



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 2

ผลกระทบระยะยาวของการขยายกิจการของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ
ต่อห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของผลไม้ไทย

Long-term impacts of the business expansion of foreign-owned
packaging houses on Thai fruit industry.

โดย รองศาสตราจารย์ ดร.สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์ และคณะ

เมษายน 2563

สัญญาเลขที่ RDG62T0137

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 2

ผลกระทบระยะยาวของการขยายกิจการของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ
ต่อห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของผลไม้ไทย

Long-term impacts of the business expansion of foreign-owned
packaging houses on Thai fruit industry.

คณะผู้วิจัย

สังกัด

1. รศ.ดร. สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์	สำนักวิชาทรัพยากรการเกษตร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. รศ.น.สพ.ดร. วิชัย ทันทศุภารักษ์	คณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
3. ผศ.ดร. ประมวล สุธีจารุวัฒน	คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
4. ผศ. เรือเอก ดร. สราวุธ ลักษณะโต	คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา
5. ผศ.ดร. ศุภวรรณ วิเศษน้อย	สำนักวิชาทรัพยากรการเกษตร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
6. ผศ.ดร. จุติมา วงศ์อินตา	คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา
7. อ.ดร. อาร์ม ตั้งนิรันดร	คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภายใต้แผนงานวิจัย การศึกษาผลกระทบของการขยายกิจการของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ :

ภาวะคุกคาม โอกาส และความยั่งยืนของระบบธุรกิจผลไม้ไทย

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกสว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

บทสรุปผู้บริหาร

1. บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ความวิตกกังวลในเรื่องการครอบงำธุรกิจผลไม้ของไทยโดยผู้ประกอบการชาวจีนเกิดขึ้นครั้งแรกกับกรณีลำไยอบแห้ง ซึ่งดำเนินมาเป็นเวลากว่า 20 ปี การส่งเสริมลำไยเพื่อการส่งออกเริ่มในปี พ.ศ. 2519 แต่มายกระดับมาตรฐานหลังปี พ.ศ. 2529 เกิดเป็นยุคทองของการปลูกลำไย¹ ด้วยราคารับซื้อที่สูงต่อเนื่องติดต่อกันนานหลายปีกระตุ้นให้เกษตรกรแห่กันทำสวนลำไยเป็นจำนวนมาก ในช่วงต้นของทศวรรษ 2540 ปัญหาวิกฤตราคาตกต่ำจากผลผลิตล้นตลาดก็เริ่มขึ้นในรูปแบบที่คุ้นชิน คือ ราคาสูงมากในช่วงต้นฤดูเก็บเกี่ยว พอผลผลิตออกเต็มที่ราคาก็ตกต่ำจนเกิดสถานะขาดทุนอย่างหนักด้วยปริมาณผลผลิตที่มากกว่าความต้องการหลายเท่าตัว รัฐบาลออกมาตรการพยุงราคาโดยการแทรกแซงราคาตลาด ตลอดจนการรับจำนำเพื่อแก้ไขปัญหานี้ ในขณะที่ผู้ประกอบการชาวจีนรุกคืบจากการรับซื้อจากพ่อค้าคนกลางไทยพัฒนามาเป็นการเช่าโรงคัดบรรจุและโรงอบ มาเป็นการจัดตั้งทั้งในนามคนไทยที่รับเป็นนอมินีและในนามบริษัทข้ามชาติ รูปแบบของธุรกิจเปลี่ยนแปลงเป็นพลวัตรอยู่ตลอดเวลา จนถึงขั้นซื้อยกสวนหรือซื้อที่ดินของสวนเลย จนถึงทุกวันนี้ธุรกิจลำไยถูกครอบงำโดยผู้ประกอบการชาวจีนและมีสัดส่วนของผลตอบแทนตลอดห่วงโซ่มูลค่ากว่าร้อยละ 90

