแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้มาจากการรับซื้อจากเกษตรกรผู้ปลูกผลไม้ในประเทศไทย โดยได้รับการคัดเลือกเกรดของผลไม้ก่อนการนำไปจำหน่ายต่อ โดยจุดแข็งคือ ผู้ประกอบการมีความรู้และทักษะด้านการตลาด เลือกสายพันธุ์ในการขายที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค และเน้นขายผลไม้ที่มีคุณภาพ แต่จุดอ่อนคือ การบริหารจัดการด้านการขนส่ง และการควบคุมคุณภาพสินค้าระหว่างการขนส่ง เช่น ทุเรียนใช้ระยะเวลาการขนส่งนาน ทำให้ผลสุกเกินไปเมื่อไปถึงลูกค้า

2) การปฏิบัติการ (Operation) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูป การบรรจุสำหรับการขนส่ง การบำรุงรักษา และการทดสอบคุณภาพผลไม้ เพื่อจำหน่ายไปยังต่างประเทศของผู้ประกอบการ สำหรับผู้ประกอบการการนำผลไม้ไปจำหน่ายต่างประเทศ ต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพ ต้องมีการควบคุมอุณหภูมิระหว่างการขนส่งเพราะต้องใช้ระยะเวลาในการขนส่งผ่านเส้นทางหลายประเทศก่อนถึงมือลูกค้าในประเทศปลายทาง

3) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistic) ในการกระจายผลไม้ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุ/ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ (ล้ง) เป็นผู้ทำหน้าที่ในการจัดเก็บ รวบรวม และจำหน่ายผลไม้ไปยังลูกค้า โดยมีหน้าที่รวบรวมผลไม้จากเกษตรกรผู้ผลิตโดยตรง หรือเป็นการเข้าไปติดต่อซื้อจากหน้าสวนโดยตรงและซื้อจากหลาย ๆ สวนรวมกัน โดยจะมีเจ้าหน้าที่จากผู้รวบรวมเข้าไปควบคุมดูแลเรื่องคุณภาพและการขนส่งเข้าตู้คอนเทรนเนอร์ ซึ่งจะมีการคัดเกรดผลไม้ก่อนการขายไปยังตลาดต่างประเทศ โดยการขนส่งไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน มี 2 ช่องทางคือ การขนส่งทางเรือ และการขนส่งทางบก ซึ่งโดยมากผู้ประกอบการจะใช้เส้นทางการขนส่งทางบก เนื่องจากเวลาค่อนข้างแน่นอนและความเสี่ยงน้อยกว่า เพราะการขนส่งทางเรือไม่รับผิดชอบในกรณีสินค้าเสียหาย นอกจากนี้พบว่าบริษัทขนส่งทางเรือไม่ช่วยในเรื่องการรักษาอุณหภูมิระหว่างการขนส่ง เมื่อทุเรียนมาถึงจีนพบว่ามีบางส่วนเสียหาย ทำให้ต้องขายในราคาถูก โดยเส้นทางขนส่งทางบกที่ใช้ในการขนส่งสินค้า ผ่านเส้นทาง R9 และ R12 ที่สิ้งทุเรียนไปที่ด่านโหย่วอี้กวาน ซึ่งเป็นทางเข้าสู่ตลาดผลไม้ที่ใหญ่ที่สุด

4) การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) ผลไม้ในประเทศเป็นที่นิยมและชื่นชอบของผู้บริโภคทั้งภายในและภายนอกประเทศด้วยเอกลักษณ์ในรสชาติและมีความหลากหลายตามฤดูกาล ส่งผลให้มีแนวโน้มความต้องการในตลาดต่างประเทศสูงขึ้น แต่จุดอ่อนที่สำคัญของผลไม้ไทยคือ การควบคุมคุณภาพ ผลไม้ไทยให้มีคุณภาพได้อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อใจและจงรักภักดีต่อผลไม้ไทย ซึ่งในส่วนของตลาดผลไม้ในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมี 2 แบบคือ 1) แบบขายส่ง (Wholesale) เช่น ตลาดเจียงหนาน 2) แบบศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Centre: DC) เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต นอกจากนี้ช่องทางจำหน่ายในรูปแบบอีคอมเมิร์ซ (E - Commerce) กำลังเข้ามามีบทบาทในการตลาดที่จะช่วยให้เข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งช่วงที่ผ่านมามีธุรกิจอีคอมเมิร์ซ (E - Commerce) ชื่อดังของจีนอย่างบริษัทอาลีบาบา (Alibaba) ได้เข้ามามีบทบาทในการนำทุเรียนไปขายผ่านทางเว็บไซต์ Alibaba

กิจกรรมสนับสนุน มีรายละเอียด ดังนี้

4.1 การจัดซื้อ - จัดหา (Procurement) ผู้ประกอบการจะซื้อผลไม้จากเกษตรกร โดยอาจเป็นการเข้ามาติดต่อซื้อที่สวนโดยตรงและทำการซื้อในหลาย ๆ สวนที่เดียวเพื่อให้ได้ผลไม้ตามจำนวนความต้องการ ซึ่งจุดอ่อนคือ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติทำให้มีปัญหาระหว่างการสื่อสารกับเกษตรกร รวมถึงวัฒนธรรมการทำงานที่แตกต่างกัน เช่น เกษตรกรเมื่อถึงวันหยุดก็จะหยุดทำงานกันหมด เช่น ช่วงสงกรานต์ ทำให้ไม่สามารถติดต่อทางธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง

4.2 การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) ผู้ประกอบการใช้เทคโนโลยีมาแทนแรงงาน และการมองหาตลาดในการวางจำหน่ายสินค้า ผู้ประกอบการต้องการให้ควบคุมคุณภาพตั้งแต่ในสวน โดยเสนอให้เกษตรกรแจ้งช่วงเวลาที่ผลผลิตออกดอกและช่วงเวลาเก็บเกี่ยว โดยใช้ระบบออนไลน์เข้ามาช่วยเพื่อความสะดวกในการตรวจสอบ

4.3 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุจะมีเจ้าหน้าที่ ซึ่งในการดำเนินงานในแต่ละกระบวนการจะเข้ามามีบทบาทและควบคุมงานด้วยตนเอง ส่งทีมงานไปแลกเปลี่ยนไปสอนเทคนิคการเพาะปลูกให้แก่เกษตรกร เพื่อเป็นการรักษาคุณภาพผลไม้ให้เสมอต้นเสมอปลาย

4.4 โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Firm Infrastructure) ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุหรือผู้รวบรวมจะเลือกทำเลที่ตั้งในพื้นที่ที่เป็นแหล่งปลูกผลไม้หลัก ๆ ของไทย เช่น จังหวัดในภาคตะวันออกของประเทศไทยเพื่อให้ใกล้กับแหล่งวัตถุดิบ เป็นต้น

4.3 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าผลไม้ไทย

จากการวิเคราะห์กิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าข้างต้น ในส่วนนี้ ได้ทำการวิเคราะห์แนวทางในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลไม้ที่ทำการศึกษาเพื่อส่งออกไปยังประเทศจีนในแต่ละกิจกรรม โดยจำแนกแนวทางดังกล่าวกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ดังนี้

1) กลุ่มต้นน้ำ ได้แก่ เกษตรกร ผู้ค้าปัจจัยการผลิต และภาครัฐ

(1) เกษตรกร ควรดำเนินการผลิตภายใต้การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) เพื่อการส่งออกที่มากขึ้น รวมทั้งควรคำนึงถึงคุณภาพผลไม้เป็นหลัก ทำการผลิตผลไม้อย่างมีคุณภาพเพื่อเป็นการรักษาลูกค้าและความเชื่อมั่นในผลไม้ไทยโดยไม่เน้นเพียงแค่ขายปริมาณมากเท่านั้น

(2) ผู้ค้าปัจจัยการผลิต ควรขายปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพ ราคาเป็นธรรม

(3) ภาครัฐ ต้องพัฒนาผลผลิตและปรับปรุงพันธุ์ให้สามารถผลิตได้สอดคล้องกับความต้องการตลาด ส่งเสริมการทำสวนแบบการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) ให้แก่เกษตรกร ควบคุมตรวจสอบคุณภาพของปัจจัยการผลิต และดูแลราคาปัจจัยการผลิตที่เป็นธรรมแก่ชาวสวน รวมทั้งให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสารเคมีที่ขายเพื่อให้สามารถถ่ายทอดให้กับเกษตรกรที่มาซื้อได้ถูกต้อง

2) กลุ่มกลางน้ำ ได้แก่ ผู้ประกอบการ (ผู้รวบรวมท้องถิ่น โรงคัดบรรจุผลไม้ และโรงงานแปรรูป) และภาครัฐ

(1) ผู้ประกอบการ (ผู้รวบรวมท้องถิ่น โรงคัดบรรจุผลไม้ และโรงงานแปรรูป) ควรให้ความสำคัญในมาตรฐานความปลอดภัย (GMP) และการตรวจสอบย้อนกลับ ระบบ QR Code สร้างตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับทั้งในด้านคุณภาพผลไม้และราคาผลไม้ที่เป็นธรรม

(2) ภาครัฐ ควรเพิ่มประสิทธิภาพระบบขนส่ง (Logistic) เพื่อลดต้นทุนด้านการขนส่ง และลดความเสียหายของผลไม้ที่จะเกิดขึ้นระหว่างทาง ออกกฎระเบียบในการรักษาคุณภาพและมาตรฐานการคัดบรรจุผลไม้ และมาตรฐานการขนส่งแก่บริษัทที่ดำเนินการด้านการขนส่งผลไม้ไปยังต่างประเทศ เสริมสร้างศักยภาพกลุ่มสหกรณ์ในการส่งออกผลไม้ไทย: พัฒนาเทคโนโลยีการแปรรูปผลไม้ พัฒนาบรรจุภัณฑ์และเสริมสร้างทักษะในมิติต่าง ๆ ที่เอื้อต่อการส่งออกผลไม้ สนับสนุนการทำธุรกิจโรงคัดบรรจุผลไม้ในพื้นที่ภาคตะวันออกเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการขนส่ง

3) กลุ่มปลายน้ำ ได้แก่ ผู้ประกอบการ และภาครัฐ

(1) ผู้ประกอบการ ส่งเสริมการตลาดผลไม้ไทยในด้านการสร้างความแตกต่าง (Production Difference) ของผลไม้ไทยในมิติต่าง ๆ เพื่อสร้างคุณค่าให้ผลไม้ไทยและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในต่างประเทศผ่านสื่อการตลาดต่าง ๆ

(2) ภาครัฐ ลดขั้นตอนด้านเอกสารเพื่อเอื้อให้ผู้ประกอบการส่งออกรายใหม่ได้เข้ามาดำเนินธุรกิจ ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการค้าผลไม้ในรูปแบบการค้าผลไม้ออนไลน์ และสร้างโอกาสให้ผู้บริโภคผลไม้ไทยในต่างประเทศได้รู้จักผลไม้ไทย: การจัดเทศกาลผลไม้ไทยในประเทศคู่ค้าต่าง ๆ ภายใต้คุณภาพผลไม้ที่เป็นที่ยอมรับในประเทศคู่ค้า

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าผลไม้ไทย

ระดับต้นน้ำ	1. **เกษตรกร** ควรดำเนินการผลิตภายใต้การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) และคำนึงถึงคุณภาพผลไม้เป็นหลัก 2. **ผู้ค้าปัจจัยการผลิต** ควรขายปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพ ราคาเป็นธรรม 3. **ภาครัฐ** พัฒนาผลผลิตและปรับปรุงพันธุ์ให้สอดคล้องกับความต้องการตลาด ส่งเสริมการทำสวนแบบ GAP รวมทั้งควบคุมตรวจสอบคุณภาพของปัจจัยการผลิต และดูแลราคาปัจจัยการผลิตที่เป็นธรรม
ระดับกลางน้ำ	1. **ผู้ประกอบการ (ผู้รวบรวมท้องถิ่น โรงคัดบรรจุผลไม้ และโรงงานแปรรูป)** ควรให้ความสำคัญในมาตรฐานความปลอดภัย GMP การตรวจสอบย้อนกลับ ระบบ QR Code สร้างตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับทั้งในด้านคุณภาพและราคาผลไม้ 2. **ภาครัฐ** เพิ่มประสิทธิภาพระบบขนส่ง เพื่อลดต้นทุน และลดความเสียหายของผลไม้ที่เกิดขึ้นระหว่างทาง การออกกฎระเบียบในการรักษาคุณภาพและมาตรฐานการคัด บรรจุผลไม้ และมาตรฐานการขนส่งผลไม้ไปยังต่างประเทศ เสริมสร้างศักยภาพกลุ่มสหกรณ์ในการส่งออกผลไม้ไทย รวมทั้งสนับสนุนการทำธุรกิจโรงคัดบรรจุผลไม้ในพื้นที่ภาคตะวันออกเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการขนส่ง
ระดับปลายน้ำ	1. **ผู้ประกอบการ (ผู้รวบรวมท้องถิ่น โรงคัดบรรจุผลไม้ และโรงงานแปรรูป)** ส่งเสริมการตลาดผลไม้ไทยในด้านการสร้างความแตกต่าง (Production Difference) ของผลไม้ไทยในมิติต่าง ๆ เพื่อสร้างคุณค่าให้ผลไม้ไทยและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในต่างประเทศผ่านสื่อการตลาดต่าง ๆ 2. **ภาครัฐ** ลดขั้นตอนด้านเอกสารเพื่อเอื้อให้ผู้ประกอบการส่งออกรายใหม่ได้เข้ามาดำเนินธุรกิจ ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการค้าผลไม้ในรูปแบบการค้าผลไม้ออนไลน์ และสร้างโอกาสให้ผู้บริโภคผลไม้ไทยในต่างประเทศได้รู้จักผลไม้ไทย

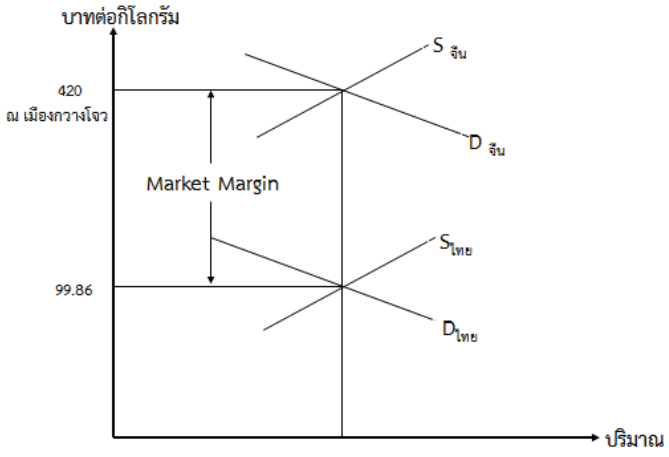
ผลไม้ไทยมีมูลค่าเพิ่มขึ้น

รูปที่ 4 - 4 การวิเคราะห์โซ่คุณค่าผลไม้ไทย
ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2562

4.4 ส่วนเหลื่อมการตลาดของทุเรียน มังคุด และลำไย

4.4.1 ส่วนเหลื่อมการตลาดของทุเรียน

ทุเรียนของไทยเป็นสินค้าเกษตรที่มีความต้องการนำเข้าไปยังต่างประเทศ เช่น ประเทศจีน ที่มีความต้องการเป็นจำนวนมาก เป็นต้น ส่งผลให้ราคาทุเรียนปรับขึ้นต่อเนื่อง เป็นปัจจัยกระตุ้นให้เกษตรกรเพิ่มพื้นที่ปลูกทุเรียน โดยการโค่นต้นแก่ของไม้ผลชนิดอื่น ๆ รวมทั้งโค่นต้นยางพาราเพื่อเปลี่ยนพื้นที่เหล่านั้นมาปลูกทุเรียนแทน นอกจากนี้เกษตรกรยังให้การเอาใจใส่ดูแลมากขึ้นเพื่อให้ได้ปริมาณผลผลิตเพิ่มขึ้นและมีคุณภาพที่ดี เนื่องจากมีราคาที่ดึงดูดมากกว่าผลไม้ชนิดอื่นตามความต้องการจากประเทศจีนที่เป็นตลาดโดยผลไม้เพื่อการส่งออกหลักของผลไม้ไทย ได้แก่ ทุเรียน มังคุด และลำไย ทั้งนี้ เส้นทางการค้าผลไม้ไทยทั้งสามประเภทดังกล่าวไปยังประเทศนั้น พบว่ามีราคาที่เกษตรกรไทยได้กับที่เสนอขายในประเทศจีนนั้นมีราคาแตกต่างกันมาก เพื่อแสดงถึงความต่างของราคาขายตั้งแต่ต้นน้ำหรือเกษตรกรไทยผู้ปลูกถึงปลายทางคือผู้ขายในประเทศจีน ซึ่งเป็นข้อมูลในการกำหนดราคาเหมาะสมต่อไปนั้น การศึกษาจึงได้ดำเนินการเปรียบเทียบราคาผลไม้ดังกล่าวโดยคิดราคาเฉลี่ยในในตลาดขายส่งและขายปลีกในจีน จากการลงพื้นที่เมืองกวางโจว นครหนานหนิง และนครเซี่ยงไฮ้ ณ วันที่ 23 - 26 พฤศจิกายน ปี 2562 เป็นเงินบาทด้วยข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ยรายเดือนจากธนาคารแห่งประเทศไทย ณ เดือน พฤศจิกายน ปี 2562 เทียบกับราคาขายจากฐานข้อมูลสำนักเศรษฐกิจการเกษตร ได้ดังแสดงในรูปที่ รูปที่ 4 - 5



รูปที่ 4 - 5 การเปรียบเทียบราคาทุเรียนขายในประเทศไทยกับประเทศจีน ปี 2562
ที่มา: สำนักเศรษฐกิจการเกษตร และการลงพื้นที่ ณ เมืองกวางโจว นครหนานหนิง และนครเซี่ยงไฮ้ ระหว่างวันที่ 23 - 26 พฤศจิกายน 2562
หมายเหตุ: อัตราแลกเปลี่ยน ณ เดือนพฤศจิกายน ปี 2562 เท่ากับ 4.5267 บาทต่อ 1 หยวนจีน (CNY)

รูปที่ 4 - 5 จากการลงพื้นที่ ณ ตลาดค้าส่งและค้าปลีกเมืองกวางโจว นครหนานหนิง และนครเซี่ยงไฮ้ ระหว่างวันที่ 23 - 26 พฤศจิกายน ปี 2562 พบว่า ราคาขายส่งทุเรียนไทยโดยเฉลี่ยประมาณ 420 บาทต่อลูก (199 หยวนจีน (CNY)) (รูปที่ 4 - 6) สำหรับทุเรียนที่ส่งออกจากไทยไปขายยังตลาดจีนนั้นผลทุเรียนจะมีน้ำหนักโดยเฉลี่ย 1.8 - 2.5 กิโลกรัมต่อลูก ซึ่งเป็นเกรดพรีเมี่ยมจากไทย นอกจากนี้ในตลาดประเทศจีนทุเรียนจากมาเลเซียสายพันธุ์มูซังคิง (Musang King) ถือว่ามีราคาสูงกว่าทุเรียนไทย โดยมีราคาเฉลี่ย 1,535 บาทต่อ (338 หยวนจีน (CNY))[1] (รูปที่ 4 - 7) ในส่วนของตลาดในประเทศไทยจากการรายงานราคาผลไม้ไทยในฤดูกาล ปี 2562 จากสำนักเศรษฐกิจการเกษตร พบว่า ราคาขายเฉลี่ยที่เกษตรกรขายได้หน้าสวนจากสำนักเศรษฐกิจการเกษตร อยู่ที่ 99.86 บาทต่อกิโลกรัม และราคาที่ขายในตลาดค้าปลีกของไทยเฉลี่ยประมาณ 148.69 บาทต่อกิโลกรัม ทั้งนี้เมื่อนำทุเรียนไปแปรรูปส่งขายไปยังตลาดจีน (ทุเรียนแบบทุเรียนฟริซดราย (Freeze Dry)) ราคาต่อน้ำหนัก 100 กรัม เฉลี่ยที่ 226 บาท หรือคิดเป็นราคา 2,260 บาทต่อกิโลกรัม (รูปที่ 4 - 8) ทั้งนี้ ทุเรียนแปรรูปแบบทุเรียนฟริซดราย 100 กรัม ใช้ทุเรียนสดประมาณ 400 กรัม หรือเทียบเท่าเนื้อทุเรียนประมาณ 1 – 2 ลูก หรือ หรือคิดเป็นราคาทเรียนสดประมาณ 420 – 840 บาท ในการแปรรูปดังกล่าว ดังนั้น ทุเรียนแปรรูปฟริซดรายสร้างมูลค่าเพิ่มประมาณ 1,420 - 1,840 บาท (ไม่คิดต้นทุนประเภทอื่น ๆ) จากทุเรียนที่ขายเป็นแบบสดทั้งลูก อย่างไรก็ตาม ทุเรียนสดมีความต้องการในตลาดมากกว่าทำให้ขายได้ง่ายกว่า

รูปที่ 4 - 6 ตลาดขายทุเรียนไทยในประเทศจีน
ที่มา: การลงพื้นที่ ณ เมืองกวางโจว นครหนานหนิง และนครเซี่ยงไฮ้ ระหว่างวันที่ 23 - 26 พฤศจิกายน 2562

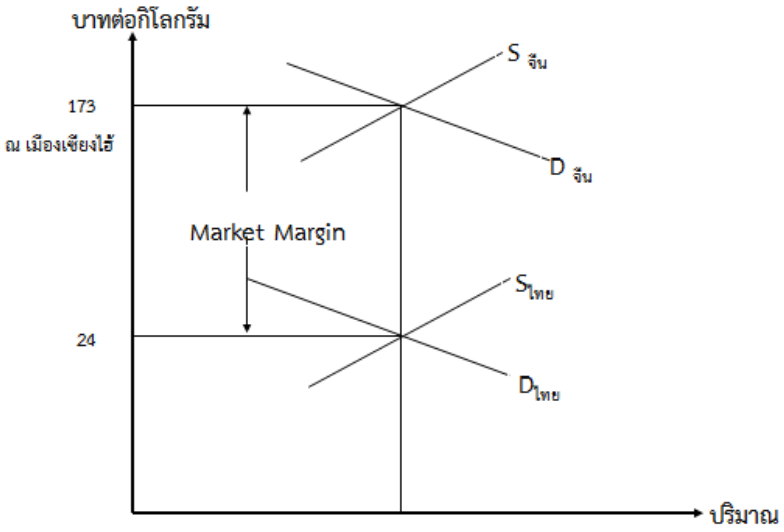
[1] อัตราแลกเปลี่ยน ณ เดือนพฤศจิกายน 2562 เท่ากับ 4.5267 บาทต่อ 1 หยวนจีน (CNY)

รูปที่ 4 - 7 ตลาดขายทุเรียนมูซังคิงจากมาเลเซียในประเทศจีน
ที่มา: การลงพื้นที่ ณ เมืองกวางโจว นครหนานหนิง และนครเชี่ยงไฮ้ ระหว่างวันที่ 23 - 26 พฤศจิกายน 2562

รูปที่ 4 - 8 ทุเรียนฟริซดรายแปรรูปในประเทศจีน
ที่มา: การลงพื้นที่ ณ เมืองกวางโจว นครหนานหนิง และนครเชี่ยงไฮ้ ระหว่างวันที่ 23 - 26 พฤศจิกายน 2562

4.4.2 ส่วนเหลื่อมการตลาดของมังคุด

มังคุดเป็นผลไม้ส่งออกของไทยที่มีตลาดหลัก ได้แก่ ประเทศจีน สหรัฐอเมริกา เป็นต้น สำหรับตลาดจีนยังคงมีความต้องการผลไม้ที่มีคุณภาพจากไทย โดยมีแหล่งเพาะปลูกหลัก ๆ ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี จังหวัดระยอง จังหวัดตราด จังหวัดชุมพร และจังหวัดนครศรีธรรมราช ส่งผลให้มีผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้เพิ่มขึ้นในพื้นที่เพาะปลูกเนื่องจากมีความต้องการนำเข้ามังคุดจากจีนจำนวนมาก ผลที่ตามมาคือผู้ประกอบการชาวจีนได้เข้ามาร่วมทุนกับโรงคัดบรรจุชาวไทยเพื่อรวบรวมผลไม้ส่งไปยังตลาดจีน ทำให้กลไกราคาตลาดผลไม้โดยเฉพาะ มังคุด ทุเรียน มาจากกลุ่มพ่อค้าชาวจีน ส่งผลกระทบต่อราคามังคุดที่เกิดขึ้นในฤดูกาลนั้น ๆ เพื่อแสดงถึงความต่างของราคาขายตั้งแต่ต้นน้ำหรือเกษตรกรไทยผู้ปลูกถึงปลายทางคือ ผู้ขายในประเทศจีน การศึกษาจึงได้ดำเนินการเปรียบเทียบราคาผลไม้ดังกล่าวโดยคิดราคาเฉลี่ยในตลาดขายส่งและขายปลีกในจีนจากการลงพื้นที่เมืองกวางโจว นครหนานหนิง และนครเซี่ยงไฮ้ ณ วันที่ 23 - 26 พฤศจิกายน ปี 2562 เป็นเงินบาทด้วยข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ยรายเดือนจากธนาคารแห่งประเทศไทย ณ เดือน พฤศจิกายน ปี 2562 เทียบกับราคาขายจากฐานข้อมูลสำนักเศรษฐกิจการเกษตรดังแสดงในรูปที่ 4 - 9 และ 4 - 10



รูปที่ 4 - 9 การเปรียบเทียบราคามังคุดขายในประเทศไทยกับประเทศจีน ปี 2562
ที่มา: สำนักเศรษฐกิจการเกษตร และการลงพื้นที่ ณ เมืองกวางโจว นครหนานหนิง และนครเซี่ยงไฮ้ ระหว่างวันที่ 23 - 26 พฤศจิกายน 2562
หมายเหตุ: อัตราแลกเปลี่ยน ณ เดือนพฤศจิกายน ปี 2562 เท่ากับ 4.5267 บาทต่อ 1 หยวนจีน (CNY)

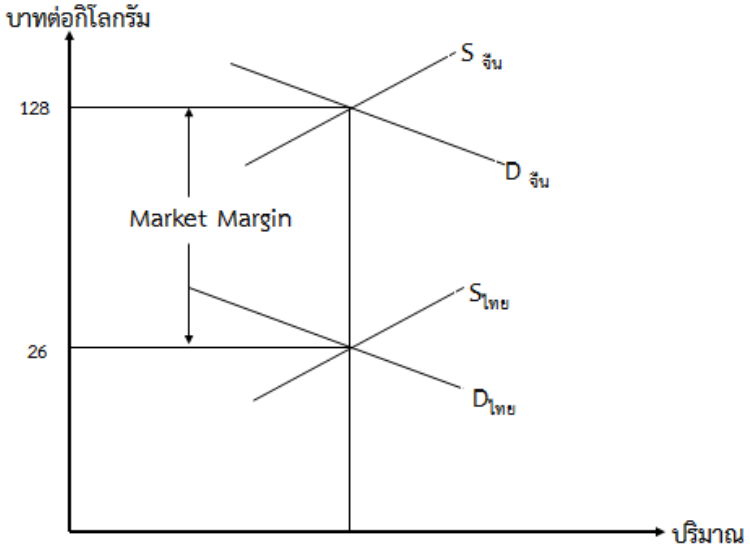
รูปที่ 4 - 10 มังคุดไทยในประเทศจีน
ที่มา: การลงพื้นที่ ณ เมืองกวางโจว นครหนานหนิง และนครเซี่ยงไฮ้ ระหว่างวันที่ 23 - 26 พฤศจิกายน 2562

จากรูปที่ 4 - 9 และ 4 – 10 จากการลงพื้นที่ ณ ตลาดค้าส่งและค้าปลีกเมืองกวางโจว นครหนานหนิง และนครเซี่ยงไฮ้ ระหว่างวันที่ 23 - 26 พฤศจิกายน ปี 2562 พบว่า ราคาขายส่งมังคุดไทยโดยเฉลี่ยประมาณ 172.61 บาทต่อกิโลกรัม (37.6 หยวนจีน (CNY)) ในขณะที่ตลาดในประเทศไทยจากการรายงานราคาผลไม้ไทยในฤดูกาล ปี 2562 จากสำนักเศรษฐกิจการเกษตร รายงานราคามังคุดที่เกษตรกรขายได้หน้าสวนราคาเฉลี่ยประมาณ 24.00 บาทต่อกิโลกรัม ในส่วนของตลาดขายปลีกในไทยราคาขายเฉลี่ยประมาณ 47.21 บาทต่อกิโลกรัม สำหรับมังคุดยังมีการนำแปรรูปเพื่อส่งออกจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับผลไม้ชนิดอื่น

4.4.3 ส่วนเหลื่อมการตลาดของลำไย

กรณีการส่งออกลำไยสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ ลำไยสด และลำไยอบแห้ง โดยมีประเทศจีนเป็นตลาดส่งออกหลัก ซึ่งจีนมีความต้องการบริโภคลำไยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากจีนมีความเชื่อว่าลำไยเป็นผลไม้ดวงตามังกร เมื่อบริโภคแล้วจะมีความโชคดี เจริญรุ่งเรือง (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2557) แหล่งเพาะปลูกลำไยที่สำคัญ ได้แก่ เชียงใหม่ ลำพูน และจันทบุรี ในพื้นที่มีจำนวนผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุที่ได้รับการรับรอง GMP (Good Manufacturing Practice) แบ่งเป็นโรงคัดบรรจุลำไยสด 129 ราย และโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก 83 ราย ซึ่งเกษตรกร และผู้ประกอบการในพื้นที่มีส่วนเหลื่อมล้ำทางด้านราคาของลำไย สัดส่วนทุนส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นเป็นของผู้ประกอบการต่างชาติมากกว่าเกษตรกรในพื้นที่ขาดอำนาจต่อรองในด้านราคาแก่ผู้ประกอบการ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2561) คณะวิจัยจึงได้ทำการศึกษาโดยทำการเปรียบเทียบราคาผลไม้ดังกล่าวโดยคิดราคาเฉลี่ยในตลาดขายส่งและขายปลีกในจีน จากการลงพื้นที่เมืองกวางโจว นครหนานหนิง และนครเซี่ยงไฮ้ ณ วันที่ 23 - 26 พฤศจิกายน

ปี 2562 เป็นเงินบาทด้วยข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ยรายเดือนจากธนาคารแห่งประเทศไทย ณ เดือนพฤศจิกายน ปี 2562 เทียบกับราคาขายจากฐานข้อมูลสำนักเศรษฐกิจการเกษตรดังแสดงในรูปที่ 4 – 11



รูปที่ 4 - 11 การเปรียบเทียบราคาลำไยขายในประเทศไทยกับประเทศจีน ปี 2562
ที่มา: สำนักเศรษฐกิจการเกษตร และการลงพื้นที่ ณ เมืองกวางโจว นครหนานหนิง และนครเซี่ยงไฮ้ ระหว่างวันที่ 23 - 26 พฤศจิกายน 2562
หมายเหตุ: อัตราแลกเปลี่ยน ณ เดือนพฤศจิกายน ปี 2562 เท่ากับ 4.5267 บาทต่อ 1 หยวนจีน (CNY)

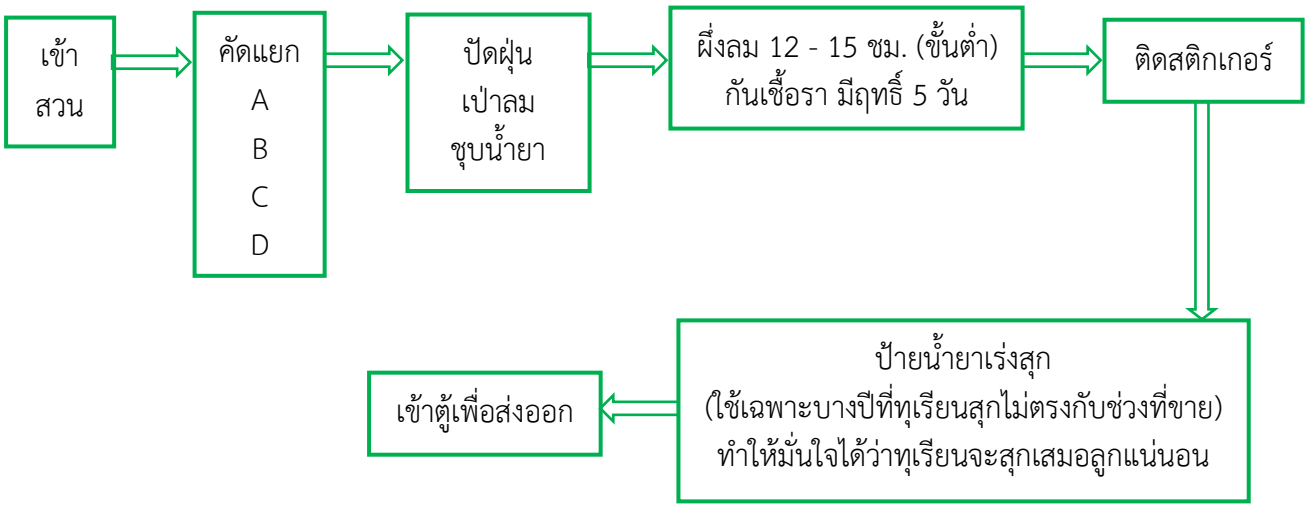
จากการรวบรวมราคาลำไยตั้งแต่ต้นทางถึงตลาดขายปลีกแปรรูปลำไย (ลำไยอบแห้ง) ดังแสดงส่วนต่างราคาในรูปที่ 4 - 11 ที่สังเคราะห์จากการลงพื้นที่ ณ ตลาดค้าส่งและค้าปลีกเมืองกวางโจว นครหนานหนิง และนครเซี่ยงไฮ้ ระหว่างวันที่ 23 - 26 พฤศจิกายน ปี 2562 พบว่า ราคาขายส่งลำไยผลสดไทยในตลาดประเทศจีนมีราคาขายโดยเฉลี่ย 127.67 บาทต่อกิโลกรัม (25.8 หยวนจีน (CNY)) (รูปที่ 4 - 12) ในส่วนของตลาดในประเทศไทยจากการรายงานราคาผลไม้ไทยในฤดูกาล ปี 2562 จากสำนักเศรษฐกิจการเกษตร พบว่า ราคาขายเฉลี่ยที่เกษตรกรขายได้หน้าสวน อยู่ที่ 26.31 บาทต่อกิโลกรัม และราคาที่ขายในตลาดค้าปลีกของไทย เฉลี่ยประมาณ 31.22 บาทต่อกิโลกรัม นอกจากนี้ไทยได้มีการส่งออกลำไยแปรรูป (ลำไยอบแห้ง) ไปประเทศจีนจากการลงพื้นที่ในตลาดที่ประเทศจีนดังที่กล่าวมาข้างต้น พบว่า ราคาลำไยแปรรูปแบบอบแห้งมีราคาต่อน้ำหนัก 220 กรัม เฉลี่ยที่ 116.65 บาท (25.50 หยวนจีน (CNY)) หรือคิดเป็นราคา 524.93 บาทต่อกิโลกรัม (รูปที่ 4 - 13) ดังนั้น ลำไยอบแห้งสร้างมูลค่าเพิ่มประมาณ 406.91 บาท เทียบจากราคาลำไยสดต่อกิโลกรัมในตลาดค้าส่งของประเทศจีน (ไม่คิดต้นทุนประเภทอื่น ๆ)

รูปที่ 4 - 12 ลำไยไทยในประเทศจีน
ที่มา: การลงพื้นที่ ณ เมืองกวางโจว นครหนานหนิง และนครเซี่ยงไฮ้ ระหว่างวันที่ 23 - 26 พฤศจิกายน 2562

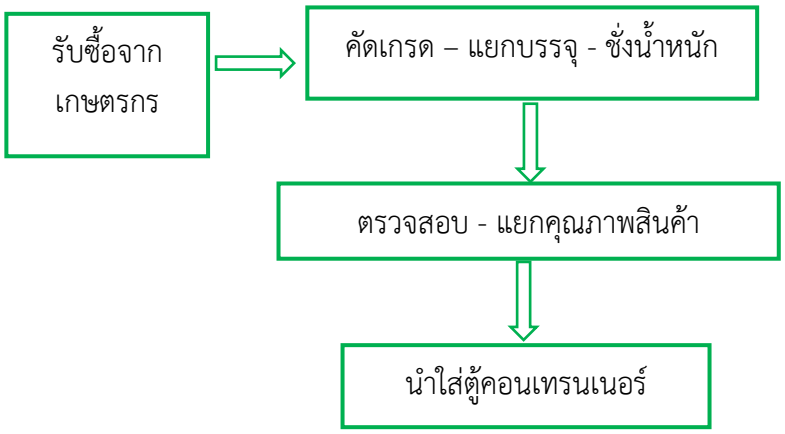
รูปที่ 4 - 13 ลำไยอบแห้งในประเทศจีน
ที่มา: การลงพื้นที่ ณ เมืองกวางโจว นครหนานหนิง และนครเซี่ยงไฮ้ ระหว่างวันที่ 23 - 26 พฤศจิกายน 2562

4.5 บทบาทของโรงคัดบรรจุผลไม้ กรณีศึกษาทุเรียน

การทำงานของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ในไทยโดยมีหน้าที่ตั้งแต่การติดต่อรับซื้อทุเรียนกับชาวสวน คัดคุณภาพไปจนถึงขั้นตอนสุดท้ายคือ การบรรจุทุเรียนขึ้นตู้คอนเทรนเนอร์เพื่อโหลดสินค้าไปขายยังประเทศจีน โดยผู้ประกอบการจะทำการเข้าไปติดต่อซื้อทุเรียนเหมาสวนกับเกษตรกรโดยให้ราคาคิดเป็นเกรด A B C และ D (ตกเกรด) ซึ่งน้ำหนักของเกรด A B C จะไม่ต่ำกว่า 1.8 – 7 กิโลกรัมต่อลูก และส่วนเกรด D น้ำหนักประมาณ 1.0 - 1.5 กิโลกรัมต่อลูก สำหรับการเหมาสวนหากให้ราคารับซื้อเกษตรกร 100 บาท ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้จะได้รับ 5 - 10 บาทเป็นค่าแพ็คกิ้งและค่าตัด (ถือเป็นกำไรจากการรับจ้างจากพ่อค้าชาวจีน) สำหรับตู้คอนเทรนเนอร์ในการส่งออกทุเรียนไปยังประเทศจีน 1 ตู้คอนเทรนเนอร์ มีทุเรียนจำนวน 960 กล่อง 1 กล่องประกอบด้วยทุเรียน 5 - 6 ลูก ขนาดลูกทุเรียนประมาณ 2.5 ถึง 7 กิโลกรัม ในกล่องจะมีลูกขนาดเล็กและใหญ่ผสมกันโดยเฉลี่ยแล้วน้ำหนักต่อกล่องต้องได้ประมาณ 18 กิโลกรัม นอกจากนี้ข้อมูลจากการสัมภาณ์ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ที่จังหวัดจันทบุรี ระยอง และตราด เมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2562 พบว่า ผลไม้แต่ละชนิดได้รับราคาจากพ่อค้าชาวจีนที่แตกต่างกัน ดังนี้ ทุเรียน 5 – 10 บาทต่อกิโลกรัม มังคุด 16 – 17 บาทต่อกิโลกรัม และลำไย 4 บาทต่อกิโลกรัม ทั้งนี้ราคาขึ้นอยู่กับฤดูกาลของตลาด ในส่วนของต้นทุนที่เป็นความรับผิดชอบของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ไทยนั้นเป็นในส่วนของค่าจ้างคนคัดผลไม้เฉลี่ย 1,200 - 2,000 บาทต่อคนต่อวัน รวมไปถึง ค่าแรงงานในส่วนต่าง ๆ ค่าอุปกรณ์เกี่ยวกับการบรรจุ ค่าเช่าโรงคัดบรรจุ ค่าน้ำ ค่าไฟ เป็นต้น เมื่อพิจารณาถึงกิจกรรมที่ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ไทยได้ดังตัวอย่างขั้นตอนก่อนนำทุเรียน และมังคุดส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศที่ก่อให้เกิดต้นทุนต่าง ๆ ดังรูปที่ 4 - 14 และรูปที่ 4 – 15



รูปที่ 4 - 14 ขั้นตอนของโรงคัดบรรจุผลไม้ไทยก่อนนำทุเรียนส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ
ที่มา: จากการสัมภาณ์ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ที่จังหวัดจันทบุรี ระยอง และตราด เดือนตุลาคม 2562



รูปที่ 4 - 15 ขั้นตอนของโรงคัดบรรจุผลไม้ไทยก่อนนำมังคุดออกไปยังตลาดต่างประเทศ
ที่มา: จากการสัมภาณ์ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ที่จังหวัดจันทบุรี ระยอง และตราด เดือนตุลาคม 2562

โดยสรุปแล้ว เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนส่วนใหญ่มีการทำสวนภายใต้มาตรฐานการปฏิบัติที่ดีทางการเกษตร เพื่อต้องการให้ผลไม้เป็นไปตามมาตรการด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชของประเทศผู้นำเข้าผลไม้ไทยโดยเฉพาะประเทศจีนที่มีขนาดตลาดผลไม้ที่ใหญ่ตามความต้องการของผู้บริโภคชาวจีน และยังคงเป็นตลาดที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม อุปสรรคที่สำคัญของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุชาวไทยคือ ความสามารถในการเข้าถึงตลาดจีน ซึ่งต้องอาศัยพันธมิตรทางการค้าในการจัดจำหน่ายให้ที่มักจะประสบกับการบิดเบือนราคาเปิดขายที่ไม่ตรงตามที่ตกลงไว้ ในขณะเดียวกันในตลาดผลไม้ในภายในประเทศมีการเข้ามาทำธุรกิจโรงคัดบรรจุของผู้ประกอบชาวจีนส่งผลต่ออำนาจในการกำหนดราคารับซื้อทุเรียนและมังคุดเนื่องจากสามารถเข้าถึงตลาดในประเทศจีน การเข้าสู่ตลาดจีนค่อนข้างยากจำเป็นต้องอาศัยพันธมิตรทางการค้าชาวจีนที่ดีและเชื่อถือได้ เนื่องจากตลาดจีนมีขนาดที่ใหญ่และยังคงมีแนวโน้มที่เติบโตอยู่ส่งผลให้การส่งออกทุเรียนและมังคุดไทยไปยังตลาดจีนมีราคาสูงและสูงมากในตลาดขายปลีกจีน ขณะเดียวกันจากการอุปสรรคการเข้าสู่ตลาดของผลไม้ไทยโดยผู้ประกอบชาวไทย ทำให้ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวไทยส่วนใหญ่รับจ้างรวบรวมและบรรจุภายใต้ตราสินค้าของชาวจีน

บทที่ 5

ผลกระทบของโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติที่มีต่อผลไม้ไทย

ในส่วนนี้จะพิจารณาถึงผลกระทบของโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติที่มีต่อผลไม้ไทยที่ทำการศึกษา คือ ทุเรียน มังคุด และลำไย ซึ่งเป็นผลไม้เศรษฐกิจหลักของประเทศไทย โดยมุ่งเน้นวิเคราะห์ (1) สถานการณ์การส่งออกผลไม้ดังกล่าวไปยังจีน (2) ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกผลไม้ทั้งสามชนิดแบบผลสดและแปรรูปไปยังประเทศจีน และ (3) ผลกระทบของโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติที่มีต่อผลไม้ไทย โดยการวิเคราะห์ผลกระทบจากปัจจัยที่มีต่อปริมาณส่งออกผลไม้ดังกล่าวเป็นการประมวลผลของค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยทางเศรษฐกิจและบทบาทของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุชาวจีนด้วยการวิเคราะห์เชิงอนุกรมเวลา (Time Series Analysis) และการวิเคราะห์สมการถดถอยเพื่อทราบถึงผลกระทบของโรงคัดบรรจุผลไม้ ที่มีผลต่อราคาทุเรียน มังคุด และลำไย โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1 สถานการณ์การส่งออกทุเรียน มังคุด และลำไยไทยไปยังประเทศจีน

การส่งออกทุเรียนของไทยไปยังประเทศจีนจะเป็นการส่งออกในลักษณะทุกเรียนผลสดเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งปริมาณผลผลิตส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 75,182,407 กิโลกรัม ในปี 2550 ขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็น 375,314,611 กิโลกรัม ในปี 2562 โดยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 86.81 เทียบจากปริมาณการส่งออกปีก่อนหน้า ซึ่งสะท้อนได้ว่ามีปริมาณการส่งออกทุเรียนไปยังประเทศจีนอย่างก้าวกระโดด สำหรับการส่งออกทุเรียนแช่เย็นและแช่แข็งมีปริมาณส่งออกเฉลี่ย 2,750,861 กิโลกรัม ในปี 2550 ขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็น 21,980,532 กิโลกรัม ในปี 2562 โดยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 102.00 เทียบจากปริมาณการส่งออกปีก่อนหน้า การส่งออกทุเรียนอบแห้งมีปริมาณส่งออกเฉลี่ย 118,127 กิโลกรัม ในปี 2550 ซึ่งปริมาณการส่งออกลดลงเหลือ 108,974 กิโลกรัม ในปี 2562 โดยอัตราการขยายตัวลดลงถึงร้อยละ 4.65 เทียบจากปริมาณการส่งออกปีก่อนหน้า ทั้งนี้ เป็นที่น่าสังเกตได้ว่า ในช่วงปี 2561 และปี 2562 อัตราการเติบโตของปริมาณการส่งออกทุเรียนผลสด ทุเรียนแช่เย็นและแช่แข็งเพิ่มขึ้นอย่างมาก อาจสะท้อนได้ถึงพฤติกรรมการบริโภคของชาวจีนที่นิยมทุเรียนในลักษณะที่เป็นผลสด รวมทั้งทิศทางความต้องการในตลาดจีนยังมีแนวโน้มที่ดีต่อเนื่อง

ตารางที่ 5 – 1 ปริมาณและอัตราการเติบโตของการส่งออกทุเรียนไทยไปยังประเทศจีนระหว่าง ปี 2550 – 2562

หน่วย: ผลผลิต (ตัน)

ปี	ทุเรียนผลสด		ทุเรียนแช่เย็นแช่แข็ง		ทุเรียนอบแห้ง	
	ปริมาณการส่งออก	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	ปริมาณการส่งออก	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	ปริมาณการส่งออก	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)
2550	75,182,407	25.00	2,750,861	233	118,127	163
2551	93,888,861	24.88	9,164,715	233.16	310,811	163.12
2552	123,891,633	31.96	11,469,400	25.15	96,971	-68.80
2553	124,784,241	0.72	7,580,274	-33.91	141,013	45.42
2554	142,617,515	14.29	6,997,526	-7.69	132,844	-5.79
2555	204,585,594	43.45	4,602,740	-34.22	147,962	11.38
2556	198,874,814	-2.79	4,763,761	3.50	234,544	58.52
2557	149,949,232	-24.60	8,287,647	73.97	204,482	-12.82
2558	158,792,474	5.90	13,392,378	61.59	185,326	-9.37
2559	158,080,623	-0.45	12,473,481	-6.86	163,619	-11.71
2560	135,708,133	-14.15	6,946,006	-44.31	186,345	13.89
2561	200,907,464	48.04	10,881,685	56.66	104,132	-44.12
2562	375,314,611	86.81	21,980,532	102.00	108,974	4.65
ค่าเฉลี่ย	**164,813,662**	**18.39**	**9,330,077**	**50.93**	**164,242**	**23.64**

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลกรมศุลกากร, 2550 - 2562

ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกมังคุดรายใหญ่ที่สำคัญของโลก โดยในปี 2550 ประเทศไทยมีการส่งออกมังคุดผลสดไปยังประเทศจีน ประมาณ 21,500,654 กิโลกรัม ในช่วงระหว่างปี 2551 – 2555 มีปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากนั้นลดลงเป็น 85,904,220 กิโลกรัม ในปี 2556 ต่อมาในระหว่างปี 2559 – 2562 มีการปริมาณผลผลิตส่งออกขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็น 290,717,435 กิโลกรัม

ในปี 2562 ทำให้ภาพรวมของการส่งออกเพิ่มขึ้น ร้อยละ 254.68 เทียบจากปริมาณการส่งออกในปีก่อนหน้า ในขณะเดียวกันการส่งออกมังคุดแช่แข็งมีปริมาณส่งออกไปยังประเทศจีนเฉลี่ย 12,800 กิโลกรัม ในปี 2550 ซึ่งใน โดยขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็น 26,000 กิโลกรัม ในปี 2562 มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 55.79 เทียบจากปริมาณการส่งออกในปีก่อนหน้า จากข้อมูลสถิติการเติบโตของปริมาณการส่งออกมังคุดและมังคุดแช่แข็งมีแนวโน้มเติบโตในตลาดจีน ดังสังเกตได้จากอัตราการเติบโตเฉลี่ยช่วง 13 ปีที่ผ่านมา และตั้งแต่ในปี 2559 เป็นต้นมา ดังนั้นการรักษามาตรฐานและการคัดเลือกผลมังคุดที่ได้คุณภาพจึงเป็นประเด็นที่สำคัญในการรักษาและขยายการส่งออกไปยังประเทศจีน เป็นต้น

ตารางที่ 5 - 2 ปริมาณและอัตราการเติบโตของการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีนระหว่างปี 2550 – 2562

หน่วย: ผลผลิต (ตัน)

ปี	มังคุดสด		มังคุดแช่แข็ง	
	ปริมาณ	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	ปริมาณ	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)
2550	21,500,654	-2.00	12,800	0.00
2551	20,972,851	-2.45	12,800	0.00
2552	45,721,867	118.01	0	-100.00
2553	47,609,904	4.13	0	0.00
2554	52,133,501	9.50	0	0.00
2555	60,950,587	16.91	1,800	-85.94*
2556	85,904,220	40.94	0	-100.00
2557	68,946,782	-19.74	0	0.00
2558	96,284,474	39.65	2,220	23.33
2559	50,182,305	-47.88	10,524	374.05
2560	52,217,351	4.06	2,580	-75.48
2561	81,966,912	56.97	16,689	546.86
2562	290,717,435	254.68	26,000	55.79
ค่าเฉลี่ย	**75,008,373**	**36.37**	**6,570**	**49.12**

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลกรมศุลกากร, 2550 - 2562
หมายเหตุ: * อัตราการเติบโตที่เทียบกับปี 2551

ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกลำไยไม่ว่าจะเป็นรูปผลสด หรือลำไยอบแห้งเป็นรายใหญ่ของโลก โดยในปี 2550 ประเทศไทยมีปริมาณผลผลิตส่งออกลำไยในรูปผลสดไปยังประเทศจีน ประมาณ 49,208,069 กิโลกรัม มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็น 281,320,329 กิโลกรัม ในปี 2562 โดยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.15 เทียบจากปริมาณการส่งออกในปีก่อนหน้า ขณะที่การส่งออกลำไยอบแห้งมีปริมาณส่งออกเฉลี่ย 82,483,211 กิโลกรัม ในปี 2550 ซึ่งในระหว่างปี 2558 – 2562 ปริมาณการส่งออกลำไยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็น 113,352,188 กิโลกรัม ในปี 2562 มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 20.04 เทียบจากปริมาณการส่งออกในปีก่อนหน้า โดยที่การส่งออกลำไยบรรจุภาชนะที่อากาศผ่านเข้าออกไม่ได้ มีปริมาณส่งออกเฉลี่ย 633,267 กิโลกรัมในปี 2550 ซึ่งปริมาณการส่งออกลดลงเหลือ 598,988 กิโลกรัม ในปี 2562 โดยอัตราการขยายตัวลดลงถึงร้อยละ 360.93 เทียบจากปริมาณการส่งออกในปีก่อนหน้า สำหรับการส่งออกลำไยบรรจุภาชนะที่อากาศเข้าออกไม่ได้ที่ปรุงแต่งหรือทำไว้ไม่ให้เสียบรรจุภาชนะอัดลม มีปริมาณส่งออกเฉลี่ย 2,127

กิโลกรัมในปี 2550 ซึ่งปริมาณการส่งออกลดลงเหลือ 413,988 กิโลกรัม ในปี 2562 โดยอัตราการขยายตัวลดลงถึงร้อยละ 1,030.83 เทียบจากปริมาณการส่งออกในปีก่อน

เมื่อพิจารณาข้อมูลอัตราการเติบโตเชิงเปรียบเทียบจะพบว่า ลำไยแปรรูปขั้นพื้นฐานแบบบรรจุภาชนะที่อากาศผ่านเข้าออกไม่ได้ และบรรจุภาชนะที่อากาศเข้าออกไม่ได้ที่ปรุงแต่งหรือทำไว้ไม่ให้เสียบรรจุภาชนะอัดลมมีอัตราการเติบโตที่สูงขึ้นโดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยช่วง 10 ปี 360.93 และ 1,030.83 ตามลำดับ สะท้อนถึงตลาดแปรรูปลำไยโดยรักษาความสดไว้ได้ยังคงมีแนวโน้มที่ดีในตลาดจีน

ตารางที่ 5 - 3 ปริมาณและอัตราการเติบโตของการส่งออกลำไยไทยไปยังประเทศจีนระหว่างปี 2550 – 2562

หน่วย: ผลผลิต (ตัน)

ปี	ลำไยสด		ลำไยอบแห้ง		ลำไยบรรจุภาชนะที่อากาศผ่านเข้าออกไม่ได้		ลำไยบรรจุภาชนะที่อากาศเข้าออกไม่ได้ที่ปรุงแต่งหรือทำไว้ไม่ให้เสียบรรจุภาชนะอัดลม	
	ปริมาณการส่งออก	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	ปริมาณการส่งออก	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	ปริมาณการส่งออก	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	ปริมาณการส่งออก	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)
2550	49,208,069	7.00	82,483,211	2.00	633,267	1401.00	2,127	-45.00
2551	52,492,991	6.68	84,376,684	2.30	9,503,813	1,400.76	1,169	-45.04
2552	72,694,788	38.48	137,726,749	63.23	11,511,463	21.12	143,780	12,199.40
2553	72,546,589	-0.20	65,234,998	-52.63	3,639,344	-68.39	55,051	-61.71
2554	123,015,059	69.57	130,236,225	99.64	3,904	-99.89	3,904	-92.91
2555	169,495,163	37.78	59,951,224	-53.97	12,709	225.54	10,749	175.33
2556	203,869,048	20.28	60,960,426	1.68	64,601	408.31	38,001	253.53
2557	114,961,805	-43.61	34,730,594	-43.03	268,350	315.40	59,982	57.84
2558	130,476,287	13.50	12,761,457	-63.26	29,081	-89.16	29,081	-51.52
2559	91,917,652	-29.55	27,930,070	118.86	20,651	-28.99	19,815	-31.86
2560	159,132,711	73.13	60,467,923	116.50	42,830	107.40	42,349	113.72
2561	133,190,858	-16.30	82,205,169	35.95	50,737	18.46	40,016	-5.51
2562	281,320,329	111.22	113,352,188	37.89	598,988	1,080.57	413,988	934.56
ค่าเฉลี่ย	**127,255,488**	**22.15**	**73,262,840**	**20.40**	**2,029,211**	**360.93**	**66,155**	**1,030.83**

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลกรมศุลกากร, 2550 - 2562

5.2 ข้อมูลสถิติการส่งออกผลไม้ไทยไปยังประเทศจีน

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกทุเรียน มังคุด และลำไยไทยไปยังประเทศจีนด้วยการวิเคราะห์สถิติเชิงประจักษ์โดยการประยุกต์ใช้สมการถดถอยเชิงพหุคูณแบบอนุกรมเวลาในการประมาณการสัมประสิทธิ์ของแต่ละปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก โดยระยะเวลาในการศึกษาครอบคลุม 13 ปี หรือระหว่างปี 2550 ถึงปี 2562 โดยช่วงระยะเวลาที่ใช้ในการทดสอบครอบคลุมระยะเวลาก่อนและหลังการเข้ามามีบทบาทของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนในตลาดผลไม้ไทยช่วงปี 2555 ที่สามารถสังเกตได้จากการเพิ่มขึ้นของปริมาณการส่งออกผลไม้ไทยไปยังตลาดจีนในอัตราที่สูงขึ้น เนื่องจากผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนเข้ามาพร้อมกับช่องทางการตลาดของผลไม้ไทยในตลาดจีน ข้อมูลอนุกรมเวลาและแหล่งที่มาของข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ ดังสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

1) ปริมาณการส่งออกทุเรียน มังคุด ลำไย และผลิตภัณฑ์แปรรูปเป้าหมายที่ศึกษา (หน่วย: ตัน) รวบรวมจากศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร คือ ln Q KTON
2) ราคาผลผลิตรวมกับค่าจัดส่งสินค้าให้แก่ผู้ซื้อที่ท่าเรือต้นทาง หรือ FOB Price ทุเรียน มังคุด ลำไย และผลิตภัณฑ์แปรรูปเป้าหมายที่ศึกษา (หน่วย: บาทต่อกิโลกรัม) รวบรวมจากศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร ลักษณะในแบบจำลองที่ใช้ประมาณการผลกระทบคือ ln FOB Price
3) ค่าจ้างแรงงานภาคการเกษตร (หน่วย: บาทต่อปี) รวบรวมจากธนาคารแห่งประเทศไทย คือ ln Wage
4) ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศต่อหัวของประเทศจีน (หน่วย: ดอลลาร์สหรัฐฯ) รวบรวมจาก World Bank ณ วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2653 ลักษณะในแบบจำลองที่ใช้ประมาณการผลกระทบคือ ln CH GDP Per Capita
5) อัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อ 1 หยวนจีน รวบรวมจากธนาคาแห่งประเทศไทย ณ วันที่ 2 มกราคม 2653 ลักษณะในแบบจำลองที่ใช้ประมาณการผลกระทบคือ ln ER
6) ตัวแปรหุ่นผลกระทบจากบทบาทของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีน กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 ตั้งแต่ปี 2555 ถึงปี 2562 และมีค่าเท่ากับ “ศูนย์” ตั้งแต่ปี 2550 ถึงปี 2554 คือ DUM

5.2.1 ข้อมูลสถิติเบื้องต้นของการส่งออกทุเรียนไปจีน

การส่งออกทุเรียนไทยไปจีนจำแนกการส่งออกเป็น ทุเรียนผลสด ทุเรียนแช่เย็นแช่แข็ง และทุเรียนอบแห้ง ในระหว่างปี 2550 - 2562 จากสถิติปริมาณการส่งออกสูงสุดอยู่ที่ 375,314,611 ตัน มีอัตราการเติบโตสูงสุดร้อยละ 86.81 โดยอยู่ในช่วงปี 2562 เนื่องจากผู้บริโภคชาวจีนมีความต้องการทุเรียนอย่างต่อเนื่องประกอบกับความตกลงการค้าเสรี หรือ FTA ที่มีส่วนส่งเสริมให้การส่งออกทุเรียนไทยไปยังจีนมีการเติบโตขึ้น (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2562) ในขณะที่ทุเรียนแช่เย็นแช่แข็งมีปริมาณส่งออกโดย