ลักษณะของธุรกิจผลไม้ในภาคตะวันออกมีพัฒนาการเริ่มจาก ช่วงก่อนปี พ.ศ. 2549 เมื่อถึงฤดูเก็บเกี่ยว ชาวสวนจะนำผลผลิตที่เก็บจากต้นไปขายให้พ่อค้าคนกลางในตลาดกลางผลไม้ภายในจังหวัด จากนั้นพ่อค้าคนกลางจะนำไปส่งขายต่อ โดยแหล่งใหญ่คือที่ตลาดสี่มุมเมือง และ/หรือชาวสวนจะนำผลผลิตไปขายที่ตลาดสี่มุมเมืองโดยตรง ช่วงปี พ.ศ. 2551 มีล้งชาวไทยเข้ามาดำเนินการ ซึ่งการจำหน่ายผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนเริ่มเปลี่ยนแปลงไป โดยการขายผลผลิตจะมี 2 ช่องทาง คือ ช่องทางแรก ชาวสวนจะนำผลผลิตไปขายให้พ่อค้าคนกลางรวบรวมแล้วขายต่อให้ล้งไทย และช่องทางที่สอง ชาวสวนจะนำผลผลิตไปขายให้กับล้งไทยโดยตรง ช่วงปี พ.ศ. 2554 เริ่มมีล้งจีนเข้ามาดำเนินการ ซึ่งการขายผลผลิตของชาวสวนจะมี 2 ช่องทาง คือ ชาวสวนจะนำผลผลิตไปขายให้ล้งรายเล็กที่เป็นชาวไทยหรือพ่อค้าคนกลางรวบรวมแล้วขายต่อให้ล้งจีน และอีกช่องทางหนึ่ง คือ ชาวสวนนำผลผลิตไปขายให้กับล้งจีนโดยตรง ช่วงปี พ.ศ. 2557 ล้งจีนเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ชาวสวนจึงขายผลผลิตให้กับล้งจีนโดยตรงทั้งหมด นอกจากนี้ ล้งจีนยังได้ทำการตลาดในเชิงรุกมากขึ้น โดยส่งตัวแทนเข้าไปเจรจาซื้อผลผลิตกับชาวสวนโดยตรง ซึ่งบางรายมีการทำสัญญาเหมาสวน สัดส่วนของมูลค่าเพิ่มและกำไรเกินกว่าร้อยละ 80 ตกเป็นของผู้ประกอบการจีนทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทผลไม้

¹ ประชาไท (2561) “ค้าเสรีลำไย ไทย-จีน: ลอยแพเกษตรกรรายเล็ก” สืบค้นจาก
<https://prachatai.com/journal/2008/08/23841>

ถึงแม้ในระยะสั้นเงินช่วยเหลือเกษตรกรขายผลผลิตเพื่อการส่งออกได้มากขึ้น แต่จากประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับการส่งออกผลไม้ไปจีน จะเห็นถึงวิวัฒนาการของการทำธุรกิจของจีนที่มีแนวโน้มจะสร้างอำนาจเหนือตลาดมากขึ้น ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องจึงไม่ควรนิ่งนอนใจกับผลที่เกิดขึ้นในระยะสั้น มีความจำเป็นที่จะต้องประเมินผลกระทบในระยะยาวของจีนต่อห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของผลไม้ไทยที่มีมูลค่าการส่งออกสูงหรือต่างประเทศมีความต้องการสูง ได้แก่ ทูเรียน และมังคุด ซึ่งแหล่งผลิตใหญ่ที่สุดอยู่ในภาคตะวันออกของไทย คือ จังหวัดจันทบุรี ระยอง และตราด เพื่อให้ไทยได้ผลประโยชน์สูงสุดและลดผลกระทบทางลบให้เหลือน้อยที่สุด

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อประเมินสภาพการณ์ทางการผลิต การค้า และการผลิตที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ตลอดห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของผลไม้ไทย
2. เพื่อคาดการณ์แนวโน้มการขยายอิทธิพลทางการค้าของจีน
3. เพื่อศึกษาผลกระทบระยะยาวของจีนต่อห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของผลไม้ไทย