เฉลี่ยคือ 9,330,077 ตัน สามารถส่งออกได้สูงสุดคือ 21,980,532 ตัน มีอัตราการเติบโตสูงสุดร้อยละ 233.16 สำหรับทุเรียนแช่เย็นแช่แข็งโดยส่วนใหญ่ส่งออกในรูปแบบที่แกะเนื้อ ทำให้ผู้บริโภครับประทานได้ง่าย นอกจากนี้ยังสามารถนำไปแปรรูปต่อได้และมีความสะดวกในการเก็บรักษาจึงทำให้มีปริมาณการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และทุเรียนอบแห้ง มีปริมาณส่งออกโดยเฉลี่ยคือ 164,242 ตัน สามารถส่งออกได้สูงสุด คือ 310,811 ตัน มีอัตราการเติบโตสูงสุดร้อยละ 163.12 อย่างไรก็ตาม ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่มีค่าสูงสะท้อนถึงสถานการณ์การส่งออกทุเรียนไทยโดยเฉพาะทุเรียนแช่เย็นแช่แข็งและทุเรียนอบแห้ง ซึ่งเกษตรกร ผู้ประกอบการแปรรูปทุเรียน และผู้ประกอบการไทยตั้งแต่ผู้ที่ทำการรวบรวมถึงส่งออกต้องศึกษาตลาดจีนและแสวงหาตลาดใหม่เพื่อกระจายความเสี่ยงของตลาด รายละเอียดของค่าสถิติปรากฏดังตารางที่ 5 - 4

ตารางที่ 5 - 4 ค่าสถิติทั่วไปของปริมาณและอัตราการเติบโตการส่งออกทุเรียนสด ทุเรียนแช่เย็นแช่แข็ง และทุเรียนอบแห้งไทยไปยังประเทศจีนระหว่างปี 2550 - 2562

ค่าสถิติ	ทุเรียนผลสด		ทุเรียนแช่เย็นแช่แข็ง		ทุเรียนอบแห้ง	
	ปริมาณการส่งออก	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	ปริมาณการส่งออก	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	ปริมาณการส่งออก	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)
ค่าเฉลี่ย	164,813,661.69	18.39	9,330,077.38	50.93	164,242.31	23.64
ค่าสูงสุด	375,314,611.00	86.81	21,980,532.00	233.16	310,811.00	163.12
ค่าต่ำสุด	75,182,407.00	-24.60	2,750,861.00	-44.31	96,971.00	-68.80
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	71,435,165.63	28.63	4,765,153.35	88.95	58,235.44	67.28

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลกรมศุลกากร, 2550 – 2562

5.2.2 ข้อมูลสถิติเบื้องต้นของการส่งออกมังคุดไปจีน

การส่งออกมังคุดไปยังประเทศจีน สามารถจำแนกมังคุดเพื่อการส่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) มังคุดผลสด และ 2) มังคุดแช่เย็นแช่แข็ง โดยการส่งออกไปยังจีนระหว่างปี 2550 – 2562 พบว่ามังคุดผลสดมีสถิติปริมาณการส่งออกสูงสุดอยู่ที่ 290,717,435 ตัน มีอัตราการเติบโตสูงสุดร้อยละ 254.68 ปริมาณส่งออกโดยเฉลี่ยคือ 75,008,373 ตัน และมังคุดแช่เย็นแช่แข็งปริมาณการส่งออกสูงสุดอยู่ที่ 26,000 ตัน มีอัตราการเติบโตสูงสุดร้อยละ 546.86 ทั้งนี้จากตัวเลขสถิติโดยเฉพาะอัตราการเติบโตปริมาณการส่งออกมังคุดผลสดและแช่เย็นแช่แข็งมีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกันกับกรณีของลำไย และทุเรียนที่ยังสะท้อนถึงโอกาสการส่งออกไปยังตลาดจีนแต่ประสบกับปัญหาความเสี่ยงด้านตลาดจากความผันผวนของปริมาณการส่งออกที่สูง รายละเอียดดังปรากฏในตารางที่ 5 - 5

ตารางที่ 5 – 5 ค่าสถิติทั่วไปของปริมาณและอัตราการเติบโตการส่งออกมังคุดผลสดและมังคุดแช่เย็นแช่แข็งไทยไปยังประเทศจีนระหว่างปี 2550 - 2562

ค่าสถิติ	มังคุดสด		มังคุดแช่เย็นแช่แข็ง	
	ปริมาณการส่งออก	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	ปริมาณการส่งออก	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)
ค่าเฉลี่ย	75,008,372.54	36.37	6,570.23	49.12
ค่าสูงสุด	290,717,435.00	254.68	26,000.00	546.86
ค่าต่ำสุด	20,972,851.00	-47.88	0.00	-100.00
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	65,887,369.02	74.00	8,069.88	184.88

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลกรมศุลกากร, 2550 - 2562

5.2.3 ข้อมูลสถิติเบื้องต้นของการส่งออกลำไยไปจีน

การส่งออกลำไยไปยังประเทศจีน สามารถจำแนกลำไยเพื่อการส่งออกได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) ลำไยผลสด 2) ลำไยอบแห้ง 3) ลำไยบรรจุภาชนะที่อากาศผ่านเข้าออกไม่ได้ และ 4) ลำไยบรรจุภาชนะที่อากาศเข้าออกไม่ได้ที่ปรุงแต่งหรือทำไว้ไม่ให้เสียบรรจุภาชนะอัดลม โดยการส่งออกไปยังจีนระหว่างปี 2550 – 2562 พบว่า ลำไยผลสดมีสถิติปริมาณการส่งออกสูงสุดอยู่ที่ 281,320,329 ตัน มีอัตราการเติบโตสูงสุดร้อยละ 111.22 ปริมาณส่งออกโดยเฉลี่ยคือ 127,255,488 ตัน และลำไยอบแห้งปริมาณการส่งออกสูงสุดอยู่ที่ 137,726,749 ตัน มีอัตราการเติบโตสูงสุดร้อยละ 118.86 กล่าวคือ ลำไยผลสดและอบแห้งเป็นที่ผู้นิยมของบริโภคชาวจีน เนื่องจากมีสรรพคุณที่มีผลดีต่อร่างกายจึงทำให้มีความต้องการในการนำเข้าอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ลำไยบรรจุภาชนะที่อากาศผ่านเข้าออกไม่ได้มีปริมาณส่งออกโดยเฉลี่ยคือ 2,029,211 ตัน มีอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยร้อยละ 1,401.00 และลำไยบรรจุภาชนะที่อากาศเข้าออกไม่ได้ที่ปรุงแต่งหรือทำไว้ไม่ให้เสียบรรจุภาชนะอัดลมมีปริมาณส่งออกโดยเฉลี่ยคือ 66,155 ตัน มีอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยร้อยละ 12,199.40 โดยสรุปจะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยและอัตราการเติบโตสูงสุดของปริมาณการส่งออกลำไยผลสดและแปรรูป สะท้อนโอกาสการส่งออกไปยังตลาดจีนที่ยังสูงอยู่ อย่างไรก็ตาม อัตราการเติบโตต่ำสุดที่พบว่ามีค่าติดลบทุกประเภทของปริมาณการส่งออก และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่มีค่าสูงมากแสดงได้ว่าความต้องการในตลาดจีนมีความผันผวนสูง ทำให้ความเสี่ยงตลาดของลำไยไทยทั้งแบบผลสดและแปรรูปสูงตามไปด้วย ดังนั้นการกระจายตลาดส่งออกจึงมีผลไม้ชนิดดังกล่าว ดังรายละเอียดปรากฏในตารางที่ 5 – 6

ตารางที่ 5 - 6 ค่าสถิติทั่วไปของปริมาณและอัตราการเติบโตการส่งออกลำไยสด อบแห้ง บรรจุภาชนะที่อากาศผ่านเข้าออกไม่ได้ และบรรจุภาชนะที่อากาศเข้าออกไม่ได้ที่ปรุงแต่งหรือทำไว้ไม่ให้เสียบรรจุภาชนะอัดลม ไทยไปยังประเทศจีนระหว่างปี 2550 - 2562

ค่าสถิติ	ลำไยสด		ลำไยอบแห้ง		ลำไยบรรจุภาชนะที่อากาศผ่านเข้าออกไม่ได้		ลำไยบรรจุภาชนะที่อากาศเข้าออกไม่ได้ที่ปรุงแต่งหรือทำไว้ไม่ให้เสียบรรจุภาชนะอัดลม	
	ปริมาณการส่งออก	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	ปริมาณการส่งออก	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	ปริมาณการส่งออก	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	ปริมาณการส่งออก	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)
ค่าเฉลี่ย	127,255,488.38	22.15	73,262,839.85	20.40	2,029,210.62	360.93	66,154.77	1,030.83
ค่าสูงสุด	281,320,329.00	111.22	137,726,749.00	118.86	1,511,463.00	1,401.00	413,988.00	12,199.40
ค่าต่ำสุด	49,208,069.00	-43.61	12,761,457.00	-63.26	3,904.00	-99.89	1,169.00	-92.91
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	62,953,099.26	41.89	36,219,557.00	62.32	3,755,947.88	537.22	106,701.28	3,234.62

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลกรมศุลกากร, 2550 - 2562

5.3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกผลไม้ไทยไปยังประเทศจีน

เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกผลไม้ไทยไปยังจีนในส่วนนี้ได้ทำการวิเคราะห์โดยสมการถดถอยเชิงเส้นตรงโดยพิจารณาถึงตัวแปรต้นที่คาดว่ามีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกผลไม้ไทยไปประเทศจีน คือ ราคา FOB ผลไม้ที่ทำการศึกษา (ln FOB Price) ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศต่อหัวของประเทศจีน (ln CH GDP per Capita) และอัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อ 1 หยวนจีน (ln ER) และตัวแปรหุ่น (DUM) ที่ใช้ในการอธิบายบทบาทของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีน (DUM) โดยผลการวิเคราะห์ของผลไม้แต่ละชนิดดังนี้

5.3.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกทุเรียนไทยไปจีน

ผลการประมาณการจากการทดสอบสมการถดถอยให้ค่าสถิติ แสดงในตารางที่ 5 - 7 คือ แบบจำลองการประมาณการปริมาณการส่งออกทุเรียนผลสดมีค่าสัมประสิทธิ์ Adjusted R Square (Adj - R^2) ประมาณ 0.706 ซึ่งค่าเข้าใกล้ 1 เป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ดี ทุเรียนแช่เย็นแช่แข็งประมาณ 0.270 และทุเรียนอบแห้งประมาณ 0.422 โดยที่ค่าสถิติ F สะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยที่ใช้ในการประมาณการปริมาณการส่งออกทุเรียนแช่เย็นแช่แข็งในภาพรวมอาจเป็นแบบจำลองที่ยังไม่ดีเท่าที่ควรเนื่องจากปัจจัยอื่น ได้แก่ FOB Price (ln FOB Price) ของการส่งออกทุเรียนแช่เย็นแช่แข็ง ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศต่อหัวของประเทศจีน (ln CH GDP per Capita) และอัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อ 1 หยวนจีน (ln ER) ไม่สามารถอธิบายปริมาณการส่งออกทุเรียนแช่เย็นแช่แข็งได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้น ปัจจัยบทบาทของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีน และเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยตัวแปรหุ่น (DUM) ของทุเรียนผลสดและทุเรียนอบแห้งมีค่าเป็นบวก แสดงให้เห็นว่าการเข้ามาของโรงคัดบรรจุต่างชาติ (พ่อค้าชาวจีน) มีผลต่อการส่งออกในปริมาณที่เพิ่มขึ้น แต่ผลกระทบไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุชาวจีนมีบทบาทในเชิงลบต่อปริมาณการส่งออกทุเรียนแช่เย็นแช่แข็งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 5 - 7 ผลการประมาณการการส่งออกทุเรียนผลสด แช่เย็นแช่แข็ง และอบแห้งไปยังประเทศจีน ระหว่างปี 2550 - 2562

ค่าสัมประสิทธิ์	สมการการส่งออก ทุเรียนผลสด	สมการการส่งออก ทุเรียนแช่เย็นแช่แข็ง	สมการการส่งออก ทุเรียนอบแห้ง
ค่าคงที่	1.677 (3.594)	-13.546 (7.565)	-8.830 (4.834) [c]
ln FOB Price	-0.006 (0.005)	0.002 (0.003)	-0.001 (0.000) [b]
ln CH GDP per Capita	0.971 (0.379) [b]	1.270 (0.844)	0.574 (0.513)
ln ER	-3.153 (1.298) [b]	3.160 (3.074)	1.924 (1.496)
DUM	0.195 (0.279)	-1.088 0.597) [c]	0.133 (0.341)
จำนวนตัวอย่าง	13	13	13
Adj-R^2	0.706	0.270	0.422
F-stat	8.209 [a]	2.111	3.196 [c]

หมายเหตุ: Adj-R^2 คือ AdjustedR^2, F-stat คือ ค่าสถิติ F, ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า Standard Error
[a] significance at 1% level, [b] significance at 5% level, และ [c] significance at 10% level.

5.3.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกมังคุดไทยไปจีน

สำหรับกรณีปริมาณส่งออกมังคุดผลสดและแช่เย็นแช่แข็งไปยังประเทศจีน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ Adjusted R Square (Adj - R^2) ของแบบจำลองปริมาณการส่งออกมังคุดผลสดและแช่เย็นแช่แข็งสามารถอธิบายได้ประมาณ 0.696 และ 0.666 ตามลำดับ ซึ่งค่าเข้าใกล้ 1 นับว่าเป็นค่าการอธิบายที่อยู่ในเกณฑ์ดี ซึ่งสอดคล้องกับค่าสถิติ F และ t ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยตัวแปรหุ่น (DUM) ที่เป็นปัจจัยในการประเมินผลกระทบที่เกิดจากบทบาทของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุชาวจีนที่มีต่อปริมาณการส่งออกมังคุดผลสดและมังคุดแช่เย็นแช่แข็ง พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ DUM มีค่าเป็นลบแสดงให้เห็นว่าการเข้ามาของโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ (พ่อค้าชาวจีน) ไม่มีผลต่อการส่งออกในปริมาณที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 5 - 8 ผลการประมาณการการส่งออกมังคุดผลสดและแช่เย็นแช่แข็งไปยังไปยังประเทศจีนระหว่างปี 2550 - 2562

ค่าสัมประสิทธิ์	สมการการส่งออกมังคุดผลสด	สมการการส่งออกมังคุดแช่เย็นแช่แข็ง
ค่าคงที่	-5.779 (6.118)	-59.491 (24.407) [b]
ln FOB Price	-0.034 (0.019)	-0.021 (0.004) [C]
ln CH GDP per Capita	2.217 (0.702) [b]	4.664 (2.203) [c]
ln ER	-5.418 (2.374) [c]	12.452 (8.770)
DUM	-0.021 (0.476)	-3.329 (2.024)
จำนวนตัวอย่าง	13	13
Adj-R^2	0.696	0.666
F-stat	7.891 [a]	6.993 [a]

หมายเหตุ: Adj - R^2 = AdjustedR^2, F-stat คือ ค่าสถิติ F, ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า Standard Error
[a] significance at 1% level, [b] significance at 5% level, และ [c] significance at 10% level.

5.3.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกลำไยไทยไปจีน

ผลการประมาณการณ์จากการทดสอบสมการถดถอยให้ค่าสถิติ แสดงในตารางที่ 5 - 9 พบว่า แบบจำลองการประมาณการปริมาณส่งออกลำไยผลสดมีค่าสัมประสิทธิ์ Adjusted R Square (Adj - R^2) ประมาณ 0.812 ซึ่งค่าเข้าใกล้ 1 เป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ดี ขณะที่ลำไยอบแห้งประมาณ 0.550 ลำไยบรรจุภาชนะที่อากาศผ่านเข้าออกไม่ได้ประมาณ 0.109 และลำไยบรรจุภาชนะที่อากาศเข้าออกไม่ได้ที่ปรุงแต่งหรือทำไว้ไม่ให้เสียบรรจุภาชนะอัดลมประมาณ 0.051 ที่สะท้อนว่าแบบจำบลองที่ใช้ในการอธิบายนั้นไม่สามารถอธิบายปริมาณการส่งออกลำไยแปรรูปทั้ง 3 ประเภทดังกล่าวได้ ซึ่งสอดคล้องกับค่าสถิติ F โดยเฉพาะปริมาณส่งออกลำไยบรรจุภาชนะที่อากาศผ่านเข้าออกไม่ได้ และลำไยบรรจุภาชนะที่อากาศเข้าออกไม่ได้ที่ปรุงแต่งหรือทำไว้ไม่ให้เสียบรรจุภาชนะอัดลมที่ค่าสถิติ F ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่ใช้ในการอธิบายปริมาณการส่งออกนั้นไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับค่าสถิติ t ที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ในทุกตัวแปร เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยตัวแปรหุ่น (DUM) ของลำไยผลสด และลำไยบรรจุภาชนะที่อากาศผ่านเข้าออกไม่ได้ซึ่งมีค่าเป็นบวกแสดงให้เห็นว่าการเข้ามาของโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ (ชาวจีน) มีผลต่อการส่งออกในปริมาณที่เพิ่มขึ้นของลำไยทั้ง 2 ชนิด

ตารางที่ 5 - 9 ผลการประมาณการการส่งออกลำไยผลสด อบแห้ง บรรจุภาชนะที่อากาศผ่านเข้าออกไม่ได้ และบรรจุภาชนะที่อากาศเข้าออกไม่ได้ที่ปรุงแต่งหรือทำไว้ไม่ให้เสียบรรจุภาชนะอัดลมไปยังไปยังประเทศจีนระหว่างปี 2550 - 2562

ค่าสัมประสิทธิ์	สมการการส่งออกลำไยผลสด	สมการการส่งออกลำไยอบแห้ง	สมการการส่งออกลำไยบรรจุภาชนะที่อากาศผ่านเข้าออกไม่ได้	สมการการส่งออกลำไยบรรจุภาชนะที่อากาศเข้าออกไม่ได้ที่ปรุงแต่งหรือทำไว้ไม่ให้เสียบรรจุภาชนะอัดลม
ค่าคงที่	0.777 (3.672)	4.623 (9.830)	24.831 (39.169)	-26.753 (26.015)
ln FOB Price	-0.038 (0.016) [b]	-0.019 (0.017)	-0.048 (0.055)	-0.011 (0.040)
ln CH GDP per Capita	1.210 (0.371) [b]	1.358 (1.027)	-1.168 (3.931)	3.151 (2.343)
ln ER	-3.807 (1.324) [b]	-6.918 (2.583) [b]	-9.213 (15.083)	-2.250 (9.439)
DUM	0.588 (0.305) [c]	-0.901 (0.629)	0.640 (3.457)	-0.453 (2.244)
จำนวนตัวอย่าง	13	13	13	13
Adj-R^2	0.812	0.550	0.109	0.051
F-stat	13.968 [a]	4.680 [b]	1.370	1.161

หมายเหตุ: Adj-R^2 = AdjustedR^2, F-stat คือ ค่าสถิติ F, ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า Standard Error
[a] significance at 1% level, [b] significance at 5% level, และ [c] significance at 10% level.

5.4 การวิเคราะห์ผลกระทบของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างประเทศที่มีต่อราคาผลไม้ไทยในประเทศไปยังประเทศจีน

ในส่วนนี้ได้พิจารณาถึงผลกระทบของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ (ชาวจีน) ที่มีต่อราคาในประเทศของทุเรียน มังคุด และลำไยในประเทศของไทย ซึ่งการวิเคราะห์ได้ใช้ราคาผลผลิตรวมกับค่าจัดส่งสินค้าให้แก่ผู้ซื้อที่ท่าเรือต้นทาง หรือ FOB Price เป็นตัวแทนสะท้อนถึงราคาผลไม้ดังกล่าวในประเทศและค่าจ้างแรงงาน (หน่วย: บาทต่อปี) รวบรวมจากธนาคารแห่งประเทศไทย ลักษณะในแบบจำลองที่ใช้ประมาณการผลกระทบ คือ ln Wage ในการแสดงถึงผลกระทบจากต้นทุนแรงงานในภาคเกษตรกรรมไทยที่มีผลต่อราคาผลไม้ในประเทศที่ศึกษา โดยการวิเคราะห์ได้พิจารณาถึงตัวแปรหุ่น (DUM) ที่สะท้อนผลกระทบของการเข้ามาของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนที่เข้ามาในปี 2555 โดยมีผลการวิเคราะห์ในแต่ละผลไม้ รวมทั้งผลิตภัณฑ์แปรรูป ดังนี้

5.4.1 ผลการวิเคราะห์ผลกระทบของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างประเทศที่มีต่อราคาส่งออกในประเทศของทุเรียนไทย

ผลการประมาณการจากการทดสอบสมการถดถอยให้ค่าสถิติ แสดงในตารางที่ 5 – 10 แสดงผลการประมาณการราคาทุเรียนผลสดในประเทศที่เหมาะสม ดังแสดงจากค่าสัมประสิทธิ์ Adjusted R Square (Adj - R^2) ที่มีค่าประมาณ 0.927 กรณีทุเรียนแช่เย็นแช่แข็งมีค่าประมาณ 0.934 และทุเรียนอบแห้งมีค่าประมาณ 0.847 ซึ่งค่าเข้าใกล้ 1 ซึ่งนับว่าเป็นค่าการอธิบายที่อยู่ในเกณฑ์ดี และเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยตัวแปรหุ่น (DUM) บทบาทของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ ในกรณีราคาทุเรียนผลสดและทุเรียนแช่เย็นแช่แข็งในประเทศมีค่าเป็นบวก แสดงให้เห็นว่าการเข้ามาของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ มีผลต่อราคาที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 5 - 10 ผลการประมาณการปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อราคาทุเรียนผลสด แช่เย็นแช่แข็ง และอบแห้งในประเทศระหว่างปี 2550 - 2562

ค่าสัมประสิทธิ์[2]	สมการราคาทุเรียนผลสด	สมการราคาทุเรียนแช่เย็นแช่แข็ง	สมการราคาทุเรียนอบแห้ง
ค่าคงที่	5.271 (3.480)	-2.647 (6.194)	-3.436 (4.057)
ln Wage	-0.209 (0.276)	-0.389 (0.500)	-0.196 (0.325)
ln Q KTON	0.055 (0.268)	-0.160 (0.192)	-0.597 (0.173) [a]
ln CH GDP per Capita	0.351 (0.361)	1.944 (0.334) [a]	1.168 (0.211) [a]
ln ER	-2.340 (1.080) [c]	-4.389 (1.744) [b]	2.081 (1.261)
DUM	0.956 (0.171) [a]	0.949 (0.289) [a]	-0.350 (0.174) [c]
จำนวนตัวอย่าง	13	13	13
Adj - R^2	0.927	0.934	0.847
F - stat	31.899 [a]	34.971 [a]	14.312 [a]

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลกรมศุลกากร และสำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2550 – 2562

หมายเหตุ: Adj - R^2 คือ AdjustedR^2, F - stat คือ ค่าสถิติ F, ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า Standard Error
[a] significance at 1% level, [b] significance at 5% level, และ [c] significance at 10% level.

5.4.2 ผลการวิเคราะห์ผลกระทบของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างประเทศที่มีต่อราคามังคุดในประเทศไทย

สำหรับกรณีการประเมินปัจจัยที่มีผลต่อราคามังคุดผลสดและแช่เย็นแช่แข็งในประเทศแสดงในตารางที่ 5 - 11 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ Adjusted R Square (Adj - R^2) ของแบบจำลองราคามังคุดผลสดและแช่เย็นแช่แข็งในประเทศไทยสามารถอธิบายได้ประมาณ 0.905 และ 0.824 ตามลำดับ ซึ่งค่าเข้าใกล้ 1 นับว่าเป็นค่าการอธิบายที่อยู่ในเกณฑ์ดีมาก ซึ่งสอดคล้องกับค่าสถิติ F และ t ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึง

[2] ln Wage คือ ค่าจ้างของแรงงานในภาคการเกษตร ln Q KTON คือ ราคาส่งออก ln CH GDP per Capita US$ คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศต่อหัวของจีน ln ER THB/Yuan คือ อัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อหยวน และ DUM คือ ตัวแปรหุ่น สะท้อนอิทธิพลของโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ

ปัจจัยตัวแปรหุ่น (DUM) ที่สะท้อนถึงบทบาทของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการฯ ส่งผลดีต่อราคามังคุดผลสดในประเทศไทย ดังปรากฏในค่าสัมประสิทธิ์ DUM ที่มีค่าเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ไม่มีผลต่อราคามังคุดผลสดและมังคุดแช่เย็นแช่แข็งในประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่าบทบาทของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติกลับไม่เป็นผลดีต่อราคามังคุดผลสดและแช่เย็นแช่แข็งในประเทศ

ตารางที่ 5 - 11 ผลการประมาณการปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อราคามังคุดผลสดและแช่เย็นแช่แข็งในประเทศ ระหว่างปี 2550 – 2562

ค่าสัมประสิทธิ์	สมการราคามังคุดผลสด	สมการราคามังคุดแช่เย็นแช่แข็ง
ค่าคงที่	1.705 (2.611)	-69.994 (24.418) [b]
ln Wage	0.033 (0.209)	3.269 (1.860)
ln Q KTON	-0.254 (0.098) [b]	1.034 (0.173) [a]
ln CH GDP per Capita	0.823 (0.211) [a]	1.272 (1.304)
ln ER	-3.288 (0.796) [a]	18.496 (7.174) [b]
DUM	0.432 (0.114) [a]	-1.320 (1.249)
จำนวนตัวอย่าง	13	13
Adj - R^2	0.905	0.824
F - stat	23.952 [a]	12.240 [a]

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลกรมศุลกากร และสำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2550 – 2562

หมายเหตุ: Adj - R^2 = AdjustedR^2, F-stat คือ ค่าสถิติ F, ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า Standard Error
[a] significance at 1% level, [b] significance at 5% level, และ [c] significance at 10% level.

5.4.3 การวิเคราะห์ผลกระทบของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างประเทศ ที่มีต่อราคาลำไยในประเทศไทย

ผลการประมาณการจากการทดสอบสมการถดถอยให้ค่าสถิติ แสดงในตารางที่ 5 - 12 สรุปได้ว่าแบบจำลองการประมาณการราคาลำไยผลสดในประเทศมีค่าสัมประสิทธิ์ Adjusted R Square (Adj - R^2) ประมาณ 0.838 ขณะที่ราคาลำไยอบแห้งในประเทศประมาณ 0.783 และราคาลำไยบรรจุภาชนะที่อากาศผ่านเข้าออกไม่ได้ในประเทศประมาณ 0.853 ซึ่งค่าเข้าใกล้ 1 นับว่าเป็นค่าการอธิบายที่อยู่ในเกณฑ์ดีมาก ขณะที่ราคาลำไยบรรจุภาชนะที่อากาศเข้าออกไม่ได้ที่ปรุงแต่งหรือทำไว้ไม่ให้เสียบรรจุภาชนะอัดลมในประเทศมีค่า Adj - R^2 ประมาณ 0.597 ที่ค่อนข้างจะน้อย อาจเป็นผลจากข้อมูลสถิติที่ทำการจัดเก็บจากแหล่งข้อมูลที่ได้ขาดหายไป ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาค่าสถิติ F ราคาการส่งออกลำไยทุกชนิดที่มีนัยสำคัญทางสถิติแสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่ใช้ในการอธิบายราคาผลไม้ในประเทศนั้นมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยตัวแปรหุ่น (DUM) บทบาทของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ตัวแปรหุ่นในสมการ ลำไยผลสด ลำไยบรรจุภาชนะที่อากาศผ่านเข้าออกไม่ได้ และลำไยบรรจุภาชนะที่อากาศเข้าออกไม่ได้ที่ปรุงแต่งหรือทำไว้ไม่ให้เสียบรรจุภาชนะอัดลม ซึ่งมีค่าเป็นบวกแสดงให้เห็นว่าการเข้ามาของโรงคัดบรรจุ

ผลไม้ต่างชาติ (ชาวจีน) มีผลต่อราคาในประเทศของสินค้าทั้ง 3 ชนิด โดยมีผลให้ราคาในประเทศทั้ง 3 ชนิด สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ไม่มีบทบาทที่สำคัญต่อราคาลำไยอบแห้งในประเทศ ข้อพึงสังเกตที่สำคัญกลับส่งผลในเชิงลบต่อราคาลำไยอบแห้งไทย

ตารางที่ 5 - 12 ผลการประมาณการปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อราคาลำไยผลสด อบแห้ง บรรจุภาชนะที่อากาศผ่านเข้าออกไม่ได้ และบรรจุภาชนะที่อากาศเข้าออกไม่ได้ที่ปรุงแต่งหรือทำไว้ไม่ให้เสียบรรจุภาชนะอัดลมในประเทศไทยระหว่างปี 2550 - 2562

ค่าสัมประสิทธิ์	สมการราคาลำไยผลสด	สมการราคาลำไยอบแห้ง	สมการราคาลำไยบรรจุภาชนะที่อากาศผ่านเข้าออกไม่ได้	สมการราคาลำไยบรรจุภาชนะที่อากาศเข้าออกไม่ได้ที่ปรุงแต่งหรือทำไว้ไม่ให้เสียบรรจุภาชนะอัดลม
ค่าคงที่	4.081 (3.904)	-10.301 (5.390) [c]	-2.011 (8.529)	3.094 (4.474)
ln Wage	-0.102 (0.257)	0.618 (0.388)	0.573 (0.585)	0.358 (0.368)
ln Q KTON	0.187 (0.225)	-0.154 (0.162)	-0.161 (0.048) [a]	-0.038 (0.045)
ln CH GDP per Capita	-0.025 (0.390)	1.036 (0.262) [a]	0.401 (0.434)	-0.175 (0.265)
ln ER	-0.601 (0.852)	-0.082 (1.861)	-1.734 (2.055)	-0.660 (1.280)
DUM	0.570 (0.184) [a]	-0.216 (0.220)	0.679 (0.326) [c]	0.662 (0.195) [a]
จำนวนตัวอย่าง	13	13	13	13
Adj - R^2	0.838	0.783	0.853	0.597
F - stat	13.503 [a]	9.696 [a]	14.929 [a]	4.563 [b]

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลกรมศุลกากร และสำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2550 – 2562

หมายเหตุ: Adj-R^2 = AdjustedR^2, F-stat คือ ค่าสถิติ F, ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า Standard Error
[a] significance at 1% level, [b] significance at 5% level, และ [c] significance at 10% level.

กล่าวโดยสรุป การเติบโตของการส่งออกทุเรียน มังคุด และลำไยทั้งแบบผลสดและแบบแปรรูปขั้นต้นไปยังตลาดจีนมีแนวโน้มที่เป็นไปในทิศทางที่ดี แต่ประสบกับความผันผวนของความต้องการในตลาดจีนดังค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของอัตราการเติบโตปริมาณการส่งออกที่มีค่าสูงมากซึ่งสอดคล้องไปกับค่าต่ำสุดและสูงสุดที่มีช่วงห่างที่กว้างมากในช่วงเวลาที่ศึกษา ทำให้ประเด็นความเสี่ยงของตลาดจีนมีระดับสูงตามไปด้วย กรณีเช่นที่ว่านี้ประเทศไทยควรพิจารณาหาแนวทางในการจัดการ เช่น การหาตลาดใหม่ การเพิ่มช่องทางการเข้าตลาดจีนได้โดยตรง การสร้างฐานข้อมูลด้านราคาและความต้องการตามเวลาจริงและทันสมัยเพื่อใช้ในการประเมินสถานการณ์ได้อย่างใกล้ชิด เป็นต้น ในขณะที่ ผลการประเมินปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกของทุเรียน มังคุด และลำไยทั้งผลสดและแปรรูปขั้นต้นไปยังประเทศจีน ปรากฏว่า ราคาผลผลิตของรวมกับค่าจัดส่งสินค้าให้แก่ผู้ซื้อที่ท่าเรือต้นทาง ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศต่อหัวของประเทศจีน และอัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อ 1 หยวนจีน มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกทุเรียน มังคุด และลำไยแบบผลสด และแปรรูปได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่อธิบายในประเภทแปรรูปได้ค่อนข้างน้อย อาจเป็นเพราะความต้องการบริโภคในลักษณะผลสดมากกว่าแปรรูป โดยที่ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีน

ค่อนข้างมีบทบาทน้อยตามค่าสถิติที่บ่งชี้ถึงความไม่มีนัยสำคัญ นอกจากนั้น เป็นที่น่าสังเกตได้ว่าในบางกรณีที่บทบาทของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุชาวจีนมีผลเชิงลบต่อปริมาณการส่งออก เช่น ทุเรียนอบแห้ง และลำไยอบแห้ง เป็นต้น แสดงให้เห็นว่า ประเทศไทยจำเป็นต้องตระหนักถึงการเข้ามามีบทบาทของผู้ประกอบโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนในระยะกลางและระยะยาว ทั้งนี้ในส่วนของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อราคาการส่งออกผลไม้ทั้ง 3 ชนิดพบว่า การเข้ามาของผู้ประกอบโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนมีผลต่อการส่งออกในทิศทางที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเช่นกัน ในขณะที่ บทบาทของผู้ประกอบโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนโดยภาพรวมแล้วส่งผลดีต่อราคาขายผลไม้ในประเทศของไทย ซึ่งย่อมแสดงถึงการส่งต่อของราคาไปยังต้นทางของโซ่อุปทานกล่าวคือ เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียน มังคุด และลำไย อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่พึงตระหนักอย่างมากคือ บทบาทของผู้ประกอบโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนอาจนำไปสู่อำนาจการต่อรองและอำนาจในการควบคุมตลาดในประเทศจีน ที่ยังคงเป็นประเด็นอ่อนไหวสำหรับเกษตรกรไทยและผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ไทย

โรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนผลกระทบเหรียญ 2 ด้าน

การศึกษาได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับโซ่อุปทานผลไม้ซึ่งได้รับผลกระทบจากการเข้ามาของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ (ล้งจีน) ในมุมของทุเรียน เนื่องจากในปี 2562 มีความต้องการทุเรียนของไทยในจีนจำนวนมากโดยปริมาณการส่งออกทุเรียนสดเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 86.8 (จาก 200.9 ล้านตันในปี 2561 เป็น 375.3 ล้านตันในปี 2562) ส่งผลให้ราคาส่งออกทุเรียนในประเทศในปี 2562 อยู่ที่ 70.20 บาทต่อกิโลกรัม ในส่วนของผู้ที่เกี่ยวข้องกับโซ่อุปทานทุเรียนพบผลกระทบทางบวกจากการเข้ามาของผู้ประกอบการล้งจีนดังนี้

เกษตรกร มีความยินดีที่ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนเข้ามาซื้อทุเรียนที่สวนเนื่องจากผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนได้ให้เงินมัดจำล่วงหน้าแก่เกษตรกรตั้งแต่ทุเรียนเริ่มติดลูก รวมถึงการเข้ามาซื้อทุเรียนในสวนแบบเหมารวมทุกเกรดซึ่งทำให้เกษตรกรสามารถขายทุเรียนตกเกรดได้ในราคาที่สูงขึ้น (ราคาตลาดทั่วไปเกรด A B และ C ราคา 80, 70 และ 40 บาทตามลำดับ)

ผู้ประกอบการปัจจัยการผลิต การที่ราคาทุเรียนปรับตัวสูงขึ้นทำให้เกษตรกรมีการบำรุงดูแลสวนของต้นมากขึ้นจึงมีการใช้ปัจจัยการผลิตในจำนวนที่มากขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการร้านค้าที่ขายปัจจัยการผลิตทางการเกษตรมีรายได้ที่สูงขึ้น ในส่วนนี้ รวมถึงแรงงานที่ใช้ในสวนซึ่งมีความต้องการแรงงานจำนวนมากโดยเฉพาะในช่วงการเก็บเกี่ยวที่เกษตรกรต้องการแรงงานที่มีทักษะในการตัดเก็บทุเรียน (ทั้งนี้ มีแรงงานที่มีทักษะในการตัดเก็บทุเรียนมาก ทำให้เกิดการขาดแคลนแรงงานประเภทนี้ในช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวที่มีความต้องการแรงงานพร้อม ๆ กัน) แต่ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้จะมีแรงงานมาตัดเก็บทุเรียนที่สวนซึ่งลดภาระให้กับชาวสวนทุเรียน

ผู้รวบรวมในพื้นที่ พบว่าได้รับผลกระทบเชิงลบจากการที่ชาวสวนทุเรียนได้ขายทุเรียนของตนให้กับผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีน แต่อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้รวบรวมในพื้นที่ได้ปรับตัวมาเป็นนายหน้าให้กับผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนในการเจรจาให้กับเจ้าของสวนกับผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนซึ่งหลายรายพบว่ามีรายได้จากการดำเนินการในลักษณะนี้เพิ่มขึ้น

ผู้ประกอบการตลาดกลางในจังหวัด จากการสัมภาษณ์พบว่า ยังคงสามารถดำเนินการได้ตามปกติเนื่องจากยังมีผู้ประกอบการสวนทุเรียนบางสวนที่ไม่ได้ทำธุรกิจกับผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนได้นำสินค้าเข้ามาขายให้กับผู้บริโภคชาวไทย โดยการขายปลีกที่ได้รับราคาสูงกว่าขายหน้าสวนจากการที่ราคาที่สูงตามราคาตลาด

ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุทุเรียนชาวไทย ไม่สามารถดำเนินการตามผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนในเรื่องของการให้เงินมัดจำ การซื้อเหมาเกรดที่ราคาสูง หลายรายผันตัวมาเป็นหุ้นส่วนกับผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนบางรายก็เลิกกิจการไป

โรงคัดบรรจุผลไม้จีนผลกระทบเหรียญ 2 ด้าน (ต่อ)

ในมุมของผู้ที่เกี่ยวข้องกับโซ่อุปทานลำไย พบว่า การส่งออกลำไยของไทยไปจีนในปี 2562 เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ถึงร้อยละ 111.2 คือ จากปริมาณ 133.1 ล้านตันในปี 2561 เป็น 281.3 ล้านตันในปี 2562 ซึ่งมีการเพิ่มขึ้นที่คล้ายกับการส่งออกทุเรียนของไทยไปจีน ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์พบว่า

เกษตรกร ชาวสวนลำไยได้รับผลกระทบเชิงบวกจากการที่ราคาลำไยเพิ่มขึ้น โดยการรับซื้อลำไยเกรด AA ในปี 2562 อยู่ที่กิโลกรัมละ 32 บาท

ผู้ประกอบการปัจจัยการผลิต ได้ผลกระทบเชิงบวกจากการที่ราคาลำไยสูงขึ้นเนื่องจากชาวสวนลำไยจะดูแลสวนของตนโดยใช้ปัจจัยการผลิตที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการจ้างแรงงานในการดูแลสวนและเก็บผลผลิตเพิ่มขึ้น

ผู้รวมรวบลำไยในท้องถิ่น ได้รับผลกระทบเชิงบวกจากการที่ราคาลำไยสูง ส่วนใหญ่จะทำหน้าที่เป็นเสมือนนายหน้าในการจัดหาลำไยให้กับผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีน

ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุลำไยชาวไทย ได้รับผลกระทบเชิงลบเนื่องจากผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีน ได้กำหนดราคาลำไยที่สูงขณะที่ราคาปลายทางที่จีนไม่คุ้มกับส่วนเหลื่อมการตลาดที่เกิดขึ้น โดยราคาที่ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนรับซื้อจากไทยที่ 32 บาทต่อกิโลกรัม ขณะที่ราคาปลายทาง ณ เมืองกวางโจว นครหนานหนิง จะอยู่ที่ 34.4 (ช่วงเดือนพฤศจิกายน 2562) ส่วนต่างของราคาดังกล่าวไม่ครอบคลุมส่วนเหลื่อมการตลาดในการส่งออก (ค่าขนส่ง ค่าตะกร้า ค่าบรรจุ และอื่น ๆ) ส่งผลให้ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวไทยไม่สามารถส่งลำไยไปขายที่จีนได้ หลายรายเลิกกิจการและให้ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนเช่าล้งของตน บางรายปรับเปลี่ยนไปขายในประเทศอินโดนีเซียซึ่งมีปริมาณความต้องการลำไย และมีข้อจำกัดในเรื่องคุณภาพและมาตรฐานของลำไยที่ส่งออกน้อยกว่าจีน

จากข้อมูลข้างต้นพบว่า ในส่วนต้นน้ำจะได้รับผลกระทบเชิงบวกจากการเข้ามาของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ ซึ่งเกิดจากการรับซื้อผลไม้ในราคาที่สูง แต่จะส่งผลกระทบเชิงลบต่อผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวไทยเนื่องจากเป็นคู่แข่งโดยตรง มีเงินหมุนเวียนที่น้อยกว่า รวมถึงความรอบรู้และประสบการณ์การส่งออกผลไม้ไทยไปจีนที่ด้อยกว่าผู้ประกอบการชาวจีน แต่อย่างไรก็ตาม คณะผู้วิจัยมีข้อสังเกตในประเด็นของราคาผลไม้ที่ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนได้กำหนดในราคาที่สูง ณ ปัจจุบันจึงก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อผู้ประกอบการในส่วนต้นน้ำของโซ่อุปทานผลไม้ชาวไทย แต่หากผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนได้กำหนดราคาที่ต่ำลงย่อมส่งผลกระทบเชิงลบต่อผู้ประกอบการในส่วนต้นน้ำของโซ่อุปทานผลไม้ชาวไทยอย่างไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้

บทที่ 6

ถอดบทเรียนลำไย

เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการถอดบทเรียนลำไยในบทนี้จะเริ่มจากมาตรการนโยบายการค้าเสรี ภูมิหลังการเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกของจีน ความเป็นมาของเศรษฐกิจจีนจากอดีตสู่ปัจจุบัน ความเชื่อเกี่ยวกับการบริโภคลำไยของชาวจีน รวมไปถึงข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับลำไยในประเทศไทย มาตรการต่าง ๆ ของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับลำไย ตั้งแต่การแทรกแซงราคา การส่งเสริมการแปรรูป เป็นต้น รวมถึงการเข้ามาแผ่อิทธิพลของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้จากจีนในตลาดผลไม้ไทย และความพยายามในการแก้ไขปัญหาผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้จากจีน โดยมีรายละเอียดดังนี้

6.1 มาตรการนโยบายการค้าเสรี (Free Trade Policy)

มาตรการนโยบายการค้าเสรี (Free Trade Policy) การเก็บภาษีศุลกากรในอัตราที่ต่ำและการไม่มีข้อบังคับใด ๆ ส่งผลให้เกิดการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ ดังนั้นประเทศที่ใช้นโยบายการค้าเสรีจะมีลักษณะโดยทั่วไป ดังนี้ 1) ดำเนินการผลิตแต่สินค้าที่ประเทศนั้นมีประสิทธิภาพในการผลิตสูงและมีต้นทุนการผลิตต่ำ 2) ไม่มีการเก็บภาษีคุ้มกัน (Protective Duty) แต่เก็บเพียงภาษีศุลกากรเพื่อเป็นรายได้ของรัฐ 3) การไม่ให้สิทธิพิเศษ หรือการกีดกันสินค้าของประเทศใดประเทศหนึ่ง ต้องเก็บภาษีอัตราเดียวและให้ความเป็นธรรมแก่สินค้าของทุกประเทศเท่า ๆ กัน และ 4) ไม่มีข้อจำกัดทางการค้า (Trade Restriction) ที่เป็นอุปสรรคต่อการค้าระหว่างประเทศ ไม่มีการควบคุมการนำเข้าหรือการส่งออกที่เป็นอุปสรรคต่อการค้าระหว่างประเทศ ยกเว้นการควบคุมสินค้าบางอย่างที่จะเป็นอันตรายต่อสุขภาพอนามัย ศีลธรรมจรรยาหรือความมั่นคงของรัฐเท่านั้น

6.1.1 การค้าเสรีในปัจจุบันระหว่างไทยกับจีน

1) GATT (General Agreement on Trade and Tariff) หรือ องค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) การให้การค้าของโลกดำเนินไปอย่างเสรี บนพื้นฐานของความเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติ (Non-Discrimination) ระหว่างประเทศภาคีสมาชิก

1.1 เขตการค้าเสรี (Free-trade Area)

เขตการค้าเสรี (Free-trade Area) คือ การรวมกลุ่มเศรษฐกิจโดยมีเป้าหมายเพื่อลดภาษีศุลกากรระหว่างกันภายในกลุ่มที่ทำข้อตกลงให้เหลือน้อยที่สุด หรือเป็นร้อยละ 0 และใช้อัตราภาษีปกติที่สูงกว่ากับประเทศนอกกลุ่ม การทำเขตการค้าเสรีในอดีตมุ่งในด้านการเปิดเสรีด้านสินค้า (Goods) โดยการลดภาษีและอุปสรรคที่ไม่ใช่ภาษีเป็นหลัก แต่เขตการค้าเสรีในระยะหลัง ๆ นั้น รวมไปถึงการเปิดเสรีด้านบริการ (Service) และการลงทุนด้วย โดยผู้นำไทยและจีนได้ตกลงที่จะให้มีการเจรจาจัดตั้ง FTA ไทย-จีน ซึ่งไทยได้เสนอการเปิดเสรีกลุ่มผลไม้ก่อนเป็นอันดับแรกเนื่องจากเป็นสาขาที่มีความพร้อมที่สุดในปี 2546 ซึ่ง

เรียกกันว่า Early harvest โดยการเปิดเสรีในการนำเข้าส่งออกผักและผลไม้ในหมวด HS 07-08 ทำให้ภาษีการนำเข้าทุเรียนของไทยไปจีนลดลงจากร้อยละ 20 เหลือ 0

ซึ่งเขตการค้าเสรีนั้น ในทางปฏิบัติเป็นเรื่องที่มีความยุ่งยากในระดับหนึ่ง เนื่องจากประเทศนอกกลุ่มจะพยายามส่งสินค้าเข้าทางประเทศที่ทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี ที่มีภาษีต่ำกว่าประเทศในเขตการค้าที่มีภาษีสูง เพื่อหลีกเลี่ยงการหลบหนีภาษีในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การบรรจุห่อใหม่เพื่อแปลงสภาพให้เป็นสินค้าจากประเทศที่มีภาษีต่ำแล้ว นำไปขายในประเทศที่มีภาษีสูงขึ้น ซึ่งจะทำให้ผู้ค้าเลี่ยงภาษีได้ กล่าวคือ เขตการค้าเสรีจะต้องใช้ทรัพยากรของภาครัฐเป็นจำนวนมาก เพื่อกำหนดกฎเกณฑ์เกี่ยวกับแหล่งกำเนิดสินค้าที่รัดกุม ซึ่งทางออกที่ดีที่สุด คือ การแปลงภาษีศุลกากรของประเทศในเขตการค้าเสรีให้เท่ากันทั้งหมด หรือแปลงให้เป็นสหภาพศุลกากรโดยเร็วนั่นเอง

1.2 มาตรการกีดกันทางการค้าที่มิใช่ทางภาษี (Non Tariff Barrier)

ปัจจุบันมาตรการกีดกันทางการค้าที่มิใช่ทางภาษี (Non Tariff Barrier) ของจีนเข้มงวดมากขึ้น โดยเฉพาะการตรวจสอบคุณภาพ มาตรฐานด้านสุขอนามัยโรคพืชและแมลง ถึงแม้จะมีการลดภาษีภายใต้ FTA แต่ก็เป็นอุปสรรคต่อการส่งผลไม้ไทยไปจีนมากพอสมควร โดยมาตรการนำเข้าในเรื่องตรวจสอบโรคและแมลง รวมทั้งสารตกค้าง จะมีการสุ่มตรวจ ณ ด่านนำเข้า โดยเจ้าหน้าที่ทางเทคนิคที่ในปัจจุบันทางจีนเปลี่ยนหน่วยงานในการควบคุมคุณภาพซึ่งก็จะมีการควบคุมที่เข้มงวดมากขึ้น การทำระบบ Window Single ในระยะแรกยังคงติดขัดบางส่วนเนื่องจากยังไม่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลถึงกันได้ ทำให้เกิดการกระจุกตัวของรถบรรทุกตู้คอนเทรนเนอร์ที่จะส่งผลไม้ที่หน้าด่านชายแดน แต่ข้อดีจากการห้ามเปิดตู้ไม่ว่ารถบรรทุกตู้คอนเทรนเนอร์จะผ่านในหลายประเทศ เพราะสินค้าที่ขนส่งไปจีนนั้นจะมีการคำนวณระยะทางในการวิ่งที่ด่านหนานหนิง ยวงญี่กวน ทำให้ป้องกันการสวมลิขสิทธิ์ในการนำผลไม้เข้าสู่ประเทศจีนได้

ผลจากการที่จีนจัดระเบียบการค้าชายแดนใหม่ โดยเริ่มทดสอบระบบ Single Window ที่ ด่านโหย่วอี้กวาน (Youyiguan,友谊关) ตั้งอยู่ในอำเภอระดับเมืองผิงเสียงติดกับจังหวัด Langson ของเวียดนาม ในเดือนเมษายน 2562 และเริ่มใช้จริงตั้งแต่ 1 พฤษภาคม ปี 2562 แต่ระบบการเชื่อมโยงข้อมูลยังไม่สมบูรณ์และระบบยังไม่เสถียร ทำให้เมื่อมีรถจำนวนมากมาถึงด่านไม่สามารถอ่านข้อมูลเพื่อตรวจได้ ต้องวนไปเข้าคิวใหม่และตรวจสอบข้อมูลอีกครั้ง โดยต้องรอการตรวจ 3 - 5 วัน ส่งผลให้ทุเรียนไทยที่รอการส่งออกไปจีนเสียหายเป็นจำนวนมากเนื่องจากระหว่างรอผ่านด่านไม่มีไฟฟ้าสำหรับการรักษาอุณหภูมิทุเรียนในคอนเทนเนอร์

มาตรการส่งสินค้าเข้าจีนโดยผ่านระบบตัวกลาง (Third-Party: TP) เป็นคนนำเข้าเพื่อช่วยขาย เมื่อขายได้ก็ได้ในค่าส่วนแบ่ง (Commission) ซึ่งอาจมีคลังสินค้าให้เช่าด้วย Cross-border Ecommerce โดยมีนโยบายพิเศษให้ชาวจีนโดยเฉพาะ คือ Bonded Warehouse สามารถนำสินค้าเข้ามาก่อนและเสียภาษีทีหลัง โดยจะเสียภาษีเมื่อมีลูกค้าสั่งสินค้าออกจากโกดัง และอีกหนึ่งของนโยบายพิเศษ คือ Cross-border Ecommerce ให้คนจีนหรือประชาชนทั่วไปนำเข้าได้ 26,000 หยวนต่อปี ครั้ง 1 ซึ่งได้ไม่เกิน

5,000 หยวน บางทีจะผ่านระบบตัวกลาง (Third-Party: TP) มาออกงานเพื่อหาผู้ประกอบการมาหาสินค้าให้เค้าเพื่อที่จะบริหารหน้าร้าน สร้างแบรนด์ ประชาสัมพันธ์ ซึ่งในบางทีการค้าขายร่วมกันก็ต้องระวังเรื่องลิขสิทธิ์ หัวข้อการค้าออนไลน์ การถ่ายรูป เป็นต้น เป็นหนึ่งในหัวข้ออบรมจากกรมการค้า ซึ่งตลาดผลไม้นี้มีทั้งหน้าร้านและแบบบนแพลตฟอร์มออนไลน์ (Platform Online) ซึ่งส่วนใหญ่เติบโตอย่างรวดเร็ว ทำให้ Cross-border Ecommerce ใช้ได้ดีกับสินค้าบางประเภทเท่านั้นที่จะส่งมาจากไทยโดยตรง

1.3 ในประเด็นพิธีสาร ไทยได้รับอนุญาตส่งออกผลไม้ 22 ชนิด

ซึ่งจากการอนุญาตส่งออกผลไม้ 22 ชนิด นั้นหากมีการส่งออกผลไม้ที่นอกเหนือจาก 22 ชนิด ต้องทำพิธีสาร (ข้อตกลงไทยและจีนในการควบคุมคุณภาพการส่งออก ไทยต้องติดฉลากว่า Export to Republic of China หรือต้องมีใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate: PC) คือ ใบรับรองปลอดศัตรูพืช ออกให้เพื่อรับรองว่าสินค้าที่ส่งออกปลอดจากแมลงศัตรูพืช และเป็นไปตามเงื่อนไขของประเทศปลายทาง ในกรณีนี้ใบรับรองสุขอนามัยพืช จึงเป็นการเขียนระบุว่าผลไม้นี้ได้รับการควบคุมเป็นไปตามมาตรฐานการกักกันของประเทศจีน หรือมาจากสวนที่ขึ้นทะเบียนการปฏิบัติที่ดีทางการเกษตร (Good Agricultural Practice : GAP) และมาจากผู้ส่งออกที่ขึ้น GAP ซึ่งไทยก็กำหนดผลไม้จากจีนเข้าไทยเช่นกันใน 22 ชนิด สามารถนำเข้าส่งออกได้ เดิมจีนไม่ได้กำหนดถึงข้อกำหนดอื่น เช่น GAP GMP แต่ทุกอย่างต้องมีใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate: PC) ผลไม้ไทยที่ส่งออกเยอะและมีความเสี่ยงสูงมากเรื่องแมลง ผลไม้จำพวกทุเรียน มังคุด ลำไย ชมพู่ ซึ่งมี 6 ชนิดที่ทำพิธีสารระหว่างกันเป็นการสร้างความมั่นใจแต่ละประเทศขึ้นอยู่กับประเทศในการทำพิธีสาร การทำพิธีสารสินค้าต้องตามมาตรฐานสากลในการควบคุม พิธีสารเป็นไปตามกฎหมายจีนกำหนด ไทยจีนมีบันทึกความร่วมมือการค้าร่วมกันในแต่ละปีการประชุม JC (Joint Commission) ปีละครั้งผลัดการเป็นเจ้าภาพ ตั้งเป้าหมายการค้าร่วมกันโดยปกตินักธุรกิจหรือผู้ประกอบการไทยไม่ค่อยมาลงทุนในจีน เนื่องจากขั้นตอน ภาษา เงินลงทุนค่อนข้างยาก แต่ภาครัฐไม่เคยได้รับแจ้งในด้านนี้การมีพันธมิตรเป็นคนจีนเป็นการทำธุรกิจที่เหมาะสมผู้ประกอบการไทยใช้วิธีการผ่านระบบตัวกลาง (Third-Party: TP) การค้าขาย การทำสัญญา ควรเป็นในนามของไทยในการยื่นจด และมอบอำนาจให้จีนเป็นผู้แทน ผู้ประกอบการจ้างบริษัทกฎหมายเข้ามาช่วยดูเพื่อป้องกันความผิดพลาด เนื่องจากหากมีเรื่องเกิดจะใช้ภาษาจีนเป็นหลักในทางกฎหมาย (ที่มา: จากการสัมภาษณ์ ณ นครเซี่ยงไฮ้ สาธารณประชาชนจีน, 2562)

6.2 การเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) ของจีน (กระทรวงพาณิชย์, 2554)

ในปี 2489 จีนเป็นหนึ่งใน 23 ประเทศที่เป็นผู้ริเริ่มก่อตั้ง (Signatories) องค์การความตกลงทั่วไปว่าด้วยภาษีศุลกากรและการค้า (General Agreement on Tariffs and Trade: GATT) เมื่อได้สิ้นสุดสภาพในฐานะองค์การดังกล่าว จึงได้จัดตั้งองค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) ขึ้น ในปี

2538 มาทำหน้าที่แทน ซึ่งจีนได้เข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 11 ธันวาคม ปี 2001 โดยที่จีนได้เริ่มปฏิรูปเศรษฐกิจของประเทศตั้งแต่ทศวรรษ 1990s ในลักษณะเพิ่มขึ้นฝ่ายเดียวเท่านั้น (Unilateral Liberalization) ตามนโยบายของรัฐบาลจีนสมัยประธานาธิบดีเติ้ง เสี่ยว ผิง หลังจากการใช้นโยบายเปิดประเทศได้ ไม่นาน ทั้งนี้ จีนได้เริ่มกระบวนการเจรจา (Accession Negotiations) ในการสมัครเข้าเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก ซึ่งการเจรจาดังกล่าวนั้น กำหนดให้จีนต้องปรับเปลี่ยนระบบเศรษฐกิจให้เป็นไปตามกลไกตลาดให้มากที่สุด

การเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก ทำให้จีนสามารถบูรณาการภาคเศรษฐกิจของจีนให้เข้ากับเศรษฐกิจโลกได้ และเรียนรู้กฎระเบียบกติกาทางการค้าโลก (Trade Rules) ได้มากขึ้น ปัจจุบันภาคเศรษฐกิจของจีนได้พัฒนาและเติบโตขึ้นอย่างมากจนกลายเป็นผู้ส่งออกอันดับหนึ่งของโลกและเป็นประเทศผู้นำเข้าอันดับสองของโลก รวมทั้งเป็นแหล่งดึงดูดการลงทุน (Investment Destination) อันดับที่ 5 ของโลกในปี 2553 โดยการเจริญเติบโต ของเศรษฐกิจจีนได้พัฒนาและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในประเทศ

บริษัทเอกชนและภาคธุรกิจของจีนได้รับประโยชน์อย่างมากจากการที่จีนเข้าเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก ซึ่งเป็นการเปิดประตูสู่การค้าระหว่างประเทศ ทำให้ภาคเศรษฐกิจของจีนมีลักษณะที่ร่วมบูรณาการกับเศรษฐกิจโลกมากขึ้น โดยปัจจุบันบริษัทจีนหลายแห่งได้มีบทบาทสำคัญในธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ นอกจากนี้ การเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก ได้เสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับบริษัทจีน ให้สามารถเรียนรู้นวัตกรรมการผลิตสมัยใหม่ เทคโนโลยี รวมทั้งการวิจัยและพัฒนา ซึ่งเป็นผลดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของจีน

6.3 การขยายตัวของเศรษฐกิจจีน

ผลจากการชะลอตัวของปริมาณการค้าโลก และการขึ้นภาษีของสหรัฐ ทำให้เศรษฐกิจจีนชะลอตัวลงมากในปี 2562 โดยเศรษฐกิจจีนในไตรมาส 3 ขยายตัวลดลงเหลือร้อยละ 6 เป็นการขยายตัวต่ำสุด ในรอบ 30 ปี (เศรษฐกิจจีนมีแนวโน้มชะลอตัวชัดเจนตั้งแต่ปี 2555 โดยขยายตัวร้อยละ 7.9 ลดลงจากร้อยละ 9 - 10 ช่วง 10 ปีก่อนหน้า และขยายตัวเพียงร้อยละ 6.6 ในปี 2561) และทั้งปีน่าจะขยายตัวร้อยละ 6.1 - 6.2 (เป้าหมายของรัฐบาลร้อยละ 6 - 6.5) ซึ่งการชะลอตัวเห็นได้ชัดจากภาคการผลิตที่หดตัว การลงทุนในประเทศขยายตัวลดลง ยอดขายรถยนต์หดตัว และกำไรของภาคธุรกิจติดลบต่อเนื่อง 8 เดือน แม้ดัชนีภาคการผลิตปรับตัวดีขึ้นในเดือนพฤศจิกายน (ดัชนี PMI ปรับเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ 50.2 จากที่ต่ำกว่า 50 ต่อเนื่องถึง 7 เดือน ดัชนีที่ต่ำกว่า 50 บ่งชี้ว่า เศรษฐกิจหดตัว สูงกว่า 50 ขยายตัว) อาจจะเร็วเกินไปที่จะมองว่าเป็นการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าการขยายตัวของเศรษฐกิจจีนน่าจะมีแนวโน้มที่ชะลอลงต่อเนื่อง มาอยู่ที่ระดับต่ำกว่าร้อยละ 6 ในปี 2563 (ประชาชาติธุรกิจ, 2562) ซึ่งปัญหาเศรษฐกิจที่มีในระยะข้างหน้า ได้แก่

(1) ปัญหาความขัดแย้งทางการค้ายังมีความไม่แน่นอน ประกอบกับผลกระทบของการขึ้นภาษีของสหรัฐยังจะมีต่อเนื่องในปี 2563 หากสหรัฐเก็บภาษีสินค้าจีนเพิ่มเติมในส่วนที่เหลืออีก 1.56 แสนล้านเหรียญ ที่จะมีผลในกลางเดือนธันวาคมนี้ จะมีผลให้แรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจจากการส่งออกและภาคการผลิตยังคงอ่อนแรง

(2) แม้เศรษฐกิจจะชะลอตัวต่อเนื่อง โดยเฉพาะช่วง 2 ปีที่ผ่านมา (ปี 2561 - 2562) รัฐบาลจีนมีการดำเนินมาตรการผ่อนคลายและกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างจำกัด ไม่ว่าจะเป็นนโยบายการเงิน (ปรับลดการตั้งสำรองของธนาคาร ลดดอกเบี้ย) นโยบายการคลัง (ลดภาษี ลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน) เพราะต้องการปรับสมดุลเศรษฐกิจและแก้ปัญหาสะสมช่วงหลังวิกฤตเศรษฐกิจปี 2551 คือ การลงทุนเกินตัวและการก่อหนี้ของธุรกิจและรัฐบาลท้องถิ่น ฟองสบู่อสังหาฯ เพราะปัญหาสะสมดังกล่าวก่อให้เกิดความเปราะบางในระบบการเงิน (ทำให้เศรษฐกิจจีนต้องเผชิญความเสี่ยง เงินทุนไหลออก และความผันผวนของค่าเงินในช่วงที่ผ่านมา) ดูเหมือนว่ารัฐบาลจีนระมัดระวังในการกระตุ้นเศรษฐกิจ เพราะหากกระตุ้นมากไปจะสร้างฟองสบู่และปัญหาเพิ่มเติมให้กับเศรษฐกิจในอนาคต ทำให้มีความเสี่ยงว่าจะกระตุ้นน้อยไปจนทำให้เศรษฐกิจชะลอมากเกินไปก็ได้

(3) ความเปราะบางของภาคธนาคาร ผลจากเศรษฐกิจที่ชะลอตัวและความเข้มงวดของธนาคารกลาง จะทำให้สถาบันการเงินต้องระมัดระวังการปล่อยกู้ หมายความว่า การปล่อยสินเชื่อมีแนวโน้มชะลอตัว ซึ่งน่าจะส่งผลต่อสภาพคล่องของธุรกิจ การลงทุน และการขยายตัวของเศรษฐกิจในปี 2563 ทั้งนี้ ธนาคารกลางจีนประเมินสถานะของภาคธนาคาร พบว่ามีสถาบันการเงิน 586 แห่ง (จากทั้งหมด 4,379 แห่ง) หรือร้อยละ 13.4 ที่มีความเสี่ยงสูง (เพิ่มขึ้นจาก 506 แห่ง ในไตรมาส 1 ปี 2561) ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นสถาบันการเงินท้องถิ่นที่มีขนาดเล็ก โดยหากวัดในเชิงของสินทรัพย์ น่าจะมีประมาณร้อยละ 3 ของทั้งระบบ

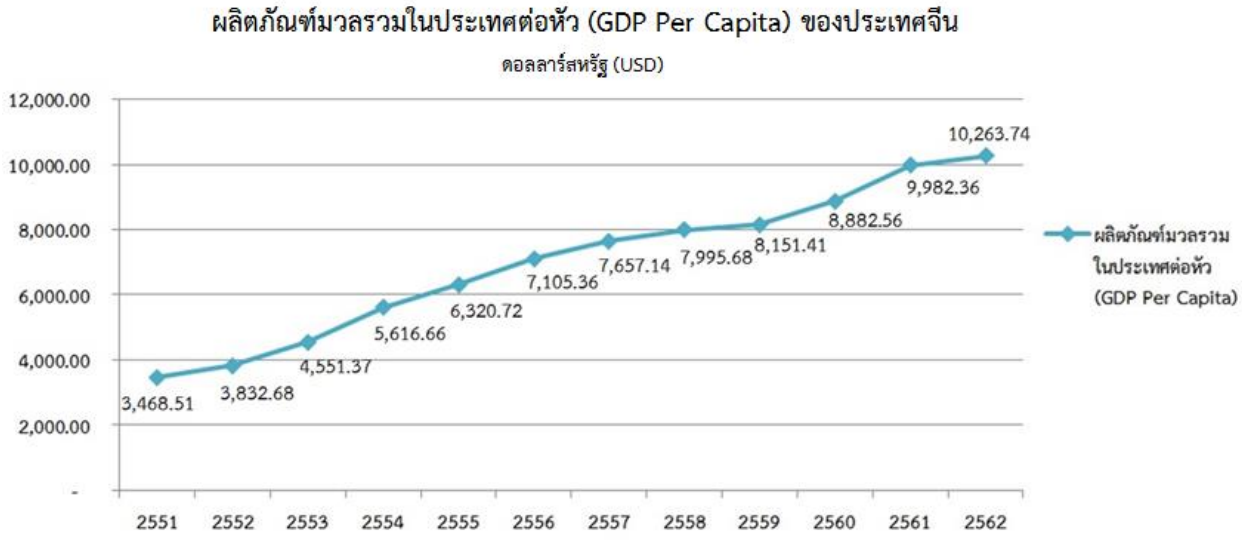
- การทดสอบ Street Test ธนาคารขนาดกลางและใหญ่ 30 แห่งพบว่า ในกรณีฐาน (GDP เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.3) มี 9 แห่งที่ทุนไม่พอ และในกรณีเลวร้าย (GDP เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.15) มี 17 แห่งที่ต้องเพิ่มทุน
- การทดสอบสภาพคล่องของธนาคาร 1,171 แห่ง กรณีฐานไม่ผ่านเกณฑ์ 90 แห่ง และกรณีเลวร้ายไม่ผ่านเกณฑ์ 159 แห่ง
- สถาบันการเงินบางแห่งถูกประเมินให้เพิ่มทุน ลดหนี้เสีย ถูกจำกัดการจ่ายเงินปันผลและเปลี่ยนผู้บริหาร

(4) การผิดนัดชำระหนี้เพิ่มสูงขึ้นในปี 2561 มีพันธบัตรที่ผิดนัดชำระหนี้ (Bond Default) 121,900 ล้านหยวน และในปี 2562 (ข้อมูลถึงต้นเดือนพฤศจิกายน) ผิดนัดชำระหนี้อีก 120,000 ล้านหยวน แม้ว่ามูลค่าพันธบัตรที่ผิดนัดชำระหนี้จะยังอยู่ในระดับต่ำ เมื่อเทียบกับมูลค่าพันธบัตรทั้งหมดที่ 4.1 ล้านล้านหยวน แต่ก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างมากจาก 20,000 ล้านหยวน ในปี 2559 – 2560 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงปัญหาความอ่อนแอของภาคธุรกิจเอกชน (อาทิ อสังหาริมทรัพย์ เหล็ก พลังงาน และซอฟต์แวร์) และรัฐบาลท้องถิ่น ภาครัฐเองระยะหลังก็ไม่เข้ามา คุ้มครองผู้ปล่อยกู้เหมือนในอดีต ทำให้ผู้ปล่อยกู้ต้องรับผิดชอบความเสียหายด้วยตนเอง ดังนั้นความกังวลเกี่ยวกับการผิดนัดชำระหนี้ จึงทำให้ธุรกิจหาแหล่งเงินทุนได้ยากขึ้น จากระดับหนี้ที่อยู่ในระดับสูงกว่าร้อยละ 160 ของจีดีพี และภาวะเศรษฐกิจที่กำลังชะลอตัว ทำให้กำไรของธุรกิจต่าง ๆ ลดลง จึงเป็นไปได้ว่าการผิดนัดชำระหนี้จะยังคงเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศต่อหัว (GDP Per Capita)

ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศต่อหัวของประเทศจีน (GDP Per Capita) ตั้งแต่ปี 2551 - 2562 พบว่ามีการเพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศต่อหัว ซึ่งในปี ปี 2551 มีผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ

ต่อหัว 3,468.51 ดอลลาร์สหรัฐฯ (USD) ส่วนในปี 2562 เพิ่มขึ้นเป็น 10,263.74 ดอลลาร์สหรัฐฯ ดังแสดงในรูปที่ 6 - 1



รูปที่ 6 - 1 ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศต่อหัวของประเทศจีน (GDP Per Capita) ปี 2551 – 2562
ที่มา: CEIC Data, 2551 – 2562

6.4 ความเชื่อเกี่ยวกับลำไยที่ทำให้ความต้องการบริโภคลำไยของคนจีนเพิ่มขึ้น

สาเหตุที่จีนเป็นประเทศที่นำเข้าลำไยเป็นตลาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทยนั้น นอกจากรสชาติที่อร่อยหวานชุ่มคอแล้ว ผู้บริโภคชาวจีนยังมีความเชื่อว่าลำไยเป็นผลไม้ดวงตามังกร เมื่อบริโภคแล้วจะโชคดี เจริญรุ่งเรือง ซึ่งทำให้ประเทศไทยค่อนข้างมีโอกาสสูงมากในการเจาะตลาดในจีน ซึ่งสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศปีละกว่า 15,000 ล้านบาท เนื่องจากผู้บริโภคชาวจีน มีความเชื่อมั่นในสินค้าไทยในระดับสูงว่าเป็นสินค้าที่สะอาดและมีความปลอดภัย อีกทั้งลำไยเป็นหนึ่งผลไม้ของไทยที่ได้รับประโยชน์จากความตกลงการค้าอาเซียน โดยจีนได้มีการลดภาษีนำเข้าสินค้าลำไยสดสำหรับไทยร้อยละ 0

6.5 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับลำไยในประเทศไทย

(1) ข้อมูลปริมาณผลผลิตและปริมาณการแปรรูปลำไย

ในช่วง 30 ปี ที่ผ่านมา ช่วงปี 2532 – 2539 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562) เกษตรกรพบวิธีการทำลำไยนอกฤดูแต่ยังขาดความชำนาญ ทำให้ต้นลำไยบางส่วนเสียหาย การทำลำไยนอกฤดูจึงยังไม่แพร่หลาย ต่อมาช่วงปี 2545 - 2548 เกิดวิกฤตผลผลิตลำไยล้นตลาด ส่วนหนึ่งเพราะผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ที่รับซื้อมีน้อยราย ทำให้ราคาลำไยลดลงไปต่ำกว่า 15 บาทต่อกิโลกรัม จนกระทั่งปี 2550 เริ่มส่งออกลำไยอบแห้งไปจีนได้มากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนเข้ามารับซื้อ ตลาดลำไยจึงกลับมาดีขึ้นอีกครั้ง เกษตรกรมีแรงจูงใจปลูกลำไยมากขึ้น ถือเป็นจุดเริ่มต้นให้เกิดการปรับตัวทำลำไยนอกฤดูเพื่อส่งออกไปตลาดจีน ตั้งแต่ปี 2555 ถึงปัจจุบัน (ปี 2562) ประเทศไทยมีพื้นที่การปลูกลำไยมากถึง 1,138,561 ไร่ เกษตรกรกว่า 200,000 ครัวเรือน ส่วนใหญ่อยู่ในภาคเหนือประมาณร้อยละ 70 ภาคตะวันออก

ร้อยละ 28 และภาคตะวันออกเฉียงเหนือร้อยละ 2 ที่น่าสนใจคือ เป็นการทำลำไยนอกฤดูมากกว่าร้อยละ 50 ของพื้นที่ทั้งหมด ดังแสดงในรูปที่ 6 - 2

รูปที่ 6 - 2 เหตุการณ์สำคัญของลำไยใน 30 ปีที่ผ่านมา
ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562

โดยการกระจุกตัวของผลผลิต เมื่อเปรียบเทียบปริมาณผลผลิตกับราคาลำไย ระหว่างก่อนหน้าการทำลำไยนอกฤดู (ปี 2548 - 2549) กับภายหลังการทำลำไยนอกฤดู (ปี 2561 - 2562) ซึ่งช่วงเดือนกรกฎาคมถึงเดือนสิงหาคม ซึ่งเป็นช่วงที่ลำไยออกสู่ตลาดจำนวนมาก ก่อนการทำลำไยนอกฤดูราคาที่เกษตรกรขายได้จะตกลงมาอยู่ที่ 10 - 15 บาทต่อกิโลกรัม ขณะที่ภายหลังการทำลำไยนอกฤดูราคาสามารถคงอยู่ที่ 25 - 30 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีภายหลังการเก็บเกี่ยวให้สามารถเก็บรักษาลำไยได้นานขึ้น ทำให้ส่งออกลำไยได้ตลอดทั้งปี

ปริมาณผลผลิตลำไยภายในประเทศระหว่างปี 2550 – 2557 มีการเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จาก 496,070 ตัน ในปี 2550 เพิ่มขึ้นเป็น 1,043,570 ตัน ในปี 2557 โดยปริมาณผลผลิตในสองปีถัดมาลดลงอย่างต่อเนื่อง เหลือเพียง 775,784 ตัน ในปี 2559 จากนั้นปริมาณผลผลิตลำไยมีปริมาณที่ค่อนข้างคงที่สูงกว่าหนึ่งล้านตันเล็กน้อย โดยในปี 2562 มีปริมาณผลผลิตลำไยภายในประเทศ 1,011,276 ตัน (ตารางที่ 6 - 1)

ตารางที่ 6 - 1 ปริมาณผลผลิตลำไยภายในประเทศระหว่างปี 2550 - 2562

ปี	ปริมาณผลผลิตลำไยภายในประเทศ
	ผลผลิต (ตัน)
2550	496,070
2551	477,956
2552	624,490
2553	527,398
2554	780,580
2555	877,176
2556	911,418
2557	1,043,570
2558	921,181
2559	775,784
2560	1,039,240
2561	1,055,847
2562	1,011,276

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2550 – 2562

เมื่อพิจารณาปริมาณการแปรรูปลำไยตั้งแต่ปี 2550 – 2562 พบว่า ลำไยถูกนำไปแปรรูปในลักษณะลำไยอบแห้งมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ลำไยบรรจุภาชนะอัดลม และลำไยแช่เย็นแช่แข็ง ตามลำดับ การแปรรูปในลักษณะลำไยอบแห้งในด้านปริมาณค่อนข้างมีความผันผวน ส่วนในด้านมูลค่ามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากจำนวน 112.75 ล้านกิโลกรัม คิดเป็นมูลค่า 2,017.41 ล้านบาท ในปี 2550 เป็น 145.03 ล้านกิโลกรัม คิดเป็นมูลค่า 7,839.44 ล้านบาท ในปี 2562 ซึ่งเห็นได้ว่ามูลค่าลำไยอบแห้งที่เพิ่มขึ้นมากส่วนใหญ่เป็นผลมาจากระดับราคาที่เพิ่มสูงขึ้น ในส่วนของการแปรรูปลำไยบรรจุภาชนะอัดลม ในช่วงปี 2554 – 2562 มีปริมาณค่อนข้างคงที่โดยอยู่ระหว่าง 11.08 - 12.27 ล้านตัน ยกเว้นในปี 2561 ที่มีปริมาณการแปรรูปลำไยในลักษณะบรรจุภาชนะอัดลมสูงถึง 14.98 ล้านตัน โดยในส่วนของมูลค่าผลผลิตลำไยบรรจุภาชนะอัดลมมีการเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มจาก 476.97 ล้านบาท ในปี 2550 เพิ่มขึ้นสูงสุดเป็น 1,040.47 ล้านบาทในปี 2561 และมีมูลค่า 814.55 ล้านบาทในปี 2562 สำหรับลำไยแช่เย็นแช่แข็ง มีการแปรรูปในปริมาณที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง จาก 377,680 กิโลกรัม (มูลค่า 22.47 ล้านบาท) ในปี 2550 ลดลงเหลือ 211,353 กิโลกรัม (มูลค่า 16.38 ล้านบาท) ในปี 2553 และตั้งแต่ปี 2554 ปริมาณการแปรรูปลำไยแช่เย็นแช่แข็ง เหลือต่ำกว่า 100,000 กิโลกรัม และเหลือเพียง 27,550 กิโลกรัม คิดเป็นมูลค่า 4.84 ล้านบาท ในปี 2562 (ตารางที่ 6 - 2)

ตารางที่ 6 - 2 ปริมาณการแปรรูปลำไยระหว่างปี 2550 – 2562

ปริมาณการแปรรูป						
ปี	ลำไยบรรจุภาชนะอัดลม		ลำไยแช่เย็นแช่แข็ง		ลำไยอบแห้ง	
	ปริมาณ (กิโลกรัม)	มูลค่า (บาท)	ปริมาณ (กิโลกรัม)	มูลค่า (บาท)	ปริมาณ (กิโลกรัม)	มูลค่า (บาท)
2550	13,484,040	476,968,218	377,680	22,466,047	112,752,111	2,017,410,972
2551	26,129,616	588,227,982	345,874	16,964,578	91,567,432	1,832,564,248
2552	25,766,489	588,819,234	204,455	12,895,800	144,153,937	2,589,616,373
2553	14,166,150	510,399,757	211,353	16,375,848	72,705,267	2,109,322,696
2554	12,146,041	579,490,516	28,149	3,278,692	162,440,605	8,231,760,921
2555	11,472,042	602,365,352	28,526	3,768,244	129,254,725	3,783,151,088
2556	12,273,752	633,159,450	55,101	9,343,573	140,232,340	4,026,272,275
2557	11,640,869	600,959,616	42,593	7,081,386	196,666,462	5,509,848,819
2558	11,374,055	631,103,723	40,027	3,227,402	110,729,432	5,426,111,336
2559	11,087,289	663,412,093	40,790	5,354,390	125,525,684	8,442,075,696
2560	12,066,768	755,519,761	13,010	2,346,861	214,052,678	11,118,307,330
2561	14,981,359	1,040,456,623	37,130	3,281,427	205,320,101	10,504,172,749
2562	11,156,633	814,554,512	27,550	4,841,950	145,033,344	7,839,440,900

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2550 - 2562

(2) ปริมาณการส่งออกลำไย

จากข้อมูลการส่งออกของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2562) ในปี 2561 พบว่าประเทศไทยส่งออกลำไยเป็นอันดับ 1 ของโลก แบ่งเป็นลำไยสด 17,219.3 ล้านบาท ลำไยอบแห้งและลำไยแช่เย็นแช่แข็ง 10,507.5 ล้านบาท โดยส่วนใหญ่ส่งออกไปจีนและบางส่วนผ่านเวียดนามเข้าสู่จีน รองลงมาเป็นอินโดนีเซีย ในด้านผลผลิตประเทศไทยผลิตลำไยมากถึง 1,055,847 ตัน เป็นอันดับ 2 ของโลกรองจากจีน แต่หลังช่วงปี 2550 แม้ว่าผลผลิตลำไยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ราคาของลำไยกลับเพิ่มขึ้นและมีความผันผวนน้อยลง ซึ่งเป็นผลมาจากการปรับตัวของเกษตรกรไทยและความร่วมมือจากภาครัฐ

ปริมาณการส่งออกลำไยสดระหว่างปี 2550 – 2562 ประเทศไทยมีการส่งออกไปใน 5 ประเทศ ได้แก่ จีน ฮ่องกง อินโดนีเซีย สหรัฐอเมริกา และแคนาดา ซึ่งในปี 2550 ไทยมีการส่งออกลำไยสดไปประเทศอินโดนีเซียมากที่สุด จำนวน 53,014,858 กิโลกรัม คิดเป็นมูลค่า 737,144,897 บาท รองลงมาคือ จีน 49,208,069 กิโลกรัม คิดเป็นมูลค่า 850,934,398 บาท และฮ่องกง ปริมาณ 40,550,138 กิโลกรัม คิดเป็นมูลค่า 518,007,398 บาท โดยในปัจจุบัน (ปี 2562) มีการส่งออกไปจีนมากที่สุด ปริมาณ 281,320,329 กิโลกรัม คิดเป็นมูลค่า 9,697,996,725 บาท รองลงมาคือ อินโดนีเซีย ปริมาณ 74,487,154 กิโลกรัม คิดเป็นมูลค่า 2,530,262,270 บาท และฮ่องกง ปริมาณ 21,347,615 กิโลกรัม คิดเป็นมูลค่า 741,490,938 บาท ดังแสดงในตารางที่ 6 – 3

ตารางที่ 6 - 3 ปริมาณการส่งออกลำไยสดระหว่างปี 2550 – 2562

ประเทศ	จีน		ฮ่องกง		อินโดนีเซีย		สหรัฐอเมริกา		แคนาดา	
ปี	ปริมาณ	มูลค่า (บาท)	ปริมาณ	มูลค่า (บาท)	ปริมาณ	มูลค่า (บาท)	ปริมาณ	มูลค่า (บาท)	ปริมาณ	มูลค่า (บาท)
2550	49,208,069	850,934,398	40,550,138	518,007,398	53,014,858	737,144,897	229,587	8,824,336	2,169,796	48,354,749
2551	52,492,991	861,385,422	57,447,597	669,133,496	41,113,915	647,923,195	1,726,283	99,331,400	1,943,191	62,316,622
2552	72,694,788	1,070,254,496	65,357,542	901,665,111	70,243,171	1,048,872,322	1,478,619	129,671,134	1,575,670	42,509,140
2553	72,546,589	1,032,968,901	58,434,005	894,591,590	57,395,029	1,096,455,020	1,024,215	88,586,535	1,315,641	39,529,075
2554	123015059	1959301928	89,790,417	1,319,288,991	101,930,991	2,107,050,255	398,776	43,399,931	1,885,384	75,246,097
2555	169,495,163	3,181,005,898	77,566,785	1,313,963,360	119,695,247	2,677,141,867	411,407	34,894,892	2,366,005	91,490,768
2556	203,869,048	4,292,848,057	60,921,339	1,370,167,583	54469533	1311800732	467,472	48,079,222	1,460,865	50,099,587
2557	114,961,805	2,710,212,542	29,853,431	862,630,747	70839598	1996407303	366,023	47,138,452	102,495	3,969,183
2558	130,476,287	3,734,528,526	31,168,816	826,658,022	46,077,827	1,377,657,839	19,200	3,086,592	56,430	4,095,250
2559	91,917,652	2,839,215,589	24,005,269	706,043,791	54,691,038	1,769,654,024	-	-	172	9,965
2560	159,132,711	5,250,441,340	25,645,784	772,226,753	97,206,458	2,826,956,282	-	-	787	106,862
2561	133,190,858	4,405,574,466	14,601,506	542,288,751	56,964,415	1,987,009,313	-	-	500	113,789
2562	281,320,329	9,697,996,725	21,347,615	741,490,938	74,487,154	2,530,262,270	-	-	-	-

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์, 2550 – 2562

6.6 มาตรการแทรกแซงลำไย

ช่วงระว่างปี 2545 – 2546 รัฐบาลเข้าแทรกแซงราคาโดยการรับจำนำลำไยอบแห้งเพื่อเก็บรักษาและทยอยออกจำหน่ายในช่วงเวลาถัดไป โดยในปี 2545 คณะกรรมการผู้ชำนาญการพิจารณารายงานผลกระทบสิ่งแวดล้อม (คชก.) ได้มอบให้ องค์การคลังสินค้า (อคส.) และองค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (อ.ต.ก.) เป็นหน่วยงานดำเนินการรับจำนำโดยออกใบประทวนให้แก่เกษตรกรนำไปขึ้นเงินกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ทั้งนี้มีการกำหนดราคาจำนำลำไยอบแห้งเกรด AA ไว้ที่กิโลกรัมละ 72 บาท เกรด A กิโลกรัมละ 54 บาท และเกรด B กิโลกรัมละ 36 บาท ระยะเวลารับจำนำตั้งแต่เดือนกรกฎาคมจนถึงวันที่ 15 ตุลาคม ปี 2545 ระยะเวลาไถ่ถอนภายใน 3 เดือน นับจากเดือนที่รับจำนำ ส่วนการดำเนินงานรับจำนำปี 2546 คชก. ดำเนินการเช่นเดียวกับปี 2545 ระยะเวลาจำนำตั้งแต่เดือนกันยายนจนถึงเดือนธันวาคม แต่ในปี 2456 เฉพาะเกษตรกรรายย่อยและสหกรณ์เท่านั้นที่มีสิทธิ์จำนำ

ปี 2547 การแทรกแซงของรัฐบาลเป็นการแทรกแซงโดยการรับซื้อลำไยผลร่วงจากเกษตรกรมาแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งโดย คชก. มอบให้ อ.ต.ก. เป็นหน่วยงานรับซื้อผลสด แล้วจ้าง บริษัทบ่อเฮงอินเตอร์เทรด จำกัด แปรรูปลำไยอบแห้งให้ อ.ต.ก. โดยกำหนดราคารับซื้อลำไยสดเกรด AA กิโลกรัมละ 15 บาท เกรด A กิโลกรัมละ 10 บาท เกรด B กิโลกรัมละ 5 บาท ระยะเวลารับซื้อ ณ วันที่ 13 กรกฎาคมจนถึงวันที่ 9 กันยายน ปี 2547 การดำเนินการของบริษัทฯ มีขอบเขตตั้งแต่คัดร่อนเกรดลำไย จัดรถขนส่งลำไยสดไปโรงอบแห้ง การอบแห้ง คัดร่อนเกรดลำไยอบแห้ง จัดซื้อกล่อง ถุงพลาสติกและการบรรจุ รวมถึงจัดรถขนส่งไปยังคลังสินค้าและโกดังเก็บรักษาของ อ.ต.ก. ในอัตราเหมาจ่าย 21.13 บาทต่อกิโลกรัมแห้ง (รวมภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 7) และจ้างมหาวิทยาลัยตรวจสอบคุณภาพลำไยสดและลำไยอบแห้ง รวมทั้งการวางระบบกำกับและควบคุมข้อมูลการตรวจสอบปริมาณและแหล่งที่มาของลำไยอบแห้ง

6.7 มาตรการส่งเสริมการแปรรูปลำไย (โดยเฉพาะลำไยอบแห้ง)

ภาครัฐ สถาบันการศึกษา และเกษตรกรร่วมมือกันพัฒนาการผลิตลำไย มีการวิจัยและเผยแพร่ความรู้ในการใช้สารโพแทสเซียมคลอเรตอย่างถูกต้อง ให้ความรู้ด้านเทคนิคการดูแลรักษาตัดแต่งกิ่งและจัดทรงพุ่ม เพื่อให้ได้ผลผลิตลำไยนอกฤดูที่มีคุณภาพ รวมทั้งพัฒนาเทคโนโลยีภายหลังการเก็บเกี่ยวให้สามารถเก็บรักษาลำไยได้นานขึ้น ทำให้ส่งออกลำไยได้ตลอดทั้งปี

ตลาดส่งออกลำไยในอนาคตขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยหลัก ได้แก่ (1) ตลาดจีนยังมีความต้องการต่อเนื่อง โดยมีความเชื่อว่าลำไย คือ ผลไม้ตามังกร กินแล้วโชคดี มีสรรพคุณทางยา (2) ผลผลิตภายในประเทศจีนไม่เพียงพอ ผลิตได้เองเพียง 1.2 - 1.4 ล้านตัน ขณะที่ต้องการบริโภคมากถึง 2 ล้านตันต่อปี (3) ลำไยไทยมีคุณภาพสูง ผลใหญ่ รสชาติหวาน เนื้อหนา เม็ดเล็ก ต่างจากลำไยปิงปองของเวียดนาม (4) ระบบขนส่งดีขึ้นทั้งช่องทางเรือและรถยนต์ โดยเฉพาะเส้นทาง R3A และ R12 ที่เชื่อมโยง 4 ประเทศ ทั้งจีน เวียดนาม ลาว และ ไทย และ (5) ASEAN-China Free Trade Agreement: ACFTA จีนยกเลิกการเก็บภาษีนำเข้าผลไม้จากไทยภายใต้กรอบความตกลงการค้าเสรีอาเซียน - จีน ทำให้การส่งออกลำไยไทยสะดวกมากขึ้น

6.8 ปัญหาเกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยของทั้งลำไยสดและลำไยอบแห้ง

ปัญหาเกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยที่สำคัญของการส่งออกลำไยจากไทยไปจีน ดังนี้

1. การพบปริมาณสารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (Sulfur Dioxide: SO_2) ตกค้างในเนื้อผลลำไยสดสูงกว่าเกณฑ์ที่จีนได้กำหนดไว้ ซึ่งในปี 2557 มีผู้ส่งออกของไทยกว่า 10 บริษัท ถูกจีนระงับการนำเข้าลำไยสด เนื่องจากปัญหาสารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ตกค้างในเนื้อลำไยสดเกินค่ามาตรฐาน

2. การพบโลหะหนักในลำไยอบแห้ง โดยข้อมูลจากสถาบันอาหาร การสุ่มเก็บตัวอย่างลำไยอบแห้ง 5 ตัวอย่าง ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อวิเคราะห์หาการปนเปื้อนของโลหะหนัก 2 ชนิด คือ ตะกั่วและแคดเมียม พบลำไยอบแห้ง 1 ตัวอย่าง ที่มีตะกั่วปนเปื้อน แต่ยังไม่เกินค่ามาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุขไทย

ซึ่งมาตรฐานอาหารที่มีสารปนเปื้อน ที่กำหนดให้มีตะกั่วปนเปื้อนในอาหารได้ไม่เกิน 1 มิลลิกรัมต่ออาหาร 1 กิโลกรัม โดยสารเคมีที่ตกค้างในลำไย อาจมีทั้งยาฆ่าแมลง สารเร่งดอกและโลหะหนักที่ตกค้างอยู่ในดินและน้ำที่ใช้เพาะปลูก เพราะถ้าดินและแหล่งน้ำบริเวณที่ใช้เพาะปลูกมีโลหะหนัก เช่น ตะกั่ว แคดเมียม สารหนูตกค้างจะทำให้ต้นลำไยที่เพาะปลูกบริเวณนั้นดูดซึมโลหะหนักต่าง ๆ เข้าไป และสะสมอยู่ในลูกลำไย ความเสี่ยงต่ออันตรายที่เกิดจากโลหะหนักนั้น ๆ ได้ เช่น หากได้รับตะกั่วและแคดเมียมบ่อย ๆ และเป็นเวลานาน จะทำให้เกิดอาการหายใจลำบาก เบื่ออาหาร คลื่นไส้ อาเจียน ท้องผูก และน้ำหนักลด

การผลิตลำไยต้องพัฒนาต่อเนื่องเพื่อให้เกิดความยั่งยืนโดยเฉพาะเรื่องคุณภาพ เกษตรกรต้องเข้าสู่มาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practice: GAP) ภาคธุรกิจควรเน้นพัฒนาเทคโนโลยีการเก็บรักษาและแปรรูป ให้ตรงความต้องการของตลาดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้มากขึ้น โดยเฉพาะการทำลำไยอบแห้งสีทองซึ่งเริ่มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ภาครัฐสนับสนุนการวิจัยถ่ายทอดความรู้ การพัฒนาสายพันธุ์ใหม่ ๆ การป้องกันความเสี่ยงโรคต่าง ๆ การควบคุมมาตรฐานการส่งออก รวมทั้งช่วยขยายตลาดใหม่ ๆ

6.9 การเข้ามาของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้

ด้วยนโยบายรัฐบาลจีน ที่ส่งเสริมให้นักธุรกิจจีนออกไปลงทุนประกอบการในต่างประเทศมากขึ้น ทำให้นักธุรกิจชาวจีนเข้ามาซื้อและตั้งโรงคัดบรรจุผลไม้จากเกษตรกรโดยตรง หรือมีศัพท์ที่เรียกกันว่า “ล้ง” ซึ่งมีผู้รวบรวมผลไม้เป็นคนไทย ทำหน้าที่ประสานการซื้อขายผลไม้จากชาวสวน เพื่อส่งออกไปยังประเทศจีน ทำให้พี่น้องเกษตรกรชาวสวนและผู้ค้าผลไม้ทั้งรายเล็กรายใหญ่ต่างร่ำรวยขึ้นอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน ทำให้ธุรกิจผลไม้ มีเม็ดเงินสะพัดในพื้นที่มากกว่า 5,000 - 7,000 ล้านบาท หลังจากมีการเปิดการค้าเสรี พ่อค้าชาวจีนได้เข้ามาซื้อผลไม้ไทยในจันทบุรีและตราดอย่างเปิดเผยและเป็นทางการ ซึ่งบริษัท ไทฮง เป็นพ่อค้าชาวจีนเจ้าแรกที่เข้ามา และเป็นรายใหญ่ที่สุดในขณะนั้น ซึ่งปัจจุบันจำนวนโรงคัดบรรจุผลไม้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จากข้อมูลศูนย์ศึกษาการค้าระหว่างประเทศ เปิดเผยตัวเลขผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนในไทยว่า มีจำนวน 1,094 ราย แบ่งเป็นผู้ค้าลำไย 473 ราย ทุเรียน 556 ราย และมังคุด 65 ราย ผลไม้ที่ชาวจีนนิยมบริโภค ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในภาคตะวันออก เช่น ระยอง จันทบุรี และตราด (Thaiquote, 2561)

การเข้ามาของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนส่งผลดีต่อตลาดระยะสั้น เพราะเกษตรกรมีตลาดรองรับแน่นอน โดยเฉพาะการซื้อเหมาสวนตั้งแต่ผลผลิตยังไม่ติดดอก การแข่งขันกันระหว่างพ่อค้า

คนกลาง ทำให้ราคาผลไม้ขยับสูง สร้างความพึงพอใจให้เกษตรกร แต่ในระยะยาว ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้กลายเป็นปัญหาที่เกษตรกรหวั่นวิตก เพราะปัจจุบันผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้จีนมีบทบาท และกลายเป็นกลไกสำคัญในการกำหนดราคาผลไม้จากเกษตรกรมากกว่าผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวไทย เนื่องจากนักธุรกิจจีนมีเงินทุนมากกว่า จนสามารถควบคุมตลาดการค้าผลไม้ของไทยได้ กลายเป็นการผูกขาดการซื้อ - ขาย อย่างเช่นกรณี ลำไยในภาคเหนือ ที่เกิดภาวะราคาลำไยตกต่ำเมื่อปีที่แล้ว (ปี 2560) ภาครัฐออกมาตรการดึงราคาโดยกำหนดราคารับซื้อให้สูงขึ้น แต่ไม่สามารถช่วยเหลือได้ เพราะผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ที่เป็นพ่อค้าจีนถึงร้อยละ 80 ได้รวมตัวกันหยุดรับซื้อลำไยทันที ดังนั้นจึงควรป้องกันมิให้สถานการณ์เดียวกันนี้เกิดขึ้นอีก และปัญหาที่ตามมาอีกก็คือ "ล้งกระเป๋า" ที่มีตัวแทนถือกระเป๋าเข้ามาติดต่อชาวสวนให้ทำสัญญาด้วย แต่ไม่ทราบประวัติทางการเงินหรือความเป็นมา ซึ่งผลที่ตามมาก็คือ มีคดีฟ้องร้องระหว่างชาวสวนผลไม้กับผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติสูงถึง 200 กว่าคดีแล้ว ทำให้ระยะหลังมานี้ เกิดเสียงสะท้อนจากพี่น้องเกษตรกรว่า ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้จีนเอารัดเอาเปรียบ ใช้กลยุทธ์กดราคารับซื้อจากชาวสวนทุกรูปแบบ ทั้งการสร้างกระแสลบกับผลผลิต การชะลอการรับซื้อ การ "ทุบราคา" และ "ฮั้วราคา" เพื่อให้ผลไม้ราคาตกต่ำ แม้ว่าข้อเท็จจริงกระแสผลไม้ไทยจะเป็นที่นิยม แต่ราคาสินค้าเกษตรยังตกต่ำ เพราะมีพ่อค้าคนกลางคอยกดราคาที่รับซื้อ ทำให้เกษตรกรไม่สามารถกำหนดราคาของตัวเองได้

ซึ่งรัฐบาลและกระทรวงพาณิชย์ได้ร่วมกันในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ทั้งการตรวจสอบการทำธุรกิจของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ การส่งหนังสือแจ้งเตือนผู้ประกอบการบางรายที่ใช้อำนาจตลาดต่อรองอย่างไม่เป็นธรรม การใช้อำนาจกฎหมาย พ.ร.บ.การแข่งขันทางการค้า มีโทษปรับ 6 ล้านบาท และปรับอีกวันละ 3 แสนจนกว่าจะทำให้ถูกต้อง และรัฐบาลได้ออกมาตรการและแนวทางการแก้ไขปัญหาดังนี้

1) การสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ไทย และสร้างความน่าเชื่อถือแก่สินค้าไทย ทั้งในด้านราคาที่เหมาะสมและคุณภาพที่ดีเยี่ยม

2) มอบหมายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อบรม แนะนำเรื่องการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า

3) ทดสอบตลาด ตรวจวิเคราะห์ทางห้องปฏิบัติการรับรองมาตรฐานแหล่งผลิต (Good Agriculture Practices: GAP) และมาตรฐานโรงคัดบรรจุ (Good Manufacturing Practice: GMP)

4) จัดอบรมด้านพาณิชย์เล็กทอนิกส์ (E - commerce) เพื่อเพิ่มช่องทางการขายแบบออนไลน์ไปยังตลาดทั่วโลก

5) มอบหมายให้กระทรวงพาณิชย์พิจารณาการออกใบอนุญาตนำเข้า (Import Licensing) และใบอนุญาตส่งออก (Export Licensing) เพื่อควบคุมปริมาณผลไม้ที่จะนำเข้าและส่งออก

6) สร้างความเป็นธรรมแก่ผู้ประกอบการไทยและจีน แต่ต้องไม่ขัดต่อหลักการ และเงื่อนไขขององค์การการค้าโลก

7) ส่งเสริมให้เกษตรกรผลิตและรักษาคุณภาพของสินค้า และส่งเสริมการรวมกลุ่มสหกรณ์ที่เข้มแข็งสร้างอำนาจการต่อรองสนับสนุนแหล่งเงินทุน

8) ให้ความรู้และการร่วมธุรกิจ เช่น ร่วมหุ้นธุรกิจกับรัฐวิสาหกิจหรือผู้ประกอบการในจีน

9) ขยายตลาดส่งออกผลไม้สดและแปรรูปไปยังประเทศอื่น ๆ เช่น อินเดีย เกาหลี ฮ่องกง ไต้หวัน และญี่ปุ่นให้มากขึ้น เป็นต้น และล่าสุดกระทรวงพาณิชย์ได้จัดทำ Big Data ขึ้นมาเพื่อใช้เป็นฐานข้อมูล

วิเคราะห์ แนวโน้มตลาดทั้งในและนอกประเทศซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการรู้แนวโน้มตลาดล่วงหน้า ส่วนภาครัฐสามารถกำหนดนโยบายได้อย่างถูกต้องและทันต่อสถานการณ์

10) การส่งเสริมการจัดงาน "มหานครผลไม้โลก" ในประเทศไทย เพื่อสร้างความน่าสนใจให้เป็นที่นิยมทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ เพราะรสชาติที่อร่อยเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งต่อให้ประเทศเพื่อนบ้านจะปลูกทุเรียนและลำไยเนื่องจากได้ราคาดีแต่ก็ยังอีกไกล เพราะเกษตรกรไทยมีความรู้ในการจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นสะสม (Know How) รวมทั้งการมีที่ดิน มีภูมิประเทศที่เหมาะสม และมีการหาตลาดล่วงหน้าสำหรับลำไย ทำให้เป็นการเพิ่มช่องทางจำหน่ายให้กับลำไยมากขึ้น

6.9.1 บทบาททั้งในเชิงผลบวกของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุลำไยต่อตลาดลำไยไทยและการผูกขาด

การศึกษาผลกระทบจากการทำธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีต่อลำไยไทย ปี 2561 (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2561) พบว่า ปัจจุบันมีผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุ (ล้ง) รับซื้อลำไยเพื่อการส่งออก ในแหล่งผลิตที่สำคัญ ได้แก่ เชียงใหม่ ลำพูน และจันทบุรี ประมาณ 212 ราย (ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP) แบ่งเป็นโรงคัดบรรจุลำไยสด 129 ราย และโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก 83 ราย ซึ่งมีการดำเนินธุรกิจและบริหารจัดการ 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุที่เป็นของคนไทย 2) โรงคัดบรรจุที่คนไทยถือหุ้นร่วมกับต่างชาติ และ 3) โรงคัดบรรจุที่เป็นของต่างชาติ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบการถือหุ้นร่วมกัน โดยบทบาทของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุลำไยต่อตลาดลำไยไทยมี 2 ด้าน ได้แก่

1) ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ ซึ่งแบ่งตามสัดส่วนทุนในการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยของผู้ประกอบการไทย และผู้ประกอบการต่างชาติ พบว่า ปัจจุบันสัดส่วนทุนโดยส่วนใหญ่เป็นของชาวต่างชาติ เนื่องจากมีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอในการประกอบธุรกิจ ขณะที่ผู้ประกอบการไทยบางรายที่ขาดเงินทุนหมุนเวียน ไม่สามารถแข่งขันในธุรกิจดังกล่าวนี้ได้ จำเป็นต้องออกจากธุรกิจไป หรือปรับเปลี่ยนบทบาทหน้าที่ไปรับจ้างบรรจุ (Packing) ลำไยเพื่อการส่งออกแทน

2) ผลกระทบด้านเศรษฐกิจของการจ้างงาน พบว่าส่วนใหญ่ใช้แรงงานต่างด้าวประมาณร้อยละ 90 และแรงงานไทยประมาณร้อยละ 10 เนื่องจากแรงงานไทยมีการเคลื่อนย้ายไปทำงานในนิคมอุตสาหกรรมมากขึ้น เพราะได้รับค่าตอบแทนที่สูงกว่า ทั้งนี้ ในการประกอบธุรกิจลำไย มีมูลค่าการจ้างงานทั้งสิ้น 3,793 ล้านบาทต่อปี โดยแบ่งเป็นค่าจ้างแรงงานไทย 313 ล้านบาทต่อปี (ร้อยละ 8 ของค่าจ้างแรงงานทั้งหมด) และค่าจ้างแรงงานต่างด้าว 3,480 ล้านบาทต่อปี (ร้อยละ 92 ของค่าจ้างแรงงานทั้งหมด) ซึ่งจะเห็นได้ว่าการประกอบธุรกิจลำไย ส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจและการจ้างงาน โดยมีสัดส่วนของกำไรในการส่งออกค่อนข้างมาก

ดังนั้นเกษตรกรควรเน้นการผลิตลำไยคุณภาพ และขายลำไยเมื่อเห็นผลผลิต แทนการขายใบ เพื่อสร้างอำนาจต่อรองด้านราคา และลดปัญหาการผิดสัญญากับผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ โดยภาครัฐควรสนับสนุนให้มีการนำสัญญากลางมาใช้ (สัญญาที่ร่างขึ้นร่วมกันระหว่างเกษตรกร โรงคัดบรรจุผลไม้ส่งออก สมาคมการค้า ภาครัฐ และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดให้ใช้เป็นมาตรฐานเดียวกัน) ซึ่งจะช่วยให้เกิดความเป็นธรรมแก่ทั้งสองฝ่าย รวมถึงการสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนให้กับผู้ประกอบการไทย

ในการดำเนินธุรกิจลำไย เพื่อลดการผูกขาดของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ การสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ และผู้ประกอบการในการบริหารจัดการวางแผนด้านแรงงานไทยและแรงงานต่างด้าว เพื่อให้เกิดความสมดุลของแรงงานและให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ นอกจากนี้ ควรเข้มงวดในการตรวจสอบผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจ โดยใช้กฎหมายควบคุมการประกอบธุรกิจผลไม้ที่เป็นตัวแทนอำพราง (Nominee) กับชาวต่างชาติ และควรมีข้อกำหนดให้ชาวต่างชาติที่เข้ามาประกอบธุรกิจผลไม้มีการนำเงินทุนของตนเองมาลงทุน เนื่องจากเงินลงทุนของชาวต่างชาติมักมาจากการกู้สถาบันการเงินของไทยในอัตราดอกเบี้ยต่ำ ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการไทยขาดโอกาสในการกู้เงินจากสถาบันการเงิน

6.9.2 การใช้ระบบ Single Window ของจีน

ระบบ Single Window มาจากการจัดระเบียบการค้าชายแดนใหม่ของจีน เริ่มใช้เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม ปี 2562 ซึ่งเป็นระบบที่รวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ของรถขนส่งสินค้าและระบบการแจ้งสำแดงสินค้าไว้ด้วยกัน โดยต้องทำการกรอกข้อมูลเข้าระบบล่วงหน้า (บริษัทขนส่งเป็นผู้กรอกข้อมูล) และใช้ระบบถ่ายรูปตรวจสอบข้อมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งข้อมูลที่ปรากฏนั้นต้องตรงกันในการตรวจปล่อยรถขนส่งสินค้า เมื่อถึงด่านแล้วระบบจะปล่อยรถผ่านด่านอัตโนมัติ แต่เมื่อปฏิบัติจริงแล้ว พบว่า การเชื่อมโยงข้อมูลยังไม่สมบูรณ์และไม่มีเสถียรภาพเพียงพอ ส่งผลให้รถขนส่งสินค้าที่มาถึงด่านไม่สามาถผ่านการตรวจปล่อยได้ ทำให้ต้องขับรถวนเพื่อเข้าคิวและตรวจสอบข้อมูลใหม่อีกครั้ง ปัญหาที่พบทั้งในฝั่งเวียดนาม ณ ด่านโหย่วอี้กวน และจีน ส่งผลกระทบมายังไทย เนื่องจากรถขนสินค้าขาดช่วงจากจีนเพื่อมารับสินค้าที่ไทย นอกจากนี้ยังส่งผลต่อคุณภาพสินค้าผลไม้เพราะพื้นที่ชายแดนมีปลั๊กไฟไม่เพียงพอสำหรับตู้คอนเทรนเนอร์ในการทำความเย็น

6.10 มาตรการทางศุลกากรและการค้าระหว่างประเทศของจีนต่อการนำเข้าผลไม้ไทย

มาตรการทางศุลกากรและด้านการค้าระหว่างประเทศของจีนที่มีผลต่อการส่งออกผลไม้ไทย สรุปประเด็นได้ 5 ประเด็นจากข้อมูลที่รวบรวมจากการสัมภาษณ์ บุคลากรรัฐบาลไทยในสถานกงสุลใหญ่ นครเซี่ยงไฮ้ สาธารณประชาชนจีน ระหว่างวันที่ 26 - 27 พฤศจิกายน 2562 ดังนี้

1. ข้อตกลงการค้าเสรี (Free Trade Area: FTA) เป็นนโยบายการค้าระหว่างประเทศที่ปรับลดภาษีศุลกากรส่งออกจึงไม่มีการเก็บภาษีศุลกากรระหว่างประเทศที่มีความตกลงนั้น พบว่าไม่ได้เป็นข้อตกลงระหว่างคู่ภาคีจีนกับไทย อย่างไรก็ตาม การค้าระหว่างประเทศไทยกับจีนในภาพรวมไทยได้รับประโยชน์จากความสัมพันธ์ระดับรัฐบาลที่ดีต่อกัน ดังจะเห็นได้จากกลุ่มธุรกิจซีพีที่เป็นบริษัทรายแรกที่เข้ามาลงทุนในจีน (Number Registration ของจีน เป็น 001) และได้ให้ความช่วยเหลือรัฐบาลจีนมาอย่างต่อเนื่องจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างประเทศไทยกับจีน ซึ่งถือเป็นจุดแข็งของประเทศไทย เมื่อระดับความสัมพันธ์ระดับรัฐบาลระหว่างประเทศจีนกับมาเลเซียเป็นความสัมพันธ์ที่คำนึงถึงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ขณะที่ความสัมพันธ์กับประเทศอินโดนีเซียอยู่ในระดับดีแต่ยังคงเป็นความสัมพันธ์ในเชิงเศรษฐกิจเท่านั้น

2. กรมวิชาการเกษตรได้สร้างหลักเกณฑ์ในการส่งผลไม้ไทยมาจีนไว้ สินค้าที่ส่งออกต้องได้มาตรฐาน GAP และมาตรฐาน GMP ผู้ส่งออกต้องจดทะเบียนกับกรมวิชาการเกษตร ในการส่งออกแต่ละ ล็อตต้องได้ใบไฟโต (Phytosanitary) ในประเด็นการคุมคุณภาพ ณ ด่านจีน คือ ผลไม้ต้องไม่มีสารตกค้าง ไม่มีโรคของพืช ไม่มีสารที่ต้องห้าม ซึ่งโดยปกติไทยได้ควบคุมก่อนการส่งออก ในด้านกลไกทางการค้า การที่จะมีโรงคัดบรรจุผลไม้ได้ต้องมีการจดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ ผู้ส่งออกต้องจดทะเบียนกับกรมวิชาการเกษตรเพื่อให้หน่วยงานของกระทรวงเกษตรควบคุมคุณภาพก่อนการส่งออก การขึ้นทะเบียน GAP ของชาวสวนในครั้งที่ 1 มีอายุ 3 ปี หลังจากนั้นกรมวิชาการเกษตรจะมีการตรวจประจำปี การตรวจมี 3 อย่าง ซึ่งมีอายุที่แตกต่างกัน เพื่อออกใบไฟโต ในส่วนของ มก.อช. เป็นหน่วยงานที่สร้างมาตรฐาน เป็นหน่วยงานในการเจรจา ซึ่งทำงานร่วมกันกับกรมวิชาการเกษตร

3. ระบบ Single Window ของจีนเป็นการดำเนินขนส่งผลไม้ทางบก โดยใช้รถบรรทุกตู้คอนเทรนเนอร์ขนาดใหญ่ ซึ่งหลักการคือห้ามเปิดตู้ไม่ว่ารถจะผ่านมากี่ประเทศเพราะสินค้านที่ขนส่งไปจีนนั้น จะมีการคำนวณระยะทางในการวิ่งที่ด่านหนานหนิง โหย่วอี้กวน ซึ่งเป็นระบบที่ดีเนื่องจากช่วยป้องกันในการสวมสิทธิ์ในการนำเข้าจีน ในช่วงที่ผ่านมาจากการเจรจากับผู้ประกอบการไทยมีประเด็นในการพูดถึงเรื่องสวมสิทธิ์แต่ยังไม่สามารถระบุเป็นตัวเลขออกมาได้ ทั้งจำนวนปริมาณและจำนวนการขนส่ง ระบบ Single Window จึงเกิดขึ้น ซึ่งภาครัฐกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้พยายามปฏิบัติตามกฎหมายจีน และทำให้ภาคเอกชนไทยปฏิบัติตามกฎหมายทั้งไทยและจีน เพื่อที่ไม่ให้โดนตีกลับสินค้า จีนพึ่งทำระบบ Single Window โดยสามารถส่งใบรับรองผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์มาได้ล่วงหน้า เพื่ออำนวยความสะดวกให้การส่งออกและการนำเข้ามีความรวดเร็วขึ้นในการเข้าผ่านด่าน ในระยะแรกยังคงติดขัดบางส่วนเนื่องจากยังไม่สามารถเชื่อมต่อระบบข้อมูลให้ตรงกันได้ ถ้าเป็นผู้ส่งออกครั้งแรกที่ไม่เคยส่งออกเลยต้องทำการลงทะเบียนให้อยู่ในระบบก่อน หลังจากนั้นผู้ส่งออกและผู้นำเข้าเช็คหมายเลขใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate: PC) เลขมาตรฐาน ฉลาก เพื่อลดภาระทางเอกสาร

4. พิธีสารว่าด้วยข้อกำหนดในการกักกันโรคและตรวจสอบสำหรับการขนส่งผลไม้ไทยที่ส่งออกด่านประเทศที่เข้าสู่สาธารณรัฐประชนจีนที่ระบุว่าผลไม้สด 22 ชนิดที่ส่งออกไปจีนทางบกต้องใช้เส้นทางที่กำหนด ผ่านประเทศที่สาม ก่อนจะเข้าจีน โดยต้องไม่มีการเปิดตู้สินค้าระหว่างการขนส่งผ่านประเทศที่สาม รวมทั้งต้องมีใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate : PC) และฉลากตามข้อกำหนด คือ Export to Republic of China ซึ่งไทยก็กำหนดผลไม้จากจีนเข้าไทยเช่นกันใน 22 ชนิด ทั้งนี้ผลไม้ไทยที่ส่งออกเป็นปริมาณมากและมีความเสี่ยงสูงมากเรื่องแมลง อันได้แก่ ทุเรียน มะม่วง ลำไย ลิ้นจี่ มังคุด และชมพู่ รวม 6 ชนิด และผลไม้จากจีนที่นำเข้ามาสู่ตลาดของไทยก็มีจำนวนไม่น้อย ได้แก่ แอปเปิ้ล พลับ สาลี่ ท้อ องุ่น และส้ม รวม 6 ชนิด เช่นเดียวกัน ที่ทำพิธีสารระหว่างกันเป็นการสร้างความมั่นใจแต่ละประเทศขึ้นอยู่กับประเทศในการทำพิธีสาร การทำพิธีสารสินค้าต้องตามมาตรฐานสากลในการควบคุม โดยไทยและจีนมีบันทึกความร่วมมือการค้าร่วมกันโดยจัดประชุม JC (Joint Commission) ปีละครั้งผลัดกันเป็นเจ้าภาพ ตั้งเป้าหมาย

การค้าร่วมกันโดยปกตินักธุรกิจหรือผู้ประกอบการไทยไม่ค่อยมาลงทุนในจีน เนื่องจากขั้นตอน ภาษา เงินลงทุน ค่อนข้างยาก แต่ภาครัฐไม่เคยได้รับแจ้งในด้านนี้การมีพันธมิตรเป็นคนจีนเป็นการทำธุรกิจที่เหมาะสม ผู้ประกอบการไทยใช้วิธีการผ่านระบบตัวกลาง (Third-Party: TP) การค้าขาย การทำสัญญา ควรเป็นในนามของไทยในการยื่นจด และมอบอำนาจให้จีนเป็นผู้แทน ผู้ประกอบการจ้างบริษัทกฎหมายเข้ามาช่วยดูเพื่อป้องกันความผิดพลาด เนื่องจากหากมีเรื่องเกิดจะใช้ภาษาจีนเป็นหลักในทางกฎหมาย

5. นโยบายภายในประเทศจีนที่ทำให้โครงสร้างพื้นฐานในประเทศจีนเชื่อมกันหมด ส่งผลให้ระบบขนส่งของจีนดีมาก รวมถึงปัจจุบันระบบคลังสินค้าจะใช้ระบบหุ่นยนต์ซึ่งจะใช้คนแค่คุมระบบไม่กี่คน ทำให้บริหารจัดการได้เร็ว ต่อมาเป็นพัฒนาการทำธุรกิจให้เป็นระบบระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce หรือเรียกว่าระบบ E-Commerce) โดยซื้อขายสินค้าหรือโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่มีการใช้งานมากที่สุดในปัจจุบันก็คืออินเทอร์เน็ต ซึ่งมีความโดดเด่นในแถบเซียงไฮ้ เมืองที่อยู่ของผู้ที่มีรายได้สูง ความนิยมในการสั่งซื้อของเปลี่ยนเป็นแบบออนไลน์ ซึ่งมีการควบคุมอุณหภูมิ มีห้องเย็นในการจัดเก็บ แพ็ค และรวมถึงใส่กล่องก็ถูกควบคุมอุณภูมิด้วยเช่นกัน ซึ่งจะมีศูนย์กระจายสินค้าตามหัวมุมเมืองเพื่อกระจายสินค้าเยอะมากในการส่ง หากส่งไม่ทันก็จะมีการปรับ ผู้ประกอบการผลไม้ต้องมีทั้งออฟไลน์และออนไลน์ควบคู่กันถึงจะไปได้ดี ในตอนนี้มีแพลตฟอร์ม (Platform) ตลาดผลไม้มีทั้งหน้าร้านแต่ออนไลน์ส่วนใหญ่เติบโตอย่างรวดเร็ว Cross-border Ecommerce ใช้ได้ดีกับสินค้าบางประเภทเท่านั้นที่จะส่งมาจากไทยโดยตรง

ผลไม้สดไม่มีการส่งตรงมาทางจีน เนื่องจากมีการนำเข้ามาเพื่อมาขายออนไลน์อย่างเดียว เพื่อลดต้นทุนแต่มีการแข่งขันที่สูงในหลายประเภท ได้แก่ อาหาร เครื่องดื่ม และเครื่องสำอางค์ ซึ่งส่วนใหญ่จะถูกส่งเข้ามาในรูปแบบผ่านระบบตัวกลาง (Third-Party: TP) คนไทยเองไม่สามารถนำเข้ามาได้โดยตรง จะมีคนนำเข้าเพื่อช่วยขาย เมื่อขายได้ก็ได้ในค่าส่วนแบ่ง (Commission) ซึ่งอาจมีคลังสินค้าให้เช่าด้วย Cross-border Ecommerce ของจีนมีนโยบายพิเศษ คือ Bonded Warehouse การสั่งสินค้าแบบนำเข้าล่วงหน้าโดยยังไม่ต้องเสียภาษี จะเสียภาษีเมื่อมีลูกค้าสั่งสินค้าออกจากโกดัง และอีกหนึ่งนโยบายพิเศษ คือ การใช้ระบบ Cross-border Ecommerce ให้คนจีนหรือประชาชนทั่วไปนำเข้าได้ 26,000 หยวนต่อปี ครั้ง 1 ซึ่งได้ไม่เกิน 5,000 หยวน บางทีจะเป็นผ่านระบบตัวกลาง (Third-Party: TP) มาออกงานเพื่อหาผู้ประกอบการมาหาสินค้าให้เค้าเพื่อที่จะบริหารหน้าร้าน สร้างแบรนด์ ประชาสัมพันธ์ ซึ่งในบางทีค้าขายร่วมกันก็ต้องระวังเรื่องลิขสิทธิ์หัวข้อการค้าออนไลน์ การถ่ายรูป เป็นต้น เป็นหนึ่งในหัวข้ออบรมจากกรมการค้า

บทที่ 7

สรุปและข้อเสนอแนะ

7.1 สรุป

ผลไม้เป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของไทย และหากพิจารณาในรายละเอียดแล้ว จะพบว่า ประเทศไทยมีการส่งออกผลไม้ที่สำคัญ ได้แก่ ทุเรียน มังคุดและลำไย ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