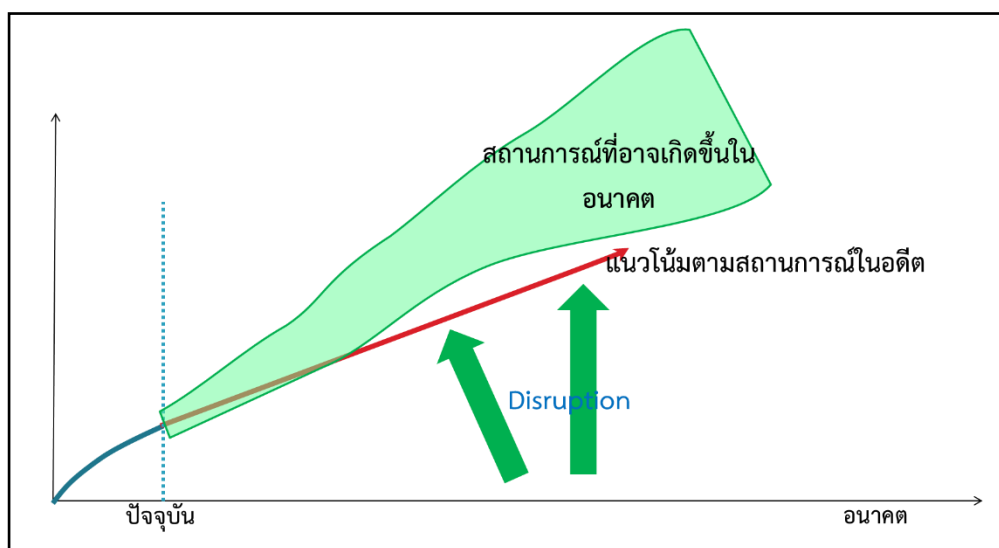
1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การทบทวนสถานการณ์ที่ผ่านมาจะครอบคลุม ทูเรียน และมังคุด ซึ่งเป็นผลไม้ส่งออกที่มีความสำคัญใน 3 จังหวัดทางภาคตะวันออกของไทย คือ จังหวัดจันทบุรี ระยอง ตราด และการทบทวนสถานการณ์ค้าปลีกที่ปลูกในภาคตะวันออกและภาคเหนือ ในขณะที่การวิเคราะห์สถานการณ์ในอนาคตและผลกระทบระยะยาวของอิทธิพลของโรงคัดบรรจุชาวต่างชาติที่มีต่อเกษตรกรไทยและผู้ประกอบการไทย จะเลือกใช้ทูเรียนเป็นกรณีศึกษา เนื่องจาก ทูเรียนเป็นผลไม้ที่โรงคัดบรรจุชาวต่างชาติเข้ามามีอิทธิพลในห่วงโซ่การค้ามากที่สุด ณ ปัจจุบันนี้ และยังมีแนวโน้มที่จะขยายอิทธิพลเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เพราะทูเรียนเป็นผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุด และยังมีโอกาสที่จะเติบโตได้อีกมาก