ทุเรียนเป็นผลไม้หลักของไทยที่ส่งออกไปประเทศจีนมากที่สุด รองลงมาคือ ลำไย และมังคุด ซึ่งจากความต้องการที่เพิ่มขึ้นมากนั้นส่งผลให้ราคาทุเรียนปรับขึ้นต่อเนื่อง เป็นปัจจัยกระตุ้นให้มีการขยายพื้นที่เพาะปลูกทุเรียน นอกจากนี้เกษตรกรต้องพัฒนามาตรฐานการผลิตเพื่อให้ได้ปริมาณผลผลิตเพิ่มขึ้นและมีคุณภาพที่ดี ทั้งนี้ ยังมีปัญหาการส่งออกทุเรียนไปยังประเทศจีน เช่น ราคาที่เกษตรกรไทยขายในประเทศราคาส่งออก และราคาขายปลีกในประเทศจีนนั้นแตกต่างกันมาก รวมถึงการจำหน่ายทุเรียนของไทยยังคงไม่ครอบคลุมทั่วประเทศจีน หากสามารถทำให้ความต้องการบริโภคทุเรียนเพิ่มขึ้นในวงกว้างจะทำให้ตลาดทุเรียนของไทยครอบคลุมทั่วประเทศจีนมากขึ้น ทั้งนี้ เกษตรกรควรรักษาคุณภาพการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐานที่ประเทศจีนกำหนด เพื่อที่จะสามารถเติบโตได้ในตลาดจีน

อย่างไรก็ตาม เมื่อมีการขยายพื้นที่เพาะปลูกทุเรียน รวมถึงเกษตรกรอาจเลิกผลิตผลไม้อื่นและหันมาปลูกทุเรียนแทน ทำให้จะมีทุเรียนให้ผลผลิตพร้อม ๆ กัน ซึ่งอาจจะส่งผลให้ราคาขายตกต่ำกว่าปัจจุบันหรือเกิดภาวะทุเรียนล้นตลาด ซึ่งจะนำไปสู่ปัญหาในด้านต่าง ๆ เช่น ปัญหาแหล่งน้ำ ซึ่งปัจจุบันขาดแคลนโดยเฉพาะหน้าแล้ง ทำให้ต้องซื้อน้ำจากพื้นที่อื่นเพื่อมาใช้ในสวนทุเรียน ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตของเกษตรกรเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งหน่วยงานภาครัฐควรเป็นหน่วยงานหลักในกำกับดูแลควบคุมในเรื่องนี้

มังคุดเป็นผลไม้ส่งออกของไทยที่มีตลาดหลัก ได้แก่ ประเทศจีน และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น ส่วนแหล่งเพาะปลูกในประเทศไทยหลัก ๆ ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี จังหวัดระยอง จังหวัดตราด จังหวัดชุมพร และจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยจากความต้องการมังคุดที่เพิ่มมากขึ้นนั้น ทำให้มีผู้ประกอบการชาวจีนเข้ามาร่วมทุนกับโรงคัดบรรจุผลไม้ของไทยเพื่อรวบรวมมังคุดส่งไปยังตลาดจีน ส่งผลกระทบต่อราคามังคุดในฤดูกาลนั้น ๆ

ลำไยเป็นผลไม้ที่ได้รับความนิยมจากชาวจีนเช่นกัน เนื่องจากชาวจีนมีความเชื่อว่าลำไยคือ “ดวงตามังกร” เมื่อบริโภคแล้วจะโชคดี เจริญรุ่งเรือง ทำให้ไทยมีโอกาสในการขยายตลาดจีนอยู่มาก ลำไยส่งออกสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ ลำไยสดและลำไยอบแห้ง ซึ่งแหล่งเพาะปลูกลำไยที่สำคัญ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูน และจังหวัดจันทบุรี ซึ่งผู้ประกอบการในพื้นที่มีส่วนเหลื่อมล้ำทางด้านราคาของลำไย ในกรณีการร่วมทุน ผู้ประกอบการต่างชาติจะมีสัดส่วนทุนที่สูงกว่า อีกทั้งเกษตรกรในพื้นที่ขาดอำนาจต่อรองในด้านราคาแก่ผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ

การเข้ามามีบทบาทของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนซึ่งเริ่มเข้ามามีบทบาทในไทยตั้งแต่ปี 2557 และมีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ อย่างรวดเร็ว ช่วยทำให้ราคาทุเรียนสูงขึ้น ซึ่งข้อดีในระยะแรกคือเกษตรกรสามารถขายผลผลิตได้มากขึ้นและในราคาที่สูงขึ้น ส่งผลดีต่อราคาผลไม้โดยรวมทั้งระบบ เกิดการแข่งขันด้านคุณภาพ ความต้องการผลผลิตทุเรียนที่มากขึ้นจากตลาดจีนจะทำให้เกษตรกรใส่ใจและปรับตัวในเรื่องของคุณภาพมากขึ้น

ส่วนข้อเสียของการเข้ามาดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนคือ การมีบทบาทในการกำหนดราคาผลไม้มากขึ้น มีการผูกขาดการซื้อจากเกษตรกรไทย และการขายให้แก่ผู้ส่งออก ซึ่งอาจทำให้เกิดการครอบงำธุรกิจผลไม้ไทยได้จากการทำธุรกิจในลักษณะครบวงจร ตั้งแต่การรับซื้อผลไม้จากผู้รวบรวมผลไม้รวมถึงการเข้าไปซื้อแบบเหมาสวน ส่งผลกระทบในทางลบจนทำให้ลดขีดความสามารถของเกษตรกรไทยและระบบการค้าผลไม้ไทยในระยะยาว ซึ่งผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนเข้ามาทั้งในรูปแบบของหุ้นส่วน แต่งงานกับคนไทย หรือในรูปแบบของนอมินี นอกจากการเข้ามาประกอบกิจการโรงคัดบรรจุแล้ว ชาวจีนยังเริ่มเข้ามาทำสวนเองในรูปแบบการเช่าสวน หรือแบบนอมินี ซึ่งหากผู้ประกอบการจีนมีกำลังซื้อมาก การเข้ามาทำสวนเองเป็นเจ้าของผลผลิตเอง อาจจะทำให้ราคารับซื้อจากเกษตรกรรายอื่นถูกลง หรือเกษตรกรอาจโดนกดราคามากขึ้น ส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้ลดลง การที่ผู้ประกอบการจีนมาทำสวนเอง ทำโรงคัดบรรจุด้วยตนเอง รวมทั้งนำเข้าผลไม้เอง อาจจะทำให้เกษตรกรไม่มีอำนาจต่อรองในเรื่องราคา เพราะถูกควบคุมโดยชาวจีนในทุกขั้นตอน นอกจากนี้ ยังอาจมีการรับซื้อเฉพาะจากเจ้าของสวนที่เป็นคนจีนด้วยกันอีกด้วย

การที่รัฐบาลอนุมัติในหลักการโครงการจัดตั้งระเบียงผลไม้ภาคตะวันออก (Eastern Fruit Corridor) ในพื้นที่ภาคตะวันออกโดยมุ่งสู่การเป็นมหานครผลไม้โลก เพื่อให้ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตและตลาดผลไม้เมืองร้อนที่มีคุณภาพได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล แต่การขับเคลื่อนนโยบายดังกล่าวอาจไม่ประสบความสำเร็จ หากปล่อยให้ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติสามารถกำหนดทิศทางและกลไกของตลาดผลไม้ไทยได้

โดยสรุปแล้ว เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนและมังคุดส่วนใหญ่มีการทำสวนภายใต้มาตรฐานการปฏิบัติที่ดีทางการเกษตร เพื่อต้องการให้ผลผลิตเป็นไปตามมาตรการด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชของประเทศผู้นำเข้าผลไม้ไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศจีนที่มีขนาดตลาดผลไม้ที่ใหญ่ตามความต้องการของผู้บริโภคชาวจีน และยังคงเป็นตลาดที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม อุปสรรคที่สำคัญของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุชาวไทยคือ ความสามารถในการเข้าถึงตลาดจีน ซึ่งต้องอาศัยพันธมิตรทางการค้าในการจัดจำหน่ายให้ จึงมักจะประสบกับการบิดเบือนราคาขายที่ไม่ตรงตามที่ตกลงกันไว้ ในขณะเดียวกันสำหรับตลาดผลไม้ภายในประเทศ การเข้ามาทำธุรกิจโรงคัดบรรจุของผู้ประกอบการชาวจีนส่งผลต่ออำนาจในการกำหนดราคารับซื้อทุเรียนและมังคุด เนื่องจากสามารถเข้าถึงตลาดในประเทศจีน การเข้าสู่ตลาดจีนที่ค่อนข้างยากจำเป็นต้องอาศัยพันธมิตรทางการค้าชาวจีนที่ดีและเชื่อถือได้ เนื่องจากตลาดจีนมีขนาดที่ใหญ่และยังคงมีแนวโน้มที่เติบโตอยู่ ส่งผลให้การส่งออกทุเรียนและมังคุดไทยไปยังตลาดจีนมีราคาสูงและสูงมากในตลาดขายปลีกจีน และจากอุปสรรคการเข้าสู่ตลาดจีนของผลไม้ไทยโดยผู้ประกอบการชาวไทย ทำให้ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวไทยส่วนใหญ่มักจะรับจ้างรวบรวมและบรรจุสินค้าภายใต้ตราสินค้าของชาวจีน

7.2 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายระยะสั้น

1. การสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคต่างชาติในผลไม้ไทยภายใต้สถานการณ์โรคอุบัติใหม่ ดังเช่นในกรณีโรคติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 หรือโรคโควิด - 19 (COVID - 19) โดยการใช้มาตรการตรวจสอบการตกค้างของเชื้อโรคในผลไม้และบรรจุภัณฑ์ที่จะส่งออกและให้ใบรองรับ พร้อมการส่งเสริมการบริโภคในประเทศภายใต้มาตรการความร่วมมือจากโมเดรินเทรด และหน่วยงานและองค์กรเอกชนในการจัดหาสถานที่วางขายผลไม้ที่ไม่มีค่าเช่าสถานที่
2. มาตรการระยะสั้นทางการเงินเกษตรกรและผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ไทย เช่น การพักชำระดอกเบี้ยจ่าย ลดอัตราดอกเบี้ย เป็นต้น เมื่อเกิดปัญหาที่ส่งผลต่อธุรกิจผลไม้ไทย เช่น ภัยทางธรรมชาติ ภัยจากโรคอุบัติใหม่ ภัยจากการแข่งขัน เป็นต้น โดยที่ต้องกำหนดเงื่อนไขการสนับสนุนให้สอดคล้องกับความต้องการที่อาจจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการขอสินเชื่อ ประเภทของสินค้าเกษตร (พืชไร่หรือพืชสวน) เนื่องจากระยะเวลาการเก็บรักษาต่างกันมีผลต่อสรูปคล่องของกระแสเงินสดและความแร่งด่วนของความต้องการการสนับสนุนทางการเงินต่างกัน เป็นต้น
3. มาตรการเกี่ยวข้องกับกฎ/ ระเบียบการนำเข้า - ส่งออก
    3.1 มาตรการเกี่ยวกับกระบวนการและขั้นตอนการ Certify มาตรฐานตามข้อกำหนดของประเทศผู้นำเข้าของหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ลดระยะเวลาของกระบวนการการขอและอนุมัติให้รวดเร็วขึ้น ซึ่งเป็นการลดอุปสรรคและต้นทุนการส่งออกผลไทย เช่น การขอเลข DOA ที่ประกอบการนำเข้าผลไม้ซึ่งกำหนดโดยประเทศจีน เป็นกระบวนการที่ใช้เวลาในแต่ละขั้นตอนการอนุมัตินาน
    3.2 การเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกฎ/ ระเบียบของประเทศคู่ค้า และความร่วมมือกับประเทศคู่ค้าผลไม้ไทยให้ทันต่อสถานการณ์แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลของชาวไทย เพื่อสร้างความเข้าใจและการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง
    3.3 การกำหนดราคาซื้อ - ขายกลางตามเวลาจริง (Real Time Data) ร่วมกันระหว่างหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง เกษตรกร และผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ไทย ที่สะท้อนต้นทุนการผลิตและดำเนินงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และกำไรที่เหมาะสมและราคาขายล่วงหน้าจากคำสั่งซื้อของคู่ค้าต่างชาติ เพื่อเป็นข้อมูลที่แสดงถึงแนวโน้มราคาและความต้องการให้แก่ตลาดผลไม้ไทย
4. การจัดทำฐานข้อมูล
    4.1 ข้อมูลกฎ/ ระเบียบ/ มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกสำหรับเกษตรกรและผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ไทยให้ทันกับสถานการณ์ และเป็นเนื้อหาที่เข้าใจได้ง่าย เพื่อใช้สำหรับการปรับตัวของเกษตรกรและผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ไทยได้ทันต่อสถานการณ์และลดอุปสรรคการส่งออกผลไม้ไทย
    4.2 สถานการณ์และแนวโน้มตลาดของประเทศคู่ค้าผลไม้ไทยตามเวลาจริง (Real Time Data) และกระจายให้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ไทย เพื่อเป็นข้อมูลในการกำหนดราคาและปริมาณความต้องการผลไม้ของตลาดในต่างประเทศที่ทันต่อสถานการณ์

4.3 การจัดทำฐานข้อมูลความน่าเชื่อถือและจริยธรรมทางธุรกิจของเกษตรกร ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ไทย และคู่ค้าชาวจีน เพื่อการป้องกันการผิดสัญญาซื้อ-ขาย และการผิดนัดชำระหนี้ และ/ หรือ สัญญาการค้า

4.4 การจัดทำฐานข้อมูลเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันความไม่ซื่อสัตย์ของตัวแทนขายในตลาดจีนที่รับจ้างขายผลไม้ไทยจากกดราคาขายต่ำกว่าที่ตกลงไว้ และการกระจายข้อมูลให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ไทยที่เข้าตลาดผลไม้จีนด้วยวิธีการผ่านตัวแทนรับจ้างขายซึ่งเป็นการลดความเสี่ยงจากการบิดพริ้วจากข้อตกลงและลดต้นทุนในการติดตามและสังเกตการณ์ในตลาดจีนของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ไทย

5. มาตรการเกี่ยวกับการขยายและรักษาตลาดต่างประเทศ

5.1 การสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ (Strategic Alliance) ภายในประเทศในระดับท้องถิ่น ระหว่างเกษตรกร ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ไทย และผู้ส่งออกไทย เพื่อสร้างความเข้มแข็งโดยใช้แนวคิดกลยุทธ์การควบรวมธุรกิจเชิงแนวดิ่ง (Vertical Integration) ในระดับท้องถิ่นขึ้น

5.2 การสร้างภูมิต้านทานต่อกลุ่มทุนจีน (หรือต่างชาติ) ที่เข้ามาในธุรกิจผลไม้ไทยแบบไม่ถูกต้องตามกฎหมาย ภายใต้ความร่วมมือในการตรวจสอบและติดตามของเกษตรกรและผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ไทย เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องให้แก่หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องในการสกัดกั้นลักษณะการดำเนินธุรกิจของกลุ่มทุนจีน (หรือต่างชาติ) ที่อาจนำไปสู่การผูกขาดและสร้างอำนาจการต่อรองในตลาดผลไม้ไทย ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันภายในตลาดผลไม้ไทย

5.3 การสร้างตราสินค้า (ผลไม้) แทนการรับจ้างภายใต้ตราสินค้าอื่น โดยให้เป็นตราสินค้าที่มีรูปลักษณ์ (Brand Image) ด้านมาตรฐานสินค้าและความปลอดภัยในกระบวนการคัดเลือกและการบรรจุผลไม้ และทำการสื่อสารไปสู่ผู้บริโภคโดยใช้ Marketing Communication เพื่อกระตุ้นการรับรู้ถึงตราสินค้า (Brand Awareness) ของผู้บริโภครายใหม่

5.4 การขยายตลาดในประเทศจีนโดยเฉพาะตลาดจีนที่เน้นในเมืองใหม่ที่ยังรู้จักผลไม้ไทยน้อยที่ส่วนใหญ่จะเป็นพื้นที่ที่ห่างไกลจากเมืองหลัก ควบคู่ไปกับการทดลองการขยายตลาดผลไม้ไทยไปยังตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ เช่น ประเทศอินเดียภายใต้การส่งเสริมของหน่วยงานรัฐเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคและนักธุรกิจท้องถิ่นในการเป็นคู่ค้ากับผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ไทย เป็นต้น

5.5 การสร้างความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนกับหน่วยงานรัฐและวิชาการเพื่อสร้างนวัตกรรมการแปรรูปผลไม้ไทยที่ตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภคในตลาดโลก ควบคู่ไปกับการสร้างการรับรู้ใหม่เพื่อสร้างพฤติกรรมการบริโภคใหม่ (Creating New Consumer Behavior)

5.6 การทำการวิจัยตลาดผลไม้ไทยทั้งที่ไม่แปรรูปและแปรรูปในต่างประเทศ เพื่อเป็นข้อมูลในการผลิตให้แก่เกษตรกร ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ไทย และโรงงานแปรรูปผลไม้ไทยให้ตอบสนองความต้องการ

5.7 ภาครัฐควรดำเนินการด้านการตลาดเชิงรุกร่วมกับภาคเอกชนในลักษณะเป็นทีมตลาดเดียวกัน สำหรับการสร้างรูปลักษณ์ให้กับผลไม้ไทย ตราสินค้า และการรับรู้ใหม่เพื่อสร้างพฤติกรรมการบริโภคใหม่ในตลาดต่างประเทศเป้าหมาย

6. มาตรการการจัดการความเสี่ยงการเงินระหว่างประเทศ
   6.1 การเสริมสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยงทางการเงินระหว่างประเทศให้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ไทย เช่น การจัดการเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนโดยการทำสัญญาล่วงหน้าเงินสกุลเงินแบบฟอร์เวิร์ดหรือฟิวเจอร์ การทำข้อตกลงแบ่งภาระความเสี่ยงของอัตราแลกเปลี่ยนร่วมกัน เป็นต้น เพื่อใช้ในการตัดสินใจในขั้นตอนก่อนการทำสัญญาซื้อ-ขายผลไม้กับคู่ค้าต่างชาติ
   6.2 การจัดการความเสี่ยงจากการผิดนัดชำระหนี้ของคู่ค้าต่างชาติ โดยการจัดทำสัญญาตกลงกำหนดสัดส่วนการจ่ายเงินมัดจำล่วงหน้า หรือการใช้การวิธีการชำระโดยเลตเตอร์ออฟเครดิตหรือตราสารเครดิต (Letter of Credit: L/ C)

เอกสารอ้างอิง

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2562. **ศูนย์บริการข้อมูล FTA**. [Online: http://ftacenter.dtn.go.th]

กรมส่งเสริมการเกษตร. 2548. **การส่งออกและนำเข้าสินค้าพืชสวนของไทย**. กองแผนงาน กรมส่งเสริมการเกษตร.

กระทรวงพาณิชย์ 2554. **10 ปีของจีนในฐานะสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO).** สำนักบริหารกิจการต่างประเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ สืบค้นเมื่อวันที่ 9 มกราคม 2563 https://moc.go.th/images/Agencies_Information/Trade_Situation/Commercial_Beijing/18.pdf

กระทรวงพาณิชย์. 2547. **แนวโน้มและโอกาสการขยายตลอดส่งออกลำไย. [Online:** www.ditp.go.th/contents_attach/78518/78518.pdf**]**

กรุงเทพธุรกิจ. 2562. **ทุนจีนฮุบล้งรับซื้อลำไย หวั่นระยะยาวเกษตรกรเสียเปรียบ.** [Online: https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/744965]

กัมปนาท เพ็ญสุภา. 2561. **ราคาผลผลิตเกษตร.** เอกสารคำสอนภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เกษตรก้าวไกล. 2017. **แรงจริง ๆ “ทุเรียนแช่เยือกแข็ง” ส่งออก 2.2 พันล้าน-มกอช. เร่งมาตรฐานการผลิต.**

คณะกรรมาธิการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน สภานิติบัญญัติแห่งชาติ. 2560. **รายงานคณะอนุกรรมาธิการพาณิชย์**. [Online: www.tcijthai.com/news/2016/08/scoop/6187]

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2544. **ผลกระทบในรูปรวมของการจัดตั้งเขตการค้าเสรี**

ฉัฐยา ตวงสุวรรณ. 2553. **แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมข้าวไทย.** วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (การบริหารการตลาด) คณะพานิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ชมพูนุช ด้วงจันทร์. 2551. **รูปแบบจำลองห่วงโซ่อุปทานถั่วเหลืองและกากถั่วเหลือง.** วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการจัดการเทคโนโลยีการเกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชิตวร วราศิริพงศ์. 2555. **วัฒนธรรมการค้าจีน: การศึกษาที่มาของแนวคิดและวิธีการปฏิบัติตน ในการเจรจาธุรกิจกับชาวจีน.** มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ [Online: lc.mahidol.ac.th/lcjournal/FullPaper/JLC35-2-Chittaworn-WR.pdf]

ชิติพัทธ์ จินาบุญ. 2556. **การศึกษาเรื่องการจัดการโซ่อุปทานมังคุดเพื่อการส่งออก: บทบาทขององค์กรทางสังคมและโซ่อุปทานสมัยใหม่**. มนุษย์ศาสตร์และวิทยาศาสตร์สังคม, วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

ณภัทร ทิพย์ศรี และคณะ. 2555. **โครงการการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของการส่งออกมังคุดไปยังประเทศจีนตอนใต้.** สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ดวงกมล สุนทรขัณฑ์. 2544. **การศึกษาผลกระทบต่อไทยเมื่อจีนเข้าเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลกโดยใช้แบบจำลอง GTAP**.กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ (ศ.ม),ภาควิชาเศรษฐศาสตร์,จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไทยโค้ท. 2561. **การรุกคืบของ "ล้งจีน" ไทยต้องยืนด้วยตัวเอง.** [Online: www.thaiquote.org/content/210452]

ไทยรัฐ. 2557. **โลหะหนักในลำไยอบแห้ง.** [Online: https://www.thairath.co.th/content/461653]

นราทิพย์ ชุติวงศ์. 2558. **ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค (พิมพ์ครั้งที่ 4)**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บีบีซีไทย. 2561. **“รัฐบาลไทยฝันเป็นศูนย์กลางผลไม้โลก นักวิชาการแนะแก้ปัญหา "ล้งจีน" ให้ได้ก่อน”** [Online: www.bbc.com/thai/thailand-42941461]

ประชาชาติ. 2562. **เศรษฐกิจจีนยังน่าห่วง.** [Online: www.prachachat.net/columns/news-401561]

ประชาชาติธุรกิจ. 2562. **ลำไยนอกฤดูสู่ตลาดจีน โอกาสของเกษตรกรไทย.** [Online: www.prachachat.net/economy/news-401799]

ผู้จัดการออนไลน์. 2562. **“พาณิชย์” เผยเอฟทีเอดันส่งออกผลไม้ไปจีนพุ่ง ทุเรียนคว้าแชมป์ ตามด้วยมังคุด ลำไย.** [Online: https://mgronline.com/business/detail/9620000055624]

พนิดา บุญฤทธิ์ธงไชย, เฉลิมชัย วงษ์อารี และ วาริช ศรีละออง. 2556. **รายงานการวิจัยการวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ของลำไยในเขตจังหวัดจันทบุรี**. ศูนย์นวัตกรรมเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษาแห่งชาติ.

พิมลพร มุ่งเมฆา. 2547. **ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการส่งออกของประเทศไทยไปกลุ่มประเทศอาเซียน.** วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

โพสต์ทูเดย์. 2561. **“ครม.ไฟเขียว 4 ยุทธศาสตร์ดันไทยเป็น “มหานครผลไม้โลก””**. [Online: https://www.posttoday.com/economy/539373]

มนิสา นวลเต็ม. 2553. **บทประยุกต์ Gravity Model: การค้าไทยกับประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออก.** วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

รัตนา สายคณิตและชลลดา จามรกุล. 2549. **เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 4).** กรุงเทพฯ.

รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ. 2559. **สถานการณ์การส่งออกลำไยไทยไปจีน**. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์.

รุจิรา เอี่ยมสอ้าง. 2552. **การวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ของโซ่อุปทานข้าวโพดฝักอ่อนในเขตจังหวัดนครปฐม สาขาวิชาเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว.** มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. 2549. **หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค (พิมพ์ครั้งที่ 18).** กรุงเทพฯ.

วารสารเศรษฐศาสตร์. 2550. **ผลกระทบทางการเมืองและเศรษฐกิจของนโยบายแทรกแซงราคาลำไย**. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 14 (2): 103-120. [Online: www.journal.eco.ku.ac.th/upload/document/thai/20081105012905.pdf]

เวิร์คพ้อยท์นิวส์. 2562. ทุเรียนไทยครองแชมป์เบอร์ 1 โลก ทำยอดครึ่งปี 62 กว่า 800 ล้านเหรียญสหรัฐฯ. [Online: https://workpointnews.com/2019/08/23/durian-2-1/]

ศรัณยวีร์ คำสี. 2555. **การเพิ่มประสิทธิรูปห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์พริกหวานไฮโดรโปนิคส์เพื่อการส่งออก.** วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (วิศวกรรมอุตสาหการ) คณะวิศวกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศศินภา บุญพิทักษ์ กรณ์ปภพ รัตนวิจิตร และสำราญ ชำโสม. 2559. **การศึกษาและหาแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานผลไม้มังคุดในเขตจันทบุรี.** วารสารวิชาการคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มิถุนายน 2559 หน้าที่ 100 - 115.

ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ประจำสถานกงสุลใหญ่ นครกว่างโจว. **“การส่งออกผลไม้ไทยไปจีน”.** 2562. [Online: www.thaibizchina.com/ต้องการส่งออกผลไมไทยไป]

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2563. **โควิด – 19 ฉุดรั้งส่งออกผลไม้ไทยปี 2563 หดตัว ในขณะที่มาตรการ NTMs ยังคงเป็นความท้าทายในระยะยาว (กระแสทรรศน์ ฉบับที่ 3087).** [Online: https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/z3087.aspx]

ศูนย์วิจัยพืชสวนจังหวัดจันทบุรี. 2560. **ปริมาณล้งที่ได้รับการรับรอง**. [Online: www.tcijthai.com/news/2016/08/scoop/6187]

สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สถาบันวิจัยและพัฒนาเศรษฐกิจการพาณิชย์ และสถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา. 2554. **โครงการศึกษาผลกระทบของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อผู้ประกอบการ SMEs ในสาขาที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย (High Impact Sectors).**

สมเจตน์ พันธุโฆษิต. 2555. เขตการค้าเสรีอาเซี่ยน-จีน: ผลกระทบต่อประเทศไทย (พ.ศ. 2548 - พ.ศ. 2553). **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี**. 4 (2): 40-50.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2553. **โครงการศึกษาแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของสินค้าเกษตร**

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2553. **ข้อมูลพื้นฐานเศรษฐกิจการเกษตร.**

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2561. **ผลการศึกษาธุรกิจผู้ประกอบการลำไยไทย ต่อระบบเศรษฐกิจและการจ้างงาน**. [Online: www.oae.go.th]

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2561. **รายงานปริมาณไม้ผลภาคตะวันออก**. [Online: www.prachachat.net/local-economy/news-143188]

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2561. **สถิติการใช้ที่ดินทั่วราชอาณาจักร พ.ศ. 2548-2556.** [Online: http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries14.html]

สำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 6. 2560. **จำนวนโรงคัดบรรจุผลไม้ในภาคตะวันออก**. ค้นหาเมื่อ 9 กรกฎาคม 2561, จาก https://www.tcijthai.com/news/2016/08/scoop/6187

สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม. 2560. **มูลค่าการส่งออกผักและผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง และผลไม้แห้ง.**

สุทธิศักดิ์ ห่านนิมิตกุลชัย. 2549**. วิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ของโซ่อุปทานสับปะรดกระป๋องในประเทศไทย สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์**. บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

อภิชาต โสภาแดง และคณะ. 2551. **การศึกษาระบบจัดการโซ่อุปทานลำไยสดในประเทศไทย**. ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหการ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อรทัย เอื้อตระกูล. 2559. **การค้าผลไม้ไทย-จีน.** วารสารเคหการเกษตร เดือนกุมภาพันธ์ 2559 หน้าที่ 139 – 144. [Online: www.kehakaset.com/newsactivities_details.php?view_item=256]

Ceic. 2020. **GDP Per Capita**. [Online: www.ceicdata.com/en/indicator/china/gdp-per-capita]

Kramchote, S., V. Srilaong, C. Wong-Aree and S. Kanlayanarat. 2010. **Estimation of Nutrition Quality in Different Leaves of Cabbage. In Proceeding of Asia pacific symposium on Postharvest Research Education and Extension**. August 2-4, 2010. Thailand.

Millionaire Academy. 2561. **เคล็ดลับการค้าขายของคนจีน.** [Online: https://millionaire-academy.com/archives/1777]

Prapaipong, H. and N. Rakariyatham. 1990. **Enzymatic browning in Longan. Microbial Utilization Renewable Resources** 7: 25-427.

Smart SME. 2558. **ชาวจีนเชื่อ ลำใย ผลไม้ดวงตามังกร.** [Online: www.smartsme.co.th/content/12541]

Wannarat Tantrakonnsab and Nattapon Tantrakoonsab. 2018. **Thai Export of Durian to China. Impact of China's Increasing Demand for Agro Produce on Agricultural Production in the Mekong Region.** BRC Research Report Bangkok Research Center, JETRO Bangkok/IDE-JETRO

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก จังหวัดเชียงใหม่
สรุปการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ ก.
วันที่ 3 สิงหาคม 2562
จังหวัดเชียงใหม่

ผู้ให้สัมภาษณ์

1. ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ ก. จังหวัดเชียงใหม่

ผู้สัมภาษณ์

1.	ดร. สุวพร ผาสุก	นักวิจัย
2.	ดร. ชยันต์ พิภพลาภอนันต์	นักวิจัย
3.	นางสาวนิศารัตน์ ดาราวิโรจน์	ผู้ช่วยนักวิจัย

สรุปผลการสัมภาษณ์

เดิมผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ ก. เริ่มทำน้ำผึ้งตั้งแต่ปี 2540 แต่ในปัจจุบันเปลี่ยนมาเป็นการรับซื้อลำไย ซึ่งเปิดมาแล้ว 20 - 30 ปี มีกำลังการผลิต 200,000 - 300,000 กิโลกรัมต่อวันต่อปี การรับซื้อลำไยในช่วงเดือนมิถุนายน - ตุลาคม จะเน้นรับซื้อจากทางภาคเหนือ คือ จังหวัดลำพูนเป็นหลัก ส่วนนอกฤดู ตั้งแต่เดือนตุลาคมเป็นต้นไป จะรับซื้อจากสวนที่ จังหวัดจันทบุรี จังหวัดกำแพงเพชร และจังหวัดเชียงใหม่บ้างเล็กน้อย นอกจากจะทำเกี่ยวกับการรับซื้อลำไย และทำลำไยอบแห้งมากถึงร้อยละ 90 แล้ว ยังทำเกี่ยวกับมะม่วงอบแห้งบ้างเล็กน้อย เช่น พันธุ์แก้วขมิ้น มหาชนก และน้ำดอกไม้ เป็นต้น

การขายผลผลิตจะขายในประเทศเป็นหลัก แต่จะมีลูกค้ารายใหญ่จากชาวจีนเข้ามาซื้อถึงในโรงงาน โดยชาวจีนจะรับซื้อผลผลิตและนำเข้าไปขายในประเทศจีนเอง โดยมาตรฐานที่ชาวจีนจะยอมรับสำหรับผลผลิตของไทยนั้นเน้นที่ขนาดต้องเท่ากัน มีเนื้อและผิวสวย ซึ่งลำไยอบแห้งที่ทำไม่ได้ผ่านมาตราฐานอย. (องค์การอาหารและยา) เนื่องจากไม่จำเป็น การกำหนดราคาจะกำหนดราคาเอง โดยอิงจากราคาที่รับซื้อลำไยสดกับราคาตลาด ซึ่งเมื่อสัมภาษณ์ว่ารัฐบาลได้มีการช่วยเหลืออะไรเพิ่มเติมหรือไม่ ได้คำตอบว่ารัฐบาลปัจจุบันไม่มีการช่วยเหลืออะไรเพิ่มเติมเลย ซึ่งต่างจากรัฐบาลก่อนหน้าที่มีการรับซื้อผลผลิตในราคาสูง มีการชดเชยดอกเบี้ย ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุจ่ายดอกเบี้ยที่ถูกลง

สถานการณ์การปลูกลำไยในประเทศจีน พบว่าจีนพยายามปลูกลำไยทางตอนใต้ของประเทศ เช่น มณฑลกวางตุ้ง กวางซี เซียนเซียน เป็นต้น แต่เนื่องจากภูมิอากาศที่ต่างจากบ้านเรา คือ มีอากาศหนาวเย็นกว่า ทำให้ต้นลำไยไม่ติดผล การนำลำไยไปขายที่จีน โดยรับซื้อที่หน้าสวน 33 บาท หลังจากนั้นจะนำไปผ่านขั้นตอนการอบ โดยลำไยสด 3 กิโลกรัมจะได้ 1 กิโลกรัมของลำไยแห้ง ซึ่งเมื่อรวมกับค่าแรงและค่ากล่องที่ใช้แพ็คบรรจุ (เพิ่ม 15 บาท) แล้วจะเป็น 120 บาท ต่อกล่อง ค่าขนส่ง 12 บาทต่อกิโลกรัม (1 กล่องมี 10 กิโลกรัม) ซึ่งเมื่อถึงประเทศจีนจะคิดเป็นราคาเงินไทยประมาณ 300 บาท

ภาคผนวก ก จังหวัดเชียงใหม่
สรุปการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ ข.
วันที่ 3 สิงหาคม 2562
จังหวัดเชียงใหม่

ผู้ให้สัมภาษณ์

1. ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ ข. จังหวัดเชียงใหม่

ผู้สัมภาษณ์

1. ผศ.ดร. กนกวรรณ จันทร์เจริญชัย	นักวิจัย
2. ผศ.ดร. วุฒิยา สาหร่ายทอง	นักวิจัย
3. นางสาวเมรดี อินอ่อน	ผู้ช่วยนักวิจัย

สรุปผลการสัมภาษณ์

ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ ข. เริ่มทำโรงคัดบรรจุลำไยตั้งแต่ปี 2560 โดยใช้เวียงหนองล่องเป็นศูนย์กลาง โดยเน้นทำเฉพาะลำไยสด ซึ่งโรงคัดบรรจุของคุณติงเหวยจะทำเฉพาะการรวบรวมลำไยเพื่อส่งต่อให้ลูกค้าที่มารับลำไยเท่านั้น แต่จะไม่ได้ส่งขายเอง เพราะมีปัญหาเรื่องการติดเครดิตยาวของลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวจีน เช่น การนำสินค้าไปขายก่อนค่อยให้เงินทีหลัง เรื่องนี้ทำให้เกิดปัญหามีเงินหมุนเวียนไม่พอได้ จึงทำเพียงแค่การรวบรวมลำไยมาไว้เท่านั้น โดยลำไยสดที่ได้จะนำมารมกำมะถันเพื่อไล่แมลง ทำให้เปลือกสวยและช่วยให้เปลือกของลำไยสามารถรักษาน้ำหนักได้ดีขึ้น

ปัญหาที่พบที่สำคัญของเกษตรกรจากที่ผู้ประกอบการฯ เล่า ได้แก่ ปัญหาการติดท๊อป ซึ่งเกิดจากเชื้อไวรัสชนิดหนึ่งที่มีการแพร่ระบาดเร็วมาก ปัญหาภูมิอากาศเปลี่ยนแปลงทำให้น้ำหนักลำไยไม่ได้ตามต้องการ ซึ่งปัญหาต่างๆ เหล่านี้จะส่งผลกับกับผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุ เพราะเมื่อตกลงเหมาสวนกับเกษตรกร มีการจ่ายเงินมัดจำแล้วนั้น เกษตรกรทิ้งต้นลำไยที่ปลูก ไม่ดูแลสวน ทำให้ไม่ได้ผลผลิตตามที่ต้องการ คือ ได้น้อยกว่าที่ตกลงกันได้ ทำให้เกิดปัญหาต่อผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุ อีกทั้งเวลาที่ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุต้องขายผลผลิตให้ได้ภายในห้าทุ่ม ทำให้ต้องเร่งหาผลผลิตจากสวนในหลาย ๆ เจ้า เพราะถ้ายังขายไม่ได้ในเวลาดังกล่าว ผู้รับซื้อในขั้นต่อไปจะคิดว่าเป็นผลผลิตที่ตกไซส์ ทำให้ขายไม่ออก โดยตอนนี้มือซื้อ (ผู้รับซื้อขั้นต่อไป) จะเลือกผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุที่จริงใจ ทำให้โรงคัดบรรจุเองก็ต้องมีผลผลิตที่ได้มาตรฐานและมีคุณภาพ และรวมถึงการใช้สารเร่งโตในสวนของเกษตรกรบางราย

เมื่อสอบถามถึงความนโยบาย ผู้ประกอบการฯ ได้เล่าถึงการซื้อขายใบ GAP และ GMP โดยเล่าว่าเกษตรกรขายใบ GAP แยกกับการขายลำไย เพราะข้อกำหนดของใบ GAP ที่ต้องใช้ใบเดียว แต่เกษตรกรบางรายมีสวนไม่ถึงไร่ ได้ผลผลิตไม่เต็มความจุรถบรรจุ ทำให้ต้องใช้ผลผลิตจากเกษตรกรหลายเจ้า ดังนั้นจึงต้องซื้อใบ GAP ของเกษตรกรรายใหญ่ (โดยไม่จำเป็นต้องซื้อผลผลิตจากเขาก็ได้) ข้อจำกัดส่วนนี้ทำให้เกิดการซื้อขายใบ GAP แยกกับการรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร

การนำลำไยไปขายในจีน โดยแบ่งเป็นสองช่วง คือ ช่วงก่อนปี 2555 และช่วงหลังปี 2555 ซึ่งช่วงก่อนปี 2555 เมื่อขายลำไยจะได้รับกำไรมากถึง 150,000 - 300,000 หยวน แต่หลังจากปี 2555 กลับไม่ได้กำไรแถมบางทีมีขาดทุน และพบว่าลำไยจีนขายแพงกว่า 5 - 10 หยวนต่อ 1 ตะกร้า (1 ตะกร้ามี 11.5 กิโลกรัม)

ภาคผนวก ก จังหวัดเชียงใหม่
สรุปการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ ค.
วันที่ 3 สิงหาคม 2562
จังหวัดลำพูน

ผู้ให้สัมภาษณ์

1. ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ ค. จังหวัดเชียงใหม่

ผู้สัมภาษณ์

1. ผศ.ดร. กัมปนาท เพ็ญสุภา หัวหน้าโครงการย่อย 1
2. นางสาวสุปรียา แซ่ลี้ ผู้ช่วยนักวิจัย

สรุปผลการสัมภาษณ์ (อบ/ แปรรูปเพียงอย่างเดียว ซึ่งเป็นลำไยเนื้อสีทองกับเป็นเม็ด)

ตลาดลำไยเนื้อทองในอดีตค่อนข้างขายดี แต่เมื่อตลาดจีนเข้ามาทำให้การขายลดลง เมื่อก่อนชาวจีนจะใช้วิธีในการเข้ามาเยี่ยมชมและติดต่อซื้อลำไยจากโรงคัดบรรจุไทยแต่ด้วยการสื่อสารที่ยังไม่สามารถพูดไทยได้ ซึ่งใช้เป็นภาษาอังกฤษ และภาษาจีนที่ล่ามในการแปล แต่ปัจจุบันพ่อค้าชาวจีนสามารถสื่อสารภาษาไทยได้หมด โดยเมื่อก่อนที่คนจีนยังไม่เข้ามาประกอบธุรกิจโรงคัดบรรจุการซื้อมักจะเข้ามาติดต่อและให้ราคารวมถึงมีการแย่งซื้อขายลำไยจากผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุไทย แต่ในช่วง 3 - 5 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี 2557 กลุ่มพ่อค้าชาวจีนเริ่มเข้ามาเปิดกิจการโรงคัดบรรจุผลไม้ด้วยตัวเอง และใช้ลักษณะนอมินี (Nominee) และเป็นคนกำหนดราคาด้วยการดีดราคาลำไยขึ้นให้สูงเพื่อให้เกษตรกรไปส่งลำไยที่โรงคัดบรรจุชาวจีน จนกลายเป็นผู้ที่ถือครองตลาด ส่งผลให้พ่อค้าคนกลางคนไทยอยู่ในธุรกิจไม่รอดและประสบปัญหาขาดลำไยไม่มีลำไยในการส่งขาย และเมื่อประมาณ 3 ปีที่แล้ว

ในช่วงปี 2559 โรงคัดบรรจุชาวจีนเริ่มมีเครือข่ายต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น ซึ่งมาจากผลจากการถือตลาดจนกระทั่งกลายมาเป็นผู้กำหนดราคาลำไยในตลาด จากที่เคยให้ราคาสูงก็ปรับเปลี่ยนมาเป็นการกดราคาในตลาดให้ลดลงจนกระทั่งส่งผลกระทบต่อโรงคัดบรรจุชาวไทย เพราะโรงคัดบรรจุชาวไทยไม่สามารถปรับตัวได้เรื่องจากไม่ได้มีตลาดในการส่งออกด้วยตนเอง และเมื่อทางจีนเข้ามาเปิดกิจการด้วยตนเองก็เป็นผู้ที่ทราบราคาปลายทางและสามารถกำหนดราคาเองได้ ก่อนหน้าที่พ่อค้าจีนจะเข้ามาโรงคัดบรรจุชาวไทยที่เคยทำมาก่อนที่จีนจะเข้ามาก็เป็นการส่งลำไยไปที่จีนเป็นหลัก ซึ่งผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุชาวไทยมองว่ารัฐบาลไทยดำเนินการแก้ไขล่าช้า ซึ่งได้เคยเข้าไปพูดคุยกับหน่วยงาน ธกส. ถึงมาตรการการช่วยเหลือและการสนับสนุนผู้ประกอบการไทย ซึ่งปัจจุบันปัญหาคือคนจีนเป็นคนกำหนดราคาตลาด และไทยไม่มีเครือข่ายสหกรณ์ในการช่วยเหลือ โดยปัญหาที่เกิดขึ้นมาจาก 2 ทาง ทั้งจีนและทางไทย ซึ่งปัญหาจากทางไทยก็ขาดการสนับสนุน และจากจีนที่เข้ามาก็ไม่มีหน่วยงานหรือบุคคลใดป้องกัน ซึ่งปัญหาที่เกิดจากภายในของโรงคัดบรรจุชาวไทยเกิดจากจุดรับซื้อมีเยอะขึ้น เกิดการแข่งขันกันเองเพราะแต่ละสถานประกอบการของคนไทยนั้นอยากได้ของทำให้ต้นทุนมันสูงขึ้นรวมทั้งราคาลำไยดีดตัวขึ้น พอต้นทุนสูงขึ้นผู้แปรรูปมารับสินค้าก็จะมีต้นทุนที่สูงขึ้นตามด้วย ประกอบกับต้นทุนในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องสูงขึ้นตามไปด้วย เช่น ค่าไฟ ค่าแก๊สหุงต้ม ที่ใช้ในการ

ประกอบการแปรรูป เป็นต้น เมื่อก่อนการแปรรูปลำไยจะใช้เป็น แก๊ส ฟืน และไอน้ำ ก่อนที่จะมีการเปลี่ยน ซึ่งต้นทุนหลัก ๆ ของผู้แปรรูป คือ แก๊สหุงต้ม เมื่อแก๊สขึ้นราคาส่งผลอย่างมากต่อโรงคัดบรรจุชาวไทยซึ่งทำให้ขาดทุนเป็นหลักล้าน โดยขาดการดูแลและราคาแก๊สหุงต้มสูง เมื่อต้นทุนสูงขึ้นผู้ที่มาซื้อก็กดราคาลำไยให้ลดลง

เหตุที่เกิดขึ้นนี้ โรงคัดบรรจุชาวไทยส่วนใหญ่ไม่มีใครได้เตรียมตัวกับปัญหานี้ไว้เลย ซึ่งมากจากผู้ประกอบการชาวไทยไม่ได้มีการศึกษาที่ดี มีมีการเตรียมตัว ไม่มีข้อมูล โดยผู้ประกอบการชาวไทยส่วนใหญ่แข่งขันกันเองเพราะทุกคนอย่างได้ของเนื่องจากต้องรับลำไยมาและขายออกไป พอเกิดการส่งต่อกันเองคนที่รับลำไยต่อต้องแบกรับลำไยด้วยต้นทุนที่สูงขึ้น ซึ่งมาจากการที่เราเองไม่สามารถกำหนดราคาเองได้ แต่ในช่วงที่ดีคือในช่วง 7 - 8 ปีที่แล้ว ปี 2553 ซึ่งรัฐบาลเข้ามาทำการซื้อขายเป็นตลาดแก่ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุไทย และไม่พบปัญหาแบบปัจจุบันที่เป็น ผู้ประกอบการมองว่าที่ลำไยมีปัญหาอย่างทุกวันนี้ คือ ผู้ประกอบการชาวไทยเป็นธุรกิจที่เข้ายากเพราะมีผู้มีอำนาจคนไทยเยอะ หน่วยงานรัฐจะดำเนินการหรือช่วยเหลือได้ยาก แต่ปัจจุบันผู้มีอำนาจหลงเหลือน้อยและมีผู้ประกอบการจีนเข้ามาทดแทน ซึ่งจีนในปีแรกๆ ที่เข้ามานั้นจีนอยากได้แค่ลำไยกับเครือข่าย ซึ่งทางจีนยอมขาดทุนในช่วยแรกซึ่งบางครั้งอาจจะได้กำไรน้อยมาก ซึ่งเมื่อได้เครือข่ายแล้วจีนเลยเข้าสู่การเป็นผู้กำหนดกลไกราคาตลาดลำไย โดยทางจีนใช้เวลา 5 ปี ในการเข้ามาของธุรกิจโรงคัดบรรจุผลไม้ ซึ่งในช่วง 1 - 2 ปีแรก ยังไม่งผลกระทบกับผู้ประกอบการไทยมาก อาจเนื่องมาจากกลยุทธ์ที่ล้งจีนได้วางเอาไว้ ทางออกสำหรับผู้ประกอบการไทยมองว่า มี 2 ด้าน ทางด้าน ภายในประเทศ และปัจจัยจากประเทศข้างนอก ดังนั้น 1) ภายในประเทศ คนที่ตั้งราคาควรต้องมีสหกรณ์หรือหน่วยงานกลางของภาครัฐเข้ามาช่วยโดยเป็นการกำหนดราคาที่เป็นมาตรฐานของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุชาวไทย โดยรายอื่นไม่สามารถกำหนดราคาให้กระโดดมากว่าหรือตัดราคาซึ่งกัน เพื่อป้องกันการแย่งสินค้ากันที่ราคา ซึ่งอดีตเคยทำและประสบความสำเร็จแล้วเมื่อประมาณ 7 ปีที่แล้ว เป็นลักษณะรัฐบาลจะเข้ามาซื้อคนจีนก็จะไม่ได้ของ เพราะมองว่าอยู่กับรัฐบาลราคาแพง ชาวจีนก็จะมาซื้อที่ผู้ประกอบการชาวไทยอีกทางเป็นผลต่อเกษตรกรก็จะได้ราคาผลผลิตดี แต่ที่หายไปเหตุผลจากผู้มีอำนาจเข้ามาคอรัปชั่น

ซึ่งรัฐบาลในปัจจุบันควรจะปกป้องผลผลิต เกษตรกรตั้งคำถามว่าทำไมคนจีนถึงเข้ามาประกอบการธุรกิจโรงคัดลำไยได้ อย่างที่รู้ชัดคือการเข้ามาแต่งงานกับคนไทยและจะสามารถประกอบธุรกิจได้ 2) ภายนอกรัฐบาลควรมีมาตรการป้องกันทั้งที่เป็นลักษณะนอมินีก็ตาม เพราะหน่วยงานรัฐก็ทราบดีอยู่แล้วว่ามีชาวจีนเข้ามาได้รูปแบบไหนควรป้องกันอาจเป็นลักษณะที่ให้ซึ่งโรงคัดบรรจุชาวจีนในปัจจุบันแต่ก่อนก็คือพ่อค้าที่มาซื้อลำไยกับโรงคัดบรรจุชาวไทย สำหรับกู้ประกอบที่เป็นในแบบนอมินีดำเนินธุรกิจยาก และยึดคนไทยเป็นหลักโดยคนไทยต้องได้ประโยชน์ ไม่ให้จีนสามารถทำได้เองตามลำพัง ถ้ารัฐการตลาดที่ดีให้ทางจีนมาสั่งซื้อกับรัฐบาลไทยโดยไม่ต้องมาลงทุนสร้างในไทย รัฐบาลไทยทำตัวเป็นลักษณะ Trading ซื้อมาขายไป เป็นต้น อีกส่วนคือการส่งออกลำไยไทยไปจีนผู้ส่งออกต้องมีใบด้านการเกษตร แต่สำหรับผู้ประกอบการไทยไม่ได้เป็นผู้ที่ส่งลำไยออกเองโดยตรง แต่เป็นทางผ่าน ดังนั้นการรับซื้อลำไยจากเกษตรกรสามารถซื้อได้ทุกสวนหรือไม่จำเป็นต้องเป็นสวนที่มี GAP ก็ได้ แล้วสำหรับโรงคัดบรรจุไทยที่เป็นรายใหญ่ ๆ ก็ไม่ได้ส่งออกเองก็จะเป็นออร์เดอร์จากจีนเข้ามารับซื้อ โรงคัดบรรจุชาวไทยส่วนใหญ่ในพื้นที่ไม่มี GMP แต่การดำเนินกิจการจะมีเกษตรจังหวัดมาสุ่มตรวจว่าลำไยนั้นมีสารปนเปื้อนหรือป่าว และผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุจะมีการดำเนินการหลายลักษณะ อย่างที่โกดังนี้จะเป็นแบบแปรรูป และบางที่ก็เป็นลำไยสดที่ต้องมีการรมควัน สำหรับการส่งออกจะเป็นลำไยอบแห้ง ตลาดส่งออกจะมีทั้งจีนเป็นส่วนใหญ่ มีส่งออกเวียดนามแต่ถ้าต้องส่งออกก็ต้องมีตลาดด้วยตนเอง หรับผู้ประกอบการไทยนั้นการดำเนินการต้นทุนสูงต้องใช้เงินราว ๆ 20 - 30 ล้าน เป็นเงินหมุนเวียน

ซึ่งการซื้อเข้าลำไยต่อมีเงินที่หมุนเวียนเป็น 1,000,000 กว่าบาท พอคนจีนเข้ามาควบคุมธุรกิจเริ่มขาดทุนและไปไม่รอด และคนจีนสามารถกำหนดราคาเองได้ว่าต้องการซื้อจำนวนเท่าไหร่ 10 - 30 บาท ก็ได้ และเกษตรกรที่เป็นลูกค้าของพ่อค้าจีนก็ต้องวขายให้ตามราคาที่กำหนดมาแล้ว การค้าขายคนไทยกับคนจีนแตกต่างกัน แต่ทำให้ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุไทยเริ่มไปค้าขายกับจีนเพราะคนจีนจ่ายเงินสดตลอดรวมถึงเมื่อจะรับสินค้าออกไปจะจ่ายตังตามจำนวนตู้ลำไยที่สั่งทุกครั้ง ทำให้โรงคัดบรรจุชาวไทยหลุดเครือข่ายกับคนไทย แต่พ่อค้าจีนค่อนข้างมีเร่เหลี่ยมทางการค้าค่อยข้างสูง แต่สำหรับคนไทยกันเองจะมีการซื้อขายที่จ่ายเงินช้า บางครั้งมีการโกงไม่จ่ายเงินอีกด้วยแต่การค้าไทยสำหรับคนไทยด้วยกันเองใช้เป็นความเชื่อใจและไม่ทำสัญญาการซื้อขายกันเลย

สำหรับการขายกับชาวจีนคือ ถ้าเค้ามาสั่งลำไยสินค้าต้องได้เลย ปัจจุบันที่แย่มาก ๆ เพราะเครือข่ายชาวจีนเริ่มมีจำนวนมากทางพ่อค้าจีนมากำหนดและคุมราคาไทย สำหรับการอยู่รอดของโรงคัดบรรจุชาวไทยถ้ารัฐบาลมีการวางแผน เช่น ในช่วงที่แก๊สหุงต้มราคาขึ้นสูง จาก 500 เป็น 1,000 บาท ซึ่งเป็นต้นทุนหลักทำให้ผู้ประกอบการล้มเป็นจำนวนมาก ซึ่งทางรัฐบาลไม่มีการบอกข่าวแก่ประชาชนว่าราคาแก๊สหุงต้มจะปรับตัวขึ้นสูง ซึ่งมาจากทางผู้ประกอบการชาวไทยไม่ทันได้ตั้งตัวมาก่อน ซึ่งทำให้ต้นทุนสูงพ่อค้าชาวจีนกดราคารับซื้อทำให้โรงคัดบรรจุชาวที่ที่อยู่ตรงกลางได้รับผลกระทบอย่างหนัก เพราะการปรับตัวเปลี่ยนระบบต้องใช้เวลา เช่น จากระบบแก๊ส เป็นระบบฝืนหรือไอน้ำ พ่อค้าชาวจีนที่มาซื้อลำไยจากไทยส่วนมาที่มาจะมาในช่วงเวลาเดียวกันและพักในสถานที่เดียวกันเป็นส่วนมาก ซึ่งมองว่าอาจจะรู้จักกันอยู่แล้วไม่น่าจะแข่งขันในการซื้อลำไย ซึ่งคนจีนเวลามาซื้อลำไยในแต่ละครั้งใช้เงินจำนวนหลายล้าน และต้องมีการเก็บลำไยซึ่งต้องเช่าตู้เก็บห้องเย็นเสียค่าเก็บกิโลละ 70 - 80 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งหากต้องการให้ผู้ประกอบการไทยอยู่รอดคนไทยต้องมีตลาด รัฐบาลต้องทำงานเชิงรุกและควรหาตลาดให้ผู้ประกอบการ เหมือนกับรัฐบาลชุดก่อนเมื่อ 8 ปีที่แล้วเพื่อให้ผู้ประกอบการไทยและเกษตรกรสามารถอยู่ได้ เพื่อให้มีออร์เดอร์สั่งลำไยโดยผ่านรัฐบาลเป็นตัวกลางในการติดต่อกับตลาดต่างประเทศ ปัญหาก่อนที่พ่อค้าชาวจีนเข้ามาจะเป็นปัญหาคอรัปชั่นซึ่งจะเป็นปัญหาคนละแบบกับปัจจุบัน แต่ปัญหาคอรัปชั่นนั้นคือคนไทยทำกันเอง ผู้ประกอบการชาวไทยก็สามารถอยู่ได้ แต่ปัจจุบันผู้ประกอบการไทยอยู่ยากมากขึ้นและค่อย ๆ ล้ม หายไป การที่พ่อค้าชาวจีนมาอยู่ที่ไทยไม่ได้เป็นการขยายตลาดแต่เป็นลักษณะการตัดวงจรคือคนที่ซื้อมาอยู่ในพื้นที่เอง

หน่วยงานภาครัฐควรต้องควบคุมพ่อค้าจีนที่มาอยู่ในไทย หรือเป็นการทำในลักษณะ Backward ว่าปีนี้รัฐบาลจะกำหนดราคาลำไยเท่าไหร่ ราคาแต่ละขนาดเป็นเท่าไหร่ เพื่อที่ผู้ประกอบการจะได้รู้ว่าราคาต้นทางเป็นเท่าไหร่ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดราคาลำไยอบแห้งว่าควรเป็นเท่าไหร่ เพื่อไม่ให้เกิดการผูกขาดและแข่งขันกันเอง ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นคือ ผู้ซื้อไม่รู้ราคา พ่อค้าจีนมาผูกขาดตลาด ต้องตามราคาของพ่อค้าจีนที่เปลี่ยนแปลงในทุกวัน อีกทั้งข้อมูลที่มาจากรัฐบาลเป็นข้อมูลไม่ถูกต้อง พอถึงหน้าฤดูลำไยไม่ได้เป็นไปตามข้อมูลของรัฐบาล ผู้ประกอบชาวไทยเคยคุยกับทาง ธกส. ถึงหนี้สินที่ขาดทุนสะสมมาเป็นเวลา 2 - 3 ปี แต่ก็ไม่มีการพักหนี้ หยุดดอกเบี้ย หรือแก้ไขหาทางออกให้ ไม่มีมาตรการเข้ามาช่วยเหลือ ซึ่ง ธกส. เองเป็นหน่วยงานที่ใกล้ชิดกับประชาชนที่สุดแต่ไม่มีการช่วยเหลือและบอกไม่ใช่หน้าที่ในการช่วย แต่กลับเสนอมาว่าจะแก้ก็เป็นใน 2 ทางให้เกิดการลดหย่อนได้ คือ 1) ประท้วง คล้ายๆ ที่เทข้าว 2) สส. ต้องเข้าไปคุยในสภา ซึ่งผู้ประกอบการมองว่าใน 5 ปีที่ผ่านมา 2 สิ่งที่ ธกส. เสนอมาเป็นสิ่งที่ไม่สามารถทำได้ ซึ่งทุกอย่างแย่ลงมาเรื่อย ๆ เพราะรัฐบาลไม่ทำอะไรเลยซึ่งแย่กว่าช่วงที่เกิดคอรัปชั่นในอดีต สำหรับทุเรียนที่มองเริ่มคล้ายๆ กับลำไย เพราะจีนเริ่มเข้าสวนและเข้าโรงคัดบรรจุ ซึ่งเป็นลักษณะการเข้ามาที่คล้ายกับและทำสัญญาก่อนซื้อขาย

ในลักษณะคล้าย ๆ กับช่วงแรกของลำไย เช่น มาบอกราคาก่อนว่าจะซื้อเท่าไหร่ เช่น AA 120 บาท A 80 บาท B 50 บาท เป็นต้น แต่ถ้ามีการบอกราคา จำนวนออร์เดอร์มาก่อนผู้ประกอบการจะได้รู้ว่าควรจะรับซื้อราคาเท่าไหร่ ปริมาณของควรเป็นเท่าไหร่ ส่วนนี้เป็นกรณีที่คนจีนเข้ามาในช่วงแรก ตั้งแต่ คสช. เข้ามาเป็นช่วงเวลาพอดีที่ผู้ประกอบการทยอยเริ่มล้มและปิดกิจการเป็นหนี้สิน ไม่แน่ใจว่าเหตุผลมาจากอะไรหรืออาจจะเป็นกลไกตลาดที่หายไป นอกจากลำไย ก็ไม่มีผลไม้อื่นในลำพูนที่ได้ผลกระทบหนัก

สำหรับผู้ประกอบการไทยการทำลำไยในปัจจุบันเป็นการทำไว้ก่อนแล้ววัดดวงว่าจะสามารถขายได้หรือไม่ ลำไยจะมีแบบที่เป็นเนื้อสีทอง (แกะเปลือกอบแล้วเอาเม็ดออก) กับอบที่เป็นลูกทั้งเปลือก (ลำไยสดแต่แห้ง) ในส่วนที่คนไทยเห็นจะเป็นเนื้อสีทอง แต่อบทั้งลูกซึ่งส่วนใหญ่จะส่งออกไปต่างประเทศหมด ลำไยเนื้อสีทองมีน้ำหนักประมาณ 10 กิโลกรัม พอเป็นลำไยเนื้อทองจะเหลือราคาแค่ 35 - 37 บาท ลำไยเนื้อสีทองขายได้ง่ายกว่าเพราะคนไทยกินมีตลาดรองรับ ลำไยขนาดใหญ่รสชาติดีส่วนมากส่งออกไปเพราะตีเกรดออก ตลาดส่งออกที่มีเพิ่มคือ อินโดนีเซีย และ มาเลเซีย ซึ่งจะเป็นเกรดที่ไม่ชอบสีเหลือเกรดจะต่ำกว่าชอบสีคล้ำ ๆ ถ้าเป็นจีนจะเป็นสีทองเหลือง ๆ ลูกใหญ่ รวมถึงมีที่ออสเตรเลียแต่เป็นตลาดเล็ก ๆ ถ้ามีราคาประกันจะช่วยให้ผู้ประกอบการไทยอยู่รอด และอาจบอกถึงการคาดการณ์จำนวนผลผลิตในแต่ละปีว่ามีปริมาณเป็นเท่าไหร่ ซึ่งผู้ประกอบการไทยมีเงินทุนที่น้อยกว่าชาวจีนทำนวนมากทำให้แข่งขันกับจีนได้ยากมาก และไม่ทราบผลผลิตว่าในแต่ละปีมีจำนวนมากน้อยขาดไหน หากทราบว่ามีจำนวนมากจะได้รู้ว่าไม่ควรรับซื้อลำไยแพง ปัจจุบันไม่มีคนจีนเข้ามาซื้อในสวนหรือว่าตามโรงคัดบรรจุชาวไทยแล้ว

รวมทั้งที่โกดังขาดทุนมา 5 ปีแล้วจึงทำให้ปีนี้หยุดทำไปก่อน ในความคิดคิดว่าตลาดจีนไม่อิ่มตัวกับลำไยเพราะว่าลำไยคือผลไม้มงคลมีความหมายเป็นตามังกรในการไหว้เจ้า และใส่อาหาร เป็นผลไม่ความเชื่อเป็นสมุนไพรและเป็นยาในช่วงหน้าหนาวของจีนจะเป็นช่วงที่ขายดีมากเพราะมีความต้องการสูง ซึ่งแตกต่างจากทุเรียน เงาะ ที่เป็นผลไม้ตามเทรนนิยมของความอร่อย ค่อนข้างน่ากลัว หน่วยงานรัฐควรจะดำเนินการเพราะผู้ประกอบล้มขาดทุนกันเป็นจำนวนมาก แต่หน่วยงานรัฐยังไม่มีการเข้ามาแก้ไข การทำตลาดในไทยตลาดพรีเมียม ซึ่งเคยจะทำแปรรูป และได้ติดต่อไปหน่วยงานรัฐเพื่อสอบถามข้อมูลและขอความรู้ขั้นตอนการดำเนินการ หน่วยงานรัฐก็ไม่ให้ความร่วมมือผลักงานไปหน่วยงานอื่นและก็ไม่สามารถหาข้อสรุปของผู้ที่ดำเนินการเป็นหลัก จนทำให้ความคิดจะทำล้มไป การส่งเข้าตลาดโมเดิร์นเทรดก็จะมีสหกรณ์ที่ทำอยู่แล้ว ลำไยปริมาณการผลิตที่ออกมาเป็นฤดูออกมาแต่ละครั้งจำนวนมากจึงจะควบคุมได้ยากในการเข้าตลาดโมเดิร์นเทรด ผู้ประกอบการไทยเคยทำ GAP แต่หน่วยงานรัฐก็ไม่ได้ช่วยเหลืออะไร เลยเลิกทำอีกทั้งเสียเวลาไปประชุมแต่ไม่มีการช่วยเหลือ ผู้ประกอบการไทยไม่เคยส่งตรงไปจีนไม่ค่อยมีความรู้ว่าถ้าส่งออกต้องมีใบรับรองและต้องทำ GAP GMP เท่าที่รู้โรงคัดบรรจุชาวจีนมีรถคอนเทรนเนอร์ของตัวเองเวลาส่งออกไปส่งของที่เชียงราย ล่องเรือเข้าจีนทางเชียงแสน บางบริษัทเข้า กทม. ไปเปลี่ยนห้องเย็นและลงเรือ เส้นทางแล้วแต่บริษัท ด้านการเกษตรโดยเฉพาะที่ส่งต่างประเทศควรจะมีกองทุน ลำไยสามารถปลูกได้ทุกที่แต่คุณภาพความโดดเด่นแตกต่างกัน แรงงานถือเป็นปัญหาในอดีตใช้แรงงานต่างด้าว และแรงงานไทยชาวเขา ซึ่งแรงงานต่างด้าวจ้างได้ตามจำนวนโควตาเป็นจำนวน 30 คน จ้างประจำ ตอนต่อคิวเพื่อลงทะเบียนจ้างและลงทะเบียนต่างด้าว ได้เพียงวันละ 50 คน และต่อเสียเงินค่าต่อคิวคนละ 700 บาท

ซึ่งทางผู้ประกอบการทำตามระเบียบทุกอย่างแต่รัฐบาลก็ยังมาจับจนต้องขึ้นศาล แรงงานก็โดนส่งกลับ เกิดความสงสัยว่าทั้งที่ทำถูกทุกขั้นตอนตามระเบียบแต่ยังคงโดนจับและขึ้นศาลอีก ค่าจ้างคนอบได้วัน

ละ 1,000 บาทต่อวัน กินอาหาร 3 มื้อฟรี มีที่พัก เริ่มงานแล้วแต่หน้าที่เสร็จแล้วแต่ช่วงถ้ามีลำไยจำนวนมากก็จะเลิกดึก และให้โอทีด้วย แรงงานคนไทยในพื้นราบไม่มี ยาเสพติดเข้ามาในหมู่บ้านจำนวนมากส่งผลให้ไม่มีแรงงานในพื้นราบในโรงคัดบรรจุ หากโรงคัดบรรจุชาวไทยยังประกอบการได้ดีจะช่วยกระ จายรายได้เพราะลำไยเนื้อสีทองที่ต้องแปรรูปต้องอาศัยแรงงานคน คนสูงอายุ 20 - 30 คนสามารถเอาเวลาว่างมาทำได้ และจ้างงานเป็นจำนวน 100 คนขึ้น แรงงานในหมู่บ้านและระแวก ๆ หลายหมู่บ้าน เพราะต้องใช้จำนวนคนเยอะพอถึงเวลาก็จะไปยกตะกร้าไปวางและยกที่แกะเสร็จกลับมา และนำกลับมาอบ และเอาไปส่งโรงคัดบรรจุชาวจีน ซึ่งมองว่าถ้ามีส่วนกลางเป็นคนไทยรับซื้อจะดีมากกว่า ให้ส่วนการให้ราคาคนแกะจะให้ตามน้ำหนักที่คว้านแก้เอาเปลือกเอาเม็ดออกได้ราคา AA 6 บาท A 8 บาท และ B 10 บาท ที่ B ได้ราคามากกว่าเพราะแกะยากกว่าขนาดเล็ก งานลักษณะนี้ชาวบ้านระแวกนี้ไม่สามารถทำกับโรงคัดบรรจุจีนไม่ได้เนื่องจากอยู่ไกล โรงคัดบรรจุจีนไม่คว้านไม่ทำ ถ้าต้องการจะซื้อในลักษณะกดราคา ที่ทำจะทำแค่อบกับผลสด และใช้แรงงานหรือพนักงานจากจีนกันเองเข้ามาดำเนินการในไทยได้เอง และในส่วนเนื้อทองไม่ทำเพราะเครื่องแกะที่ชาวจีนพยายามพัฒนาไม่เหมาะเท่ากับฝีมือคน ในส่วนของโกดังสร้างมาเป็นระยะแบบดั้งเดิมเป็นเตาอบ แบบใหม่ 5 ปี เป็นไอน้ำ ที่ขยายเพราะในช่วงแรกได้เงิน พอขยายก็พลาดเพราะตลาดเริ่มเปลี่ยนเป็นการควบคุมของโรงคัดบรรจุจีน ลูกค้าที่มารับซื้อถึงที่คือเชื่อมั่นในความสะอาด ได้มาตรฐาน ร้านขายของฝาก เป็นต้น

ภาคผนวก ก จังหวัดเชียงใหม่
สรุปการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ ง.
วันที่ 3 สิงหาคม 2562
จังหวัดเชียงใหม่

ผู้ให้สัมภาษณ์

1. ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ ง. จังหวัดเชียงใหม่

ผู้สัมภาษณ์

1. ดร. ชยันต์ พิภพลาภอนันต์	นักวิจัย
2. ดร. สุวพร ผาสุก	นักวิจัย
3. นางสาวสุปรียา แซ่ลี้	ผู้ช่วยนักวิจัย

สรุปผลการสัมภาษณ์ (แปรรูปแบบไอน้ำ และซื้อสดเป็นบางส่วน)

อบลำไยทั้งเม็ดทั้งเปลือกใช้เวลาในการอบ 2 วัน 40 ชั่วโมง ส่งออกผ่านผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุชาวจีน (ล้งใหญ่) โรงคัดบรรจุไทยที่เป็นลักษณะนอมินีบางส่วน และส่งออกเวียดนามด้วยตนเอง ลำไยผลสดต้องผ่านการอบกำมะถันหรือซัลเฟอร์ ใช้เวลา 1 ชั่วโมงเพื่อให้เปลี่ยนสี ในกรณีที่เป็นตลาดจีนต้องอบ แต่ถ้าส่งออกเวียดนามไม่ต้องอบ การหาตลาดเวียดนามจะมีพ่อค้าชาวเวียดนามมาติดต่อให้ส่งลำไยและทางบริษัทมีรถคอนเทรนเนอร์เพื่อส่งลำไยเองอยู่แล้ว รวมทั้งมีสวนลำไยเป็นของตัวเอง ชาวเวียดนามกับชาวอินโดนีเซียเข้ามาซื้อลำไยที่ไทยอยู่จำนวนหนึ่ง เข้าเหมาสวนเองและเอาขึ้นรถไปเองโดยไม่ผ่านใครเลย ไม่ผ่านโรงคัดบรรจุทั้งชาวไทยและชาวจีน พ่อค้าเวียดนามจะเข้ามาช่วงตลาดเงียบ ๆ และราคาลำไยเริ่มถูกลงแล้ว เพราะเวียดนามจะชอบของถูกและขายง่าย เวียดนามไม่น่ากังวลเท่าจีนเพราะทุนน้อยกว่าจีนมาก ชาวเวียดนามซื้อขายไง การเรียงใส่กล่องไม่เน้นสวยแต่ถ้าจีนต้องเรียงสวยและลูกใหญ่ การที่จีนเข้ามาไทยทำให้การประกอบการขายออกยาก เพราะคนจีนเข้ามาอบ มาดำเนินการเอง โรงคัดบรรจุชาวจีนจะมีใน 2 ลักษณะ คือ มาซื้อเองแบบหิ้วกระเป๋าที่มาซื้อตามโรงคัดบรรจุชาวไทย (ซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัท) และลักษณะที่มีโรงงานประจำแบบจ้างอบ

ซึ่งจะมีการตกลงราคาต่อกิโลกรัมว่าเป็นเงินเท่าไหร่ไว้แล้ว สำหรับราคาแล้วต้องดูที่ราคาตลาดว่าเป็นเท่าไหร่และทำการต่อราคาตามความเหมาะสม ปริมาณที่ทำแล้วแต่ปีขึ้นอยู่กับปริมาณผลไม่ผลิตของแต่ละปี การอบลำไยของที่บริษัทไม่มีตลาดรองรับ คือทำการอบเอาไว้ก่อน การซื้อนั้นจะเป็นปริมาณเท่าไหร่ก็ไม่ทราบ ในปีนี้ลำไยแพง คนอบมีจำนวนน้อยคนรับซื้อก็จะกล้า ๆ กลัว เพราะไม่รู้ว่าจะต้องอบไปขายใครหากขายไม่ได้แล้วราคาล่วงก็จะขาดทุน กรณีแปรรูปผู้ประกอบการต้องรอตลาดแต่สำหรับผลสดสามารถส่งออกได้เลย ลำไยแปรรูปหาตลาดยากกว่าผลสด แต่ผลสดต้องหาตลาดรายวัน ลำไยผลสดทางผู้ประกอบการจะซื้อแล้วไปส่งโรงคัดบรรจุชาวจีน (ล้งใหญ่) แต่ส่วนมากโรงคัดบรรจุชาวจีน (ล้งใหญ่) จะมีตลาดของตนเองอยู่แล้ว หากไม่ต้องการก็จะไม่รับซื้อจากโรงคัดบรรจุชาวไทยนอกตลาด ซึ่งลำไยผลสดจะมีตลาดที่คล่องกว่าลำไยแปรรูป ซึ่งหากนานวันก็สามารถนำผลที่ร่วงมาแปรรูปต่อได้ โรงคัดบรรจุชาวจีน (ล้งใหญ่) จะเป็นขนาดใหญ่มากและมีตู้จำนวน 30 ตู้ขึ้น การรับซื้อคือรับซื้อจากเกษตรกรโดยตรง ซึ่งหากไปรับจากโรงคัดบรรจุขนาดเล็กต้องใช้ทุน

จำนวนมากขึ้นกว่ารับจากเกษตรกร ราคาในการรับซื้อตามราคาโรงคัดบรรจุชาวจีน (ล้งใหญ่) บางครั้งเป็นคนไทยเองที่ไปส่งผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุชาวจีน (ล้งใหญ่) อีกที คือจุดรับร่อนลำไย ลำไยล่วง ที่รับซื้อเป็นเกรดจะเป็นผู้กำหนดราคา ที่บริษัทบางครั้งก็รับซื้อจากทางขาล่อนเช่นกันถ้าซื้อมา 32 ก็จะไปบวกเพิ่มอีก 1 บาท เป็นซื้อเค้า 33 บาท เพื่อให้เค้ามาขายให้ การซื้อลำไยคือซื้อเพราะโรงคัดบรรจุรายอื่นซื้อก็ซื้อตาม โดยการขายนั้นเป็นลักษณะของการวัดดวงในทุกปี เพราะไม่มีอะไรที่กำหนดได้ว่าสินค้าจะออกอย่างไรเท่าไหร่ ในส่วนต้นทุนแล้วแต่วัตถุดิบในแต่ละปี

การดำเนินกิจการก่อนที่มีจีนเข้ามาทำให้ไม่ได้ขายตรงจะมีนายหน้าเข้ามาก่อน โดยจะมีล่ามเป็นคนไทย ซึ่งจะค้าขายกับคนที่คุ้นเคยและคนจีนที่เคยค้าขายร่วมกัน ไม่มีการทำสัญญา โดยจะมีการตกลงราคาและรับเงินกันก่อนนำตู้คอนเทรนเนอร์ไปส่งปลายทาง เป็นช่วงแรกที่มาซื้อกับกิจการ และปัจจุบันเข้ามาซื้อมีบ้าง โรงคัดบรรจุชาวจีนที่เข้ามาไทยบางครั้งก็จะเข้ามาจ้างโรงคัดบรรจุชาวไทยใช้ในการอบลำไยกิจการที่ได้รับจ้างจากจีนก็จะดำเนินกิจการได้ดีเพราะมีออร์เดอร์ที่แน่นอน แต่ถ้าไม่ได้รับจ้างก็จะไม่มีออร์เดอร์และต้องรอคนมาซื้อ ราคาที่ขึ้นลงนั้นขึ้นอยู่กับโกดังใหญ่ที่เป็นของชาวจีนและไทยบางส่วน การที่จะรับจ้างอบให้คนจีนนั้นต้องมีระบบ การจดบันทึกต่างๆ ในการอบ แต่ที่บริษัทอบเองก็จะทำง่าย ๆ จดบ้างไม่จดบ้าง การขายที่บริษัทจะขายต่างจากที่อื่นที่เป็นของคนจีนจ้างอบโดยจะถูกกว่า หากที่อื่นขาย 100 บาท ที่บริษัทจะขายในราคา 95 - 97 บาท หากเค้าขาย 60 บาท ก็จะขายราคา 56 - 57 บาท แต่การดำเนินการของบริษัทนั้นขาดทุนติดต่อจากปีที่แล้ว ซึ่งปีนี้ต้นทุนสูง ราคารับซื้อจากชาวสวนก็แพงขึ้นประกอบกับต้นทุนลำไยอบแห้งไม่ขึ้นราคา ซึ่งต้องแบ่งขายตลาดเพราะเงินทุนต้องหมุนเวียนในทุกวัน สำหรับคนสวนในปีนี้ได้ราคาลำไยดี เพราะลำไยราคาแพง แต่ความลำบากตกไปที่โรงคัดบรรจุชาวไทย ซึ่งปัญหาต่างๆ ก็เกิดขึ้นจากโรงคัดบรรจุทั้งไทยและจีนที่ต่างคนต่างแข่งขันกันเอง ซึ่งหากรับซื้อราคา 30 - 31 บาท กำลังพอดี แต่โรงคัดบรรจุชาวจีนกลับไปให้ราคาซื้อเป็น 32 - 33 บาท เพื่อแย่งลำไย ทำให้ทุกโรงคัดบรรจุต้องขึ้นตามเพื่อให้ได้ลำไย โรงคัดบรรจุชาวจีนส่วนมากจะไม่ตัดราคากันเอง แยกย้ายสถานที่ในการปักหลักไม่ให้แย่งราคา เหตุที่ขาดทุนเพราะว่าซื้อลำไยมาแพงแต่ต้องขายออกในราคาที่ถูกลง เนื่องจากปีที่ผ่านมา ปี 2560 ลำไยมีเยอะทั้งในและนอกฤดูกาล 5 ปีที่แล้วกับปัจจุบันแย่ลงเพราะขายยากและราคาถูกเกินไป เช่น ก่อนเข้าห้องเย็นราคาขายขนาด AA อยู่ที่ 65 บาท เบอร์ A ราคา 35 - 36 บาท พอเก็บไว้ที่ห้องเย็น 2 - 3 เดือน ได้ AA ขายราคา 60 บาท และ A ราคา 28 - 30 บาท และลำไยในปริมาณ 9 หมื่น กิโลกรัมแห้ง ต้องเสียค่าห้องเย็น 300,000 บาท ขาดทุนเกือบล้าน ค่าห้องเย็นกล่องละ 1 บาทต่อเดือน

การมีโรงคัดบรรจุชาวจีนก็เป็นข้อดีที่ทำให้มีตลาดในการขาย โรงคัดบรรจุชาวจีนบางที่มีก่อนที่บริษัทจะตั้ง แต่ที่เดือนร้อนเพราะมีจำนวนเยอะมากขึ้นและชาวไทยก็ไม่รู้ภาษาจีน ซึ่งคนจีนจะบริโภคมากในช่วงฤดูหนาว ถ้าได้ราคาถูกเค้าจะซื้อมากแล้วไปเก็บที่ห้องเย็นของตนเอง โรงคัดบรรจุมีสมาคมแต่ก็มีชาวจีอยู่อย่างครึ่งๆ ก่อนอบลำไยจะมีการตกลงว่าราคาจะอยู่ประมาณนี้แต่โรงคัดบรรจุขนาดใหญ่กลับซื้อลำไยก่อนและดีดราคาขึ้นมากกว่าที่ตกลง ซึ่งโกดังที่เล็กกว่าก็ต้องตามราคาของโกดังรายใหญ่เพื่อให้ได้ของเข้า แต่ราคาขายเราก็ขายถูก อีกทั้งโรงคัดบรรจุใหญ่เค้าจะมีโลโก้ที่ติดตลาด การขายลำไยจะขายเป็นตู้จำนวนมาก แต่ขายในปริมาณน้อยทำได้ยาก โรงคัดบรรจุชาวจีนบางเจ้ามีเตาอบ บางเจ้าไม่มีมีแต่โกดัง ที่โกดังไม่มี GMP และส่วนมากก็ไม่มี GMP และลำไยที่ซื้อก็ซื้อทั่วไปไม่มี GAP ซึ่งที่โกดังยังไม่สามารถทำในระบบปิดได้เพราะต้องเพิ่มทุนอีกจำนวนและหลายขั้นตอน อยากให้ภาครัฐสนับสนุนเงินให้กับโรงคัดบรรจุ และหาตลาดต่างประเทศให้ผู้ประกอบการ ซึ่งตอนนี้คือจีนเข้ามาคุมตลาดลำไยปลายทาง

ภาคผนวก ข จังหวัดระยอง จันทบุรี และจังหวัดตราด
สรุปการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ ก.
วันที่ 24 ตุลาคม 2562
จังหวัดจันทบุรี

ผู้ให้สัมภาษณ์

1. ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ ก จังหวัดจันทบุรี

ผู้สัมภาษณ์

1. ดร. สุวพร ผาสุก	นักวิจัย
2. ดร. ชยันต์ พิภพลาภอนันต์	นักวิจัย
3. นางสาวนิศารัตน์ ดาราวิโรจน์	ผู้ช่วยนักวิจัย

สรุปผลการสัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์ประกอบธุรกิจส่งออกมังคุดและทุเรียนไปยังตลาดจีน ตู้คอนเทรนเนอร์มีมูลค่าของสินค้าประมาณ 2 - 3 ล้านบาทต่อตู้ ในปี 2561 มีคำสั่งซื้อจากประเทศจีนแล้วและจ่ายเงินค่าสินค้าที่ตรงเวลาและตามสัญญาซื้อขาย สำหรับเครดิตของผู้ค้าชาวจีนต้องตรวจสอบจากเงินทุนของพ่อค้าชาวจีน ปัญหาหลักคือ เงินทุนของคนจีนต้องระมัดระวังเพื่อป้องกันการโกงจากพ่อค้าชาวจีน

ปัญหาการเปลี่ยนแปลงค่าเงินบาทต่อ 1 หยวน เช่น ในอดีตมีชาวจีนมารับซื้อทุเรียนจากผู้ประกอบการแล้วบรรจุผลไม้โดยสั่งว่าจะซื้อ 10 ตู้ และจ่ายเงินผ่านการโอนมาประมาณ 1.5 ล้านบาท โดยการตั้งราคาขายขึ้นอยู่กับอัตราแลกเปลี่ยนที่ค่าเงินบาทอ่อนกว่าเมื่อเทียบกับวันที่ทางคู่ค้าชาวจีนจ่ายเงินในสกุลเงินหยวนมาให้กล่าวคือ ในวันถัดมาจะมีปัญหาและแลกเงินหยวนไม่ได้เงินหยวนประมาณ 4.6 หยวนต่อ 1 บาท แต่กลับแข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับเงินบาท หรือราคา 4.2 บาท ต่อ 1 หยวน ทำให้ส่วนต่างที่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก เป็นต้น ปัญหาการเปลี่ยนแปลงของค่าเงินบาทจึงเป็นต้นทุนการส่งออกได้

ขั้นตอนการบรรจุมังคุดและทุเรียนใส่ตู้คอนเทนเนอร์นั้น เกษตรกรจะมาขายที่โรงคัดบรรจุ จากนั้นโรงคัดบรรจุจะทำการคัดแยกแพ็คใส่กล่องเรียงให้สวยฉีดน้ำยาให้เรียบร้อย ติดสติ๊กเกอร์ และโหลดเข้าตู้ กรณีของมังคุดโรงคัดบรรจุผลไม้มีหน้าที่คัดแยกและบรรจุโดยการคัดแยกมังคุดผ่านเครื่องคัดแยก และขึ้นตู้ตะกร้า 1 ตะกร้าหนักประมาณ 7 - 8 กิโลกรัม มังคุดที่ตกเกรดจะขายในประเทศไทยและประเทศกัมพูชา สำหรับทุเรียนจะโหลดลงในโกดังและทำการใส่กล่องโดยการค้าทุเรียนนั้นตามเกรดของเบอร์ผลไม้ความสุกของทุเรียนตามมาจราฐานอยู่ที่ร้อยละ 75 ขึ้นไปคือจะมีคนคัดเฉพาะป้องกันไม่ให้เกิดทุเรียนอ่อนถ้าต่ำกว่าร้อยละ 70 เป็นทุเรียนอ่อนกว่ามาตรฐาน แต่ความสุกจะต้องไม่ให้เกินร้อยละ 80 เพื่อไม่ให้เป็นทุเรียนแก่เกินไป

ในอดีต การขายทุเรียนสำหรับบรรจุกล่องจะอยู่ประมาณ 7 - 8 ลูกแต่ปัจจุบันเน้น 5 - 6 ลูกต่อ 1 กล่องซึ่งในอดีตการแพ็ค 7 - 8 ลูกขนาดของทุเรียนจะอยู่ประมาณ 1.8 ถึง 2.2 กิโลกรัมจะเป็นทุเรียน

ขนาดเล็กสำหรับปัจจุบันจะบรรจุลงกล่อง จำนวน 5 - 6 ลูกต่อกล่อง หรือประมาณขนาด 2.5 - 7 กิโลกรัม เข้ามาบรรจุผสมกันในกล่องแล้วให้อยู่ในน้ำหนัก 18 กิโลกรัมต่อ 1 กล่องจะเป็นลูกใหญ่ 2 ลูกผสมกับทุเรียนลูกเล็กเสริม ทั้งนี้ตู้คอนเทนเนอร์ 1 ตู้ของทุเรียนบรรจุได้ 960 กล่องละ 18 กิโลกรัม มังคุด 90 ตะกร้า ตะกร้าละ 15 กิโลกรัม และตะกร้าจะมีน้ำหนัก 8 กิโลกรัม

สำหรับทุเรียนนั้นราคาถูกกำหนดโดยพ่อค้าชาวจีนเช่นการค้าขายของผู้ประกอบการชาวจีนจะมีบริษัทใหญ่เป็นหลัก จากนั้นจะมีการส่งตัวแทนย่อยพ่อค้าชาวจีนลงมาในพื้นที่ของจังหวัดจันทบุรีหรือจังหวัดอื่น ๆ ที่มีผลไม้เพื่อเข้ามารับซื้อผลไม้ เข้ามาตรวจสอบปริมาณผลผลิต ซึ่งถ้าสังเกตได้ว่าช่วงไหนผลผลิตออกเยอะจะกดราคาซื้อซึ่งมีผลโดยตรงต่อตลาดผลไม้ในพื้นที่

ประเด็นมาตรฐานของผลไม้ส่งออกไทยนั้น ผู้ส่งออกจำเป็นต้องมีมาตรฐาน GMP หรือ DOA ในการส่งออก สำหรับสติ๊กเกอร์ในการส่งออกจะมีการเปลี่ยนแปลงตามพ่อค้าชาวจีนซึ่งมีผลต่อต้นทุนที่เกิดขึ้นและผู้ประกอบการชาวไทยต้องรับภาระปัญหาผู้ประกอบการต้องเจอปัญหาอีกอย่างหนึ่งคือใบอนุญาตในการคัดบรรจุผลไม้ซึ่งจะเป็นเฉพาะพื้นที่หากเป็นจังหวัดจันทบุรีก็เป็นใบอนุญาตเฉพาะในพื้นที่จังหวัดจันทบุรีซึ่งถ้าต้องไปทำในภาคใต้ก็ต้องไปทำใบอนุญาตผู้ประกอบการเพิ่ม ซึ่งมองว่าควรใช้เป็นใบประกอบอนุญาตเดียวกันได้ อีกอย่างคือพ่อค้าชาวจีนสามารถเข้าถึงธุรกิจไทยได้ง่าย นโยบายที่จะให้ผู้ประกอบการต่างชาติหรือนอมินีเข้ามาตั้งกิจการในประเทศไทยให้ดำเนินการที่ละเอียดและการตรวจสอบที่เข้มข้นขึ้น ควรสงวนลิขสิทธิ์อาชีพให้แก่ผู้ประกอบการไทย

ประเด็นที่ก่อให้เกิดการผูกขาดและแนวทางในการแก้ไข สรุปได้ดังนี้

ในส่วนของมังคุดเป็นผลไม้ที่ชาวจีนชอบ พ่อค้าจีนดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจโดยการให้เมล็ดพันธุ์แก่เกษตรกรไทยเพื่อปลูกผลไม้ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ในการผูกขาดทางการตลาดในการซื้อขายของเกษตรกรแล้วพ่อค้าชาวจีนจะพิจารณาสวนที่มีปริมาณขนาดใหญ่ ให้ผลผลิตในปริมาณที่ต้องการได้จำนวนมาก โดยการทำธุรกิจจะมีลักษณะพูดคุยกับเจ้าของสวนโดยตรงและให้เบิกเงินล่วงหน้าก่อน ชาวสวนและผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุไทยควรสร้างเครือข่ายและสร้างความเข้าใจถึงผลที่จะเกิดขึ้นในระยะกลางและยาว ซึ่งเป็นแนวทางในการสร้างภูมต้านทานด้วนตนเอง

รัฐบาลไทยไม่ควรให้สิทธิพิเศษทางการค้ากับทางจีนได้ง่ายเพื่อเป็นการป้องกันการแทรกแซงทางธุรกิจหรือการถือครองกรรมสิทธิ์ในการทำธุรกิจรวมไปถึงการควบคุมราคาสินค้าผลไม้ไปจีน การตั้งราคาจากทางภาครัฐกับในพื้นที่จึงไม่สามารถทำรายการได้

ประเด็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการบิรโภคและตลาดจีน สรุปได้ดังนี้

การกำหนดราคาของทางภาครัฐนั้น ผู้ประกอบการไม่สามารถนำไปใช้ได้จริง เพราะในทางปฏิบัติจริงต้องใช้แรงงานมากถึง 50 - 60 คนต่อโรงคัดบรรจุฯ แต่ก็จำกัดทำได้เพียงไม่เกิน 1 ถึง 2 ตู้จำนวนโรงคัดบรรจุผลไม้ในปัจจุบันมีเพิ่มมากขึ้นเพราะมาจากคนจีนเข้ามาจำนวนมาก ก่อให้เกิดการแข่งขันกันเองในธุรกิจ
พฤติกรรมของผู้บริโภคชาวจีนนั้น สรุปได้ว่าความนิยมของจีนในทุเรียนเป็นผลไม้ที่แสดงถึงฐานะหรือรสนิยมที่เกิดขึ้น เส้นทางการขนส่งจะขึ้นอยู่กับพ่อค้าชาวจีน อาจใช้เส้นทางออกจากงานไทยเข้าเวียดนามออกด่านหลงหวาย และอีกด่านทางหนึ่งคือ ทางเหนือที่บ่เต็งขึ้นไปทางเหนือเชียงราย และมีด่านทางนครพนมเข้าไป

เวียดนามซึ่งเป็นเส้นทางในการขนส่งที่เสียภาษีถูกกว่าด่านทางหลงหวาย สำหรับมังคุดเส้นทางในการขนส่งเป็นเส้นทางเดียวกันกับทุเรียน

มังคุดไม่ค่อยมีปัญหาในการสวมสิทธิ์เนื่องจากมังคุดไทยคุณภาพดีและประเทศเพื่อนบ้านยังไม่สามารถผลิตได้ โดยตลาดมังคุดและทุเรียนยังสามารถขยายไปได้แต่ติดปัญหาที่ระยะทางในการเดินทางใช้ระยะเวลานานเพราะมณฑลแต่ละแห่งของจีนห่างไกลกันมากซึ่งจะส่งผลต่อคุณภาพระหว่างการขนส่งของผลไม้ ซึ่งในปัจจุบันสินค้าที่อยู่เวียดนามจะใช้ระยะเวลาในการไปยังประเทศจีนใช้ระยะเวลา 2 วันในการส่งผลไม้ทางเครื่องบินต้นทุนสูง การลงทุนขายเองได้ในประเทศจีนผู้ประกอบการไทยยังไม่สามารถทำได้เองเพราะใช้ทุนในการลงทุนจำนวนมาก รวมถึงแหล่งเงินทุนยังสู้ผู้ประกอบการชาวจีนไม่ได้เนื่องจากมีพ่อค้าคนกลางของจีนเป็นคนกระจายสินค้าในตลาดอยู่แล้ว ในปัจจุบันชาวจีนเริ่มมีการปลูกมังคุดแต่คุณภาพก็ยังไม่เท่ากับทางไทย ซึ่งมังคุดตกเกรดจะขายในไทยหรือส่งออกไปยังกัมพูชาที่ทำการส่งทางบกที่มีรถ 6 ล้อมารับสินค้าแหล่งซื้อผลไม้ โดยจุดรับซื้อทุเรียน สำหรับภาคใต้จะเป็นที่จังหวัดราชบุรีซึ่งแม่ค้าคนกลางจะมาปักหลักตามพื้นที่จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดระยอง และจังหวัดตราดเพื่อรับสินค้าไปขายทุเรียนขายส่งในประเทศจีน สัดส่วนตลาดจีนและไทย ทุเรียนส่งออกไปยังประเทศจีนประมาณร้อยละ 80 และทุเรียนตกเกรดมีสัดส่วนร้อยละ 20 ขายในไทยกับกัมพูชา ซึ่งไม่ต่างจากมังคุดขายในจีนร้อยละ 80 และที่ตกเกรดขายในไทยร้อยละประมาณ 20 จากผลผลิตทั้งหมด ทั้งนี้ราคาขายทุเรียนตกเกรดราคาจะต่างกับราคาขายทั่วไปอยู่ประมาณ 30 บาทหรืออาจจะถึง 50 บาทต่อกิโลกรัม ทุเรียนและมังคุดเริ่มมีตลาดล่างเป็นตลาดที่ยังไม่พัฒนาของจีนเริ่มนิยมกิน สำหรับตลาดล่างจะเป็นการซื้อขายในราคาที่ถูกลง เช่น ตลาดทุเรียนสมมุติขายอยู่ 500 หยวนทุเรียนตลาดล่างจะราคาอยู่ประมาณ 400 หยวน เป็นต้น คนก็เริ่มหันมาบริโภคทุเรียนตลาดล่างกันมากขึ้น ตลาดล่างของประเทศจีนจะเป็นมังคุดที่นำเข้าจากเวียดนามเป็นมังคุดตกไซด์ร้อยละ 10

การคัดเกรดมังคุดดูความสุกที่ผิวมัน เนียนสวยเป็นสายเลือดนอกลูกหรือสีแดงโดยจะมีการฉีดน้ำยาในการรักษาความสดของมังคุดเพื่อควบคุมระหว่างการขนส่งด้วยการฉีดและแพ็คใส่กล่องมีฟองน้ำปิดเพื่อรักษาอุณหภูมิโดยใช้อุณหภูมิ 13 องศา เพื่อไม่ให้มังคุดสุกเร็วเพราะการเดินทางใช้เวลาประมาณ 6 - 7 วันถึงจีน สำหรับทุเรียนต้องมีการชุบเพื่อป้องกันรา และการป้ายขั้วไปครัวจะเป็นการเร่งให้สุกเร็วพันธุ์ทุเรียนที่ส่งหลัก ๆ คือกระดุมใช้เวลา 90 วันในการสุกซึ่งจะเป็นทุเรียนชุดแรกของทุเรียนในการส่งออกขาย สำหรับทุเรียนก้านยาวการดูว่าทุเรียนอ่อนหรือแก่จะยากกว่าการดูของทุเรียนสายพันธุ์หมอนทอง เนื่องจากทุเรียนหมอนทองจะมีกลิ่นหอมเป็นลักษณะพิเศษเฉพาะตัว ถ้าไม่มีกลิ่นหอมแต่เป็นการเคาะเพื่อแสดงถึงระดับการสุกที่ระดับทานได้จะเป็นทุเรียนที่เร่งมาถ้าน้ำหนักทุเรียนหายกำไรก็จะหายไปตามน้ำหนัก

มังคุดไม่มีสายพันธุ์ ในการส่งออกจีนมังคุดจะมีขนาดประมาณ 130 - 150 กรัม แต่มีขนาดน้อยปริมาณน้อยและขนาดรองลงมา ราคารับซื้อทุเรียนก่อนปิดฤดูกาลที่ผ่านมา 110 บาทรับซื้อจากเกษตรกรต่อกิโลกรัมจากนั้นก็นำมาแพ็คและส่งออกไปจีนซึ่งก็จะมีทุเรียนตกไซส์ที่ขายในไทยด้วยมังคุดเสียหรือมังคุดตกไซด์ขายอยู่ประมาณ 3 - 5 บาทต่อกิโลกรัม ถ้าเป็นเกรดธรรมดาอยู่ประมาณประมาณ 15 บาทต่อกิโลกรัม โดยการรับซื้อมังคุดจากเกษตรกรที่ไม่ได้เป็นสมาชิกสหกรณ์ในจังหวัดจันทบุรีในฤดูกาลที่ผ่านมาราคาประมาณ 30 ถึง 35 บาทต่อกิโลกรัม

ในการซื้อทุเรียนเหมาสวน ผู้รวบรวมจะจ้างคนตัดและขนทุเรียนมาที่โรงคัดบรรจุในปีที่แล้วเคยเหมาสวนให้กิโลกรัมละ 90 บาท แต่ราคาทุเรียนไม่ปรับขึ้นตามที่คาดการณ์ไว้ โดยมีการซื้อขายกันอยู่แค่ 80 บาท

ต่อกิโลกรัม ทำให้ขาดทุนในปีที่ผ่านมา สำหรับตลาดทุเรียนในประเทศอินโดนีเซียมีขนาดเล็กกว่าจีน และข้อดีของผลไม้ไทยคือตลาดผลไม้ต่างประเทศ เช่น เวียดนามที่ปลูกทุเรียนรสชาติเนื้อสัมผัสยังสู้ผลไม้ไทยไม่ได้ มาตรฐานและคุณภาพของผลไม้มีผลยี่ห้อหรือแบรนด์มากและการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคจีนมาก เช่น หากการทำงานคัดเลือกที่ละเอียดซึ่งต้องคัดและการจัดเรียงให้สวยงามและไม่ให้มีการเสียหายระหว่างส่งออกไปประเทศจีน จะได้รับความนิยม เป็นต้น ดังนั้นยี่ห้อจึงมีความสำคัญในตลาดจีน และที่วางขายในประเทศจีนจึงเป็นยี่ห้อที่ดีเป็นที่รู้จัก ราคาขายจะสูงกว่าซึ่งมีความต่างกันอยู่ที่ประมาณ 30 หยวนหรือประมาณกว่า 100 บาท ทุเรียนพันธุ์ชะนีมีปริมาณการส่งออกไปยังประเทศจีนส่วนน้อย ในปัจจุบันทุเรียนพันธุ์พวงมณีและก้านยาวเป็นผลไม้ที่ชาวจีนเริ่มได้รู้จักและเริ่มมีการส่งออก

ปัญหาในกรณีไปถึงด่านแล้วสินค้าโดนตีกลับทางผู้ประกอบการไทยต้องเป็นผู้รับผิดชอบ หากโดนตีกลับผลไม้จากหน้าด่าน ผลไม้เหล่านั้นจะมาขายในตลาดไทแทน ซึ่งส่งผลต่อราคาของผลไม้ในประเทศ ทั้งนี้ส่วนใหญ่จะเป็นกรณีของทุเรียนที่มีผลกระทบต่อราคาทุเรียนในประเทศจากที่ทุเรียนที่ไม่ผ่านด่านได้มาลงขายในตลาดไท วิธีป้องกันการโดนโกงก่อนออกตู้ (ขนส่งไปยังประเทศจีน) ต้องมีการวางเงินให้ก่อนร้อยละ 70 - 80 ก่อนออกไปส่งที่ประเทศจีน โดยผู้ให้สัมภาษณ์ได้ยกตัวอย่างที่เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีต ในกรณีโดนโกงจากคู่ค้าชาวจีนที่เป็นผู้เปิดตู้ขายในตลาดจีนให้ (หรือการจ้างขาย) ที่ซื้อทุเรียนไป แต่แจ้งมายังผู้ประกอบส่งออกไทยว่าเป็นทุเรียนที่ตกเกรดทำให้ราคาทุเรียนหน้าตู้ในตลาดจีนจึงลดลงมาที่ประมาณ 10 บาทต่อกิโลกรัม เป็นต้น รวมถึงบทบาทของสหกรณ์ในจังหวัดจันทบุรี สหกรณ์ผลไม้จะกำหนดราคาในไทย แต่สำหรับราคาส่งออกจะถูกกำหนดโดยพ่อค้าชาวจีนในไทยราคาจะถูกกำหนดจากโรงคัดบรรจุขนาดใหญ่มาเปิดราคาเท่าไหร่ ซึ่งการกำหนดราคาจะผันผวนตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน

ภาคผนวก ข จังหวัดระยอง จันทบุรี และจังหวัดตราด
สรุปการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ ข.
วันที่ 24 ตุลาคม 2562
จังหวัดจันทบุรี

ผู้ให้สัมภาษณ์

1. ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ ข จังหวัดจันทบุรี

ผู้สัมภาษณ์

1. ผศ.ดร. กนกวรรณ จันทร์เจริญชัย	นักวิจัย
2. ผศ.ดร. วุฒิยา สาหร่ายทอง	นักวิจัย
3. นางสาวเมรดี อินอ่อน	ผู้ช่วยนักวิจัย

สรุปผลการสัมภาษณ์

ธุรกิจจัดตั้งเป็นบริษัทได้ 4 ปี แต่ก่อนหน้านั้นทำมาได้ 10 ปีแต่ยังไม่ได้ตั้งเป็นบริษัท โดยเริ่มต้นจากการเป็นแม่ค้ารับซื้อทั่วไป และเป็นชาวสวนทุเรียนมาก่อน วัตถุประสงค์เริ่มแรกในการตั้งบริษัทเพื่อให้การเสนอขายลูกค้าจีนได้และเป็นการสร้างความเชื่อถือให้กับลูกค้าชาวจีน การขายเน้นที่ตลาดลูกค้าจีน ซึ่งลักษณะการซื้อของจีนคือซื้อจากผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุไทย และไปกระจายต่อซึ่งอาจจะเป็นการส่งต่อไปทางภูมิภาคอื่น โดยหากเปรียบเทียบแล้วทุเรียนในจันทบุรีทุกสายพันธุ์ยังคงเป็นทุเรียนที่ได้รับความนิยมอันดับหนึ่ง และทุเรียนยะลามีรสชาติความอร่อยที่เทียบเท่า บริษัทฯ ไม่ได้เข้าร่วมกับกลุ่มสหกรณ์ เพราะต่างคนต่างทำเป็นการทำที่เอื้อผลประโยชน์กัน การกำหนดราคาเป็นสิ่งที่ยากที่สหกรณ์จะเข้ามาช่วยได้ยาก ราคาจะถูกกำหนดอยู่ที่ลูกค้าปลายทาง ถึงชาวสวนจะกำหนดราคาแพงหากตลาดรับไม่ไหวก็ไม่สามารถซื้อทุเรียนได้

ประเทศจีนมีความต้องการทุเรียนจำนวนมาก คนจีนมีออเดอร์โดยจะส่งขายให้กับลูกค้ารายย่อย โดยการส่งทุเรียนจะใช้เป็นโลโก้ หรือยี่ห้อของทางจีน ปัจจุบันชาวจีนเข้ามาสร้างโรงคัดบรรจุในไทยโดยมีเงินทุนจำนวนมาก และรวมถึงเข้ามาซื้อสวนในลักษณะต่าง ๆ คนจีนเข้ามาลงทำให้เกิดการกระตุ้นให้เปิดบริษัท ซึ่งสำหรับประเทศจีนได้มีการปลูกทุเรียน แต่อาจจะยากเนื่องจากสภาพอากาศ และพื้นที่ยังไม่เหมาะ หากปลูกได้แต่คุณภาพยังคงควบคุมได้ยาก

ในปัจจุบันชาวจีนเข้ามารับซื้อเอง สิ่งที่ควรระวังคือการที่คนจีนเข้ามาซื้อสวนทุเรียนในไทยจำนวนมาก ซึ่งไม่ควรให้เกิดขึ้น ซึ่งการซื้อที่ดินเป็นการใช้ตัวแทนที่เป็นคนไทย หรือนอมินี การเข้ามาซื้อสวนคือการแทรกแซงตลาดทุเรียน และผลไม้อื่นของไทยโดยตรงของนักธุรกิจชาวจีน นอกจากนั้นยังอาจเป็นผลเสียต่อผลไม้ไทยในระยะยาวหากเป็นช่องทางในการมานำความรู้ไปใช้ต่อนอกประเทศจีน คล้ายกับในลักษณะของพันธุ์ไม้ของพื้นบ้านเราเราไม่ควรที่จะให้ต่างประเทศนำไปปลูกได้ง่าย ควรจะอนุรักษ์ไว้ให้เป็นอาชีพของคนไทย การซื้อขายไม่น่ากลัวเท่ากับการเข้ามาเป็นผู้ประกอบการในประเทศ

การส่งออกทุเรียนโดยผ่านเส้นทางโดยการลงเรือ ทางรถ ซึ่งขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการจีน ซึ่งเส้นทางรถต้องเปลี่ยนสัญชาติทุเรียนไทยไปเป็นเวียดนามก่อน คนเวียดนาม 1 คน สามารถนำผลไม้เข้าจีนได้ 5 ตันต่อคน การเปลี่ยนสัญชาติเพื่อให้เข้าจีนได้ง่าย การเปลี่ยนสัญชาติทุเรียนเป็นสิ่งที่รัฐบาลรับรู้แต่ประเด็นสำคัญจะมองในระดับธุรกิจการขายของซึ่งมองที่เบอร์ตู้ แต่มีปัญหาภายในระหว่างเวียดนามกับจีนทำให้ปัจจุบันทุเรียนเวียดนามต้องมาส่งแพ็คแล้วส่งในนามของทุเรียนไทย จึงไม่มีการเปลี่ยนสัญชาติ แต่ในการส่งออกไปจีนนั้นยังคงใช้กล่องตามบริษัทพ่อค้าชาวจีน การลงเรือผ่านเส้นทางแหลมฉบัง ขึ้นที่ฮ่องกง ใช้เวลา 3 วัน ถึงจีน เส้นทางรถอีกเส้นทางผ่านทางนครพนมท่าแขก เข้าที่ด่านลาวบาว (ชายแดนลาวกับเวียดนาม) เข้าด่านหย้งฮี้กวน (ชายแดนเวียนนามกับจีน) อีกเส้นทางคือข้ามที่เชียงของ ใช้เวลา 1 วัน ถึงด่านบ่อเต็น (ชายแดนลาว จีน ยูนาน) ผ่านสิบสองปันนา ผ่านหนานหนิง เข้าคุณหมิง (เชียงรุ้ง) ซึ่งเส้นทางตู้คอนเทรนเนอร์อาจประสบกับการพลิกคว่ำได้เนื่องจากเส้นทางค่อนข้างเป็นภูเขา แต่ก็จะมีรถลากมาลากข้ามเขาเพื่อเข้าทางจีน เส้นทางรถใช้เวลา 4 วัน ทางเรือใช้เวลา 7 - 10 วัน ขึ้นอยู่กับพายุและหมอก สำหรับเส้นทางขนส่งทางเรือจะเป็นการเสียภาษีถูกต้อง โดยการขนส่งคือต้นทุนของพ่อค้าชาวจีน ผู้ประกอบชาวไทยจะทำในลักษณะของรับจ้างแพ็ค

การส่งไปขายจีนต้องมี GMP GAP รวมไปถึงใบ GN ในการส่งออกขายในจีน ปัญหาการส่งออกมีปัญหาเนื่องจากค่าเงินบาทแข็ง จากหยวนนึงในอดีตแลกได้ 5 บาท แต่ในปัจจุบันแลกได้ 4 บาท การส่งออกต้นทุนเลยสูงขึ้น จะใช้เปอร์เซ็นต์ความสุกของทุเรียนมากกว่าการขนส่งทางอื่น และควบคุมอุณหภูมิ การผสมน้ำยาที่พอดี หากทุเรียนมากในการขนส่งต้องปรับอุณหภูมิให้ต่ำลงหากต้องการใช้เวลาการขนส่ง 10 วัน

การรับซื้อจากเกษตรกรสามารถเลือกร้อยละระดับความสุกได้ โดยทั่วไปแล้ว 120 วันเหมาะสม หาก 100 วันจะเป็นทุเรียนอ่อน หากลูกค้าชาวจีนต้องการทุเรียน 3,000 ตัน ทางบริษัทฯ ต้องเข้าไปเหมาสวนให้ได้ร้อยละ 80 และที่เหลือร้อยละ 20 การรับซื้อในตลาดนอกสวน ช่วงการเหมาสวนเหมาเป็นรุ่น ๆ ส่วนมากจะเหมาในช่วงของรุ่นที่ออกเดือนมีนาคม ก่อนฤดูหรือเรียกว่าการทำสวน บังคับให้ออกก่อนถึงฤดูกาลเพื่อให้ทันความต้องการในช่วงตรุษจีน ซึ่งต้องวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าชาวจีนเพื่อประเมินถึงราคาส่งออกที่จะกำหนดได้อย่างเหมาะสม เพราะราคาที่ตกลงกับทางคู่ค้าจีน จะเป็นฐานอ้างอิงในการตกลงราคากับเกษตรกรไทย ประกอบกับการสำรวจตลาดว่ามีการเหมาราคาตลาดอยู่ที่เท่าไหร่

ราคาของทุเรียนจะมีขึ้นลง ต้องดูราคาการเหมาและพิจารณาจากประสบการณ์และแหล่งข้อมูล การเป็นชาวสวนและเข้ามาทำธุรกิจทำให้รู้จักตลาด และสามารถควบคุมผลผลิตได้เพื่อให้ตรงตามความต้องการตลาด การซื้อขายกับเกษตรต้องดูที่เจ้าของสวนโดยต้องพูดคุยราคากับเจ้าของสวน ในแต่ละปีราคาทุเรียนจะเปลี่ยนแปลงและเพิ่มขึ้น เนื่องจากพ่อค้าชาวจีนเข้ามาทำธุรกิจจำนวนมาก โดยผู้ประกอบการไทยจะได้ในส่วนค่าบริหารจัดการ หรืออาจเป็นการแพ็คประมาณ 5 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งการซื้อทุเรียนออกจากสวนหากทุเรียนอ่อนทางผู้ประกอบการไทยต้องเป็นผู้รับผิดชอบ ทุเรียนที่อ่อนหรือเลือกมาผิดพลาดต้องเอาไปขายในราคาที่ต่ำกว่า หากซื้อมา 105 บาทต่อกิโลกรัม จะเอาไปขายที่ราคา 80 - 90 บาทต่อกิโลกรัม

โดยเป็นตลาดในประเทศ ทุเรียนตัดที่ร้อยละ 75 ของความสุก ฝั่งเกษตรกรในปัจจุบันจะทราบราคาการซื้อขายจากที่โรงคัดบรรจุเข้ามาติดต่อบ่อยครั้ง สำหรับชาวสวนหากตัดผลผลิตออกไปก่อนหรือตัดทุเรียนอ่อนสิ่งที่ได้ตามมาคือน้ำหนักที่ดีได้น้ำหนักเยอะ ต้นไม่โทรม ชาวสวนบางคนดีและบางคนก็ต้องการให้ตัดก่อน

หากมีการซื้อแพงอาจมีการเปลี่ยนเจ้ากับพ่อค้าตัวแทนชาวจีน ขึ้นอยู่กับการให้ราคาของโรงคัดบรรจุหรือพ่อค้าจีนใหญ่

การเหมาสวนตัดจะมีคนงานเป็นของตนเอง และมีฝ่ายหน้าโรงคัดบรรจุคัดกรอง คัดดูความอ่อนแก่ ตัดหัวขั้ว ป้ายน้ำยาเร่งสุก ผ่านไป 1 ชั่วโมง เอาไปจุ่มน้ำยากันรา และเอาพัดลมเป่าจนลูกแห้ง จากนั้นนำไปบรรจุกล่อง กล่องละ 18 กิโลกรัม ในหนึ่งกล่องมี 5 - 6 ลูก โดยสามารถคละขนาดได้

ในมุมเกษตรกรการควบคุมปริมาณลูกในต้นหากต้นนั้นมีลูกน้อย ทุเรียนจะมีขนาดใหญ่ หากต้นมีลูกเยอะทุเรียนจะลูกเล็ก ช่วงเหมาซื้อจะไปดูทุเรียนที่เต็มรูปร่าง มองเห็นขนาดลูก ทุเรียนเต็มร่างแต่ยังไม่แก่ เพื่อทราบลักษณะภายนอกของลูกทุเรียน ในส่วนการซื้อตั้งแต่ลูกเล็ก หรือการเหมาคว่ำหนามสัญญาต้องเน้นและต้องมีการติดตามคุณภาพ การซื้อในลักษณะทุเรียนเต็มร่างยังมีสวนที่สามารถหาซื้อได้

ข้อสังเกตที่สำคัญจากปัจจัยช่วงฤดูที่มีต่อการกำหนดเกรดทุเรียน กล่าวคือ การซื้อในช่วงที่มีความต้องการซื้อมากการซื้อขายอยู่ที่ความพอใจ ทุเรียนไม่มีความแน่นอน วันนี้ลูกทุเรียนอาจเป็นขนาด B แต่ถ้าหากพรุ่งนี้ไม่มีทุเรียนจะกลายเป็นขนาด A และราคาก็จะเปลี่ยนไป ไม่มีสเป็คที่แน่นอน มาตรฐานทุเรียนคือ 2.5 กิโลกรัม แต่ถ้าหากทุเรียนขนาดตลาด 1.8 กิโลกรัมก็มีการซื้อขายในเกรดคุณภาพ ซึ่งขึ้นอยู่ที่กลไกตลาดความต้องการและปริมาณ เกษตรกรในการตัดสินใจขายขึ้นอยู่กับราคา ชาวสวนจะมีอำนาจนการขาย การซื้อก็ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าชาวจีน

สำหรับการแปรรูปทุเรียนได้ทำทุเรียนแช่แข็งโดยทำก่อนทำทุเรียนลูก การทำทุเรียนแช่แข็งเป็นการทำในลักษณะรอขาย ทำให้เงินจมจำนวนมาก จะขายได้เป็นบางช่วงและรอลูกค้าเข้ามาดู หากเป็นช่วงของวันชาติจีนจะสามารถขายได้เร็ว และมีกระบวนการที่ซับซ้อน ใช้ต้นทุนเยอะ 1 ตู้ใช้ทุน 4 ล้านบาท โดยทำประมาณ 4 - 5 ตู้ใช้เงินประมาณ 16 ล้าน ในการทำคือซื้อทุเรียนจากแผงเป็นลูกที่มีตำหนิเอามาบ่มให้สุก แล้วนำมาแกะและปลอกเปลือกโดยคนงาน จากนั้นเอาเข้าแช่แข็งที่อุณหภูมิที่ -30 องศา จากนั้นนำออกมาคัดเกรด A และ B โดยต่างกันที่ความหวาน โดยจะมีเครื่องในการวัดความหวานด้วยการสุ่มชิ้น ซึ่งหากทำประจำจะสามารถคัดความหวานได้ด้วยตาโดยดูจากสีของเนื้อทุเรียน จะวัดชิ้นที่สงสัยว่าหวานหรือไม่หวาน ขึ้นอยู่กับร้อยละระดับความสุกของทุเรียนที่ซื้อเข้ามาทำทุเรียนแช่แข็ง หลังฟีดจะนำเอามาแกะเม็ด หรือรวมเม็ด และทำการแพ็ค หากแกะเม็ดจะทำการฟีด 2 รอบ หลักจากแกะเม็ดเสร็จ ขึ้นอยู่กับออร์เดอร์ที่สั่งเข้ามาและนำไปใส่กล่องกระดาษ โดยลูกค้าจะเข้ามาซื้อในห้องเย็น หากติดสติ๊กเกอร์จะเป็นการขนส่งโดยการลงเรือ

การแช่แข็งทุเรียนลูก 100 ตัน คว้านเนื้อเป็นพูมีเม็ดได้เนื้อ 25 ตัน หากไม่มีเม็ดจะเหลือน้ำหนัก 18 ตัน ใน 1 ตู้แช่แข็งได้ทุเรียน 26 ตัน 400 กิโลกรัม ในกล่องมีน้ำหนัก 22 กิโลกรัม ในตู้บรรจุกล่องจำนวน 1,200 กล่อง การขายแช่แข็งจะมีกำไรดีกว่าแต่การขายออกจะช้ากว่าเป็นลูก การขายแช่แข็งต้องมีความพร้อมและมีเงินหมุนเวียนจำนวนมาก ซึ่งสำหรับทุเรียนตำหนิ เบอร์ล่าง ขายออกอยากก็ต้องนำมาทำขายเป็นเนื้อแช่แข็ง การทำแช่แข็งมีความละเอียดมาก

สำหรับตู้คอนเทนเนอร์นั้น ลูกค้าจากทางจีนจะส่งตู้เปล่ามาให้ และมีซิปปิ้งที่ติดต่อไว้ พอถึงเวลานำทุเรียนมาแช่แข็ง ทุเรียนทั้งหมดที่รับซื้อจะขายให้แก่จีนทั้งหมด สำหรับทุเรียนตกเกรดนำมาปลอกเอง และส่งเป็นตู้ ๆ ได้ราคาน้อยลงแต่ก็ยอม

การขายในตลาดที่จีนสำหรับทุเรียนแช่แข็งประมาณ 15 บาทต่อกิโลกรัม แล้วแต่ค่าใช้จ่ายจะน้อยกว่าหรือควบคุมได้ การแช่แข็งจะนำไปรีแพ็คขึ้นอยู่กับยี่ห้อหรือบางบริษัทจัดออร์เดอร์ตามลูกค้า สำหรับทุเรียนกล่อง จะขายในจีนลักษณะเป็นกล่อง 18 กิโลกรัม เป็นลูก ๆ ราคาที่จีนกิโลกรัมละ 150 - 160 หยวน ราคาขายที่จีนกล่องละ 3,500 - 4,500 บาทต่อกล่อง รับซื้อเกษตรกรเหมาเป็นกิโลกรัม เรียกว่า “คว่ำหนาม” คือทุกลูกเอามาชั่งกิโลหมด แต่มีคัดในส่วนของราดำ หนอน ตำหนิ จะเหลือครึ่งราคา รวมถึงทุเรียนตกเกรด และมีการลดราคาลงร้อยละ 5 และร้อยละ 3 เช่น 100 จะตัดไป 5 บาท คือค่าตัด ในส่วนของราคาขายที่เกิดขึ้นราคาต่างกันประมาณ 10 บาทต่อกิโลกรัม เช่น ซื้อเกษตรกร 100 บาท ให้โรงคัดบรรจุ 10 บาทค่าแพ็คค่าตัดพอถึงจีนบวกเพิ่มอีก 10 บาทต่อกิโลกรัม

ทุเรียนมีน้ำหนักหาย หากตัดมา 1 ตัน น้ำหนักจะเหลือประมาณ 800 กิโลกรัมโดยธรรมชาติ จำนวนลูกเท่าเดิม คนส่งออกจะต้องรับภาระ ซึ่งกำไรจะประมาณกิโลละ 10 บาท กำไรอาจจะอยู่ที่ตู้ละ 50,000 – 70,000 บาท แต่ปริมาณการทำจะทำประมาณ 100 – 300 ตู้ กำไรเกิดขึ้นมาก สำหรับการแช่แข็งน้ำหนักไม่หาย ซึ่งจะมีข้อกำหนดคือดูที่การคัดวัตถุดิบทุเรียนจะต้องได้เปอร์เซ็นและจะได้ของที่เกรด A เยอะ การแปรรูปมีการบริหารจัดการค่อนข้างยากและต้นทุนสูง และต้องมีฐานลูกค้า การรับจ้างแพ็คจะจบที่งานเดียวการขายแปรรูปทุเรียนทำได้ยากกว่า รวมถึงการทำ Freeze Dried ซึ่งต้องทำมาตรฐานประกอบด้วย การติดต่อชิปปิ้งต้องใช้ใบมาตรฐาน GAP GMP ประกอบด้วย

การเข้าไปตลาดจีนทำได้ยากด้วยหลายปัจจัยมาเกี่ยวข้องซึ่งถือเป็นความเสี่ยง คนจีนจะยึดและมั่นใจในแบรนด์อย่างมาก ลักษณะการซื้อของพ่อค้าชาวจีนโดยจะเข้ามาติดต่อที่โรงคัดบรรจุและบอกปริมาณความต้องการ เข้ามาเจรจาการซื้อขาย และต้องระวังการหลอกลวง ซึ่งต้องดูที่พฤติกรรมและการเจรจา การโกงบางครั้งเป็นลักษณะที่จ่ายเงินครบแต่ไม่เอาของไปครบทำให้ของที่เหมามาจากสวนไม่มีที่ระบายออก หากให้ทำจำนวนน้อย 5 ตู้ก่อน ลักษณะนี้ต้องพิจารณาให้ดี ซึ่งปัญหาที่ประสบเสมอคือ แรงงานที่ไม่พอกับความต้องการโดยเฉพาะอย่างในหน้าทุเรียน รวมถึงมีการตั้งราคาค่าแรงงานสูง ทำให้มีต้นทุนในการจ้างสูง เช่น จากเคยจ้าง 10 บาท ต้องจ่ายเพิ่มที่ 15 บาท เป็นต้น

สำหรับภาครัฐควรทำให้ผู้ประกอบการ ประชาชน และทุกภาคส่วน อยู่ได้ด้วยตนเอง ทำสินค้าเกษตรให้ดีเพื่อการแข็งขันในตลาด โดยชาวสวนมีความพร้อมในการเตรียมรับกับระเบียบมาตรฐานผลไม้ แต่ต้องการการสนับสนุน และยังมีข้อจำกัดในกระบวนการเกี่ยวกับมาตรฐานผลไม้ เช่น การตรวจแป้ง ถ้าต้องการให้ตรวจทุเรียนผ่านต้องรอให้ทุเรียนเกือบสุก แต่เปอร์เซ็นการตรวจแบบนี้ในตลาดเค้าไม่มีการรับซื้อ ซึ่งสวนทางกับการปฏิบัติจริง การตรวจทุเรียนร้อยละ 32 คือ ทุเรียนจะสุก หากส่งออกไปไต้หวันใช้เวลาในการขนส่งทำให้ทุเรียนแตกเน่าเสียคาตู้ ความเสียหายมันเป็นพันล้านที่เกิดขึ้นในภาคธุรกิจ เป็นความขัดแย้งกันที่ภาครัฐกับผู้ประกอบการ ควรต้องประสานและทำงานร่วมกัน ควรสนับสนุนสินค้าเกษตรในพื้นที่ รัฐบาลควรสนับสนุนเกษตรกรและป้องกันการแทรกแซง กฎระเบียนที่สามารถทำได้จริงกับภาคประชาชนและเกษตรกร

ภาคผนวก ข จังหวัดระยอง จันทบุรี และจังหวัดตราด
สรุปการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ ค.
วันที่ 24 ตุลาคม 2562
จังหวัดจันทบุรี

ผู้ให้สัมภาษณ์

1. ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ ค จังหวัดจันทบุรี

ผู้สัมภาษณ์

1. ผศ.ดร. วุฒิยา สาหร่ายทอง	นักวิจัย
2. ผศ.ดร. กนกวรรณ จันทร์เจริญชัย	นักวิจัย
3. นางสาวนิศารัตน์ ดาราวิโรจน์	ผู้ช่วยนักวิจัย

สรุปผลการสัมภาษณ์

คุณประสงค์เดิมเป็นคนที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี ทำรับซื้อมังคุดและทุเรียนส่งให้โรงคัดบรรจุ รวมทั้งทำโรงแพคบรรจุด้วยตัวเองแพคส่งให้นายหน้าที่มารับซื้อไปขายที่ประเทศจีน และมีไปลงขายที่ตลาดในประเทศจีนเองด้วยโดยทำมังคุดมาประมาณ 15 ปี และทุเรียนประมาณ 8 ปี ในส่วนของมังคุดส่งตลาดประเทศจีน เวียดนาม กัมพูชา สิงคโปร์ และมาเลเซีย ส่วนแบ่งตลาดของมังคุดที่ถูกส่งไปยังประเทศจีนมากที่สุด อยู่ที่ประมาณร้อยละ 60 ตลาดในประเทศเวียดนามประมาณร้อยละ 20 และส่งตลาดภายในประเทศ (กัมพูชา สิงคโปร์ และมาเลเซีย) ประมาณร้อยละ 20 หลังจากตัดออกจากสวนจะมีการแบ่งเกรดมังคุด โดยแบ่งตามลักษณะผิว อาทิ ผิวมัน ลายกาก ๆ (ผิวขรุขระ) และแบ่งตามหมวก (หูมังคุด) แบ่งเป็นหมวกเขียว (ดี) หมวกแดง (เกรดรอง) ซึ่งถ้ามังคุดผิวมันหมวกเขียวจะได้ราคาสูงสุด โดยเกรดดีจะถูกส่งไปยังประเทศจีน ในส่วนของผิวขรุขระหมวกแดง จะถูกส่งไปยังตลาดเวียดนามและตลาดภายในประเทศวิธีการขายสินค้าของคุณประสงค์ ในส่วนตลาดเวียดนาม ลูกค้าชาวเวียดนามจะเป็นคนเข้ามารับซื้อเอง ส่วนตลาดสิงคโปร์และมาเลเซียจะมีนายหน้าคนไทยที่มารับซื้อที่ล้งและส่งผลไม้ไปส่งสิงคโปร์และมาเลเซีย ส่วนตลาดกัมพูชา ลูกค้าชาวกัมพูชาจะรับซื้ออยู่ตลาดชายแดนไทย-กัมพูชา บ้านแหลม จังหวัดจันทบุรี โดยมีคนไทยไปส่งให้ ในส่วนตลาดภายในประเทศไทย จะมีแม่ค้าภายในประเทศมารับซื้อด้วยตัวเอง

ในส่วนของทุเรียนที่ส่งตลาดประเทศจีนจะแบ่งแยกเกรดทุเรียนเป็น 3 เกรด คือ A B C ล่าสุดเพิ่ม D เข้ามา โดยการแบ่งเกรดมีการแบ่งตามลักษณะของลูกเป็นหลัก เกรด A ดูตามลักษณะทรงลูกทุเรียน และขนาดลูก เกรด C ลักษณะลูกมีบิดเบี้ยว น้ำหนักของ A B C จะไม่ต่ำกว่า 1.8 - 7 กิโกรัมต่อลูก ส่วนเกรด D น้ำหนักประมาณ 1.0 - 1.5 กิโกรัมต่อลูก โดยตลาดส่งออกทุเรียนหลักจะส่งประเทศจีน ประมาณร้อยละ 80 ส่วนที่เหลืออีกประมาณ 20 จะบริโภคอยู่ในประเทศไทย ในส่วนของเกรด A ในประเทศไทยนั้นจะส่งไปยังตลาด อ.ต.ก.