1.4 ทฤษฎี สมมติฐาน และ/หรือกรอบแนวความคิดของการวิจัย

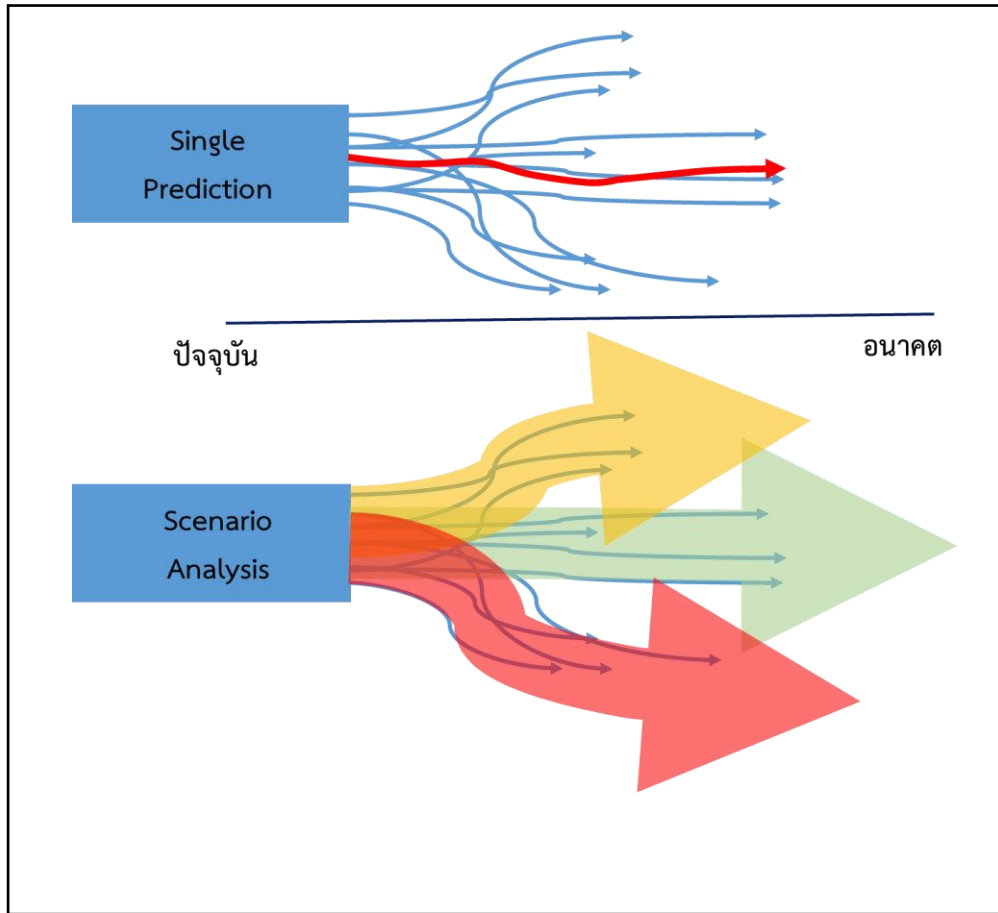
การศึกษานี้เป็นการประเมินแนวโน้มของสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อให้ได้ข้อมูลนำมาประกอบการพิจารณากำหนดแผนการรองรับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม ซึ่งความท้าทายและความซับซ้อนในประเมินผลกระทบและแนวโน้มระยะยาว คือ สถานการณ์แนวโน้มในอนาคต จะไม่สืบทอดตามแนวโน้มเหตุการณ์ที่เคยเกิดขึ้นทั้งในอดีตและในปัจจุบัน อันเป็นผลจากปัจจัยและความไม่แน่นอน (Uncertainties) จะเกิดขึ้นในอนาคต จนบางครั้งอาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่พลิกผันถึงขั้น Disruption ได้เหมือนกัน ซึ่งส่งผลให้สถานการณ์ในอนาคตเบี่ยงเบนไปจากแนวโน้มเดิมอย่างมาก ดังแสดงในรูปที่ 1 โดยในบริบทของการศึกษานี้ Disruption หมายถึงเหตุการณ์ที่ทำให้แนวโน้มและวิถีการค้าและการส่งออกผลไม้พลิกผัน เบี่ยงเบน และผิดแผกไปจากแนวโน้มเดิมอย่างมีนัยสำคัญในระยะยาว ซึ่งเหตุการณ์ที่กระทบด้านอุปสงค์ความต้องการผลไม้ ทำให้พฤติกรรมหรือรสนิยมการบริโภคผลไม้ไทยหดตัวหรือขยายตัวอย่างรุนแรงใน

ระยะยาว หรือเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบอย่างต่อเนื่องในระยะยาวต่อขีดความสามารถของอุตสาหกรรมผลไม้ไทย ในการปลูก จัดหา หรือส่งออกผลผลิตให้ได้ตามความต้องการของตลาด ทั้งนี้ Disruption จะไม่รวมถึง เหตุการณ์ที่ผิดปกติที่เกิดขึ้นขณะใดขณะหนึ่ง ทำให้การค้าและการส่งออกสะดุดในช่วงเวลาสั้น ๆ และเมื่อผ่านพ้นช่วงเหตุการณ์ดังกล่าวไปแล้ว วิธีการค้าและการส่งออกก็ยังดำเนินการต่อไปตามแนวโน้มเดิมก่อนที่จะเกิด เหตุการณ์