การเหมาสวน ทางผู้ประกอบการฯ จะต้องเข้าไปดูที่สวนก่อนถึงวันกำหนดตัดทุเรียนประมาณ 20 วัน ซึ่งทุเรียนรุ่นแรกจะเริ่มออกประมาณเดือนมีนาคม โดยต้องเข้าไปดูทุเรียนเดือนมกราคม โดยทุเรียนในภาคตะวันออกจะออกไปถึงกลางเดือนกรกฎาคม หลังจากนั้นจะเป็นทุเรียนใต้ส่วนการรับซื้อมังคุดจากเกษตรกรของผู้ประกอบการฯ นั้น จะเป็นลักษณะที่เกษตรกรจะเป็นผู้นำมังคุดออกจากสวนมาขายที่ล้งของผู้ประกอบการฯ โดยมังคุดรุ่นแรกจะเริ่มออกประมาณปลายเดือนมีนาคมไปจนถึงเดือนกรกฎาคม ช่วงประมาณเดียวกับทุเรียน

ในส่วนใบมาตรฐานต่าง ๆ ในช่วงก่อนไม่ได้ใช้ ส่วนใหญ่จะวิธีสวมของคนอื่นเอา แต่ปัจจุบันนี้ทางหน่วยงานและกลุ่มผู้ส่งออกบังคับให้ทำทุกคน ก็จะมี GAP มาตรฐานในสวนและ GMP มาตรฐานของโรงคัดบรรจุ และในส่วนใบ DOA สำหรับลงทะเบียนเพื่อส่งออกไปยังประเทศจีน โดยในภาคตะวันออก เราแจ้งและส่งเอกสารไปยังกรมวิชาการเกษตร หลังจากนั้นก็จะมีหน่วยงานของกรมวิชาการเกษตรในพื้นที่เข้ามาช่วยดำเนินเอกสารและตรวจสอบให้ ซึ่งไม่มีค่าใช้จ่าย แต่ในส่วนของภาคใต้เท่าที่ผู้ประกอบการฯ ทราบจะต้องดำเนินการเรื่องเอกสารเอง การขนส่งทุเรียนและมังคุดไปยังประเทศจีน จะใช้การขนส่งผ่านบริษัทชิปปิ้ง ส่วนใหญ่ขนส่งทางรถ โดยเส้นทางไปยังจังหวัดนครพนม มุกดาหาร และผ่านไปยังเวียดนาม อีกเส้นทางจะโดยสารทางเรือ แต่ไม่ค่อยได้ใช้การขนส่งทางเรือ เนื่องด้วยใช้เวลานานกว่าทางรถซึ่งทางเรือใช้เวลาในการขนส่งไปยังประเทศจีน ประมาณ 7 - 15วัน ในขณะที่ทางรถใช้เวลาเพียง 5 วัน

ในการดูทุเรียนที่สามารถตัดได้จะต้องมีความสุกประมาณร้อยละ 70 - 80 ในส่วนของมังคุดจะดูความสุกที่จากสีผิวเป็นหลัก โดยหลังจากเก็บเกี่ยวมังคุดจะต้องเอามาฉีดน้ำยาเพื่อรักษาสภาพของหมวกมังคุดให้ยังเขียว และเพื่อให้สุกช้า ในส่วนของค่าใช้จ่ายในการรับซื้อ ในส่วนของมังคุดรับซื้อจากเกษตรกรจะมีค่าใช้จ่ายในส่วนของการคัดบรรจุมังคุดมากกว่าทุเรียน โดยค่าแพคกิ้งมังคุด จะอยู่ที่ประมาณ 5 - 8 บาท ส่วนของทุเรียนจะมีกำไรจากแพคกิ้งประมาณ 4 - 7 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งแล้วแต่ข้อตกลงกันระหว่างคนรับซื้อและโรงคัดบรรจุ ในส่วนการหาทุเรียนเพื่อส่งให้โรงคัดบรรจุผลไม้อีกที จะได้ส่วนต่างประมาณ 2-3 บาทต่อกิโลกรัม ในส่วนของกำไรที่ไปขายเองที่ประเทศจีน จะได้กำไรประมาณ 10 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งในช่วงพีคสุด ผู้ประกอบการฯ เคยได้กำไรประมาณ 6 แสนบาทต่อตู้ ตู้ 1 ตู้มีประมาณ 17,000 กิโลกรัม รถขนตู้คอนเทรนเนอร์ที่ขนส่งไปยังประเทศจีน จะต้องช่วยควบคุมอุณหภูมิและปรับอุณหภูมิภายในตู้ให้เหมาะสมด้วย ทั้งที่คุณภาพของสินค้าที่ไปถึงอาจเกิดความเสียหายจากจุดนี้ได้หากได้ชิปปิ้งที่ไม่ดี

ภาคผนวก ข จังหวัดระยอง จันทบุรี และจังหวัดตราด
สรุปการสัมภาษณ์รองนายกสมาคมผู้ประกอบการทุเรียนมังคุด
วันที่ 24 ตุลาคม 2562
จังหวัดจันทบุรี

ผู้ให้สัมภาษณ์

1. รองนายกสมาคมผู้ประกอบการทุเรียนมังคุด จังหวัดจันทบุรี

ผู้สัมภาษณ์

1. ดร. ชยันต์ พิภพลาภอนันต์	นักวิจัย
2. ดร. สุวพร ผาสุก	นักวิจัย
3. นางสาวเมรดี อินอ่อน	ผู้ช่วยนักวิจัย

สรุปผลการสัมภาษณ์

ตั้งแต่ช่วงต้นปี 2562 ผลผลิตค่อนข้างดีทั้งทุเรียนและมังคุด และผลประกอบการจากกำไรสูง ซึ่งปีนี้ที่จังหวัดจันทบุรียังไม่เกิดวิกฤตเงื่อนไขดีโอเอ (DOA) ที่กำหนดโดยประเทศจีนประกาศใช้มา 2 ปีแล้ว แต่ยังไม่มีการใช้อย่างจริงจัง ซึ่งฝั่งประเทศไทยยังมีการผ่อนผันกันอยู่ ยังมีการยืมกันอยู่ (สวมสิทธิ์กัน) ทำให้ลูกค้าจากประเทศจีนเข้ามาติดต่อขอซื้อถึงพื้นที่ หาแผงกันมากขึ้น และเรื่องเกี่ยวกับเงื่อนไขดีโอเอยังไม่เป็นที่ทราบกันโดยทั่วไป หน่วยราชการบางท่านก็ยังไม่รู้ว่าคืออะไร แต่เงื่อนไขการส่งระหว่างประเทศมีการทำข้อตกลงกันไว้

ซึ่งพอเข้าช่วงเดือนที่ 6 – 7 ตลาดจะไม่ค่อยดี เพราะมีผลไม้อื่น ๆ ทดแทน ซึ่งตอนแรกมีกระแสว่าผลไม้ในประเทศจีนมีผลไม้ที่ลดลง เนื่องจากภัยแล้ง ซึ่งประเทศไทยเองก็เป็น แต่ก็ทำให้เกิดปัจจัยบวก คือ ทำให้มังคุดอร่อย แต่ปัจจัยลบของมังคุด คือ ด้านคุณลักษณะ เช่น ผิวเป็นกระ ผิวไม่สวย แต่ก็สามารถแพ็คส่งออกได้ เพราะการโปรโมทกับค่านิยมใหม่ ๆ ที่ว่า ผิวไม่สวยแต่เนื้อข้างในอร่อย ส่วนทุเรียนถ้าสวนใครมีบ่อน้ำเพื่อหล่อเลี้ยงต้น ก็ทำให้ผ่านช่วงแล้งนี้ไปได้ ปีนี้ผลไม้ เช่น ทุเรียน ที่ในจังหวัดภาคใต้ก็ไม่ได้ถูกมากนัก ราคาโดยประมาณ 80 – 90 บาทต่อกิโลกรัม ตอนนี้ราคาขึ้นเป็น 100 บาทขึ้นไป เพราะปีนี้คาดการณ์ว่าจะตัดทุเรียนได้เดือนสิงหาคมแต่พอเดือนกรกฎาคมทุเรียนเริ่มหมดแล้ว ทำให้เกิดภาวะแย่งสินค้า เพราะล้งมีมากกว่าของที่สามารถผลิตออกสู่ตลาด

ส่วนดีโอเอ (DOA) ที่คนเข้าใจผิดมักคิดว่า ใช้เพียง 1 ใบต่อโรงคัดบรรจุผลไม้ ทำให้เลขดีโอเอไม่เพียงพอ แต่ภาครัฐของประเทศไทยเอง รวมถึงสมาคมผู้ประกอบการฯ เข้ามาช่วยแก้ปัญหา เข้ามาประกาศเร่ง ซึ่งจริง ๆ แล้วต้องรอถึง 3 เดือนจึงจะสามารถประกาศได้ แต่พอรอถึง 3 เดือน ทำให้ไม่ทันต่อผลผลิตที่ออกสู่ตลาด ทำให้สามารถช่วยผู้ประการได้ถึงร้อยละ 80 แต่ก็ยังมีผู้ประกอบการที่ยืมใบดีโอเอกันอยู่ดี ทำให้การส่งออกชะงักไปช่วงนึงและทำให้ราคาผันผวน โดยเฉพาะมังคุดที่ราคาลดลงอย่างมาก ทำให้ผู้ประกอบการขาดทุน แต่ทุเรียนกลับไม่ผันผวนมาก ผลประกอบการส่วนใหญ่ตั้งแต่ปลายเดือนมิถุนายนจนถึงประมาณสิ้น

เดือนกันยายน ปี พ.ศ. 2562 มีช่วงกำไรแค่ประมาณ 15 วัน คือ ช่วงก่อนไหว้พระจันทร์ 5 – 10 วัน และในช่วงหลังวันชาติจีนในช่วงสั้น ๆ ที่เหลือขาดทุนหมดเลย

สถานการณ์ข้างต้นเป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการ สำหรับชาวสวนก็ยังถือว่ากระแสดีอยู่ แต่ราคามังคุดต่ำกว่าค่าเฉลี่ยที่ประเมินไว้บ้างเล็กน้อย โดยทางภาคตะวันออกเปิดฤดูกาลมาแค่ 30 – 40 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนทางใต้ราคา 100 บาทต่อกิโลกรัมขึ้นไป แต่ในปีนี้ราคาประมาณ 160 บาทต่อกิโลกรัม การปรับขึ้นของราคามงคุดที่ผลผลิตมังคุดค่อนข้างน้อย

จากการที่ตอนนี้ราคาผลผลิตของประเทศไทยมีความผันผวน มีแหล่งส่งเจ้าใหญ่อยู่เพียงประเทศเดียว คือ ประเทศจีน และบวกกับผลผลิตในประเทศที่มีมากขึ้น ซึ่งจากผลผลิตของลำไยที่เข้าสู่ตลาดประเทศจีนที่มีปริมาณมากจนทำให้ชาวจีนเองคิดว่าลำไยไม่ใช่สินค้าพรีเมี่ยมอีกต่อไป ทำให้หมดสิทธิ์ที่จะเพิ่มราคาให้กับลำไยได้อีก ส่วนวิธีการแก้ปัญหาที่ดีที่สุดในตอนนี้สำหรับผลไม้จำพวกทุเรียนและมังคุด คือ การหาตลาดใหม่ที่มีขนาดและความต้องการกับประเทศจีน และการที่ไทยพยายามส่งผลไม้เป็นตะกร้า เช่น มังคุดเข้าสู่ท้องตลาด ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น ทำให้ต่อไปมังคุดจะไม่ใช่สินค้าพรีเมี่ยมอีกต่อไปคล้าย ๆ กับลำไยในอนาคต ซึ่งมีความเป็นไปได้ที่แนวโน้มของผลไม้จำพวกทุเรียนและมังคุดเป็นแบบนั้น แต่ข้อดีของทุเรียนและมังคุดต่างจากลำไย คือ ลำไยเป็นผลไม้ที่บังคับได้ดีกว่าผลไม้อื่นและลำไยเป็นต้นไม้ที่ปลูกง่าย ตายยาก แต่ชาวสวนเองจะเกิดปัญหาในวันที่มันเริ่มออกดอก เพราะชาวสวนจะไม่มีทุน จากนั้นชาวสวนก็จะใช้วิธีการ โดยการนำเงินจากนายทุนหรือโรงคัดบรรจุผลไม้ ซึ่งโรงคัดบรรจุผลไม้ในสมัยก่อนจะปล่อยเงินก็ต่อเมื่อลูกโต (ขนาดที่เรียก เช่น เท่าปลายนิ้วก้อย เท่าหัวไม้ขีด เท่าคัตเตอร์บัต) แต่พอในปัจจุบันที่ชาวจีนเข้ามาทำธุรกิจเกี่ยวกับการรวมรวบ 3 ปีที่ผ่านมา การเหมาใบ คือ การเห็นมีต้น เห็นมีใบ ก็เหมาสวน 3 ปี กำหนดราคาและให้มัดจำล่วงหน้าเลย

ชาวสวนก็เริ่มมีพฤติกรรมมีเงินง่าย ใช้เงินอนาคต เงินที่เพ่อค้าชาวจีนให้มาไว้ก็นำไปออกรถป้ายแดง ซื้อตู้เย็น ซื้อมอเตอร์ไซค์ ดังนั้นทำให้ไม่มีเงินในช่วงที่ต้องให้ปุ๋ยและยาเลยต้องไปนำเงินจากโรงคัดบรรจุผลไม้อื่นมา ทำให้ลำไยออกมาไม่ได้คุณภาพ เกิดการเป็นหนี้ทับถม โรงคัดบรรจุผลไม้เองพอปล่อยเงินไปในระบบ เช่น ปล่อยเงินไป 50 ล้านบาท พอได้ผลผลิต ได้เงินมาแค่ 30 ล้านบาท เงินก็ทับถมอยู่ในนั้น จึงเกิดการช่วงชิงโอกาสระหว่างคนสวนและผู้ประกอบการ หลังๆ ผู้ประกอบการเองจึงเก็บลำไยแค่ เบอร์ 1 –2 (จากทั้งหมด 4 เบอร์) ที่เหลือรูดทิ้ง ไม่เอาเลย เพราะเวลาเขาจ่ายจะจ่ายเป็นน้ำหนัก (เกณฑ์การซื้อจากสวนมีหลายแบบ เช่น การเหมาทั้งสวนและการเหมาตามกิโลกรัม) ซึ่งทำให้เป็นเกมส์การฉวยโอกาสกัน ทำให้ระบบพัง พอระบบพังทำให้ผู้ประกอบการไทยเอาเงินไปหว่านและทำให้เงินไปจมในระบบ ถ้าปล่อยมัดจำลงในระบบแต่พบว่ามังคุดเป็นเบอร์ 2 กับ 4 มาก ราคาเฉลี่ยประมาณ 10 บาท จากปกติราคาประมาณ 20 บาท ทำให้ถ้าเก็บทั้งสวนแล้วทำสัญญามัดจำให้เกษตรกรดีกว่าปล่อยให้เกิดการขาดทุน ดังนั้นผู้ประกอบการคนไทยหรือผู้ประกอบการรายย่อย ที่มีทุนไม่มากพอก็จะออกจากระบบ คนเลยเข้าใจกันว่านายทุนใหญ่เท่านั้นที่สามารถครองตลาดได้ ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นของลำไย

ขณะที่ข้อดีของทุเรียนและมังคุด คือ ชาวสวนที่ทำทุเรียนและมังคุดในจังหวัดจันทบุรี ส่วนใหญ่มีเงินทุน เป็นนักลงทุนอยู่แล้ว พร้อมจะตัดต้นทุเรียนเพื่อปลูกยาง พร้อมตัดต้นยางเพื่อปลูกมังคุด พร้อมตัดต้นมังคุดเพื่อปลูกทุเรียน โดยในความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า โอกาสที่ทุเรียนหรือมังคุดจะเป็นเหมือนลำไยและมะพร้าวไหม นั่นคือเหตุผลที่ทำให้มีสมาคมผู้กอบการทุเรียนและมังคุดเกิดขึ้นในประเทศไทย โดย

แยกแยกตัวออกจากผลไม้ชนิดอื่น เพราะผลไม้แต่ละชนิดมีความแตกต่างกันในการบริหารจัดการ สังคมของคนทำลำไย ทุเรียนและมังคุด และพฤติกรรมของเกษตรกรของผลไม้ทั้ง 3 ชนิดก็แตกต่างกัน ซึ่งเกษตรกรเองก็พอรับทราบว่าปัญหาในอนาคตของทุเรียนและมังคุดมีโอกาสจะเป็นคล้ายลำไย

ส่วนการป้องกันในอนาคตมักเกิดกับผู้ประกอบการชาวไทย เช่น ผู้ให้สัมภาษณ์เป็นคนไทยที่มีสวนของครอบครัวทำสวนตั้งแต่เกิด เริ่มจากการเป็นผู้ผลิต จากนั้นก็รับจ้างแพ็คให้กับนายทุน นายทุนเองก็อยู่ต่างประเทศ มีบินมาดูบ้างเป็นครั้งคราว โดยใช้ชื่อเป็นแบรนด์ของนายทุนจากต่างประเทศ และจบเพียงแค่นี้ โดยใช้สายสัมพันธ์ในการทำธุรกิจ แต่ปัจจุบันผู้ประกอบการเองก็กระโดดเข้ามาทำสวน เพราะต้องการกำไรที่มากขึ้น ลูกค้าของผู้ประกอบการก็ลงมาทำเพื่อต้องการต้นทุนที่ต่ำลง ส่วนเกษตรกรเองก็ต้องการทำเพื่อเพิ่มพื้นที่ในตลาด (Market Share) เพราะถ้าไม่ทำก็จะประสบกับปัญหาอยู่ไม่ได้ โดนบีบทุกทาง ทำให้ต่างคนต่างแข่งขันกัน เหมือนกับปลาที่อยากขึ้นไปทำรังบนต้นไม้ และนกอยากลงมาว่ายน้ำแบบปลา ทั้ง ๆ ที่ตัวเองเก่งด้านใดด้านหนึ่งอยู่แล้ว พอเกิดวิกฤตก็ทำให้ล้ม หายออกไปจากระบบ เช่นเดียวกันกับชาวจีนที่เข้ามาในประเทศไทยแล้วมาเปิดราคาที่ 110 บาทต่อกโลกรัม แต่ในตลาดราคาอยู่แค่ 105 บาทต่อกิโลกรัม ทำให้ต้นทางเกิดภาวะปั่นป่วน ซึ่งจีนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตลาดเปลี่ยน เช่น แพคเกจเปลี่ยน ก็ต้องเปลี่ยนการทั้งวงการ เช่น โรงงานตะกร้า โรงงานกระดาษ โรงงานกล่อง ก็ต้องเปลี่ยน ถ้าไม่เปลี่ยนก็จะทำสินค้าส่งออกไม่ได้ ซึ่งต้องมีการปรับตัว บางโรงงานจากการทำตะกร้าแล้วเปลี่ยนมาทำแพคเกจ ลงทุน 500,000 บาท แต่พอผ่านไป 1 เดือนแพคเกจเปลี่ยน เพราะผู้ผลิตไม่ได้มีการปรับตัวเรื่องนี้ ซึ่งแบบนั้นจะลำบาก

โดยล่าสุดบริษัทใหญ่อย่าง SCG พยายามเข้ามาทำระบบขนส่ง (Shipping) แต่จริง ๆ แล้วเจ้าใหญ่กว่ามาจากประเทศจีนที่มีสายสัมพันธ์ตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง รวมถึงด่านชายแดน ซึ่งพอทาง SCG พยายามจะเข้ามาทำกิจการตัวนี้ โดยขอควบกิจการ (Take Over) ขอซื้อหุ้น ก็ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ซึ่งเหนื่อยพอสมควรกับทิศทางผลไม้ไทย เพราะทุกวันนี้ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าผลไม้ไทยพึ่งพิงประเทศจีนเป็นตัวขับเคลื่อนในการส่งออก และด้วยกฎหมายในประเทศไทยที่ไม่มีการควบคุมผู้ประกอบการอย่างเป็นจริงเป็นจัง อย่างในประเทศอินโดนีเซียที่ถูกปิดโดยวัฒนธรรมและกฎหมาย ทำให้นอมินีจีนไม่สามารถเข้ามาเป็นผู้ประกอบการได้ แต่ข้อดีของการที่นอมินีจีนเข้ามาก็ทำให้ผู้ประกอบการไทยสามารถเข้าสู่ตลาดได้อย่างทั่วถึง แต่ทำไมถึงไม่สร้างผู้ประกอบการไทยใหม่ ๆ ให้มากขึ้น ซึ่งมันจะเป็นข้อดีมากกว่า สนับสนุนให้มีแบรนด์คนไทยออกสู่ท้องตลาดมากขึ้น เพราะสิ่งที่ได้คือพลัง (Power) ในการจัดซื้อ แนวคิด (Mind Set) ของการทำธุรกิจ รวมถึงประสบการณ์ต่าง ๆ เอง คือ ด้วยความเป็นคนไทยก็คงไม่ต้องการทำให้ตลาดพัง คงไม่ทำเกณฑ์ให้เกิดการช้อนราคาทำให้ตลาดส่งออกของประเทศเสีย แต่ต้องการให้เกิดการเสถียรภาพของราคา เกิดความมั่นคงของตลาด และเกิด Margin ที่มันอยู่ได้ แต่ทุกวันนี้ เช้ากับเย็นคนละราคาเลย ราคาจึงผันผวนทำให้ไม่สามารถกำหนดราคาได้เลย

เหตุผลที่ทำให้ไม่เกิดเกษตรกรหรือแม้กระทั่งผู้ประกอบการยุคใหม่เพราะ ครอบครัว ค่านิยมการทำสวน ค่านิยมการประกอบกิจการตามยุคพ่อแม่ เพราะการทำแบบพ่อแม่นั้นลำบาก กลัวการขาดทุนที่ต่างประเทศ เพราะไม่มีรัฐบาลคอยสนับสนุน เพราะพวกนี้เหมือนการพนัน แต่ก็ยังต้องแจ้งภาษีกับสรรพกร ที่ไม่สามารถเดาได้ว่าปลายทางจะเกิดอะไรขึ้น จะได้กำไร หรือขาดทุนมาไหม ซึ่งปัจจัยค่าเงิน สงครามการค้าก็มีส่วนเพราะตอนนี้ค่าเงินอยู่ที่ 4.2 หยวน สิ่งที่น่ากังวลไม่ใช่ผู้ประกอบการรายใหญ่เพราะเขาเองก็ต้องการรักษาตลาดไว้เพื่อการค้าขายที่ยั่งยืน แต่เป็นผู้ประกอบการรายย่อยที่หิ้วกระเป๋าเข้ามาป่วนตลาด ทำให้ตลาดส่งออก

เกิดผลกระทบ เช่น เมื่อก่อนนำแต่ผลไม้ขนาดคุณภาพ ลูกสวยไปขายในตลาด ทำให้รักษาเสถียรภาพของตลาดไว้ได้ แต่ปัจจุบันการนำผลไม้ตกไซส์ ตกเกรด เป็นกระ นำไปขายทำให้ตลาดปั่นป่วนมากขึ้นราคาผลไม้ต่ำลง แต่ปัจจุบันพ่อค้าหิ้วกระเป๋าก็เริ่มลดน้อยลงเพราะเมื่อตลาดถูกป่วน ราคาผันผวนมาก ผู้ประกอบการก็แบกรับภาระไม่ไหว ทยอยออกจากประเทศไทย แต่จะเข้ามาอีกเมื่อไหร่ก็ต้องดูกัน จากเหตุการณ์ดังกล่าวก็ทำให้ผู้ประกอบการไทยได้รับบทเรียน รวมถึงได้เรียนรู้ที่จะแก้ไข การป้องกันปัญหาดังกล่าวมากขึ้น เช่น เหตุการณ์ทุเรียนอ่อน เมื่อราคาทุเรียนสูงมากเกินไปเลยทำให้ตัดทุเรียนอ่อนเข้าระบบ พอทุเรียนอ่อนออกสู่ตลาด ทำให้ราคาร่วงทำให้ในสวนราคาร่วง แล้วค่อยกลับมาซื้อกันใหม่ แต่ทำให้รู้ว่าวิธีการแบบนี้มันไม่ดีนะ ทำให้ทุเรียนไทยขายไม่ได้ ตอนนี้ทุเรียนมาเลเซียก็เริ่มดังเช่นกัน ทำให้เกษตรกรไทยปรับตัว ปีล่าสุดปล่อยทุเรียนสุกกำลังดีออกสู่ทำให้ราคาตลาดสูงขึ้น เกษตรกรหน้าสวนก็ได้ราคาดีขึ้นเช่นกัน ล่าสุดเกมส์การค้าจากจีนเอง พบว่าชาวจีนซื้อผลไม้จากมณฑลเจียงหนานเพื่อขายที่ปักกิ่ง กับผู้ประกอบการมาแพคผลไม้ในเมืองไทยแล้วไปขายที่ประเทศจีน ทำให้ผู้ประกอบการมีแห่งขาย 2 ที่ ได้แก่ที่ประเทศจีนเองและที่ประเทศไทย จึงทำเกมส์ 2 ทางนี้ว่าถ้าทางไหนต้นทุนต่ำกว่าก็จะไปซื้อที่นั่นทำให้เกิดของล้นไม่ฝั่งใดก็ฝั่งหนึ่ง แต่สุดท้ายแล้วพอคนคิดเหมือนกันมากขึ้นก็จะทำให้เกิดสมดุลกันเอง

ซึ่งล่าสุดภาครัฐก็พยายามเข้ามาสนับสนุนโดยการลดดอกเบี้ยให้ผู้ส่งออก เช่น รัฐบาลช่วยอุดหนุนดอกเบี้ยร้อยละ 3 ของการส่งออก ทำให้ต้นทุนถูกลง ซึ่งอยากให้รัฐบาลมีการทำอย่างต่อเนื่องและมีการวางแผนในล่วงหน้า ซึ่งพอผู้ประการเดือดร้อน ถึงค่อยออกนโยบาย กว่าจะอนุมัติ กว่าจะประกาศใช้ทำให้มันล่าช้า ซึ่งมาเข้ามาสนับสนุนในจังหวะที่ไม่ต้องการก็ไม่มีประโยชน์ แหล่งเงิน เช่น กู้ (Loan) เป็นแหล่งเงินที่เหมาะสำหรับการซื้อเครื่องจักร ทำโรงงาน ข้อดีคือ มีดอกเบี้ยถูก จึงนำมาเป็น Cash Flow ส่วนโอดี (OD) ก็ใช้ แต่รัฐบาลอุดหนุนแค่โอดีกับตั๋วเงิน แต่การให้สินเชื่อมีเงื่อนไขทีไม่สนับสนุน จึงควรสนับสนุนให้ถูกวัตถุประสงค์ แยกทั้งของพืชไร่และพืชสวน เพราะพืชไร่สามารถเก็บของไว้ได้นานกว่าพืชสวน

ส่วนตลาดอินเดียเป็นตลาดที่น่าสนใจมาก คาดหวังให้กรมเจรจาฯ เข้าไปเจรจาก่อนโดยเจรจาส่วนที่ทำได้และเกิดขึ้นจริง ซึ่งตอนนี้คุณเชอร์ตันนักธุรกิจของ CIMB ได้สนใจธุรกิจผลไม้ทุเรียนไทย ซึ่งตอนนี้ทางฝั่งประเทศไทยพร้อมหมดแล้ว ทั้งเอกสาร ทั้งการเดินเรือ โดยคุณเชอร์ตันสนใจให้ขนส่งโดยทางเครื่องบิน ซึ่งมีผู้ประกอบการไทยทำอยู่บ้างแต่ลำบาก ส่งทางเรือจะดีกว่า แต่ตอนนี้ติดแค่ฝั่งอินเดียเท่านั้น ซึ่งมีคนพยายามส่งไปแต่เกี่ยวข้องกับทางนั้นแค่ 2 บริษัทเล็ก ๆ ไม่ใช่วงกว้าง มารับซื้อจากสวน 100 บาท ไป (ค่าตัด ค่าเก็บ) ถึงโรงงาน 105 บาท ไป (ค่าลูกน้อง ค่าน้ำ ค่าไฟแต่ไม่รวมค่าแพ็คกับค่าขนส่ง) โรงงานแพ็ค Margin 5 บาท ไป (ค่าแพ็คค่าขนส่ง) ถึงตลาด ประมาณ 35 หยวนต่อกิโลกรัม แต่ไม่ทราบว่าขายกี่บาท แต่ถ้าถามถึงธุรกิจของผู้สัมภาษณ์จะค้ากำไรต่ำกว่าร้อยละ 5

ภาคผนวก ข จังหวัดระยอง จันทบุรี และจังหวัดตราด
สรุปการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ ง.
วันที่ 25 ตุลาคม 2562
จังหวัดจันทบุรี

ผู้ให้สัมภาษณ์

1. ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุมังคุด ง. จังหวัดจันทบุรี

ผู้สัมภาษณ์

1. ผศ.ดร. กัมปนาท เพ็ญสุภา	หัวหน้าโครงการย่อย 1
2. นางสาวสุปรียา แซ่ลี้	ผู้ช่วยนักวิจัย

สรุปผลการสัมภาษณ์

สำหรับผู้ประกอบการคนไทยยังไม่สามารถจัดการบรรจุหีบห่อผลไม้และส่งออกไปขายเองได้ในตลาดจีน ปัจจุบันยังทำตามออเดอร์ที่พ่อค้าจีนสั่ง โรงคัดบรรจุผลไม้ของคนไทยไม่ได้แพ็คสินค้าให้กับพ่อค้าชาวจีนแค่เจ้าเดียว ส่วนใหญ่จะมีประมาณ 2 - 3 เจ้า ส่วนการขายผลไม้ออนไลน์คิดว่าไม่น่าจะเป็นแนวทางการขายผลที่เหมาะสมจากประสบการณ์ที่ทำมา แต่ช่องทางการขายแบบออนไลน์เป็นกระแสที่นิยม ทั้งนี้การขายออนไลน์ที่มีออเดอร์สั่งเยอะอาจจะเป็นการโฆษณาเพื่อให้ลูกค้ารู้จักผลไม้ไทยมากขึ้นสำหรับผู้ประกอบการไทยมองว่าไม่เหมาะสม

สำหรับมังคุดอบไอน้ำเริ่มเป็นที่ต้องการของตลาดของประเทศไต้หวัน ในส่วนปัญหามังคุดที่เสียระหว่างการขนส่งไม่ได้เกี่ยวข้องกับกระบวนการอบไอน้ำแต่เกิดขึ้นระหว่างกระบวนการบรรจุจากแรงงานที่บรรจุในกล่องที่ขาดความชำนาญ และหากเป็นช่วงที่มังคุดออกผลและมีฝน ผู้ซื้อและผู้ขายต้องรับสภาพผลผลิตที่ไม่ค่อยสมบูรณ์ โดยผู้ประกอบการไทยจะแจ้งให้กับพ่อค้าชาวจีนทราบว่ามังคุดมีความสมบูรณ์เป็นกี่เปอร์เซ็นต์ก่อนแพ็คและบรรจุกล่องขึ้นตู้คอนเทนเนอร์ และส่งออกไปยังพ่อค้าชาวจีน ผู้ประกอบการไทยไม่สามารถสแกนคุณภาพของมังคุดได้ทุกลูก การคัดเลือกคุณภาพของเนื้อในมังคุดจึงเป็นการใช้ประสบการณ์และความชำนาญในการดูรายละเอียดดูความสมบูรณ์ของโรค รูปลักษณ์ของผิวมังคุด ส่วนหนึ่งดูได้จากตาเปล่าซึ่งผู้ประกอบการพยายามทำให้สมบูรณ์ที่สุดเท่าที่จะทำได้

การส่งมังคุดไปยังประเทศไต้หวันต้องผ่านการอบไอน้ำการอบไอน้ำมังคุดส่งไต้หวันเริ่มขึ้นเมื่อปี 2561 แต่หากส่งไปยังประเทศจีนและประเทศอื่น ๆ ไม่มีกระบวนการอบไอน้ำแต่เน้นที่ตัวเชื้อรา สำหรับกระบวนการผลิตการอบไอน้ำมังคุดนี้ทำได้ยากและไม่เป็นที่นิยมของผู้ประกอบการไทย แต่ปัจจุบันแม่ค้าหรือผู้ประกอบการมังคุดไทยเริ่มศึกษากระบวนการผลิตอบไอน้ำมังคุดเพื่อดูตลาดในอนาคต

ในปัจจุบันนี้การส่งมังคุดเข้าไปในประเทศจีนถือว่าทำได้ยากเพราะต้องผ่านหลายมาตรฐาน เช่น GMP DOA สำหรับทุเรียนการส่งเข้าประเทศจีนมีการตรวจเข้มมากกว่าปกติสำหรับลำไยส่งออกต้องตรวจ GMP DOA และต้องตรวจ ULFA ซึ่งมาตรฐาน DOA มีกระบวนการและขั้นตอนที่ยากและใช้เวลานาน ซึ่ง

กระบวนการในการทำมาตรฐาน DOA นั้นภาครัฐมีกระบวนการที่ซับซ้อนและนานภาครัฐใช้เวลาในการยื่นเอกสารเป็นเดือน

- เดือนแรกนับจากการยื่นขอ จะเป็นระยะเวลาที่นำเข้ามติที่ประชุม 1 ครั้ง
- หลังจาก 1 ครั้งต้องรออีก 2 เดือนเพื่อพิจารณา
- หลังจากอีก 2 เดือนพิจารณาต้องเข้ากระทรวงอีก 1 เดือนถึงได้เลข DOA
- ขณะที่เลข DOA มีอายุเป็นระยะเวลา 2 ปี

สำหรับ DOA ต้องส่งเรื่องไปยังประเทศจีนเพื่อให้ประเทศจีนออกเลข DOA ซึ่งใช้เวลาระยะเวลานาน หากต้องปรับปรุงควรแก้ไขที่กระบวนการภายในภาครัฐของประเทศไทยให้กระชับมากขึ้น หากจะไปทำกับผลไม้ทุเรียนหรือมังคุดของทางภาคใต้ต้องทำเรื่องในการยื่นขอเลข DOA ตั้งแต่ทุเรียนในฤดูกาลของทางจังหวัดจันทบุรีเพื่อเป็นการเตรียมตัวล่วงหน้าของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ไทยเพื่อให้เลข DOA ออกทันผลผลิตทุเรียนหรือมังคุดของภาคใต้

แต่ละผลไม้จะมี DOA แยกออกจากกันและมีอีกมาตรฐานคือ CN ซึ่งมองว่าควรจะทำควบคู่กับ DOA ในอนาคตสำหรับผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ไทยควรจะทำมาตรฐานตามที่เขากำหนดไว้เพื่อให้ง่ายต่อการดำเนินงานเพราะ GMP เป็นมาตรฐานที่ควรต้องตรวจทุกปี แต่ปัญหาหลัก ๆ ที่ผู้ประกอบการไม่นิยมทำเพราะกระบวนขอใช้เวลานาน นอกจากนั้นหากจะให้รัฐบาลตรวจมาตรฐานควรกำหนดขั้นตอนที่ชัดเจนและระยะเวลาของแต่ละขั้นตอนว่าให้ยื่นภายในระยะเวลาใด สำหรับลำไยภายในวันที่ 30 ตุลาคมจะเป็นหน่วยงานภาครัฐมาตรวจหากหลังจากนั้นจะเป็นหน่วยงานจากทางภาคเอกชนเข้ามาตรวจแทน โดยทั่วไปแล้วลำไยส่งออกต้องได้มาตรฐาน DOF และ SULFA ต้องเป็นการตรวจจากทางเอกชนเท่านั้นและใช้เอกสารจำนวนมาก รวมถึงต้องเสียค่าใช้จ่ายประมาณ 30,000 บาท ในการตรวจ DOF ค่าใช้จ่ายในการตรวจจะรวมค่าเดินทางและค่าดำเนินงานต่าง ๆ

การทำธุรกิจกับพ่อค้าชาวจีนจะมี 2 รูปแบบได้แก่ 1) จดทะเบียนเป็นรูปบริษัทร่วมกับคนจีนคือหุ้นส่วนกัน และ 2) ไม่ได้จดทะเบียนเพราะเกี่ยวข้องกับเรื่องของภาษีที่นับว่าเป็นเรื่องที่หนักด้านต้นทุน เนื่องจากภาษีกรมสรรพากรมีจำนวนยอดในการจัดเก็บแบบเหมาจ่าย ซึ่งผู้เสียไม่ทราบจำนวนต้นทุนรวม แต่เป็นการประเมินจากรายได้ของผู้ประกอบการเพียงเท่านั้น ที่เป็นจำนวนเงินที่เข้าบัญชีเป็นเงินที่รวมทั้งค่าแพ็คกิ้ง ค่าสินค้าซึ่งรวมต้นทุนในการดำเนินงานในทุกอย่างสำหรับผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ในแต่ละปีนั้นต้องจ้างบริษัทอื่นทำภาษีใน 1 ปีที่ต้องจ่ายค่าจ้างทำประมาณ 2 - 3 แสนบาทต่อปี ในเรื่องของภาษีถ้าจะดำเนินการในเรื่องใดก็ตามต้องจ้างให้ทำให้เพราะถ้าหากทำเองจะโดนในหลายเรื่องหรืออาจทำผิดพลาดเล็ก ๆ น้อย ๆ เพื่อป้องกันไม่ให้ผิดพลาดเลยต้องจ้าง

ในปี 2561 ที่ผ่านมาได้กำไร 16 ล้านเป็นค่าแพ็ค แต่ถ้าแพ็คจะเป็นกำไรในส่วนของผู้ให้สัมภาษณ์ 3 ล้านกว่าซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายในเรื่องของอุปกรณ์ ค่าจ้างแรงงาน ค่าสาธารณูปโภคและอื่น ๆ รวมถึงค่าเช่าสถานที่ สำหรับกำไร 16 ล้านเป็นค่าแพ็คที่ได้รวมมาเท่านั้น แบ่งออกเป็นเงินจากมังคุดจำนวน 40 กว่าตู้คอนเทนเนอร์ การเก็บภาษีแบบเหมาจ่ายที่ประเมินจากด้านรายได้จึงเป็นการประเมินภาษีที่ผู้ประกอบการต้องจ่ายจากรายได้ 16 ล้าน ในความเป็นจริงควรจะพิจารณาที่จำนวน 3 ล้าน หรือกำไรจะเหมาะสมกว่า

ในส่วนของรายได้ไม่มีความแน่นอนใช้เป็นในรูปแบบของการเหมาจ่ายในปัจจุบันในเรื่องของภาษี ภาครัฐควรมองที่ตัวรายได้ที่เกิดขึ้นในแต่ละปีซึ่งอาจจะไม่เท่ากันและอัตราแลกเปลี่ยนมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ผู้ประกอบการต้องการให้เกิดความยุติธรรมในการจ่ายหรือเก็บภาษีของภาครัฐซึ่งเป็นปัญหาที่ผู้ประกอบการผลไม้ประสบ สำหรับกระบวนการที่ทางภาครัฐกำหนดกับในการปฏิบัติจริงเกี่ยวกับเรื่องค่าธรรมเนียมภาษีหรือการดำเนินการในรูปแบบต่าง ๆ ในทางเป็นจริงนั้นปฏิบัติได้ยาก เช่น ไปซื้อผลไม้ในสวนต้องขอบัตรประชาชนคนสวนเพื่อดำเนินการในรูปแบบต่าง ๆ ทำได้ยาก รายได้ไม่ควรมองที่รายได้เข้าก้อนแรกอย่างเดียวผู้ประกอบการมีต้นทุนที่เกิดขึ้นมีหลากหลาย อาทิ ปุ๋ยค่ายากำจัดศัตรูพืชค่าน้ำ เป็นต้น

การทำใบ GAP สำหรับชาวสวนต้องระบุจำนวนไร่ในการเพาะปลูกหรือครอบครองซึ่งเกี่ยวข้องกับการเก็บภาษีของภาครัฐ ในประเด็นนี้ผู้ประกอบการเห็นว่าไม่เป็นธรรมกับชาวสวน เนื่องจากการจ่ายภาษีของชาวสวนนั้นค่อนข้างยาก และอาจจะขาดความรู้ทางด้านภาษี ภาครัฐเข้ามาดำเนินการจัดทำ GAP ถึงสวนของเกษตรกรใช้ระยะเวลาในการเข้ามาตรวจสอบนาน ขณะที่ผู้ประกอบการหากต้องซื้อผลไม้จากชาวสวนต้องขอใบ GAP จากชาวสวนด้วยซึ่งเป็นข้อบังคับของภาครัฐ โดยลำไย1 ตู้คอนเทนเนอร์ใช้ 5 ไร่ต่อตู้ ใบ GAP 1 ใบ ในแต่ละตู้ต้องไม่ซ้ำกันถ้ามี 20 ไร่จะทำได้เพียง 5 ตู้ ในช่วงที่ผ่านมาประสบปัญหาผู้ประกอบการมีจำนวนมากไปทำให้ใบ GAP ไม่พอต่อปริมาณการส่งออก กรณีทุเรียนใช้จำนวน 10 ไร่ต่อ 1 ตู้ซึ่งต้องไปหาให้ได้จำนวนไม่น้อยกว่า 20 ถึง 30 สวนเพื่อให้ได้ทุเรียนมาจัดส่งและต้องเก็บใบ GAP ยื่นให้แก่ shipping ในการขนส่งไปยังประเทศจีนนับเป็นไร่หากมีอยู่ 30 ไร่ GAP นั้นจะใช้ได้ 3 ตู้หากใช้ใบ GAP แล้วจะไม่สามารถไปใช้กับตู้อื่นได้ ซึ่งจะไปขึ้นโชว์ที่ shipping (โฉนด 1 ใบมี 30 ไร่สามารถทำใบ GAP และใช้ได้ 3 ตู้ในการส่งทุเรียนไปจีน) ก่อนหน้าใบ GAP 1 ใบสามารถส่งได้ตลอดฤดูกาลมังคุด ระเบียบใหม่นี้เพิ่งเริ่มเมื่อปี 2562 ในการใช้ใบจัด GAP 3 ไร่ต่อ 1 ตู้

ในส่วนของราคารับแพ็คกิ้งที่ได้จากพ่อค้าจีน ลำไย 4 บาท มังคุด 16 - 17 บาท และทุเรียน 4 - 5 บาท ผู้ประกอบการต้องบริหารจัดการทั้งหมด สำหรับการซื้อผลไม้ในสวนจะเสียค่าใช้จ่ายในส่วนของค่าขนส่ง ค่าเดินทางในการเข้าไปสำรวจความสมบูรณ์ของสวนต้องเข้าไปครั้งแรกเพื่อทำสัญญากับชาวสวน และต้องวางเงินมัดจำให้กับชาวสวน ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต้องเข้าไปสวนหลายครั้งเพื่อไปตรวจสอบผลผลิต เช่น ช่วงออกดอกของผลไม้ไปเช็คการดูแลของชาวสวน รวมถึงให้ชาวสวนแต่งกิ่งแต่งช่อเพื่อให้ได้ผลผลิตที่คุณภาพและลูกขนาดใหญ่ ซึ่งในสัญญาจะมีการตกลงราคาตามเกรดของผลไม้ลำไยหรือทุเรียน ทั้งนี้อากาศเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ผลผลิตมีคุณภาพหรือไม่มีคุณภาพ ซึ่งพ่อค้าจีนทำให้คนสวนนิสัยเสียจึงทำให้ปัจจุบันนี้การเข้าไปซื้อผลไม้ต้องซื้อตั้งแต่เริ่มออกใบ ยังไม่เห็นดอกหรือลูก หลักในการพิจารณาสวนควรวิเคราะห์สภาพของใบ ดิน พื้น ต้น และใบของผลไม้ซึ่งจะทำให้ทราบถึงคุณภาพของผลไม้ที่จะเกิดขึ้น ผู้ประกอบการจะได้เงินทุนมาจากพ่อค้าชาวจีนเพื่อไปดำเนินการซื้อผลไม้ในสวนหรือเหมาสวนหากได้ 2 ล้านบาทก็จะซื้อสินค้าครบที่มีคุณภาพให้แก่พ่อค้าชาวจีนเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายทั้งตนเองและชื่อเสียงของผลไม้ในไทย

สำหรับทุเรียนหากเข้าร่วมกับสมาคมจะมีราคาแจ้งเป็นหยวน ในบางฤดูกาลสามารถซื้อจากเจ้าของสวน 130 บาทต่อกิโลกรัม แต่ปัจจุบันมีการเหมาคร่ำหนามอยู่ประมาณ 140 บาทต่อกิโลกรัม เป็นราคาที่พ่อค้าชาวจีนมาซื้อมากกว่า เพราะจีนมีเงินทุนมากกว่าไทย ปัญหาที่พบคือต้นทางราคาแพงกว่าราคาขายปลายทาง เหตุการณ์นี้อาจจะมาจากปัญหาของชาวจีนที่เป็นกระบวนการฟอกเงิน วิธีการคือการซื้อผลไม้ราคาแพง เช่น ผู้ประกอบการไทยในขณะนี้ซื้อที่ราคา 125 - 130 บาทต่อกิโลกรัม ชาวจีนสามารถซื้อได้ในราคา

140 บาท ไม่ได้บวกค่าแพ็คกิ้ง ค่าขนส่ง และค่าอื่น ๆ เกิดขึ้นในตลาดผลไม้ทั้ง 3 ชนิด วิธีการนี้ส่งผลดีต่อเกษตรกรไทยแต่ไม่เป็นผลดีต่อผู้ประกอบการไทยที่ต้องรับซื้อตามราคาที่กลุ่มชาวจีนดังกล่าวกำหนด หรือไม่สามารถซื้อผลไม้ได้ อย่างไรก็ตาม ราคาที่สูงอาจไม่เป็นผลดีในระยะยาวเพราะเป็นราคาที่ไม่เป็นไปตามกลไกตลาด

สำหรับผู้ประกอบการไทยจะเป็นผู้ประกอบการในลักษณะของการรับจ้างแพ็คผลไม้ ลงตู้คอนเทรนเนอร์ ซึ่งปัจจุบันนี้การออกผลผลิตของผลไม้ไม่ได้เป็นรุ่นเดียวเหมือนในอดีตที่ออกตามฤดูกาลและฝนที่เกิดขึ้นในปัจจุบันมีถึง 3 รุ่นซึ่งในแต่ละปีจะเปลี่ยนแปลงตามสภาพอากาศต่างกัน ปัญหาที่ควรแก้เกี่ยวกับผลไม้ไทย เช่น คนไทยผลิตพันธุ์ไม้ส่งออกขายต่างประเทศจำนวนมากทำให้ประเทศเพื่อนบ้านสามารถปลูกผลไม้พันธุ์ไทยได้ง่ายเช่นเดียวกับกัมพูชามีลำไยปลูกจำนวนมากซึ่งจริง ๆ แล้วคนไทยควรมีการอนุรักษ์สายพันธุ์พืชผลไม้หรือเป็นการจดลิขสิทธิ์เพื่อป้องกันให้ไม่สามารถขยายพันธุ์นอกพื้นที่ได้ เป็นการป้องกันไม่ให้เกิดการแย่งตลาด ขณะเดียวกันคนไทยควรจะแข่งในเรื่องของคุณภาพของผลผลิต ซึ่งทางหน่วยงานภาครัฐควรจะสนับสนุนและส่งเสริมทางด้านการเกษตร เช่น ปลูกพืชตามภูมิลักษณะของพื้นที่เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการล้นตลาด ซึ่งในแต่ละพื้นที่คุณภาพของผลผลิตแตกต่างกันรวมถึงการแบนสารกำจัดศัตรูพืช 3 ชนิด ภาครัฐควรจะแนะนำซึ่งถ้าหากยกเลิกการใช้ยา 3 ชนิดนี้ เกษตรกรควรจะต้องดำเนินการและใช้อะไรแทนและควรมีต้นทุนที่ไม่สูงกว่าตัวยาเดิมที่เคยใช้ เช่น มังคุดเกรดคุณภาพเพื่อส่งประเทศจีนควรผิวมันมงกุฎสวยเขียวไม่แดง ซึ่งตัวยาชนิดใหม่ควรจะตอบสนองและให้ผลผลิตที่ดีแก่ผลไม้ การกำหนดมาตรการหรือการใช้ยาฆ่าหญ้าต่าง ๆ ควรดำเนินงานร่วมกับคนในพื้นที่ชาวสวนเกษตรกรและผู้ประกอบการ เป็นต้น

การส่งขายทุเรียนตกไซต์ร้อยละ 30 ขายในไทย และร้อยละ 70 ส่งขายจีน มังคุดร้อยละ 10 ตกไซส์ขายในไทย ส่วนเหลืออีกร้อยละ 90 - 95 ส่งออกจีน โดยที่มังคุดใต้มีจำนวนตกไซต์ร้อยละ 30 ถึง 40 ของทั้งหมดจะขายในไทยและตลาดประเทศเพื่อนบ้าน สำหรับในฤดูกาลที่ผ่านมาซื้อมังคุดใต้จำนวน 200 ตะกร้า สามารถส่งออกจีนได้เพียง 50 ตะกร้าใหญ่ และมังคุดทางใต้หลังสวนจะดีกว่ามังคุดนครศรีธรรมราช การขายในประเทศจีนจะเป็นตลาดในลักษณะคล้ายกับตลาดไท

เส้นทางในการขนส่งผลไม้สามารถไปได้ทั้งทางบกและทางเรือ ราคาที่คนซื้อคนขายในจีนตลาดขายส่งมังคุดล่าสุดประมาณ 140 หยวนต่อกิโลกรัม ขณะที่มังคุดใต้ราคาระหว่าง 120 - 140 หยวนต่อกิโลกรัม ซึ่งราคาในแต่ละบริษัทจะไม่เท่ากัน สำหรับการรับซื้อผลไม้จากเกษตรกรบริษัทใหญ่จะได้ราคาในการซื้อเกษตรกรณ์ในราคาที่ต่ำแต่ขายได้ในราคาที่สูง สำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็กกำหนดราคารับซื้อสูงกว่าและในราคาขายก็จะได้น้อยกว่าซึ่งเป็นการแยกตลาดกับผู้ประกอบการขนาดใหญ่

สำหรับโรงคัดบรรจุผลไม้บางที่เป็นสมาชิกเพียงแค่สมาคมส่งออกไม่ได้เข้าร่วมกับสหกรณ์การเกษตร ตลาดส่งออกมังคุดไทยนอกจากประเทศจีนมีตลาดต่อไปนี้

- ตลาดอเมริกา การทำตู้ส่งไปยังอเมริกามีไม่มาก ใช้จำนวนตู้คอนเทรนเนอร์ไม่มากในการแพ็คกิ้งโดยผ่านเครื่องบิน ซึ่งเป็นมังคุดคุณภาพสูงทำได้ยาก หากเป็นมังคุดเน้นที่ลูกใหญ่
- ตลาดเกาหลีมังคุดต้องผ่านกระบวนการและขั้นตอนเยอะ ในปัจจุบัน CP ได้ทำส่งตลาดเกาหลีเกาหลีและต้องใช้สแกนทีละลูกหากมีลูกไม่ดี 1 ลูกจะโดนตีกลับทั้งกล่อง

- ตลาดอินเดียมองว่าเศรษฐกิจในอินเดียยังไม่ดีเท่าจีนกำลังในการซื้อยังน้อยกว่าตลาดจีน

มังคุดในจังหวัดจันทบุรีจะออกในช่วงเดือนมีนาคมเมษายนพฤษภาคมสิงหาคมกันยายน ลำไยในจันทบุรีในช่วงตุลาคม ซึ่งเยอะจนถึงเดือนกุมภาพันธ์ ขายดีในช่วงตรุษจีน สำหรับลำไยต้องผลิตให้ทันช่วงตรุษจีน และเช็งเม้งช่วงเดือนเมษายนในจีน ทุเรียนจันทบุรีออกช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ถึงตุลาคม ส่วนทุเรียนใต้ในช่วงตุลาคมถึงกุมภาพันธ์ แหล่งที่มาขอทุเรียนจะถูกระบุบอกข้อมูลจากกล่อง ราคาทุเรียนช่วงราคาถูกอยู่ประมาณ 60 - 70 บาทราคาเป็นไปตามกลไกตลาดหากออกน้อยราคาจะแพงซึ่งตุลาคม 2562 ทุเรียนใต้ตอนนี้เหมาราคา 140 บาทต่อกิโลกรัม การซื้อทุเรียนในอดีตทุเรียนคัดเป็นไซส์ 2 กิโลกรัม 6 กิโลกรัม และ 3 กิโลกรัม ในการรับซื้อ แต่ในปัจจุบันเป็นการซื้อเหมาสวนรูปไม่ตรงขนาดตกไซส์ก็ยังต้องซื้อเป็นการเหมาคว่ำหนามซึ่งจะทำให้มีทุเรียนตกไซส์จำนวนมาก ปัจจุบันคนจีนเข้ามาซื้อสวนและทำสวนซึ่งจะเป็นลักษณะของการโชว์ลูกค้าในการดึงลูกค้าซื้อและสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า

มาตรฐานการส่งออกรัฐบาลควรจะช่วยในการหาตลาดเช่นการตั้งสมาคมส่งออกทุเรียนเป็นการนำพ่อค้า ผู้ประกอบการกับลูกค้ามาพบกัน หน่วยงานรัฐควรจะรับรู้ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นกับธุรกิจผลไม้โดยสมาคมผู้ประกอบการส่งออกผลไม้เข้าไปมีส่วนร่วมกับการทำงานของภาครัฐเช่นขาดคนงานสมาคมช่วยเหลือด้านแรงงานและอื่น ๆ ปัญหาที่เกิดขึ้นคือบรรจุเกิดขึ้นเยอะ ในปัจจุบันคนจีนเข้ามาเปิดรับซื้อโรงคัดบรรจุผลไม้เองซึ่งไม่ควรจะเป็นอาชีพที่ต่างชาติเข้ามาทำได้ง่ายควรที่สงวนไว้ให้กับคนไทย ป้องกันไม่ให้คนจีนเข้ามาประกอบธุรกิจได้ซึ่งในปัจจุบันคนจีนเข้ามาซื้อผลไม้ในสวนแข่งกับผู้ประกอบการชาวไทย การดำเนินการของหน่วยงานภาครัฐควรจะสะดวกแก่ผู้ใช้งานเอกสารควรดำเนินการผ่านระบบมากกว่าการเดินทางไปส่งด้วยตนเองเพื่อให้ง่ายและรวดเร็ว

ภาคผนวก ข จังหวัดระยอง จันทบุรี และจังหวัดตราด
สรุปการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ จ.
วันที่ 25 ตุลาคม 2562
จังหวัดจันทบุรี

ผู้ให้สัมภาษณ์

1. ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุทุเรียน จ. จังหวัดจันทบุรี

ผู้สัมภาษณ์

1. ผศ.ดร. กัมปนาท เพ็ญสุภา	หัวหน้าโครงการย่อย 1
2. นางสาวสุปรียา แซ่ลี้	ผู้ช่วยนักวิจัย

สรุปผลการสัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาณ์ดำเนินกิจการโรงคัดบรรจุผลไม้มาแล้ว 20 กว่าปี เพื่อส่งออกไปยังประเทศจีนทั้งหมด (รวมถึงสินค้าตกเกรด) โดยส่งทั้งทางบกผ่านทางชายแดนเชียงของ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย และทางเรือผ่านทางแหลมฉบังเพื่อขึ้นห้างที่ประเทศจีน เพราะมีหุ้นส่วนอยู่ที่นั่น ปัจจุบันมีอยู่ 4,000 กว่าร้าน แต่ละร้านจะมีลักษณะคล้ายเซเว่น อีเลฟเว่น (7-Eleven) ที่เมืองไทย มีขายผลไม้ทุกชนิด รับประกันเรื่องคุณภาพและให้ราคาสูงกว่าที่อื่น โดยทุเรียนเกรด A จะมีลักษณะ 3 พูยาวแล้วมี 1 เม็ด ซึ่งทางบริษัทเริ่มต้นโดยการจ้างให้แพคกิ้ง และรับปิดตู้ จากนั้นทางบริษัทเมืองจีนออกกฎมาเรื่อย ๆ เพื่อให้พ่อค้าทางประเทศไทยส่งออกผลไม้ที่มีคุณภาพ โดยผู้สัมภาษณ์ทำร่วมกับบริษัทที่ประเทศจีนมา 10 กว่าปีแล้ว ทำให้ทางบริษัทเชื่อใจ และได้เป็นหุ้นส่วนกันจนถึงปัจจุบัน โดยการค้าทุเรียนเริ่มต้นจากฮ่องกง บรรจุเข่ง แบบมัดหู ส่งออกผลไม้สดไปทางเรือ ต่อมาเป็นไต้หวัน ในสมัยก่อนคนจีนมักจะใช้ยี่ปั๊วในการเป็นตัวกลางติดต่อประสานงาน ส่วนปัจจุบันผู้ประกอบการชาวจีนนิยมลงมาทำเองมากขึ้น ถึงแม้บ้านเขาจะสามารถปลูกทุเรียนได้เอง แต่ผู้ให้สัมภาษณ์ก็มั่นใจได้ว่า ถ้าคุณภาพของทุเรียนไทยที่ส่งออกดี ทุเรียนบ้านเขาก็สู่ประเทศไทยไม่ได้ สาเหตุสำคัญ คือ ธรรมชาติในประเทศไทยเหมาะแก่การปลูกทุเรียนมากกว่า ส่วนเรื่องที่ผู้ประกอบการชาวจีนเข้ามาเพื่อมีพื้นที่ปลูกทุเรียนเป็นของตนเองในไทยยังมีส่วนน้อย ขณะที่ทุเรียนราคาสูงอยู่ทุกวันเพราะคนยังนิยมทานกันเยอะ จำนวนโกดังในจังหวัดจันทบุรีมีประมาณ 437 ล้ง รวมถึงโรงคัดบรรจุผลไม้จีนด้วยเช่นกัน

การคัดแยกจะแยกเมื่อลูกค้ามาส่งสินค้าที่โรงคัดบรรจุผลไม้ แล้วคัดแยกหน้าแผง โดยในปี 2562 นี้ เกรด A และ B ราคาต่ำสุดที่ภาคใต้ 80 บาท เกรด C ราคา 15 – 60 บาท เกรด D ราคา 45 – 50 บาท (ราคาส่ง) ส่วนของจันทบุรีราคาต่ำสุดใกล้เคียงกับของในจังหวัดภาคใต้ ส่วนทุเรียนที่จันทบุรีเกรด A และ B ที่ออกในเดือนกุมภาพันธ์จะได้ราคาดีสุด ประมาณ 110 - 130 บาท ส่วนที่ภาคใต้ที่ออกในช่วงเดียวกันตอนนี้ราคา 135 บาท เพราะเป็นทุเรียนนอกฤดู ถ้าทุเรียนไปถึงประเทศจีน ต้องมีการเพิ่มค่าขนส่ง (Shipping Fee) ค่าภาษี สุดท้ายแล้วไปขายที่จีนประมาณ 430 กว่าหยวน (18.5 กิโลกรัมต่อกล่อง และถ้าต้นทุนประมาณ 80 บาท) การส่งออกส่วนใหญ่อันดับแรกจะเน้นพันธุ์ชะนีร้อยละ 70 ราคาต่ำสุดอยู่ที่ 55 – 60 บาทต่อกิโลกรัม

รองลงมาคือหมอนทอง แต่บางช่วงก็สลับอันดับกับชะนีบ้าง รองลงมาคือกระดุมและพวงมะณี ตามลำดับ โดยราคาพวงมณีจะอยู่ที่ประมาณ 80 – 110 บาทต่อกิโลกรัม

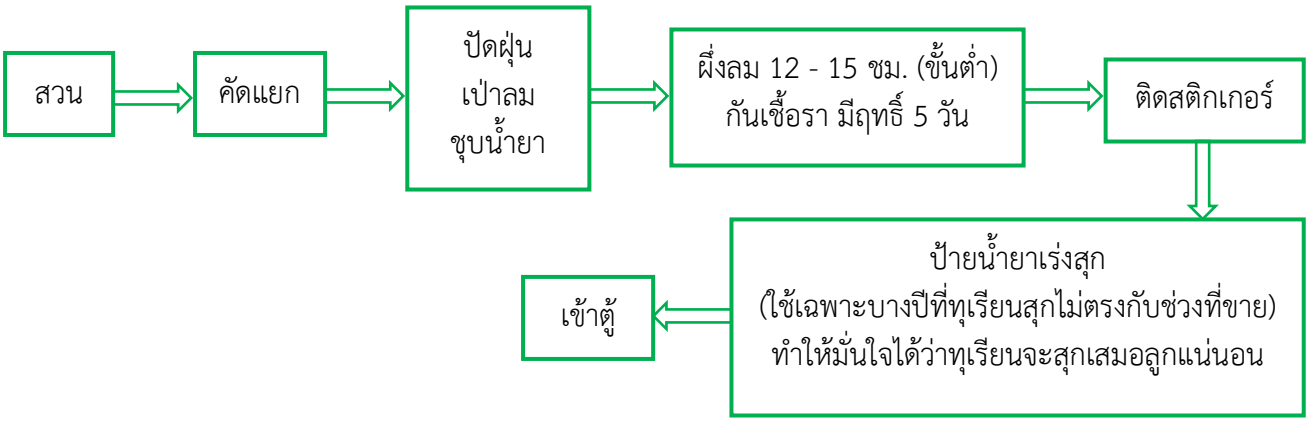
ตาราง ข ช่วงการออกของผลผลิตทุเรียนในประเทศไทย

ช่วงการออกผลผลิตทุเรียน		
ชนิด	**เดือน**	**จังหวัด**
	มกราคม	ลงไปดูสวนที่ภาคใต้
กระดุม	กุมภาพันธ์	ภาคตะวันออก (จังหวัดจันทบุรี)
	มีนาคม	
	เมษายน	
	พฤษภาคม	
	มิถุนายน	ภาคใต้ (จังหวัดชุมพร)
	กรกฎาคม	ภาคใต้ (จังหวัดสุราษฎร์ธานีและยะลาเริ่มมา)
	สิงหาคม	ภาคใต้ (จังหวัดชุมพร)
	กันยายน (ทุเรียนจะเป็นทวายราคาก็ปรับสูงขึ้น เลยจะไม่เสี่ยง เริ่มหยุด)	ภาคใต้ (จังหวัดสุราษณ์ธานี แถวสมุย)
	ตุลาคม	ภาคใต้ (จังหวัดชุมพร)
	พฤศจิกายน	ลงไปดูสวนที่ภาคใต้
	ธันวาคม	ลงไปดูสวนที่ภาคใต้ ซึ่งดูทั้งคุณภาพและราคา ถ้ามีปีไหนมีฝนตกชุกมาก ก็จะไม่ทำ (จังหวัดนครศรีธรรมราชเริ่มออก)

ปัจจุบันทุเรียนของประเทศเวียดนามเป็นคู่แข่งที่น่ากลัวมาก เพราะมีการทำร่องน้ำเหมือนของจังหวัดนนทบุรีในประเทศไทยและรสชาติดีกว่า ซึ่งถ้าไม่ติดเรื่องการโดนแบนห้ามเข้าประเทศจีนจะมีโอกาสดีกว่าของประเทศไทยมาก ส่วนแก้วมังกรก็ปลูกมาก มีการทำร่องปุ๋ยอย่างดี ทำให้ผลไม้ของประเทศเวียดนามน่ากลัวมาก ส่วนตลาดในประเทศอินเดียซึ่งผู้สัมภาษณ์คิดว่ายังไงก็ไม่ดีเท่าตลาดของประเทศจีน เนื่องจากพื้นฐานทางเศรษฐกิจต่างกัน รวมถึงค่านิยมของคนจีนที่เมื่อได้กินทุเรียนแสดงว่าเป็นบุคคลที่มีฐานะทางสังคมอีกด้วย ซึ่งตอนนี้คนจีนเข้ามาลงทุนเปิดโรงงานแปรรูปทุเรียน เช่น แบบฟรีสดาย (Freeze Dry) และแบบแช่แข็ง (Frozen) มีห้องเย็นที่ใหญ่มาก โดยเฉพาะทางภาคใต้ก่อนถึงหาดใหญ่ ซึ่งตอนนี้ช่องทางการส่งออกของทุเรียนเริ่มตัน เนื่องจากมีจำนวนโรงคัดบรรจุผลไม้ที่เพิ่มขึ้นมาก โดยปีนี้เริ่มมีมาตรการ DOA GMP และความสะอาดที่ต้องเพิ่มขึ้น รวมถึงต้องมีการเข้าร่วมประชุมต่าง ๆ โดยผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่าควรดำเนินการมาตรฐานตั้งแต่สวนถึงตลาดนำเข้า

พื้นที่ขนาด 1 ไร่ ปลูกประมาณ 25 ต้น ได้ผลผลิตเฉลี่ยต้นละ 100 กิโลกรัม (คิดจากกรณีที่ได้ผลผลิตเต็ม ๆ โดย 10 ไร่ ประมาณ 200 - 250 ต้น เฉลี่ยประมาณ 25 ตันต่อ 1 ตู้) สมัยก่อนทุเรียนของจังหวัดจันทบุรีมีทุเรียนหล่นมาก จึงนำไปแปรรูปโดยการกวนได้มาก แต่หลังจากนั้นที่มีตู้เข้ามาแล้วทำให้มีทุเรียนหล่นน้อยลง

แถมมีห้องเย็นเข้ามาด้วยก็ยิ่งทำให้ทุเรียนหล่นน้อยลงมาก เมื่อก่อนก็มีทุเรียนเกรดเบอร์สวยและตกไซส์เลย แต่ในปัจจุบันมีเกรดที่กำหนดเป็นเบอร์สวย เบอร์ซีและเบอร์ดี ทำให้แทบไม่เหลือเข้าตลาดในประเทศเลย แต่ถ้าทำทุเรียนให้มีคุณภาพยังไงราคาก็ไม่ตก โดยในช่วงเวลา 5 ปีที่ผ่านมา จำนวนโรงคัดบรรจุผลไม้ไม่เคยลดลง มีแต่เพิ่มขึ้น แต่ถ้าขาดทุนก็จะหายไป แต่ถ้าปีไหนดูแล้วผลผลิตน่าจะดีก็จะกลับมาแทนใหม่อีก โดยจะเป็นบริษัทที่คนจีนจ้างให้คนไทยให้ทำเสียมากกว่า



ภาคผนวก ข จังหวัดระยอง จันทบุรี และจังหวัดตราด
สรุปการสัมภาษณ์กลุ่มสหกรณ์การเกษตร
วันที่ 26 ตุลาคม 2562
จังหวัดจันทบุรี

ผู้ให้สัมภาษณ์

1. กลุ่มสหกรณ์การเกษตร จังหวัดตราด

ผู้สัมภาษณ์

1. ผศ.ดร. วุฒิยา สาหร่ายทอง	นักวิจัย
2. ผศ.ดร. กนกวรรณ จันทร์เจริญชัย	นักวิจัย
3. นางสาวนิศารัตน์ ดาราวิโรจน์	ผู้ช่วยนักวิจัย

สรุปผลการสัมภาษณ์

กลุ่มสหกรณ์การเกษตรจังหวัดตราดก่อตั้งแต่ปี 2554 มีผลผลิตคือ เงาะ มังคุด และทุเรียน ซึ่งมีทุเรียนถึงร้อยละ 80 มีการแปรรูปทุเรียนแช่แข็ง โดยส่งออกทั้งหมดโดยมีการรับซื้อทุเรียนจากกลุ่มสหกรณ์ทั้งทางภาคตะวันออกและมีการรับซื้อทุเรียนในบริเวณภาคใต้ด้วย มังคุดเป็นสินค้าที่ขายได้ส่วนต่างน้อยทำให้ทางกลุ่มสหกรณ์ไม่มีกำลังพอในการแข่งขัน จากการรับซื้อจากเกษตรกรและส่งไปขายต่อได้ส่วนต่างของราคาเพียงกิโลกรัมละ 1 บาท โดยราคาขายมังคุดมีความผันผวนของราคาสูง ซึ่งมีราคาขายตั้งแต่ กิโลกรัมละ 200 บาท จนถึง กิโลกรัมละ 10 บาท ซึ่งส่งผลให้ทางกลุ่มสหกรณ์ลดการรับซื้อมังคุดลง โดยหันไปซื้อผลไม้อื่นที่สามารถสร้างมูลค่าได้สูงกว่า เช่น ทุเรียน โดยมีการทำโรงงานแช่แข็งเพื่อส่งทุเรียนแช่แข็งออกไปขายยังต่างประเทศเพื่อเพิ่มมูลค่า ซึ่งปัญหาคือจากการรับซื้อมังคุดจากเกษตรกรไม่ได้คุณภาพ และไม่มีมาตรฐานซึ่งเกิดจากการความต้องการมังคุดของผู้รับซื้อมีมาก ทำให้เมื่อมีผลผลิตออกมาก็จะรับซื้อทั้งหมดเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการซื้อ ในปัจจุบันมีการรับซื้อมังคุดโดยให้คนมารอรับซื้อบริเวณหน้าสวน เนื่องจากความต้องการมังคุดสูงมากทำให้การมารับซื้อมังคุดหน้าสวนโดยให้ราคาสูงกว่าล้งเป็นที่นิยม

การขายทุเรียนปัจจุบันต้องมีการขอ GMP GAP จากภาครัฐ แต่เนื่องจากการขอ GMP GAP จะมีผลระยะยาวถึง 3 ปี ส่งผลให้ช่วงระยะเวลานั้นขาดมาตรฐานของตรวจสอบ แต่การขายผลผลิตให้โรงคัดบรรจุผลไม้นั้นส่วนใหญ่จะเกิดจากความไว้วางใจของผู้ขายกับผู้ซื้อและมีมาตรฐานที่ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนกำหนดอยู่แล้วทำให้ทางกลุ่มสหกรณ์มองว่าการมีมาตรฐาน GMP GAP ไม่ได้ส่งผลต่อการขายผลผลิตให้กับผู้ประกอบจีน การแปรรูปทุเรียนส่วนใหญ่จะนำทุเรียนตกเกรดมาแปรรูปโดยผลผลิตทุเรียนที่นำมาแปรรูปจะมาจากทางภาคใต้ เมื่อทำการแปรรูปทุเรียนมีค่าใช้จ่ายในการจัดการ 20 บาทต่อกิโลกรัม (น้ำหนักของเนื้อทุเรียน) โดยราคาทุเรียนแช่แข็งสามารถขายได้สูงถึง 250 บาทต่อกิโลกรัม

ปัญหาอีกประการหนึ่งคือ การบริหารจัดการคนงานเนื่องจากมีปริมาณคนงานที่มาก แต่ผลผลิตทางการเกษตรมีลักษณะเป็นฤดูกาลส่งผลให้ช่วงที่ไม่มีผลผลิตแรงงานต้องไปหางานในพื้นที่อื่นโดยจะเหลือแรงงานเพียง 1 ใน 10 ของแรงงานทั้งหมดอาจจะมีการหมุนเวียนแรงงานไปสู่โรงงานผลิตผลผลิตทางการเกษตรอื่น ๆ

โดยปัญหาจากการรับซื้อผลผลิตเกิดจากการที่มีการเปิดล้งเป็นจำนวนมากส่งผลเกษตรกรนำผลผลิตไปขายให้กับผู้รับซื้อที่ให้ราคาดีที่สุด แต่ไม่ได้มาตรฐานก็จะโดนผู้รับซื้อกดราคาแต่ถ้ามีการจัดการรวมกลุ่มของเกษตรผู้ผลิตได้ ก็จะสามารถสร้างมาตรฐานให้กับผู้ผลิต และส่งผลให้ราคาของผลผลิตเพิ่มสูงขึ้นด้วย ทางกลุ่มสหกรณ์มองว่าการแก้ปัญหาล้งจีนสามารถแก้ได้โดยใช้การรวมกลุ่มของเกษตรกรในพื้นที่

ภาคผนวก ข จังหวัดระยอง จันทบุรี และจังหวัดตราด
สรุปการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุทุเรียน ฉ.
วันที่ 26 ตุลาคม 2562
จังหวัดตราด

ผู้ให้สัมภาษณ์

1. ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุทุเรียน ฉ. จังหวัดตราด

ผู้สัมภาษณ์

1. ดร. ชยันต์ พิภพลาภอนันต์	นักวิจัย
2. ดร. สุวพร ผาสุก	นักวิจัย
3. นางสาวสุปรียา แซ่ลี้	ผู้ช่วยนักวิจัย

สรุปผลการสัมภาษณ์

ตลอด 10 ปีที่ผ่านมาราคาทุเรียนเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ จากราคา 10 บาท เป็น 100 บาทต่อกิโลกรัมโดยปัจจุบันมีโรงงานที่ส่งออกทุเรียนของคนไทยเพียง 3 โรงงาน โดยโรงงานยังสามารถประกอบธุรกิจจนถึงปัจจุบันได้เนื่องจากรับซื้อทุเรียนในราคาที่ต่ำกว่าราคาขายปกติ ทำให้ยังสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนที่เข้ามาทำธุรกิจที่ประเทศไทยได้ แต่การเข้ามารับซื้อทุเรียนของจีนก็ส่งผลดีกับเกษตรกรในประเทศเนื่องจากส่งผลให้ราคาของทุเรียนเพิ่มสูงขึ้นตลอด 10 ปีที่ผ่านมา โดยวันนึงจะสามารถส่งไปขายได้ประมาณ 20 – 25 ตู้ ซึ่งจะมีทุเรียนหนักประมาณ 11,760 กิโลกรัมต่อตู้ โดยทุเรียนเกรด A ต้องมีเนื้อทุเรียนประมาณ 3 พู กับอีก 1 เม็ดขึ้นไป และมีราคาขายทุเรียนเกรด A และ B ในเดือนมีนาคม 2561 อยู่ที่ 95 และ 80 บาทต่อกิโลกรัม ตามลำดับ ซึ่งถ้าเป็นเกรด C ราคาจะถูกลงอีกกิโลกรัมละ 15 บาทต่อกิโลกรัม โดยเกษตรกรส่วนใหญ่อยากให้ผู้ประกอบการซื้อทุเรียนแบบเหมาสวนมากกว่าการคัดเกรด ซึ่งเวลาส่งไปขายในบางครั้งมีการใช้สารควบคุมการเจริญเติบโต (อีทีฟอน) เพื่อให้ทุเรียนสุกเสมอกัน ซึ่งราคาที่ประเทศจีนทุเรียนจะอยู่ที่กล่องละ 600 – 650 หยวน หรือประมาณ 150 – 160 บาท โดยมีค่ากล่องและค่าขนส่งรวมประมาณ 23 บาท กรณีที่เป็นตัวกลางในการรับผลผลิตจากเกษตรกรส่งผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีน ได้กำไรจากส่วนต่างของราคาสินค้าโดยมีค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการประมาณกิโลกรัมละ 5 บาท ซึ่งในปัจจุบันประสบปัญหาด้านแรงงานไม่เพียงพอโดยมีแรงงานต่างชาติร้อยละ 40 ของแรงงานทั้งหมด

ปัจจุบันได้มีการจัดตั้งสมาคมส่งออกทุเรียนและมังคุดแห่งประเทศไทยเพื่อช่วยเหลือในการส่งออกไปขายให้กับประเทศจีน โดยมีประเทศเพื่อนบ้านเป็นคู่แข่ง เช่น อินโดนีเซีย เวียดนาม ทางผู้ประกอบการอยากให้รัฐบาลช่วยหาตลาดส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้นโดยตอนนี้ได้มีการส่งออกทุเรียนบางส่วนไปขายที่ประเทศอินเดียซึ่งเป็นผลดีกับทั้งเกษตรกรและผู้ประกอบการเนื่องจากถ้าจีนหยุดการนำเข้าทุเรียนจากประเทศไทยจะส่งผลให้เกษตรกรและผู้ประกอบการไม่สามารถอยู่ได้ ในมุมมองของผู้ประกอบการมองว่า GAP และ GMP ไม่มีมาตรฐานเนื่องจากระยะเวลาในการขอมีระยะเวลายาวนานอีกทั้งยังขาดการตรวจสอบมาตรฐานที่สม่ำเสมอจากการเข้ามาลงทุนของจีน ส่งผลให้ราคาของทุเรียนเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเรื่องทำให้เกษตรกรและพ่อค้าใน

ประเทศไทยมีรายได้ที่เพิ่มสูงขึ้นส่งผลให้ชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้นตามไปด้วย ซึ่งปัญหาของผู้ประกอบการฯ คือ การขาดข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการ DOA ของจีน ซึ่งรัฐบาลไม่ได้ให้ข้อมูลแก่เกษตรกรและผู้ประกอบการฯ ส่งผลให้การส่งออกทุเรียนไปจีนเกิดปัญหาโดยมุมมองของผู้ประกอบการฯ เห็นว่าถ้าทำตามมาตรการ DOA จะส่งผลต่อต้นทุนในการผลิตซึ่งราคาที่ขายได้ไม่คุ้มต่อค่าแรงที่เพิ่มสูงขึ้น

ภาคผนวก ข จังหวัดระยอง จันทบุรี และจังหวัดตราด
สรุปการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุทุเรียน ช.
วันที่ 27 ตุลาคม 2562
จังหวัดระยอง

ผู้ให้สัมภาษณ์

1. ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุทุเรียน ช. จังหวัดระยอง

ผู้สัมภาษณ์

1. ผศ.ดร. กนกวรรณ จันทร์เจริญชัย	นักวิจัย
2. ผศ.ดร. วุฒิยา สาหร่ายทอง	นักวิจัย
3. นางสาวเมรดี อินอ่อน	ผู้ช่วยนักวิจัย

สรุปผลการสัมภาษณ์

ตอนนี้บริษัทฯ ทำทั้ง เงาะ ผลไม้ทุกอย่างอาหารทะเลทุกอย่าง ทำพวกห้องเย็น อาหารสดด้วย โดยทำกับบริษัทมา 5 ปีแล้ว ลักษณะที่ทำมีทั้งแบบส่งเองและส่งไปประเทศจีน สัดส่วนในการส่งของแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ราคาตัดตู้ที่ประเทศไทยหรือตัดตู้ที่ประเทศจีนซึ่งการตัดตู้ที่ประเทศไทย คือ การรวบรวมสินค้าคัดแยก อบน้ำยา บรรจุเข้าตู้ ทำเองเรียบร้อย จากนั้นชาติอื่นจะมารับของปลายทางที่ประเทศไทย ซึ่งการตัดตู้ที่เมืองนอกก็อีกราคาคือ บริษัทฯ จะทำการบรรจุใส่ตู้ให้คู่ค้า แล้วออกใบส่งออกให้แต่พวกค่าตู้ค่าเดินทางคู่ค้าจะจัดการเอง โดยบริษัทฯ จะไม่กำหนดราคาสินค้า มีหน้าที่แค่จัดใส่ตู้ที่เหลือเข้าไปจัดการเอาเอง ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์เองทำหลายธุรกิจ เช่น ห้องเย็น รวมถึงอาหารกระป๋องส่งที่ UFC ลำปางจึงสามารถรวบรวมสินค้าได้ตลอดทั้งปี ทั้งทางภาคตะวันออกและใต้

ทางภาคตะวันออก คือ ช่วงเดือนเมษายน พฤษภาคม และเดือนมิถุนายนบ้าง เพราะช่วงนี้อากาศเปลี่ยนแปลงทำให้มีเวลาเก็บเกี่ยวเร็วขึ้นเล็กน้อย โดยจะไปรับผลผลิตทั้งจากทางจังหวัดระยอง จันทบุรีและจังหวัดตราด ที่นี่เริ่มจะมีตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์คือ พวกทุเรียนทำสาร เดือนกุมภาพันธ์และเดือนมีนาคมจะเป็นช่วงที่ทุเรียนจะมีราคาแพงหน่อย เดือนเมษายนถึงเดือนพฤษภาคม จะเป็นเดือนที่ราคาทุเรียนถูกหน่อย แต่จะแพงอีกที คือ เดือนมิถุนายนจนถึงเดือนกรกฎาคมซึ่งราคาที่แพง คือ ประมาณ 150 บาทต่อกิโลกรัมที่รับซื้อจากเกษตรกรที่หน้าสวน ช่วงที่ผลผลิตทุเรียนออกในปริมาณมาก ราคาก็จะถูกอย่างปีที่แล้วราคาอยู่ที่ 75 บาทต่อกิโลกรัมเป็นราคาแบบเหมาสวน ตอนรับซื้อจะอยู่ที่ 80 บาท โดยทุเรียนจะมีการแยกเกรด A B และ C และหนอน ตำหนิ และราดำ โดยจะแยกเกรดตามสวน โดยจะแยกแค่เกรดรวม A B และ C ไว้ด้วยกัน กับกลุ่มที่ตกเกรดหรือเสีย เพราะเกษตรกรไม่ให้แยกเป็นเกรด ๆ ส่วนที่เสียก็จะเอาไปแช่แข็งแบบสด

เมื่อรับซื้อทุเรียนแล้วจะทำการคัดแยกเกรด ทำความสะอาดแล้วก็นำมาชุบน้ำยา โดยใช้ต้นทุนประมาณ 1.80 บาทต่อกิโลกรัม โดยหลังจากชุบน้ำยาจะนำไปผึ่งลมประมาณ 8 ชั่วโมง เพราะถ้าน้อยกว่านี้จะทำให้มันไปเน่าในตู้ ทั้งนี้น้ำยาจะมีผลกันเชื้อราและอยู่ได้ 5 วัน คนที่เอาไปต้องรอให้ครบก่อน 5 วันถึงจะเอา

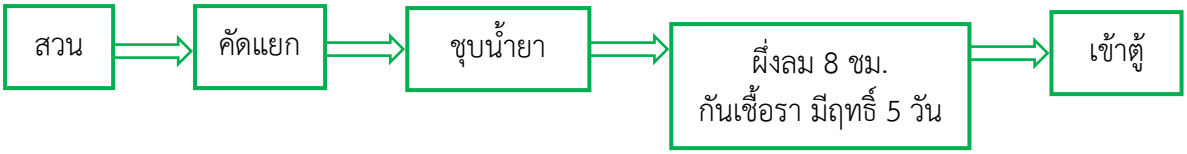
ออกไปขายได้ โดยถ้ารวมทั้งหมดก่อนเข้าตู้จนถึงเข้าตู้ทั้งผลผลิตและค่าแรงของคนงาน ต้นทุนจะอยู่ที่ประมาณ 4 - 5 บาทต่อกิโลกรัม โดยยังไม่รวมน้ำหนักชิ้น (น้ำหนักรวม) ที่หายไปในแต่ละวัน อันนี้ประมาณ 2 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งถ้าจัดส่งตู้เมืองไทย 20 บาทต่อกิโลกรัม มีค่ากล่อง ค่าสติกเกอร์ ค่าคนตัดในสวน ปัจจุบันนี้รับตัดกัน 5 บาทต่อกิโลกรัม รวมค่าไฟ เบ็ดเตล็ด รวมหักทั้งหมดเหลือประมาณ 5 บาท

โดยทางบริษัทฯ รวมถึงสหรัฐอเมริกา แต่ตลาดหลักคือ ประเทศจีน ออสเตรเลียและฟินแลนด์ แต่ตอนนี้กำลังขยายไปทางประเทศอินเดียเนื่องจากเป็นตลาดที่มีแนวโน้มเติบโต โดยปีนี้ซื้อไปประมาณหมื่นกว่าตันในทางใต้ ส่งออกประเทศจีนประมาณร้อยละ 70 ส่วนอื่น ๆ ประมาณร้อยละ 30 ส่วนในฮ่องกงก็จะส่งไปทางเรือ แต่ทางญี่ปุ่นจะไปทางเครื่องบิน โดยจะเป็นการแช่แข็ง การส่งไปทางญี่ปุ่นจะผ่านยากมาก ถ้าส่งจะมีค่าส่ง เช่น ค่ารถส่ง 160,000 บาท แล้วก็มีค่าภาษีนำเข้า โดย 1 ตู้จะเสียประมาณ 50,000 หยวน แต่จะมีทางที่ถูกว่าคือส่งไปทางเวียดนาม โดยกำไรก็จะได้ประมาณ 50,000 บาทต่อตู้ โดยลูกค้าจะมี 2 อย่างคือ ตัดตู้ที่ประเทศไทย หรือส่งจากที่ประเทศไทย แล้วไปรอเอาของที่ประเทศจีน แล้วก็จะมีพวกรับจ้างทำแบบขนส่งไปทางจีน โดยจะบวกค่าแรง 5 บาท โดยจะเรียกว่ารับจ้างแพ็ค เกรดส่งออก A และ B คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 70 และ C ร้อยละ 30 การจัดส่งจะเป็นการส่งรวม ๆ กันไปในตู้ 1 ตู้ มี 960 กล่อง กล่องละ 18 กิโลกรัม

ผู้ให้สัมภาษณ์มีสวนทุเรียนอยู่ 18 ไร่ มีรายได้จากการขายทุเรียนปีละ 3 ล้านกว่าบาท ผลผลิตทุเรียนเฉลี่ยได้ต้นละ 180 กิโลกรัม แต่ถ้าได้รับการบำรุงอย่างดีก็สามารถได้ถึงต้นละ 400 กิโลกรัมโดยปลูกได้ผลผลิตได้ตั้งแต่ปีที่ 6 แต่ได้น้อย ต้นละประมาณ 5 ลูก ลูกละ 10 กิโลกรัม แต่พอเข้าปีที่ 8 จะได้มากขึ้น ความสูงประมาณ 1 เมตร โดยปกติทุกปีช่วงนี้ได้ผลผลิตแล้วแต่ปีนี้ผมไม่ได้ทำสารเพื่อที่จะเอารุ่นหลัง เพราะปีที่แล้วรุ่นหลังราคากิโลกรัมละ 150 บาท ทุเรียนขายได้กิโลกรัมละ 90 บาท ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ราคาอยู่ที่ 120 บาทต่อกิโลกรัม โดยจะต้องมาดูประวัติในแต่ละปี ทางบริษัทฯ จะขายถ้ามีคนมาซื้อโดยใช้เนื้อสุกประมาณร้อยละ 70 เพราะจะได้มากกว่าส่งบริษัท ราคาตัดตู้ เดือนเมษายน -พฤษภาคม ราคาจะอยู่ที่ 110 บาทต่อกิโลกรัม แต่ถ้าตัดที่จีนจะอยู่ที่ 140 บาทต่อกิโกรัม ปีที่แล้วบริษัทเข้าไปขายเองที่จีนด้วย ราคาที่ตลาดจีนที่ทางบริษัทฯ ได้รับนั้นขายอยู่ 550 หยวน ต่อกล่อง โดยจะมีคนมารับตู้(นายหน้า) และจะมีการแจ้งให้คนที่จะมาซื้อให้รู้ว่าจะมีตู้มาลง โดยปีที่แล้วราคาไม่ตก ถ้าไปขายที่จีนลงเท่าไหร่ก็ขายหมดทุกครั้ง ถ้าลงที่ไทยต้องใช้เวลา โดยนายหน้าที่จีนจะเก็บเปอร์เซ็นต์ส่วนผู้ประกอบการฯ ทำหน้าที่เป็นผู้จัดการของบริษัท (โดยผู้ให้สัมภาษณ์เป็นคนจดทะเบียนบริษัทเป็นของตัวเอง ถ้าไม่จัดตั้งบริษัทจะไม่สามารถส่งออกได้)

โดยบริษัทฯ เป็นคนรับออเดอร์จากทางจีน มังคุดราคาซื้อหน้าสวนอยู่ที่ 120 บาทต่อกิโลกรัม โดยคัดเกรดเป็นปีนี้ ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ เอามารวมกันทุกเกรดโดยไม่คัด รับซื้ออยู่ที่ 120 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนเวลาเอาไปขายที่จีนได้ราคา 2 เท่าจากที่ซื้อ ถึงจะเสียร้อยละ 20 ก็ยังได้กำไร 2 เท่าอยู่ดี โดยจะส่งตัวแทนที่จีนเหมือนทุเรียนเช่นกัน ทางใต้ทุเรียนมี 8 เดือน โดยจะออกเป็นชุด ๆ ชุดหนึ่งใช้เวลาประมาณเดือนกว่า โรงคัดบรรจุแห่งนี้จะส่งทุเรียนพันธุ์หมอนทองกับกระดุม ในราคาที่ 140 บาทต่อกิโลกรัม โดยจะเป็นช่วงแรกที่ได้ราคาดี พอทุเรียนพันธุ์หมอนทองออกราคาก็จะลดลงมา โดยคนจีนเขาจะรู้ว่าเมื่อกระดุมออกจะรวมกันซื้อเพราะเดี๋ยวหมอนทองราคาถูกกำลังจะมา ตลาดชะนีจะขายได้ที่ ฮ่องกง เพราะคนไทยอยู่เยอะ เพราะราคาชะนีมันถูก มีราคาขายเท่ากับ 20 บาทต่อกิโลกรัม บางช่วงราคาประมาณ 30 บาท ตอนนี้ราคากิโลกรัมละ 100 บาท ตกต้นละ 40,000 บาท โดย 1 ต้น จะได้ประมาณ 150 - 500 ลูก โดยทำโรงคัดบรรจุผลไม้ของตัวเองเฉพาะทุเรียน ส่วนอย่างอื่นจะเป็นของเจ้าของบริษัท ทำมา 5 ปี โดยมองว่าที่จีนเข้ามาทำโรงคัดบรรจุ

ผลไม้เยอะ ๆ เป็นผลไม่ดี เพราะคนไทยจะไม่มีรายได้ เพราะคนจีนเอากำไรไปหมด โดยคนจีนจะเข้ามากว้านซื้อโดยให้ราคาสูงกว่า ถ้ารัฐบาลออกกฎหมายมาว่า ถ้าจะให้คนจีนเข้ามาทำธุรกิจต้องมีคนไทยร่วมด้วย โดยเขาจะให้คนไทยเข้าไปทำงานให้แล้วพอเป็นงานก็ไล่ออกแล้วติดต่อเอง โดยให้คนไทยทำเอกสารต่าง ๆ ถ้ารับจ้างกำไร 1 ตู้จะอยู่ที่ 30,000 - 50,000 บาท ถ้าตัดตู้จะได้ตู้ละ 100,000 บาท ต่อตู้ ได้ 35 บาทต่อกิโลกรัม โดยต้นทุนอยู่ที่ 12 บาท ต่อกิโลกรัม ปีที่แล้วซื้อได้ราคาต่ำสุด 40 บาทต่อกิโลกรัม สรุป กำไรต่อตู้ประมาณ 300,000 – 400,000บาทต่อตู้ โดยส่วนตัวตอนนี้เริ่มทำเอง และที่จันทบุรีรับจ้าง กิโลกรัมละ 5 บาท



ภาคผนวก ข จังหวัดระยอง จันทบุรี และจังหวัดตราด
สรุปการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุทุเรียน ซ.
วันที่ 27 ตุลาคม 2562
จังหวัดระยอง

ผู้ให้สัมภาษณ์

1. ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุทุเรียน ซ. จังหวัดระยอง

ผู้สัมภาษณ์

1. ดร. ชยันต์ พิภพลาภอนันต์	นักวิจัย
2. ดร. สุวพร ผาสุก	นักวิจัย
3. นางสาวนิศารัตน์ ดาราวิโรจน์	ผู้ช่วยนักวิจัย

สรุปผลการสัมภาษณ์

ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ ซ. ส่งออกทุเรียนไปยังจีนสัดส่วนร้อยละ 80 ฮ่องกงประมาณร้อยละ 15 ส่วนที่เหลือส่งออกไปยังญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ร้อยละ 5 โดยทุเรียนที่ส่งออกไปยังจีนมีหนัก 18.5 กิโลกรัมต่อกล่อง (กล่องหนึ่งประมาณ 5 - 6 ลูก) ส่วนทุเรียนส่งออกฮ่องกงน้ำหนัก 18 กิโลกรัมต่อกล่อง พันธุ์กระดุม 17 กิโลกรัมต่อกล่อง พันธุ์ชะนี 17 กิโลกรัมต่อกล่อง ซึ่งปัจจุบันนี้ตลาดจีนต้องการลูกเล็กมากขึ้น คือ ประมาณ 960 กล่องต่อ 1 ตู้คอนเทนเนอร์ แต่ละกล่องมีทุเรียนประมาณ 6 ลูก ควรมีประมาณ 700 กล่อง ที่เหลือประมาณ 5 - 6 ลูก ซึ่งเป็นการประหยัดประหยัดพื้นที่การจัดเรียงในตู้คอนเทนเนอร์ และตอบสนองต่อความต้องการซื้อของผู้บริโภคจีน ส่วนตลาดญี่ปุ่นไม่นิยมลูกใหญ่อยู่แล้ว การส่งออกทุเรียนไปญี่ปุ่นขนาดลูกประมาณ 2.2 - 2.3 กิโลกรัมต่อลูก โดยส่งออกเฉพาะช่วงฤดูกาลเท่านั้น โดยจังหวัดระยองช่วงฤดูกาลเริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคมถึงกลางเดือนกรกฎาคม ส่วนภาคใต้เริ่มต้นกลางเดือนกรกฎาคมถึงเดือนกันยายน หลังจากนั้นจะเป็นทุเรียนนอกฤดู

การรับซื้อส่วนใหญ่จะเป็นแบบเหมาสวน โดยทั่วไปทุเรียนในฤดูกาลจะไม่ได้เหมาสวน แต่จะรับซื้อหน้าโรงคัดบรรจุผลไม้ การเหมาสวนทุเรียนจะต้องเข้าไปดูทุเรียนที่สวนประมาณช่วงทุเรียนอายุได้ 3 เดือนแล้ว การสังเกตจะเป็นลักษณะเวียนดูสวนของสวนคู่ค้าประจำ ราคาจะตกลงกันก่อนทุเรียนแก่ 10 วัน (กรณีที่ไม่มีการแย่งซื้อขายกัน) หากมีการแย่งซื้อขายกัน จะตกลงราคากันก่อนทุเรียนแก่ 1 เดือน ซึ่งการทำสัญญาช่วยอะไรไม่ได้ เพราะหากเกิดกรณีพ่อค้าขาดทุน พ่อค้าจะปล่อยให้ทุเรียนสุกคาต้น เสียหายไม่มาตัด ทำให้ทุเรียนเสียราคา แล้วก็จะมาขอลดราคา แต่หากว่ากรณีราคาที่ตกลงกันไว้ก่อน ราคาตลาดพุ่งขึ้นสูงกว่าที่ทำการตกลงไว้ ชาวสวนก็จะไม่พอใจ พ่อค้าก็จะต้องขยับราคาขึ้นให้กับชาวสวน แต่ราคาที่ขยับก็จะน้อยกว่าท้องตลาดนิดหน่อย แต่หากไม่ขยับราคาให้ชาวสวนเลย ชาวสวนก็จะไม่พอใจ ส่งผลให้ไม่ให้ตัดทุเรียน อันนี้จะเกิดขึ้นกรณีที่ตกลงราคาทำสัญญาล่วงหน้านาน หากเกิดกรณีขึ้น ก็จะเกิดการยึดมัดจำ หรือแจ้งความขึ้นโรงขึ้นศาลกันก็มีกรณีเกิดขึ้น

ราคาทุเรียนที่รับซื้อหน้าโรงคัดบรรจุที่จังหวัดระยองในช่วงฤดูกาลอยู่ระหว่าง 75 - 85 บาทต่อกิโลกรัม (ช่วงหลัง 10 เมษายนถึงกลางเดือนกรกฎาคม 2562) แต่ราคาขึ้นลงตลอดช่วง โดยมีการปรับราคารวดเร็ว ส่วนราคาทุเรียนใต้ในช่วงฤดูกาลที่ผ่านมา (2562) ราคา 75 - 85 บาทต่อกิโลกรัม ราคาจะพอกันกับทุเรียนในภาคตะวันออก

กรณีราคาเหมาสวน จะใช้ระบบการคัดเกรดทุเรียน a และ b จะเป็นราคาเดียวกัน ส่วนเกรด c ราคาลดมา 20 บาทต่อกิโลกรัม เช่น เกรด a b ราคา 80 บาทต่อกิโลกรัม และเกรด c จะราคาประมาณ 60 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งเกรด a b และ c จะเป็นเกรดส่งออกทั้งหมด ยกเว้นตกเกรด (มีลักษณะ โบ้ เข้ และ/หรือราดำ) จะคัดออก แยกขายในประเทศ ซึ่งโรงคัดบรรจุผลไม้แห่งนี้ไม่ได้รับซื้อทุเรียนตกเกรด ชาวสวนจะเอาไปขายเอง ส่วนกรณีเหมาสวน ตกเกรด (โบ้ เข้ และ/หรือราดำราดำ) จะซื้อราคาต่างหาก โดยปกติราคาทุเรียนแบบเหมาสวนเท่ากับ 150 บาทต่อกิโลกรัม ทุเรียนตกเกรดจะราคาลดลงเหลือเพียงครึ่งของราคาทุเรียนไม่ตกเกรด หรืออยู่ที่ประมาณ 70 - 75 บาทต่อกิโลกรัม ขนาดทุเรียนคัดส่งออกจะมีขนาดเท่า ๆ กัน ยกเว้นการส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นกับเกาหลีใต้ ที่ทุเรียนส่งออกจะกำหนดว่า 1ลูก มี 4 - 5 พู น้ำหนักไม่เกิน 2.5 - 4 กิโลกรัมต่อลูก ซึ่งขนาดของกล่องที่ส่งญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ก็จะเล็กกว่าที่ส่งออกไปจีน หรือใส่ได้ประมาณ 3 - 5 ลูก น้ำหนัก 12 กิโลกรัมต่อกล่อง ตลาดฮ่องกงง่ายสุดคือ ไม่ต้องชุบขมิ้น (กันเชื้อรา) ไม่ต้องป้ายยา ขอแค่ทุเรียนแก่ ซึ่งฮ่องกงชอบทุเรียนสุกธรรมชาติ ขนาด 18 กิโลกรัมต่อกล่อง นอกจากนี้ไม่มีสุ่มตรวจสาร

ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้แห่งนี้จะทำร่วมกับอีกบริษัทเพื่อรวมบรรจุส่งไปฮ่องกงและเกาหลีใต้ ส่วนส่งจีน มีบรรจุภัณฑ์โดยขายหน้าโรงคัดบรรจุ จะมีชาวจีนมารับซื้อที่โรงคัดบรรจุ ส่วนตลาดญี่ปุ่นนั้น โรงคัดบรรจุของผู้ประกอบการฯ ส่งขายเป็นลูก ไม่ได้บรรจุภัณฑ์ โดยส่งให้บริษัทปลายทาง ซึ่งทางบริษัทที่รับไปบรรจุนั้น สมาคมผู้ส่งออกทุเรียน มังคุด ปัจจุบัน (ปี 2562) มีสมาชิกอยู่ประมาณ 200 กว่าราย เพิ่มจากอดีตสมัยที่ผู้ประกอบการฯ เริ่มทำตั้งแต่ปี 2539 มีเพียงโรงคัดบรรจุที่จังหวัดระยองเท่านั้น และยังไม่มีที่จังหวัดจันทบุรี และมีเพียง 10 ราย ซึ่งผู้ประกอบการชาวจีนเริ่มเข้ามาประมาณปี 2545 ส่วนไต้หวันเข้ามาประมาณปี 2537 และเริ่มหายไปช่วงปี 2545 โดยปัจจุบันส่งออกไต้หวันลดลง ขณะที่ผู้ประกอบการชาวจีนเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

ตลาดทุเรียนเริ่มแรก ขนส่งทางเรือขึ้นที่ท่าฮ่องกงก่อน มียอดจำหน่ายขั้นต่ำประมาณวันละ 4 - 5 ตู้คอนเทนเนอร์ โดยมีรถมารับจากตลาดกวางโจวมารับจากตลาดฮ่องกง จากนั้นมีการพัฒนาจากส่งทางเรือ มาส่งทางรถ ทำให้ทุเรียนเข้าเมืองกวางโจวได้ทันที ก่อนปี 2545 เรือจะขึ้นที่ท่าฮ่องกงทั้งหมด โดยผ่านตลาดฮ่องกง รถขนส่งจากจีนมารับที่ตลาดฮ่องกง และเข้าไปกระจายที่เมืองกวางโจวและกระจายต่อไปยังตลาดชนบท พอหลังปี 2545 มีการเปลี่ยนแปลงจากกลุ่มท่าเรือ โดยมีการทำเอกสารไปที่เมืองกวางโจวเลย ไม่ผ่านตลาดฮ่องกง ซึ่งตลาดกวางโจวปัจจุบันก็ยังมีการขนส่งจากทางเรือและทางบกแบ่งเป็นสัดส่วน 50:50

ดังนั้น ผู้ประกอบการชาวจีนเข้ามารับซื้อเองในไทย ทำให้โรงคัดบรรจุผลไม้ของคนไทยประสบกับภาวะการแข่งขันการรับซื้อจากเกษตรกรมากขึ้น ในทางตรงข้ามทำให้เกษตรกรได้รับราคาสูงขึ้น ในส่วนของผู้ประกอบการไทยที่เข้าไปสู้กับตลาดจีนเอง ส่วนใหญ่ไปไม่ประสบผลสำเร็จเนื่องจากไม่สามารถไปคุมตลาดที่จีนได้ ยกเว้นโรงคัดบรรจุที่ทำร่วมกับผู้ประกอบการชาวจีน ปัจจุบันคนไทยที่ส่งไปขายที่ตลาดจีน จะเป็นลักษณะของการฝากขาย มีปัญหาจากการหักราคา หากตลาดดีก็จะได้ราคาสูง แต่ก็โดนบล็อคราคาอยู่ดี เช่น แทนที่จะได้ 800 หยวน แต่กลับได้ 750 หยวนต่อกล่อง ซึ่งผู้ประกอบการไทยสู้จีนไม่ได้เพราะขาดซึ่งอำนาจ

การต่อรองนั้นเอง วิธีขายของคนจีนเวลาราคาดีก็จะซื้อแบบเหมายกตู้ สมมุติว่าตกลงราคาไว้ 300 กล่อง กล่องละ 800 หยวน หากยกตู้จะเหมาราคา 750 หยวนต่อกล่อง ซึ่งคนจีนตัดราคาลง ขณะที่ผู้ประกอบการไทยไม่ทราบสถานการณ์ตลาดทำให้ขาดข้อมูลและตามไม่ทันผู้ประกอบการชาวจีนในการต่อรองจึงเสียเปรียบ ซึ่งกรณีตลาดไม่ดี ราคาก็จะลงอย่างเดียวเลย ผู้ประกอบการชาวจีนก็จะไม่ตัดตู้ให้ ทำให้ขายไม่หมด กรณีเช่นนี้ผู้ประกอบการฯ ก็ควบคุมไม่ได้ ถึงแม้ว่าจะมีคนไปเฝ้าก็ควบคุมไม่ได้ กรณีคนจีนที่เข้ามาฟอกเงิน เงินเยอะ ไม่มีสิทธิซื้ออสังหาริมทรัพย์ เลยใช้วิธีมาทำธุรกิจค้าผลไม้ แต่ไม่ได้จะมาซื้อให้ขาดทุนทุกเจ้า

เรื่องมาตรฐาน แต่ละประเทศที่ส่งออกจะใช้มาตรฐานเหมือนกันหมด มี GAP GMP และ DOA แนวโน้มก็กำลังมีมาตรฐานตัวใหม่ ที่เกี่ยวกับบาร์โค้ดออกมาจากกรมวิชาการเกษตร การขยายตลาด ส่วนมุมมองว่าตลาดฮ่องกงไม่สามารถขยายได้แล้ว เนื่องจากบริโภคแค่ภายในประเทศ หากจะส่งต่อไปยังจีนทุเรียนก็สุกแล้ว คุณภาพก็ไม่เท่าทุเรียนที่เข้าไปจีนโดยตรง ส่วนตลาดญี่ปุ่น และเกาหลี ขนาดตลาดของผลไม้ไทยยังเติบโตช้า มีการเพิ่มทุกปีแค่ประมาณร้อยละ 2 - 3 แต่ส่งทางเครื่อง ทำให้การขยายช้าลง สำหรับตลาดจีนยังขยายต่อไปได้เรื่อย ๆ ยังมีเมืองที่ยังไม่รู้จักทุเรียน และในระยะ 5 ปี ก็ยังคงเติบโตและมีความต้องการมากกว่าที่ประเทศไทยสามารถผลิตได้ ดังนั้นควรเพิ่มการทำตลาดให้ยังคงส่งไปได้ตลอดทั้งปี ทุเรียนจะล้นแค่บางช่วงสั้น ๆ ในช่วงฤดูกาล และอีกทั้งในช่วงล้นตลาด สามารถดึงทุเรียนให้ตัดได้ช้าลง ซึ่งช่วงตัด 115 - 130 วัน สามารถดึงตัดช้าได้อีก 20 วัน ซึ่งแรงงานที่คัดจะจ้างไว้ประจำ แต่ในช่วงฤดูกาลค่าจ้างคนคัดอยู่ที่ วันละ 1,200 - 2,000 บาท ตลาดทุเรียนสามารถขยายไปประเทศอื่นได้เช่นตลาดต่อไปนี้

- ตลาดอเมริกา ยุโรป ในลักษณะแปรรูป เป็นทุเรียนแช่แข็ง แต่อัตราเสี่ยงสูงมาก เนื่องจากนโยบายกักกันสินค้าเยอะ ยอดส่งออกน้อย
- ตลาดบรูไน เมื่อก่อนมีคนทำเยอะ โดยส่งผลสดไปทางเครื่อง แต่ปัจจุบันน้อยลงอาจเพราะส่งทางเครื่องทำให้ต้นทุนสูง และอาจไม่คุ้ม
- อินโดนีเซีย ปัจจุบันมีโควตา แต่ช่วงที่ทุเรียนไทยออกเป็นช่วงที่อินโดนีเซียไม่มีความต้องการ
- ตลาดอินเดีย ผู้ประกอบการฯ เห็นว่าคนอินเดียไม่ทานทุเรียน ทำให้การเข้าตลาดใหม่อย่างอินเดียจึงทำได้ค่อนข้างยาก

สำหรับตลาดไปได้ยากถามส่วนของแปรรูป ผู้ประกอบการฯ ให้ความสนใจกับการหาพันธมิตรทางธุรกิจกับคนจีนมาลงทุนส่วนของแปรรูปอยู่ เนื่องจากมีชาวจีนบางเมืองที่ไกลจากเมืองหลวง ที่มีศักยภาพในการจ่ายและมีความต้องการ ทำให้ตลาดแปรรูปทุเรียนในประเทศยังมีความเป็นไปได้สูง เมืองที่รถไปถึงในระยะไม่เกิน 10วัน จะสามารถส่งผลสดได้ กรณีเกิน 10 วัน จะเสียหายถึงร้อยละ 30 ของปริมาณการขนส่งทั้งหมด ทำให้ต้องต้องคำนวณว่าคุ้มทุนมั้ย

การรับซื้อเกษตรกรจะรับซื้อหน้าโรงคัดบรรจุผลไม้และทำการแพคกิ้ง (ส่งจีน) และขายทั่วไป (ส่งนอก) ไม่ได้ทำประจำให้เจ้าใดเจ้าหนึ่ง เช่น ลักษณะคนจีนถือกระเป๋าเดินเข้ามาที่โรงคัดบรรจุผลไม้ ตกลงซื้อทุเรียน และจัดส่งตามที่ได้ตกลงไว้ โดยมีบริษัทขนส่งรับผิดชอบระหว่างการขนส่ง เช่น 10 เมษายน ปี 2562 ส่งออกทุเรียนที่บรรจุลงในตู้คอนเทนเนอร์แล้ว มีการตัดทุเรียนวันที่ 7 เมษายน ปี 2562 ตกลงราคาจ่ายเงิน จากนั้นคนจีนจะติดต่อบริษัทขนส่ง วิธีการส่งออก จะมีบริษัทขนส่งที่พร้อมดำเนินการส่งออกทุกอย่าง โรงคัดบรรจุผลไม้ของไทยเมื่อบรรจุภัณฑ์เสร็จ บริษัทจัดตู้มา บริษัทที่จีนรับ กระจายสินค้ากรณีคนขับรถขนส่ง ไม่ได้

ควบคุมอุณหภูมิให้ ทำให้ทุเรียนที่ถึงปลายทางเกิดความเสียหาย ซึ่งบริษัทขนส่งต้องรับผิดชอบหากความเสียหายเกิดขึ้น

ปีที่ผ่าน (2562) ราคาทุเรียนรับซื้อจากเกษตรหน้าโรงคัดบรรจุ ราคาประมาณ 80 - 90 บาทต่อกิโลกรัม (คุณภาพส่งออก) โรงคัดบรรจุผลไม้จะบวกราคาจากบรรจุภัณฑ์ ค่าจัดการ 5 บาทต่อกิโลกรัม ขายส่งคนจีนส่วนราคาที่ตลาดที่จีนขายประมาณ 400 หยวนต่อกล่อง โดยราคาเหมาสวน ราคาคิดเป็นเกรดลักษณะ a b และ c ค่าเก็บ (ปัจจุบันเก็บแบบเหมา) ค่าจัดการจากสวน บรรจุขึ้นตู้บวกเพิ่มจากราคาซื้อ 12 บาทต่อกล่อง จำแนกเป็นค่าเก็บ 4 บาท ค่าบรรจุภัณฑ์ 5 บาท ส่วนที่เหลือ ค่าน้ำหนักที่หายไปจากการระเหยของน้ำระหว่างขนส่งจากสวน (เฉลี่ย 1 ตัน หาย 10 กิโลกรัม) ช่วงที่เหมาสวนจะได้ราคามากกว่าปกติ เนื่องจากผลผลิตน้อย ราคาตลาดที่จีนจะเพิ่มขึ้น อยู่ที่ประมาณ 600 หยวนต่อกล่อง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกลไกของตลาด ซึ่งบริษัทคนไทยที่ไม่ร่วมทุนกับจีน แทบไม่มีแล้ว เพราะสู้คนจีนไม่ได้ ปัจจุบันตลาดที่จีนกำหนดราคา โดยรับข้อมูลจากฝั่งไทย ว่ามีจำนวนสินค้าออกเท่าไร ก็จะมีการประมาณราคาจากจีน โดยราคาตลาดจีนแต่ละตลาดก็จะแตกต่างกัน ซึ่งตลาดหลัก ๆ ที่จีนตอนนี้ คือ ตลาดกวางโจว (ลักษณะประมาณตลาดไท) ตลาดปักกิ่ง (ตลาดปลีก) เซี่ยงไฮ้ เจียซิง และหนานหนิง

ปัจจุบันสหกรณ์การเกษตรทุเรียนไม่มีบทบาทในด้านตลาด เนื่องจากเกษตรกรมีอำนาจในการต่อรองราคาอยู่แล้ว และมีคนจีนเข้ามาซื้อที่ปลูกทุเรียนหลายเจ้า ผู้ประกอบการฯ มองว่าคนจีนที่มาทำธุรกิจรวบรวมผลไม้ในประเทศไทย อย่างน้อยกรณีทุเรียนไม่ได้ทำลายโครงสร้างตลาดผลไม้ไทย เนื่องจากลำพังแค่สวนของตัวเอง ไม่ได้มีเพียงพอจะส่งได้ ยังไงก็ต้องพึ่งสวนอื่น เพราะความต้องการบริโภคในตลาดจีน หากมีนโยบายรัฐบาลที่จะส่งเสริมเกษตรกรปลูกทุเรียนทั้งประเทศ ผู้ประกอบการฯ มองว่าทุเรียนก็จะไปได้ เพราะทุเรียนแต่ละพื้นที่ จะออกไม่พร้อมกัน ถ้าล้นตลาดก็จะเป็นช่วงฤดู แค่ระยะสั้น ๆ อีกทั้งเป็นผลไม้ ลักษณะแตกต่างจากยางพารา