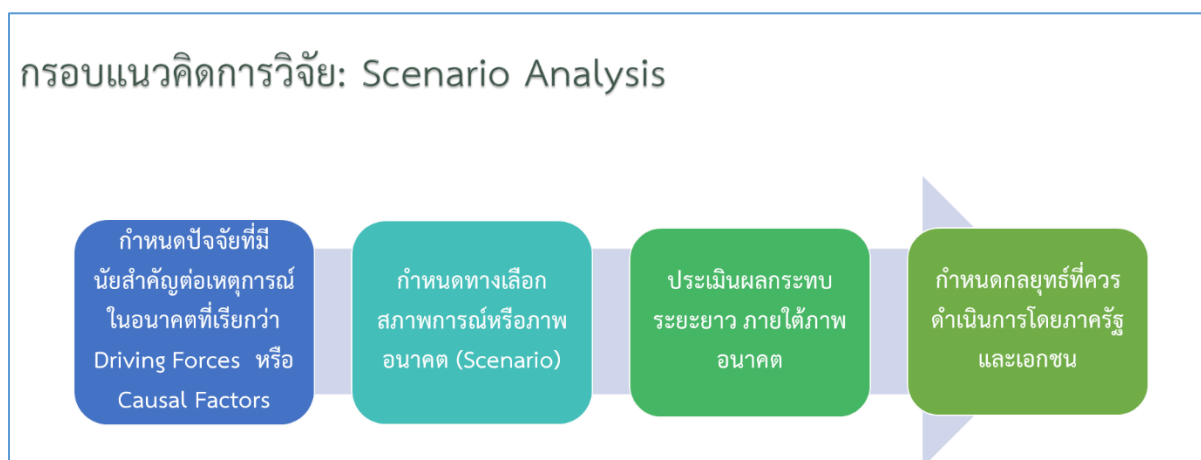
รูปที่ 1 ความไม่แน่นอนของสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

เทคนิคที่สามารถช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถพิจารณาถึงปัจจัยและความไม่แน่นอนต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ได้อย่างรอบด้านและอย่างเป็นระบบ คือ เทคนิคการวิเคราะห์สภาพการณ์ (Scenario Analysis) ซึ่งเป็นกระบวนการในการสร้างภาพอนาคต และวิเคราะห์เหตุการณ์ในอนาคตที่อาจเกิดขึ้นอย่างเป็นเหตุเป็นผล โดยแทนที่จะพยายามกำหนดภาพอนาคตเพียงภาพเดียว (Single Prediction) แต่จะเป็นการกำหนดเป็นชุดสภาพการณ์ (Scenario) ซึ่งเป็นการฉายภาพเกี่ยวกับสภาพการณ์ที่คาดว่าจะมีโอกาสและความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยเป็นเหตุการณ์ที่สะท้อนแนวโน้มหรือพลวัตรของปัจจัยขับเคลื่อนหลักที่จะก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลง รวมถึงความไม่แน่นอนที่มีโอกาสเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งนี้ ภาพอนาคตจะมีความแตกต่างกันตามแนวโน้มของปัจจัยขับเคลื่อนและความไม่แน่นอนที่นำมาพิจารณาในการวิเคราะห์ ดังแสดงในรูปที่ 2



รูปที่ 2 ความแตกต่างระหว่างการกำหนดภาพอนาคตเดี่ยว (Single Prediction) และ
การกำหนดอนาคตด้วยสภาพการณ์

กระบวนการศึกษาภายใต้เทคนิควิเคราะห์สภาพการณ์ (Scenario Analysis) ประกอบด้วยขั้นตอนหลักที่สำคัญ ๆ ดังแสดงในรูปที่ 3



รูปที่ 3 กระบวนการวิเคราะห์สภาพการณ์ (Scenario Analysis)

2. การทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

2.1 การทบทวนสถานการณ์ทุเรียน

ทุเรียนไทยมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในตลาดต่างประเทศเนื่องจากทุเรียนของไทยมีคุณภาพและรสชาติที่อร่อย อีกทั้งมีสายพันธุ์ที่เป็นเอกลักษณ์และมีความจำเพาะเหนือกว่าทุเรียนที่ผลิตในอินโดนีเซีย หรือในประเทศฟิลิปปินส์ตลาดส่งออกทุเรียนสดที่สำคัญของไทยมีอยู่ 3 ประเทศ คือ จีน เวียดนาม และฮ่องกง ในขณะที่การส่งออกทุเรียนแช่แข็ง ตลาดส่งออกอันดับหนึ่งของไทยยังคงเป็นประเทศจีน โดยพบว่าแนวโน้มความต้องการผลไม้ไทยของผู้บริโภคชาวจีนในภาพรวมเพิ่มขึ้น อันเป็นผลจากจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นตามนโยบายผ่อนปรนลูกคนเดียว และรายได้ที่สูงขึ้น นอกจากประเทศจีนแล้ว ฮ่องกงถือเป็นตลาดส่งออกทุเรียนของไทยที่ใหญ่เป็นอันดับ 2 รองจากจีน ส่วนหนึ่งเนื่องจากฮ่องกงมีช่องทางการนำเข้าที่หลากหลายและเอื้อต่อการทำการค้ามากกว่าประเทศจีน ดังนั้นทุเรียนที่นำเข้ามาที่ฮ่องกงจะถูกส่งออกต่อ (Re-Export) ไปยังจีนแผ่นดินใหญ่

ล้งมีบทบาทสำคัญในโซ่อุปทานทุเรียน ปัจจุบันธุรกิจโรงคัดบรรจุมีทั้งที่จัดตั้งโดยคนไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งการเข้ามาทำธุรกิจของโรงคัดบรรจุของชาวต่างชาติมีหลายรูปแบบ อาทิ การจัดตั้งเป็นโรงคัดบรรจุอย่างถูกกฎหมาย เช่น ร่วมทุน กับคนไทยในอัตราส่วน ต่างชาติร้อยละ 49 และคนไทยร้อยละ 51 โดยที่ไม่นิยมจดทะเบียนเป็นบริษัท ต่างชาติในไทย และการเข้ามาจัดตั้งโรงคัดบรรจุโดยใช้ นอมินีคนไทย หรือแม้กระทั่งการเข้ามาทำธุรกิจผิดกฎหมาย เช่น บุคคลธรรมดาที่ถือหนังสือเดินทาง ประเภทท่องเที่ยว หรือพำนักรั่วคราวแต่ลักลอบทำธุรกิจโรงคัดบรรจุ เป็นต้น

การเข้ามามีบทบาทของผู้ประกอบการชาวจีนหรือล้งจีนในกิจกรรมต่าง ๆ ของห่วงโซ่อุปทานส่งออกทุเรียนไทยได้ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงบทบาทของพ่อค้าคนกลางในห่วงโซ่อุปทานเป็นอย่างมากเนื่องจากพ่อค้าคนจีน ไม่จำเป็นต้องใช้พ่อค้าคนกลางชาวไทยแล้ว เนื่องจากสามารถเข้าถึงและติดต่อเกษตรกรชาวสวนได้เอง ซึ่งเมื่อก่อนต้องมีการผ่านพ่อค้าคนกลาง ดังนั้นจึงจะเห็นได้ว่าพ่อค้าคนกลางได้มีการถูกกำจัดออกไปโดยการแทนที่ของโรงคัดแยกบรรจุผลไม้ หรือล้งจีนนั่นเอง ซึ่งล้งจีนนี้จะรวมการจัดการทุกอย่างตั้งแต่การแยกการบรรจุการจัดซื้อและส่งขนส่งทุเรียนใส่คอนเทนเนอร์