ภาคผนวก ข จังหวัดระยอง จันทบุรี และจังหวัดตราด
สรุปการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุมังคุด ณ.
วันที่ 26 ตุลาคม 2562
จังหวัดตราด

ผู้ให้สัมภาษณ์

1. ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุมังคุด ณ. จังหวัดตราด

ผู้สัมภาษณ์

1. ดร. ชยันต์ พิภพลาภอนันต์	นักวิจัย
2. นางสาวนิศารัตน์ ดาราวิโรจน์	ผู้ช่วยนักวิจัย
3. นางสาวเมรดี อินอ่อน	ผู้ช่วยนักวิจัย
4. นางสาวสุปรียา แซ่ลี้	ผู้ช่วยนักวิจัย

สรุปการสัมภาษณ์

จำนวนโรงคัดบรรจุมีเพิ่มขึ้นมากเมื่อเทียบกับนอดีต โดยเป็นการส่งในรูปแบบตะกร้าใหญ่ และนำไปบรรจุใหม่ (Re-packing) อีกทีหนึ่ง จากนั้นส่งออกส่วนใหญ่จะไปยังประเทศจีน โดยมีทีมงานลงไปทำการรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรหน้าสวน (มือปืน) และส่งต่อเพื่อหีบห่อบรรจุภัณฑ์ หรือโรงคัดบรรจุผลไม้อีกที ซึ่งการรับซื้อกับเกษตรกรจะเป็นลูกค้าประจำยังไม่ถึงขั้นทำสัญญาการซื้อขายไม่ได้มีการตกลงราคากันก่อน เดิมโรงคัดบรรจุที่แพ็คกิ้งเค้าจะเสนอราคามาให้กับทางกิจการที่เป็นผู้รวบรวม แต่ปัจจุบันผู้ประกอบการจะนำสินค้าไปขายก่อนถึงจะมาเสนอราคาให้กับเจ้าของสวน ทำให้สามารถได้กำไรจากส่วนต่างราคาได้

ระหว่างการรับซื้อยังไม่แจ้งราคา เนื่องจากราคาปล่อยผลไม้จะเป็นราคาในช่วงกลางคืนราคาจะขึ้นลง เมื่อได้ราคาจากโรงคัดบรรจุแล้วถึงจะมาตัดจ่ายให้เกษตรกร ตอนรับซื้อจากสวนจะรวม ๆ มาทีเดียว แล้วคนกลางรับซื้ออย่างเราจะเอามาแยกคัดเกรด โดยป้องกันความสับสนจะแยกลังและตะกร้าของแต่ละสวนให้ชัดเจน โดยจะแยกเกรดมังคุดเป็นเจ้าเจ้าออก ปัญหาที่เกิดขึ้นคือเกษตรกรบางสวนก็รับได้บางสวนก็รับไม่ได้ เราเลยต้องปรับวิธีการ ด้วยการตั้งราคากันเอง ซึ่งต้องพอรู้ราคาคร่าว ๆ ว่าจะไปขายได้เท่าไหร่ ซึ่งตอนนี้ไม่มีโรงคัดบรรจุ จะต้องเสนอราคาเลย และจะต้องเสี่ยงเอาเองว่าวันนี้จะซื้อได้หรือไม่ได้ กลไกราคาเช่นนี้จึงก่อให้เกิดความผันผวนของราคา ทำให้ผู้รวบรวมจึงต้องเสี่ยงและกล้าตัดสินใจซื้อ อย่างไรก็ตาม ผู้ให้สัมภาษณ์ยังไม่ได้ทำในลักษณะเสี่ยงในการเสนอราคาก่อนราคาจากโรงคัดบรรจุผลไม้รายใหญ่ซึ่งเป็นผู้รวบรวมอีกขั้นจะเสนอราคามาก ทั้งนี้ได้เริ่มทำใช้กลไกราคานี้เพราะเป็นตลาดเก่าแล้ว

จากที่ซื้อผลไม้แล้วเอาไปให้โรงคัดบรรจุส่วนต่างราคาที่ได้จากเกษตรกร ประมาณ 3 – 5 บาทต่อกิโลกรัม เป็นค่าบริหารจัดการ ถ้าเทียบกับอดีตราคาจะไม่ต่างกัน แต่ถ้าหากตลาดตาย ราคาก็จะต่ำ ราคาจ่ายจะเป็นราคาที่รวมแยกเกรดตามคุณภาพจองมังคุด ได้แก่ 1) มันใหญ่ 90 กรัม ราคาประมาณ 50 บาทขึ้นไป 2) มันเล็ก 80 กรัมขึ้นไปราคาประมาณ 30 บาท 3) มันจิ๋ว 70 กรัมขึ้นไป ราคาประมาณ 20 บาท และ 4) ถ้าไม่

มันจะคัดเป็นตกไซส์ ทั้งนี้ก่อนคัดส่งแยกเป็นเบอร์ มันใหญ่ มันเล็ก มันจิ๋วรวมกันใส่ตะกร้าเดียวกัน แยกเฉพาะในส่วนของตกเกรด

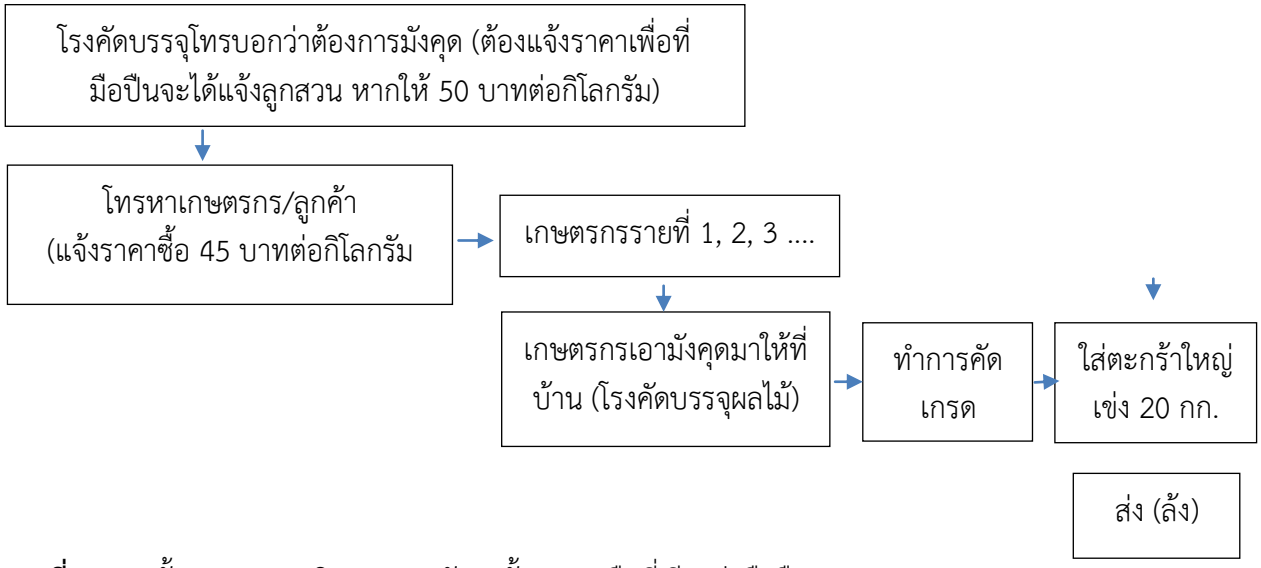
ถ้าเหมารวมราคาประมาณ 40 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งเวลาเอาไปขายต่อให้โรงคัดบรรจุจะบวกเพิ่มไปอีกประมาณ 3 - 5 บาทต่อกิโลกรัม แต่ปัจจุบันโรงคัดบรรจุมีเครื่องคัดเกรดก็จะไปแยกเกรดมังคุดต่อ ซึ่งหากไม่ตรงกับเกรดที่ทางผู้รวบรวมขั้นแรกคัดมาก็จะปัดเกรดต่ำลงและตัดราคา ซึ่งการคัดเกรดของผู้รวบรวมขั้นแรกจะมีแรงงานโดยมีแรงงานเจ้าประจำที่ค่าแรงวันละ 400 – 500 บาทต่อกิโลกรัม ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการกินอยู่ทางผู้ว่าจ้างจะรับผิดชอบตลอดฤดูกาล ช่วงระหว่างเดือนมีนาคม – พฤษภาคม หากหมดฤดูก็จะไปทำสวนต่อ

อดีตการค้าขายจะมีโรงคัดบรรจุเจ้าประจำ แต่ปัจจุบันตลาดมีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งหากมี 4 โรงคัดบรรจุอาจจะรับซื้อหรือไม่รับซื้อ ถ้าโรงคัดบรรจุที่ไม่รับซื้อ ผู้รวบรวมขั้นแรกก็ต้องเปลี่ยนไปโรงคัดบรรจุอื่นโดยจะมีการโทรถามโรงคัดบรรจุว่าต้องการผลไม้หรือไม่ หรือโรงคัดบรรจุจะโทรมาบอกเราว่าวันนี้ไม่เอาผลไม้ ซึ่งถ้าโรงคัดบรรจุผลไม้เราไม่เอาสินค้าแต่โรงคัดบรรจุของเพื่อนเราต้องการสินค้าเราก็จะไปฝากเพื่อนขายช่วยกระจายสินค้า ราคาจะไม่เท่ากันในแต่ละโรงคัดบรรจุ แต่ละที่อาจแตกต่างกันถึง 5 – 10 บาทต่อกิโลกรัม หากโรงคัดบรรจุมังคุดลงตู้และปิดตู้แล้ว ราคาก็จะบวกประมาณ 10 บาทต่อกิโลกรัม เพราะมีความต้องการผลไม้ที่ประเทศปลายทาง หรือประเทศผู้นำเข้า แต่โรงคัดบรรจุรายใดที่ไม่อยากได้ผลไม้ก็จะปรับราคาลงมา 10 บาทต่อกิโลกรัม เพราะไม่อยากได้สินค้า หรือหากได้มังคุดจำนวนมากพอแล้วก็จะหยุดหรือปิดไปเลยเพราะสินค้าได้เยอะแล้ว ซึ่งผู้รวบรวมขั้นแรกต้องโทรหาข้อมูลจำนวนมาก ซึ่งมือปืนมีหลายเจ้าประมาณเป็นหลักร้อยรายที่ยังไม่รวมถึงเจ้าที่มาดักโบกดักซื้อริมถนนอีกจำนวนมาก

การซื้อขายเปลี่ยนตามกลไกตลาดซึ่งเป็นลักษณะแบบนี้ 2 ปี เพราะพ่อค้าชาวจีนเข้ามาดำเนินธุรกิจรวบรวมและโรงคัดบรรจุผลไม้จำนวนมากในประเทศไทย ซึ่งโรงคัดบรรจุผลไม้ชาวจีนเริ่มเข้ามาแพ็คเอง พ่อค้าจีนถ้าหากไม่ซื้อสินค้าจะไม่รับซื้อเลย แต่หากต้องการสินค้าจะเปิดราคาสูงมาก แต่ถ้าโรงคัดบรรจุคนไทยจะรับซื้อทุกวันและซื้อเป็นประจำ เนื่องจากจะเป็นการซื้อเลี้ยงลูกค้า เพราะคนสวนมักจะเก็บผลไม้ทุกวัน จำนวนโรงคัดบรรจุชาวจีนมีจำนวนเยอะและใช้ชื่อจีนซึ่งก็จะดีต่อคนสวนที่จะได้ราคาสูง ในส่วนของคนไทยก็ต้องปรับตัวตามโรงคัดบรรจุชาวจีน โรงคัดบรรจุชาวจีนเข้ามาได้ประมาณ 3 - 4 ปีที่ผ่านมา โดยเริ่มจากการเข้ามาเพื่อทำธุรกิจเกี่ยวกับการรวบรวมและโรงคัดบรรจุลำไยก่อนและค่อยขยายมายังมังคุด

ปริมาณผลผลิตมังคุดยังมีจำนวนเยอะ ไม่มีการเพิ่มพื้นที่ปลูกเพราะยังไม่นิยมปลูกเพิ่ม ในทางกลับกันเป็นการโค่นมังคุดเพื่อไปปลูกทุเรียนแทน การที่โรงคัดบรรจุชาวจีนเข้ามาทำให้เกษตรกรผู้ผลูกทุเรียนสามารถได้ราคาสูงขึ้นได้ ซึ่งในตอนนี้เกรดมังคุดมันใหญ่ มันเล็ก และมันจิ๋ว ส่วนใหญ่ราคาก็จะเพิ่มไปสูงมากกว่าจะลงมาต่ำ เพราะความต้องการมังคุดมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่าง บางครั้งชาวไม่ถูกใจให้ราคา 45 บาทต่อกิโลกรัมก็ไม่ขาย ขอราคาเป็น 50 บาทต่อกิโลกรัม ช่วงที่มังคุดออกเยอะราคาตกประมาณ 40 – 50 บาทต่อกิโลกรัม สำหรับมังคุดจันทบุรีและตราด หากมังคุดเกิดภาวะขาดตลาด เช่น คาดว่าจะมีมังคุดเข้าสู่ตลาด 10 ตัน แต่มีมังคุดแค่ 7 ตัน ราคาก็จะดีดขึ้นทันที และในช่วงที่มังคุดน้อยราคาอยู่ประมาณ 70 – 80 บาทต่อกิโลกรัม มีบางปีสูงขึ้นถึง 100 – 200 บาทต่อกิโลกรัม แต่เป็นส่วนน้อยช่วงสั้น ๆ การคิดราคาของมือปืนค่าบริหารจัดการบางทีก็อาจเพิ่มหากตลาดแข่งกัน ถ้าตลาดตายก็จะไม่ค่อยบวกราคาเพิ่มขึ้น ตลาดตายคือของเหลือเยอะไม่มีใครต้องการ ทำให้ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต้องขายมังคุดในราคาใดก็ได้เท่านั้นเรื่องจากเก็บไม่ได้ มังคุดอยู่ได้วันต่อวันจึงต้องรีบขายเพราะคุณภาพจะเปลี่ยนเวลาที่มาส่งจะเป็นสีเขียวปนม่วง เป็น

สายเลือด หากทิ้งไว้คืนนึงก็จะกลายเป็นสีม่วง หากออกแดงก็จะคัดเป็นตกไซส์ ราคามังคุดตกไซส์ราคาประมาณ 25 – 30 บาทต่อกิโลกรัม ทั้งนี้ราคาก็ขึ้นอยู่กับตลาด มังคุดส่งออกต่างประเทศต้องมีหมวกครบ จุกครบ รูปทรงต้องสวย



ภาพที่ ข – 2 ขั้นตอนของธุรกิจรวบรวมมังคุดขั้นแรก หรือที่เรียกว่ามือปืน

ตู้คอนเทรนเนอร์มังคุดบรรจุได้ 20 ตัน พอเข้าตู้จะบรรจุเป็นกล่อง ซึ่งต้องผ่านการคัดเกรดผ่านเครื่อง โดยแบ่งเกรดเป็น 5A 4A 3A 2A และ 1A ซึ่ง AA คือ ขนาดของลูก เพื่อให้ลูกเสมอในกล่องเดียวกัน โดยที่เกรดขนาดมันใหญ่ มันเล็ก และมันจิ๋ว ทางโรงคัดบรรจุเอามาแยกอีกที จากนั้นโรงคัดบรรจุผลไม้ (ล้ง) มังคุดจะชุบน้ำยาซึ่งเป็นในส่วนของโรงคัดบรรจุผลไม้ การทำธุรกิจถ้ายังตามตลาดทันสามารถอยู่รอด แต่หากตามตลาดไม่ทันไม่สามารถอยู่รอดในธุรกิจได้ ซึ่งต้องมีการปรับตัวไปเรื่อย ๆ สำหรับมังคุดจะมีกลุ่มไลน์ของเกษตรกรจะสื่อสารกันเรื่องข่าวสารและราคา โดยต้องใช้ประสบการณ์ในการพิจารณาราคาปัจจุบัน เกษตรกรมีอำนาจแต่ในอนาคตก็อาจจะเหมือนกับลำไย ทุกคนก็คิดแต่เหตุการณ์ยังไม่เกิดขึ้น

ขณะนี้ได้มีการตั้งสมาคมมังคุดแต่อยู่ที่จังหวัดจันทบุรีคอยช่วยทำงานร่วมกับรัฐบาล สมาคมตั้งมาได้ประมาณ 2 ปี เพื่อช่วยเหลือสมาชิก เช่น ในปี 2561 รัฐบาลจีนเปลี่ยนนโยบายตะกร้าใหม่ ผู้แพ็คกิ้งชาวไทยยังไม่ทราบข่าว มีอยู่โรงคัดบรรจุที่เดียวที่รู้จึงได้เปลี่ยนตะกร้าก่อน ซึ่งทำให้ขายมังคุดออกไม่ได้ และทำให้ราคาตกต่ำ เพราะทุกคนซื้อมังคุดไม่ได้ ซื้อได้อยู่ล้งเดียว คือ บริษัท KAF ซึ่งเป็นคนจีนที่มีภรรยาเป็นคนไทยที่ปรับเปลี่ยนตระกร้าได้ตามข้อกำหนดใหม่ของจีนอยู่เพียงที่เดียวในสิทธิบัตร (เป็นนโยบายจากจีน) ตอนนั้นสมาคมยังไม่ทราบข่าวเพราะพึ่งจัดตั้งสมาคม อย่างไรก็ตามสมาคมฯ ได้เข้ามามีบทบาทในปัญการนโยบายตะกร้าใส่มังคุดของจีน ถ้าตะกร้าไม่ผ่านก็ส่งผลไม้ไม่ได้ ซึ่งตอนนั้นใช้วิธีฝากให้บุคคลอื่นที่เป็นสมาชิกในสมาคมฯ ไปส่งมังคุดที่ KAF ซึ่งต้องจ่ายให้ค่าส่วนต่างและค่าจัดการให้แก่บุคคลที่ทำหน้าที่ไปส่งมังคุดขายให้แก่บริษัท KAF เพื่อให้มังคุดได้ถูกถ่ายออกจากตนเอง โดยผู้ให้สัมภาษณ์จะมีรถคิวผลไม้วิ่ง โดยรับผลไม้จากผู้ให้สมัภาษณ์ไปส่งให้โรงคัดบรรจุมังคุดรายใหญ่ต่อ แต่ในส่วนเกษตรกรจะมาส่งขายเองให้ผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีธุรกิจโรงคัดบรรจุมังคุดแต่มีขาดเล็กจึงเป็นผู้รวบรวมขั้นแรก

ผู้ให้สัมภาษณ์จะรับซื้อแค่ในพื้นที่จังหวัดตราด ข้อมูลราคามังคุดจะกระจายและรับรู้กันหมดทั้งในพื้นที่จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด โดยผู้ให้สัมภาษณ์มีเกษตรกรประจำที่ส่งมังคุดให้กันประมาณ 10 กว่าราย หรือพื้นที่ปลูกประมาณ 400 – 500 ไร่ มังคุดปลูกผสมและปลูกแยกเดี่ยวก็ได้ หากขายไม่ออกต้องใช้วิธีแบบ Strategic Alliance จากเครือขายผู้ประกอบด้วยกัน โดยส่งมังคุดให้เพื่อนช่วยขาย และยอมได้กำไรน้อย หากเพื่อนขายไม่ได้ก็ใช้วิธีฝากผู้ให้สัมภาษณ์ขายเช่นกัน และในช่วงตลาดตายจะอยู่ในช่วงกลางฤดู ค่าบริหารจัดการ 5 บาทต่อกิโลกรมจะยอมตัด 3 บาทต่อกิโลกรัมให้เพื่อน เหตุการณ์ตลาดตายเกิดขึ้นทุกปี จะมีเพียงแค่ 1 – 2 วัน ใน 4 เดือนช่วงที่ได้กำไรคือช่วงผลผลิตออกกลาง ๆ

ภาคผนวก ค สรุปการสัมภาษณ์ ณ สาธารณประชาชนจีน

ณ สถานกงสุลใหญ่ นครเซี่ยงไฮ้ สาธารณประชาชนจีน
ระหว่างวันที่ 26 - 27 พฤศจิกายน 2562

ผู้ให้สัมภาษณ์

1. กงสุลใหญ่ กระทรวงต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้
2. ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (สกต.) กระทรวงพาณิชย์ ณ นครเซี่ยงไฮ้
3. กงสุล (ฝ่ายการเกษตร) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ณ นครเซี่ยงไฮ้

ผู้สัมภาษณ์

1. ผศ.ดร. กัมปนาท เพ็ญสุภา	หัวหน้าโครงการย่อย 1
2. ผศ.ดร. วุฒิยา สาหร่ายทอง	นักวิจัย
3. ดร. ชยันต์ พิภพลาภอนันต์	นักวิจัย
4. ดร. สุวพร ผาสุก	นักวิจัย
5. ผศ.ดร. กนกวรรณ จันทร์เจริญชัย	นักวิจัย

ผลสรุปการสัมภาษณ์

เซี่ยงไฮ้เป็นพื้นที่ที่ค่าครองชีพสูงติด 1 - 3 ของจีนรวมถึงมณฑลทางแถบตะวันออก ซึ่งเป็นระเบียงเศรษฐกิจระหว่างเซี่ยงไฮ้และเจ้อเจียงเฉิง โดยมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจสูงและค่าครองชีพสูง แต่ราคาขายผลไม้ในซุปเปอร์มาเก็ตมีราคาแตกต่างกับราคาตลาดสด และอาจแตกต่างกับราคาตลาดออนไลน์ด้วยเช่นกัน ซุปเปอร์มาเก็ตในจีนมีหลายระดับ ตั้งแต่ระดับสูง ระดับกลาง และระดับล่าง เป็นที่สังเกตได้ว่าตลาดบางแห่งไม่มีทุเรียนไทย ราคาทุเรียนไทยในตลาดสดเฉลี่ยประมาณ 17.8 ต่อ 500 กรัม ตลาดชุมชนและซุปเปอร์มาเก็ตเป็นทุเรียนจากมาเลเซีย 299 หยวน ต่อลูก 3.5 กิโลกรัม ลำไยไม่ค่อยมีในตลาดทั่วไป

ผลไม้อันดับหนึ่งในจีน คือ ทุเรียน และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับทุเรียน แต่ในเขตนครเซี่ยงไฮ้ที่นิยมมากขึ้น คือ มะพร้าว ซึ่งคนจีนชอบทานน้ำมะพร้าว แต่ไม่ทานเนื้อมะพร้าวเนื่องจากยังทานไม่เป็น สำหรับมะพร้าวที่พบในซุปเปอร์มาเก็ตระดับบน ราคามะพร้าวต่อลูกประมาณ 10 หยวน ซึ่งเมื่อเทียบแล้วราคาไม่ต่างจากกับที่ขายในประเทศไทยที่ประมาณลูกละ 50 บาท ตามซุปเปอร์มาเก็ตระดับบนในจีนมีนวัตกรรมในการแกะด้วยเครื่องพร้อมเจาะน้ำผลไม้ รวมถึงส้มโอกับสับปะรดภูแลที่กำลังเป็นที่นิยม สำหรับส้มโอของจีนก็มีแต่เนื้อจะแข็งแต่ก็มีรสหวานอมฝาด ถ้าส้มโอไทยจะมีรสชาติฉ่ำและหวานกว่า มังคุดไม่ค่อยได้ยินคนจีนกล่าวถึงอาจเป็นเพราะทานได้ยากและการรักษาสภาพภายนอกของลูกมังคุดทำได้ยากทำให้เมื่อมาถึงตลาดจีนแล้วรูปร่างไม่สวยหรือตกเกรดไป

กรณีปัญหาเกี่ยวกับผลไม้ที่เกิดขึ้นในช่วงที่ผ่านมา โดยเฉพาะทุเรียนที่เป็นผลไม้ที่ได้รับความนิยมในคนจีนนั้นไปกระจุกอยู่หน้าด่าน ซึ่งเป็นปัญหาของการบริหารจัดการที่หน้าด่าน แต่ตอนนี้ได้มีการปรับระบบ

ซึ่งผลไม้จะเข้ามาทางด้านใต้ของจีน สำหรับปัญหาโดยทั่วไปของผลไม้ไทยที่นำเข้าในจีน คือ เรื่องของการสุ่มตรวจผลไม้ที่โกดังเวลาขอเข้ามา เจอแมลงศัตรูพืชก็จะคืนผลไม้ยกตู้คอนเทรนเนอร์ ซึ่งทางการไทยควรเข้มงวดในเรื่องมาตรฐานคุณภาพจากต้นทาง

พฤติกรรมการบริโภคทุเรียนของคนจีนจะนิยมทุเรียนสุกไม่ได้ชอบทานทุเรียนขาว ซึ่งทางมาเลเซียก็ได้นำเสนอว่าทุเรียนมูซังคิงเป็นทุเรียนที่สุกจากต้น ซึ่งเป็นจุดเด่นจุดแข็งของทางมาเลเซีย และสามารถขายได้ราคาแพง ซึ่งก็ไม่ทราบวิธีกระบวนการของทางมาเลเซียอย่างไรที่จะสามารถเก็บให้ทุเรียนสุกจากต้นได้และขนส่งมายังผู้บริโภคได้โดยเละไปกว่าที่ควรจะเป็น ปริมาณบุกตลาดจีนเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา โดยทำการตลาดด้วยการใช้ช่องทางสื่อโซเชียลต่าง ๆ มากขึ้น การขายจะเป็นแช่แข็ง (Frozen)

กระทรวงพาณิชย์เป็นผู้มีบทบาทในการทำการตลาดให้ผลไม้ซึ่งทำหน้าที่เป็น Trader ซึ่งตอนนี้มีบ้างแต่ควรจะมีการทำเพิ่มขึ้น อีกปัญหา คือ คนจีนบางส่วนทำธุรกิจต่างประเทศเพื่อฟอกเงิน ซึ่งเป็นหนึ่งที่ทางรัฐบาลจีนพยายามควบคุม แต่ช่องทางหลีกเลี่ยงมีเยอะ ตลาดจีนกว้างใหญ่ถึงแม้จะมีมาเลเซียเป็นคู่แข่ง แต่นโยบายของรัฐบาลจีนเปิดกว้างพร้อมเปิดรับสินค้าจากต่างชาติ และต้องการสินค้าที่มีคุณภาพ พร้อมที่จะจ่ายในการได้สินค้าที่มีคุณภาพ มี 2 อย่างสำหรับคนจีน คือ 1) ต้องการสินค้าที่มีคุณภาพ และ 2) เป็นเรื่องของการแสดงสถานะทางสังคม (Social Class) จะสังเกตได้ว่าของแบรนด์เนม แม้แต่กาแฟ ซึ่งจริง ๆ คนจีนก็ไม่ได้ชอบดื่มกาแฟ แต่เป็นการแสดงออกมาซึ่งสถานะทางสังคม ซึ่งเป็นเทรนของคนรุ่นใหม่ในจีนที่นิยมซื้อของแพง ๆ มาถ่ายรูปลงโซเชียล จะเห็นได้ว่าโอกาสสำหรับสินค้ามี ไทยต้องนำเสนอสินค้าให้รู้สึกได้ว่าเป็นสินค้าคุณภาพ

ทางกระทรวงพาณิชย์มีโครงการในการให้ความรู้กับคนจีนในเรื่องวิธีการกินทุเรียน แต่คงต้องทำให้กว้างขวางมากขึ้น ในส่วนของเรื่องโรงคัดบรรจุในไทย อาจจะเป็นในเรื่องของช่องวางทางกฎหมาย ไม่ได้มีการควบคุมจำกัดจำนวนของโรงคัดบรรจุต่างชาติ ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถทำได้ตามกฎหมายการลุกล้ำ กับระบบสหกรณ์ที่ควรเข้มแข็ง คนไทย หรือเกษตรกรที่เกี่ยวข้องควรช่วยกันเพื่อให้ระบบภายในเข้มแข็งและนำไปสู่การสร้างกลไกให้สามารถต่อรองราคาได้ และต้องไม่คิดถึงผลประโยชน์เฉพาะหน้า การจำกัดจำนวนโรงคัดบรรจุต่างชาติควรเป็นไปตามกลไกตลาด โดยในการตั้งโรงคัดบรรจุต่างชาติอยู่ในไทยรัฐบาลไทยที่เกี่ยวข้องควรมีการควบคุม ออกกฎระเบียบ เพื่อทำให้ผู้ประกอบการไทย เกษตรกรไทย ไม่เสียผลประโยชน์ และไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งกับทางจีน ช่องโหว่กฎหมายที่คนจีนใช้คือการเป็นนอมินี (Nominee) ซึ่งในส่วนนี้คนไทยเองเป็นคนยอมให้คนจีนใช้สิทธิแต่ต้น เพราะเรื่องผลประโยชน์

ระบบโลจิสติกส์ในจีนดีมาก ๆ การขนส่งทุเรียนไทยด้วยระบบโลจิสติกส์เกี่ยวข้องกับกระทรวงเกษตรซึ่งต้องทำการตกลงในการเปิดด่านขนส่ง ถ้าความต้องการกระจายอยู่ตามพื้นที่ ซึ่งเป็นการหาช่องทางด่านอื่น ๆ ที่ทำให้การขนส่งใกล้ขึ้นด้วยระบบโลจิสติกส์ภายในจีน ปัญหาการขนส่งใช้ระยะเวลานานจะเป็นในส่วนของข้อตกลงมากกว่า ผลไม้ในเซี่ยงไฮ้เข้ามาทางกวางโจในส่วนของเซี่ยงไฮ้ก็จะเป็นท่าเรือเป็นหลักและรถยนต์ประกอบเป็นด่านใหญ่สุดในการนำผลไม้ไทยเข้ามาในจีน และจะมีด่านรอง ๆ อีกหลายแห่ง ซึ่งเป็นทางรถ สมมติสั่งของในเว็บไซต์ส่งของจากกวางโจวมาที่เซี่ยงไฮ้ใช้เวลาเต็มที่ 3 วัน เส้นทางในจีนต้องดูระยะทาง เช่น จากกวางโจวไปทิเบตจะใช้ระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 7 วัน การส่งออกผลไม้ต้องผ่านพิธีศาลมีข้อตกลงในการส่งออกผลไม้ ซึ่งส่งออกได้ 22 ชนิดซึ่งสวนที่ส่งผลไม้ออกนั้นต้องผ่านการสอบคุณภาพมาตรฐานสินค้า หากทำการ

ขยายในส่วนมาตราฐานให้ดีขึ้นโอกาสในการส่งออกก็จะมีมากขึ้น ปัจจุบันทางจีนเปลี่ยนหน่วยงานในการควบคุมคุณภาพซึ่งก็จะมีการควบคุมที่เข้มงวดมากขึ้น

ในประเด็นของ FTA ช่วยในเรื่องภาษีของการส่งออก แต่ไม่ได้เป็นในส่วนของข้อตกลงระหว่างจีนกับไทย ภาพรวมไทยกับจีนระดับรัฐบาลมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ซึ่งถือเป็นจุดแข็ง ในส่วนจีนกับมาเลเซียมีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สำหรับอินโดนีเซียอยู่ในระดับดี ซึ่งเกี่ยวข้องกับทางซีพี ที่เป็นบริษัทรายแรกที่เข้ามาลงทุนในจีน Number Registration ของจีน เป็น 001 ส่งผลต่อความสัมพันธ์ที่ดีกับจีน ซึ่งความสัมพันธ์จีนอินเดียเป็นในด้านความมั่นคงยังคงมีความระแวงต่อกัน เพราะในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ทางจีนได้เข้ามาสร้างอิทธิพลที่ประเทศเอเชียใต้ ในแง่ของการทหารการแพร่อิทธิพลอินเดีย หวาดระแวงกับจีน แต่ในทางกลับกันในด้านเศรษฐกิจสองประเทศได้คบค้ากัน จีนยังคงเป็นประเทศคู่ค้าใหญ่ที่สุดของอินเดีย และ 2 ประเทศนี้เป็นประเทศที่ช่วยพยุงเศรษฐกิจของโลก ทั้งในกลุ่มเศรษฐกิจ บริคส์ (BRICS) กลุ่มเศรษฐกิจในอเมริกากลาง (RICA) และ WTO

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ และหน่วยงานเกษตร เริ่มต้นจากการส่งผลไม้ไทยมาจีน กรมวิชาการเกษตรได้สร้างหลักเกณฑ์ไว้ ส่วนมาตรฐาน GAP ผู้ส่งออก มาตรฐาน GMP ต้องจดทะเบียนกับกรมวิชาการเกษตร ในการส่งออกแต่ละล็อตต้องได้ใบไฟโต (Phytosanitary) ประเด็นการคุมคุณภาพนั้น คุณภาพสำหรับด่านจีนคือผลไม้ต้องไม่มีสารตกค้าง ไม่มีโรคของพืช ไม่มีสารที่ต้องห้าม ซึ่งไทยได้ควบคุมก่อนการส่งออก ในอีกทางคือกลไกทางการค้า การที่จะมีโรงคัดบรรจุผลไม้ได้ต้องมีการจดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ ในฐานะเป็นผู้ส่งออกต้องจดทะเบียนกับกรมวิชาการเกษตรเพื่อให้หน่วยงานของกระทรวงเกษตรควบคุมคุณภาพก่อนการส่งออก การขึ้นทะเบียน GAP ของชาวสวนในครั้งที่ 1 มีอายุ 3 ปี หลังจากนั้นกรมวิชาการเกษตรจะมีการตรวจประจำปี การตรวจมี 3 อย่าง ซึ่งมีอายุที่แตกต่างกัน เพื่อออกใบไฟโต ในส่วนของ มก.อช. เป็นหน่วยงานที่สร้างมาตรฐาน เป็นหน่วยงานในการเจรจา ซึ่งทำงานร่วมกันกับกรมวิชาการเกษตร

ซึ่งภาครัฐกระทรวงเกษตรได้พยายามปฏิบัติตามกฎหมายจีนเพื่อทำให้ภาคเอกชนไทยปฏิบัติตามกฎหมายทั้งไทยและจีน เพื่อที่ไม่ให้โดนตีกลับสินค้า จีนพึ่งทำระบบ window single ใบรับรอง แล้วแต่สามารถส่งผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์มาได้ล่วงหน้า เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ส่งออกและผู้นำเข้าให้รวดเร็วขึ้นในการเข้าผ่านด่าน ในระยะแรกยังคงติดขัดบางส่วนยังไม่สามารถซิงค์ข้อมูลได้ แต่ในปัจจุบันยังไม่ค่อยมีปัญหา การถูกกักหน้าด่านน่าจะเป็นที่ระบบโลจิสติกส์ระบบ window single ไทย ถ้าเป็นผู้ส่งออกรายแรกที่ไม่เคยส่งออกเลยต้องเป็นผู้ที่ลงทะเบียนก่อนอยู่ในระบบก่อนหลังจากนั้นล็อตต่อล็อต ผู้ส่งออกและผู้นำเข้าเช็คหมายเลขไฟโต เลขมาตรฐาน ฉลาก เพื่อลดภาระทางเอกสาร ตอนนี้ระบบ window single ของจีนเป็นการดำเนินทางรถก่อนเนื่องจากผ่านหลายประเทศ หลักการคือห้ามเปิดตู้ไม่ว่ารถจะผ่านมากี่ประเทศเพราะสินค้านที่ขนส่งไปจีนนั้น จะมีการคำนวนระยะทางในการวิ่งที่ด่านหนานหนิง ยวงญี่กวน มุมมองพาณิชย์มองเป็นระบบที่ดีเนื่องจากช่วงป้องกันในการสวมลิขสิทธิ์ในการนำเข้าจีน ในช่วงที่ผ่านมาจากการเจรจากับผู้ประกอบการไทยมีประเด็นในการพูดถึงเรื่องสวมสิทธิ์แต่ยังไม่สามารถระบุเป็นตัวเลขออกมาได้ ปริมาณเท่าไหร่ ล็อตไหน ยังมีการตรวจไม่ได้ ระบบ window single จึงเกิดขึ้น สถิติการค้าจากศุลการกรจีนและจากประเทศไทยตัวเลขไม่เท่ากัน แต่มองเป็นแนวโน้มทิศทางตลาด

ภาพรวมการนำเข้าของผลไม้ไทยของจีนเพิ่มขึ้นทั้งในด้านของปริมาณและมูลค่าของปี 2561 แต่อันดับหนึ่งที่นำเข้าจะเป็นเวียดนาม อันดับสองฟิลิปปินส์ ไทย ชิลี และอเมริกา ในปัจจุบัน 9 เดือนแรกของปี

2562 เพิ่มขึ้นนำเข้าเพิ่มขึ้นในด้านประมาณร้อยละ 35 ในด้านมูลค่ากว่าร้อยละ 30 ที่เปลี่ยนแปลงคือไทยมาเป็นอันดับ 1 และที่เปลี่ยนคือ อเมริกาหลุดออกจาก 1 ใน 5 ซึ่งมีออสเตรเลียขึ้นมาแทน สถานการณ์การนำเข้าผลไม้จากไทย ตัวเลขการส่งออกผลไม้ไทย สด แห้ง แช่แข็ง จีนเป็นอันดับแรก มีสัดส่วนร้อยละ 30 ซึ่งใน 10 เดือนแรกสัดส่วนในการส่งผลไม้ไทยมาจีนเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ แสดงให้เห็นว่าความต้องการผลไม้ไทยในจีนเพิ่มขึ้น หมวดผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง ในการส่งออกทั้งปี 2561 อยู่ที่ 1,009 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 52 สัดส่วนประมาณร้อยละ 32 และ 10 เดือนในปี 2562 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 106 สัดส่วนเพิ่มขึ้นมาเป็นร้อยละ 56 ของการส่งออกทั่วโลก โดยแบ่งกลุ่มผลไม้ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผลไม้สดที่ส่งออก คือ ทุเรียน มังคุด (ใน 10 เดือนปี 2562 แต่ในปี 2561 มังคุด คือ อันดับ 3) อาจจะเป็นไปได้ว่าราคามังคุดสูงมีผลผลิตน้อย กลุ่มที่ 2 คือกลุ่มผลไม้แห้งส่งออก ลำไยแห้งระหว่างร้อยละ 80 – 90 ส่งออกมาจีน ตัวเลขทั้งปีที่แล้วและ 10 เดือนในปี 2562 มีสดส่วนร้อยละ 72 และในกลุ่มที่ 3 คือ ผลไม้แช่แข็งมีเพียงแค่ทุเรียนแช่แข็งโดย 10 เดือนแรกของปี 2562 เพิ่มขึ้นร้อยละ 85

ช่องทางการเข้ามาของผลไม้จากการพูดคุยกับผู้นำเข้าที่ตลาดคาส่งในจีนเซี่ยงไฮ้ ได้แก่ ตลาดฮุยจานมีหุ้นกับตลาดที่จียงหนาที่กวางโจว เจียซิง หลงหู้ ชิงเจียว ซึ่งจะใหญ่คนละแบบ ในปัจจุบันตลาดฮุยจานเป็นตลาดที่ใหญ่เป็นอับดับ 1 ในด้านผลไม้ที่นำเข้ามาในเซียงไฮ้ซึ่งมองการนำเข้าจะมีผลไม้ของตะวันออกกับผลไม้จากยุโรป ผู้นำเข้าจีนรายใหญ่ในภาพรวมสรุปได้ว่าผู้ค้าจีนนำเข้าโดยการส่งคนจีนมาอยู่ที่เมืองไทยโดยใช้วิธีการเป็นพันธมิตรกับผู้ค้าไทยเพราะพ่อค้าจีนคือคนที่รู้ความต้องการของตลาดจีน มาตรฐานของจีนเป็นอย่างไร การผ่านศุลกากรต้องทำอย่างไร

มุมมองพ่อค้าชาวจีนมองว่าการเข้ามาไทยส่งผลไม้มาจีนช่วยทำให้เป็นไปตามาตรฐานจีนและตามความต้องการผู้บริโภค บริษัทผู้นำเข้ารายใหญ่หลายรายบอกว่าการเริ่มต้นธุรกิจต้องหาผู้ประกอบการไทยที่สามารถตอบสนองความต้องการเค้าได้ ข้อดีคือ เป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้ผลไม้ไทยไปตลาดจีนได้ หน่วยงานรัฐสำนักงานเกษตรไทยอยู่ตามหัวเมือง 7 หัวเมือง และด่านที่สำคัญ โดยมีหน้าที่หาตลาด ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการที่จีนนำเข้ามากขึ้น กลยุทธ์ในการส่งเสริม รวมถึงส่งเสริมการสร้างแบรดน์สินค้าและบริการทุกตัวที่มาจากประเทศไทย ให้ความรู้ผู้ประกอบการโดยมี NEA (New Economy Academy) อบรมให้ความรู้ผู้ประกอบการผู้ที่เกี่ยวข้องในด้านการค้าให้สอดคล้องกับความต้องการในปัจจุบัน นอกจากให้ความรู้และจัดกิจกรรมส่งเสริมผลไม้ไทย และผลไม้พรีเมี่ยม จัดกิจกรรมให้แก่ผู้นำเข้า ให้ผู้ประกอบการ โดยมีกลุ่มผู้ประกอบการจากเมืองจันทบุรี (Cap People) ซึ่งพยายามมาเปิดตลาดในจีน และในแต่ละปีมีการจัดกิจกรรมในแต่ละเดือน โอกาสผลไม้ไทยในจีน ในจีนมีการขยายตัวของมือง ซึ่งมีทั้งเมืองอันดับ 2 – 3 ซึ่งยังเป็นเมืองที่ยังไม่รู้จักผลไม้ไทยดี ทางสำนักงานได้ไปจัดกิจกรรมผลักดันกิจกรรมของผู้นำเข้าทำให้รู้จักและบริโภคผลไม้ไทยมากขึ้น รวมถึงด้านเศรษฐกิจดิจิตอลซึ่งเปิดโอกาสทำให้การกระจายสินค้าไม่มีขีดจำกัด ซึ่งโครงสร้างพื้นฐานของจีนด้านนี้ไปไกลมากทุกเมืองเมืองเล็ก ๆ เข้าถึง ซึ่งถือเป็นโอกาสของผลไม้ไทยในการเข้าสู้ตลาดใหม่ที่มีกำลังซื้อ

นโยบายจีนทำให้โครงสร้างพื้นฐานที่จีนวางไว้เชื่อมกันหมดส่งผลให้ระบบขนส่งของจีนดีมาก ซึ่งมีผลต่อการขนส่งผลไม้ ซึ่งตอนนี้มีความต้องการผลไม้ไทย ทำให้จีนไม่เพียงแต่เข้ามาทำโรงคัดบรรจุในไทยเองแต่รวมไปถึงการทำในเรื่องของโลจิสติกส์ด้วยเพื่อเป็นการควบคุม แต่ภาครัฐพยายามเชื่อมว่าให้มาเป็นในลักษณะของพันธมิตรกับผู้ประกอบการไทยที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นหนึ่งในส่วนของการส่งเสริมจากกรมการค้า ซึ่งได้มีการ

จัดงานด้านโลจิสติกส์เพื่อเชื่อมโยงให้มีการพบปะกัน การรักษาสินค้าความสดที่มาจากโลจิสติกส์ของจีนสามารถทำได้ซึ่งถึงแม่จะมีต้นทุนสูงแต่มีโวลุ่มค่อยข้างมาก ปัจจุบันระบบคลังสินค้าของจีนจะใช้ระบบหุ่นยนต์ซึ่งจะใช้คนแค่คุมระบบไม่กี่คน ระบบเค้าดีมากในด้านความเร็ว ในระบบอิคอมเมริส์มีความโดดเด่นในแถบเซียงไฮ้ เมืองที่อยู่ของผู้ที่มีรายได้สูง เทรนการซื้อของเปลี่ยนเป็นการสั่งออนไลน์ รวมถึงอากาศอุณหภูมิดีผลไม้มาถึงมีห้องเย็นในการจัดเก็บ แพ็ค ใส่กล่องควบคุมอุณภูมิ ส่งได้ ซึ่งจะมีศูนย์กระจายสินค้าตามหัวมุมเมืองเพื่อกระจายสินค้าเยอะมาก ในการส่งหากส่งไม่ทันก็จะมีการปรับ ผู้ประกอบการผลไม้ต้องมีทั้งออฟไลน์และออนไลน์ควบกันถึงจะไปได้ดี ในตอนนี้มีแพลตฟอร์มตลาดผลไม้มีทั้งหน้าร้านแต่ออนไลน์ส่วนใหญ่เติบโตอย่างรวดเร็ว Cross-border Ecommerce ใช้ได้ดีกับสินค้าบางประเภทเท่านั้นที่จะส่งมาจากไทยโดยตรง ผลไม้สดไม่มีการส่งตรงมาทางจีน เนื่องจากมีการนำเข้ามาแล้ว นำเข้ามาเพื่อมาขายออนไลน์อย่างเดียวเพื่อลดต้นทุนแต่มีการแข่งขันที่สูง อาหาร เครื่องดื่ม และเครื่องสำอาง มีอยู่ในตลาดออนไลน์เยอะ ปัจจุบันน้อยมากที่คนไทยส่งตรงมายังจีน ส่วนใหญ่จะมีรูปแบบตัวกลาง TP (Third-Party) เป็นคนนำเข้า ในกรณีคนไทยไม่มาเปิดร้านเองซึ่งจะรวมสินค้าหลาย ๆ ชนิดของคนไทยมาขาย ซึ่งเข้าอาจจะไม่ใช่คนนำเข้าโดยตรง แต่ช่วยขายเมื่อขายได้ก็ได้ในส่วนค่าคอมมิชชั่น ซึ่งอาจมีคลังสินค้าให้เช่าด้วย Cross-border Ecommerce ของจีนมีนโยบายพิเศษ คือ Bonded Warehouse นำของเข้ามาและยังไม่ต้องเสียภาษี จะเสียภาษีเมื่อมีลูกค้าสั่งของออกจากโกดัง และอีหนึ่งของนโยบายพิเศษ คือ จีนเปิด Cross-border Ecommerce ให้คนจีนหรือประชาชนทั่วไปนำเข้าได้ 26,000 หยวนต่อปี ครั้ง 1 ซึ่งได้ไม่เกิน 5,000 หยวน บางทีจะเป็นรูปแบบ TP (Third-Party) มาออกงานเพื่อหาผู้ประกอบการมาหาสินค้าให้เค้าเพื่อที่จะบริหารหน้าร้าน สร้างแบรนด์ ประชาสัมพันธ์ ซึ่งในบางทีค้าขายร่วมกันก็ต้องระวังเรื่องลิขสิทธิ์หัวข้อการค้าออนไลน์ การถ่ายรูป เป็นต้น เป็นหนึ่งในหัวข้ออบรมจากกรมการค้า

การลอกเลียนแบบมีเยอะมากในจีนหากเป็นสินค้าที่มีความโดดเด่น หากมีสินค้าผู้ประกอบการไทยควรรีบจดทะเบียนทันที ซึ่งจะมีกรมทรัพย์สินทางปัญญามีสัญญาจดที่เมืองไทย แต่ในทางปฏิบัติผู้ประกอบการหลังจากจดจากกรมทรัพย์สินทางปัญญาแล้ว ถ้าทำการค้ากับจีนอย่างจริงจังต้องมาจดในเมืองนั้นที่จีนอีก เพื่อความแน่นอนหากกรณีมีเรื่องสามารถจัดการได้เร็วและง่ายกว่า โดยรูปแบบการร่วมทุนไม่ค่อยเห็นส่วนใหญ่จะเป็นคนไทยส่งให้คนจีน หรือไม่เป็นคนจีนมีคนของตัวเองอยู่ที่เมืองไทยเป็นพันธมิตรกับทางไทย ภาษา เงินทุน ความมุ่งมั่น เป็นอุปสรรคของคนไทยในการทำธุรกิจกับจีน เกษตรกร สหกรณ์ไทยมีไว้แค่กู้เงิน ในขณะที่สหกรณ์ต่างประเทศเค้ามีเป็นบริษัทมีผู้บริหารมืออาชีพ ทำการตลาด สร้างแบรนด์ ผลักดันสินค้าส่งออกได้ ไทยควรจะดึงศักยภาพออกมาให้ได้เพื่อการ ด้านโลจิสติกส์ของเมืองไทยมีผลต่อคุณภาพของสินค้ากาควบคุมไม่สม่ำเสมอ ตั้งแต่การจัดเก็บตั้งแต่ในสวน ควรจะมีการป้องกันความเสียหายจากการขนส่งมีลำไยของจีนที่ไร้หนานแบรนด์เป็นเทรนในจีนและสามารถเพิ่มราคาได้และจะเป็นความเชื่อมั่นในอนาคตถ้ามีชื่อเสียงที่ดีจะเป็นการันตรีคุณภาพ ซึ่งการทำแบรนด์ต้องมีการจดลิขสิทธิ์ด้วย ทางหน่วยอยากดันมะขาม มะเฟือง ชมพู่ (ไต้หวันคู่แข่งหลักไทย) ยังมีกลุ่มน้อย ๆ ในจีน

ในประเด็นพิธีสาร ไทยได้รับอนุญาตส่งออกผลไม้ 22 ชนิด หากนอกเหนือจาก 22 ชนิด ต้องทำพิธีสาร (ข้อตกลงไทยและจีนในการควบคุมคุณภาพการส่งออก ไทยต้องติดฉลากว่า Export to Republic of China หรือต้องมีใบไฟโต (Phytosanitary Certificate: PC) คือ ใบรับรองปลอดศัตรูพืช ออกให้เพื่อรับรองว่าสินค้าที่ส่งออกปลอดจากแมลงศัตรูพืช และเป็นไปตามเงื่อนไขของประเทศปลายทาง ในกรณีนี้ PC จึงเป็นการเขียนระบุว่าผลไม้นี้ได้รับการควบคุมเป็นไปตามมาจฐานการกักกันของประเทศจีน หรือมาจากสวนที่ขึ้น

ทะเบียนการปฏิบัติที่ดีทางการเกษตร (Good Agricultural Practice : GAP) และมาจากผู้ส่งออกที่ขึ้น GNP ซึ่งไทยก็กำหนดผลไม้จากจีนเข้าไทยเช่นกันใน 22 ชนิด สามารถนำเข้าส่งออกกันได้เดิมจีนไม่ได้บอกข้อกำหนดอื่น เช่น GAP GMP แต่ทุกอย่างต้องมีไฟโต (Phytosanitary) ผลไม้ไทยที่ส่งออกเยอะและมีความเสี่ยงสูงมากเรื่องแมลง พวก ทุเรียน มังคุด ลำไย ชมพู่ ซึ่งมี 6 ชนิดที่ทำพิธีสารระหว่างกันเป็นการสร้างความมั่นใจแต่ละประเทศขึ้นอยู่กับประเทศในการทำพิธีสาร การทำพิธีสารสินค้าต้องตามมาตรฐานสากลในการควบคุม พิธีสารเป็นไปตามกฎหมายจีนกำหนด ไทยจีนมีบันทึกความร่วมมือการค้าร่วมกันในแต่ละปีปีการประชุม JC (Joint Commission) ปีละครั้งผลัดการเป็นเจ้าภาพ ตั้งเป้าหมายการค้าร่วมกันโดยปกตินักธุรกิจหรือผู้ประกอบการไทยไม่ค่อยมาลงทุนในจีน เนื่องจากขั้นตอน ภาษา เงินลงทุน ค่อนข้างยาก แต่ภาครัฐไม่เคยได้รับแจ้งในด้านนี้การมีพันธมิตรเป็นคนจีนเป็นการทำธุรกิจที่เหมาะสม ผู้ประกอบการไทยใช้วิธีการ Third-Party การค้าขาย การทำสัญญา ควรเป็นในนามของไทยในการยื่นจด และมอบอำนาจให้จีนเป็นผู้แทนผู้ประกอบการจ้างบริษัทกฎหมายเข้ามาช่วยดูเพื่อป้องกันความผิดพลาด เนื่องจากหากมีเรื่องเกิดจะใช้ภาษาจีนเป็นหลักในทางกฎหมาย

สรุปข้อเสนอแนะ

1. การจำกัดจำนวนโรงคัดบรรจุต่างชาติควรเป็นไปตามกลไกตลาด โดยในการตั้งโรงคัดบรรจุต่างชาติอยู่ในไทยรัฐบาลไทยที่เกี่ยวข้องควรมีการควบคุม ออกกฎระเบียบ เพื่อทำให้ผู้ประกอบการไทย เกษตรกรไทยไม่เสียผลประโยชน์ และไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งกับทางจีน ช่องโหว่กฎหมายที่คนจีนใช้คือการเป็นนอมินี (Nominee) ซึ่งในส่วนนี้คนไทยเองเป็นคนยอมให้คนจีนใช้สิทธิแต่ต้น เพราะเรื่องผลประโยชน์
2. ปัญหาโดยทั่วไปของผลไม้ไทยที่นำเข้าในจีน คือ เรื่องของการสุ่มตรวจผลไม้ที่โกดังเวลาขอเข้ามา เจอแมลงศัตรูพืชก็จะคืนผลไม้ยกตู้คอนเทรนเนอร์ ซึ่งทางการไทยควรเข้มงวดในเรื่องมาตรฐานคุณภาพจากต้นทาง ซึ่งสวนที่ส่งผลไม้ออกนั้นต้องผ่านการสอบคุณภาพมาตรฐานสินค้า หากทำการขยายในส่วนมาตราฐานให้ดีขึ้นโอกาสในการส่งออกก็จะมีมากขึ้น ปัจจุบันทางจีนเปลี่ยนหน่วยงานในการควบคุมคุณภาพซึ่งก็จะมีการควบคุมที่เข้มงวดมากขึ้น
3. ในการค้าขายร่วมกันคนจีนซึ่งคนไทยสื่อสารภาษาจีนไม่ได้ทำให้มีคนกลางเข้ามาเพื่อฉกฉวยโอกาส ดังนั้นตั้งแต่ต้นน้ำ (เกษตรกร) ถึงตลาด (ผู้ส่งออก และ/หรือ โรงคัดบรรจุผลไม้ของคนไทย) ควรต้องเพิ่มทักษะด้านภาษาจีนเพิ่มเติมนอกเหนือไปจากภาษาอังกฤษที่เป็นภาษากลางเท่านั้น
4. ในช่วงที่ผ่านมาจากการเจรจากับผู้ประกอบการไทยมีประเด็นในการพูดถึงเรื่องสวมสิทธิ์แต่ยังไม่สามารถระบุเป็นตัวเลขออกมาได้ ปริมาณเท่าไหร่ ล็อตไหน ยังมีการตรวจไม่ได้ อย่างไรก็ตามระบบ window single จึงเกิดขึ้น สถิติการค้าจากศุลการกรจีนและจากประเทศไทยตัวเลขไม่เท่ากัน แต่มองเป็นแนวโน้มทิศทางตลาด ดังนั้น เกษตรกรและผู้ประกอบการเกี่ยวข้องกับการส่งออกผลไม้ไทย ควรให้ความสำคัญและรักษามาตรการที่เป็นไปตามระเบียบของประเทศผู้นำเข้าอย่างเข้มงวด
5. ในภาพรวมสรุปได้ว่าช่องทางการตลาดของผู้ค้าจีนที่นำเข้า โดยการส่งคนจีนมาอยู่ที่เมืองไทยโดยใช้วิธีการเป็นพันธมิตรกับผู้ค้าไทย หรือ Local Partnership เพราะพ่อค้าจีนคือคนที่รู้ความต้องการของตลาดจีน มาตรฐานของจีนเป็นอย่างไร การผ่านศุลกากรต้องทำอย่างไร ดังนั้นแนวทางการตลาดที่เหมาะสม คือ พันธมิตรการค้ากับนักธุรกิจท้องถิ่น ซึ่งประกอบการไทยควรดำเนินการตลาดเชิงรุกผ่านการเจาะตลาดจีน

โดยการ Pitching และตามด้วย Matching ในประเทศจีน แทนการรอผู้ประกอบการจีนมาติดต่อเองเท่านั้น

6. เศรษฐกิจดิจิตอลซึ่งเปิดโอกาสทำให้การกระจายสินค้าไม่มีขีดจำกัด ซึ่งโครงสร้างพื้นฐานของจีนด้านนี้ไปไกลมากทุกเมืองเมืองเล็ก ๆ เข้าถึงที่มีกำลังซื้อ ผู้ประกอบการผลไม้ต้องมีทั้งออฟไลน์และออนไลน์ควบกันถึงจะไปได้ดี ในตอนนี้มีแพลตฟอร์มตลาดผลไม้มีทั้งหน้าร้าน แต่ออนไลน์ส่วนใหญ่เติบโตอย่างรวดเร็ว Cross-border Ecommerce ใช้ได้ดีกับสินค้าบางประเภทเท่านั้นที่จะส่งมาจากไทยโดยตรง นำเข้ามาเพื่อมาขายออนไลน์อย่างเดียวเพื่อลดต้นทุนแต่มีการแข่งขันที่สูง อาหาร เครื่องดื่ม และเครื่องสำอาง มีอยู่ในตลาดออนไลน์เยอะ โดย Cross-border Ecommerce จะมีศูนย์กระจายสินค้าตามหัวมุมเมืองเพื่อกระจายสินค้าเยอะ ปัจจุบันผลไม้สดไม่มีการส่งตรงมาทางจีน เนื่องจากการควบคุมคุณภาพระหว่างการขนส่ง ดังนั้น การเข้าสู่ตลาดจีนและขยายสู่เมืองรองของจีนนั้น Cross-border Ecommerce ใช้วิธีการ Third-Party ในการเป็นตัวแทนในการจัดจำหน่าย
7. ช่องทางการเข้าสู่ตลาดจีน ทั้งในข้อ 6 และ ข้อ 7 การค้าขาย การทำสัญญา ควรเป็นในนามของไทยในการยื่นจด และมอบอำนาจให้จีนเป็นผู้แทน ผู้ประกอบการจ้างบริษัทกฎหมายเข้ามาช่วยดูเพื่อป้องกันความผิดพลาด เนื่องจากหากมีเรื่องเกิดจะใช้ภาษาจีนเป็นหลักในทางกฎหมาย
8. เกษตรกรไทยและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกผลไม้ไทยควรติดตามสถานการณ์และข้อมูลเกี่ยวกับระเบียบและกฎหมายของประเทศผู้นำเข้า และพฤติกรรมการบริโภคอย่างใกล้ชิด นอกจากนั้นควรติดตามข่าวสารการจัดกิจกรรมด้านการตลาดของกระทรวงพาณิชย์ เช่น Trade Fair และจับคู่ธุรกิจเป็นต้น ทั้งนี้ ควรมีการสร้างแบรนด์รวมทั้งการจดลิขสิทธิ์ทั้งในประเทศไทยและประเทศคู่ค้าเพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบ
9. ภาพรวมไทยกับจีนระดับรัฐบาลมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ซึ่งถือเป็นจุดแข็ง
10. สำหรับประเทศไทยการทำงานของราชการควรมีเอกภาพ ไม่มีใครเป็นเจ้าภาพหลักในแต่ละเรื่อง ทุกกระทรวงควรมีกลไกในการมองเห็นภาพใหญ่เพื่อแก้ปัญหาทิศทางควรบูรณาการให้มากขึ้น ระบบการปกครองของจีนประธานีธิบดีมีวิสัยทัศน์ที่ชัด ว่าอีก 20 ปี ข้างหน้าต้องการนำพาประเทศไปจุดไหน และจากนั้นเค้าสั่งทุกหน่วยงานทำไปในทิศทางเดียวกันหมดเลย