ข้อมูลการผลิตทุเรียนในปี พ.ศ. 2560 ของทั้งภูมิภาคอาเซียนประมาณ 2 ล้านตัน โดยประเทศอินโดนีเซียผลิตทุเรียนมากที่สุด ประมาณ 1 ล้านตัน ของปริมาณผลิตทุเรียนทั้งโลก แต่ส่วนใหญ่เน้นบริโภคภายในประเทศ รองลงมาคือประเทศไทย ประมาณ 6 แสนตัน ประเทศมาเลเซีย ประมาณ 3 แสนตัน ส่วนใหญ่เน้นส่งออกต่างประเทศ ผลจากการที่ประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านมีการขยายพื้นที่ปลูกทุเรียนเพิ่มขึ้น คาดว่าอีกประมาณ 2 ปี ข้างหน้าปริมาณผลผลิตทุเรียนในภาพรวมทั้งอาเซียนน่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 2.5 – 3 ล้านตัน

2.2 การทบทวนสถานการณ์มังคุด

ตลาดต่างประเทศมีความต้องการมังคุดสดและผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเกษตรกรมีการรวมกลุ่มปรับปรุงคุณภาพมังคุด ทำให้จำหน่ายได้ในราคาที่สูงขึ้นทั้งผลผลิตคุณภาพ และเกรดรอง และสามารถขยายตลาดส่งออกได้มากขึ้น ทั้งในตลาดจีน สาธารณรัฐเกาหลีใต้ อาเซียน สหรัฐอเมริกา และยุโรป โดยจากข้อมูลสถิติการส่งออกมังคุด พบว่าตลาดคู่ค้าหลักที่สำคัญของไทย คือ จีนและเวียดนาม

มูลค่าการออกมังคุดของไทยไปยังประเทศเวียดนามมีมูลค่าสูงสุด รองลงมาเป็นจีน อย่างไรก็ตามหากพิจารณาจากการบริโภคที่เกิดขึ้นจริงแล้ว ทั้งนี้ น่าจะด้วยเหตุผลที่ว่า เวียดนามนำเข้าผลไม้ไทยเพื่อจำหน่ายไปยังประเทศใกล้เคียง เช่น จีน ที่มีพรมแดนติดกับเวียดนาม และเวียดนามได้รับสิทธิประโยชน์จากนโยบายด่านผ่อนปรนที่จีนตกลงไว้กับประเทศที่มีพรมแดนติดกัน เวียดนามจึงสามารถส่งออกไปจีนได้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบว่าภาษีบำรุงท้องที่ร้อยละ 5 ณ จุดผ่อนปรนบริเวณพรมแดนจีนกับภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 13 ที่ต้องชำระ ณ จุดนำเข้าสากลของจีน ทำให้ผู้ประกอบการจีนส่วนหนึ่งนิยมนำสินค้าที่ผ่านด่านผ่อนปรนชายแดน ผลไม้ไทยจำนวนไม่น้อยเมื่อเข้าเวียดนามแล้วก็จะถูกแปลงสภาพเป็นผลไม้เวียดนามเพื่อใช้สิทธิพิเศษของด่านผ่อนปรนดังกล่าว

สำหรับสถานการณ์การบริโภคมังคุดในประเทศพบว่า ปี พ.ศ. 2557 - 2561 ความต้องการบริโภคภายในประเทศลดลงจาก ลดลงร้อยละ 47.84 ต่อปี เนื่องจากผลผลิตลดลง และผลผลิตที่มีคุณภาพส่วนใหญ่ถูกส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ ในปี พ.ศ. 2561 การบริโภคภายในประเทศลดลงจาก ปี พ.ศ. 2560 ร้อยละ 32.52 เนื่องจาก ผลผลิตที่มีคุณภาพส่งออกได้มากขึ้นทั้งประเทศจีน และประเทศในอาเซียนที่รองรับผลผลิตเกรดรอง ส่งผลให้ ปริมาณผลผลิตที่ใช้บริโภคภายในประเทศลดลง อย่างไรก็ตาม ในปี พ.ศ. 2562 คาดว่าความต้องการบริโภคมังคุดสดและผลิตภัณฑ์ภายในประเทศจะเพิ่มขึ้น เนื่องจากปริมาณผลผลิตที่เพิ่มขึ้น และนโยบายการส่งเสริม การบริโภคภายในประเทศของภาครัฐ

2.3 การทบทวนสถานการณ์ลำไย

การส่งออกลำไยสดของไทยในช่วงปี พ.ศ. 2551 ถึง ปี พ.ศ. 2556 ประเทศไทยมีการส่งออกและมูลค่าการส่งออกลำไยสดไปยังประเทศจีนมากกว่าไปยังประเทศเวียดนาม ฮองกง อินโดนีเซีย และสิงคโปร์ ในขณะที่ช่วงปี พ.ศ. 2557 ถึง ปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีการส่งออกลำไยสดไปยังประเทศจีนลดลง แต่กลับส่งออกลำไยสดไปยังประเทศเวียดนามมากกว่าไปประเทศจีน สาเหตุหลักเนื่องมาจาก ประเทศไทยต้องการส่งออกลำไยสดไปยังประเทศเวียดนามเพื่อทำการคัดแยกเกรดและจำหน่ายในเวียดนาม รวมทั้งมีการส่งออกไปยังประเทศจีนทางด้านการค้าชายแดนจีน-เวียดนาม ซึ่งได้รับสิทธิประโยชน์ด้านภาษีจากจีน ทั้งการไม่เรียกเก็บภาษีนำเข้าและภาษีมูลค่าเพิ่ม

จีนได้เข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) จีนได้ออกกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ มารองรับการค้าเสรีมากมาย โดยมีเงื่อนไขระบุว่า การนำเข้าผลไม้หรือสินค้าเกษตรจะต้องมีใบอนุญาตหรือหนังสือ

อนุญาตสำหรับสินค้าควบคุมการนำเข้า (Import License) ให้กับผู้นำเข้าซึ่งส่วนใหญ่ที่ได้รับอนุญาตเป็นคนจีนทำให้ประเทศไทยต้องส่งออกสินค้าผ่านผู้นำเข้าชาวจีน รูปแบบการค้าของไทยจึงทำได้เพียงการฝากขายไม่สามารถดำเนินการเองได้ อีกทั้งการตั้งกฎให้ใบอนุญาตแก่ผู้ค้าปลีกหรือผู้ค้ารายย่อย เพื่อลดช่องทางการนำเข้าของผู้ประกอบการไทย ทำให้เกิดการควบคุมราคาสินค้า และผู้ขายชาวไทยไม่สามารถติดต่อกับลูกค้าจีนได้

ในส่วนการเข้ามาของผู้ประกอบการล้งจีนริเริ่มในช่วงปี พ.ศ.2546 – 2548 โดยเข้ามาในพื้นที่ภาคเหนือ ในช่วงนี้พบว่าเกษตรกร และพ่อค้าชาวไทยมีความได้เปรียบมากกว่าพ่อค้าชาวจีน เนื่องจากพ่อค้าชาวจีนยังคงต้องอาศัยพ่อค้าท้องถิ่นเพราะปัญหาด้านภาษาและการสื่อสารกับเจ้าของสวน เมื่อลำไยที่ขยายการปลูกไปยังพื้นที่จังหวัดจันทบุรี ช่วงปี พ.ศ. 2554 – 2555 ล้งจีนก็ขยายตัวไปตั้งในจังหวัดจันทบุรีด้วย แต่ล้งไทยก็เริ่มเสียเปรียบล้งจีนมากขึ้น เนื่องจากล้งจีนสามารถรับซื้อลำไยจากเกษตรกรได้ในราคาที่สูงกว่า

ผู้ประกอบการจีนเข้ามาแทรกแซงตลาดลำไยด้วยวิธี 1) การจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทประกอบธุรกิจในประเทศไทย โดยการจ้างคนไทยเป็นตัวแทนหรือนอมินี 2) การตั้งโรงคัดบรรจุผลไม้ (ล้ง) โดยสัดส่วนมากกว่า 50% เป็นของชาวจีน นอกจากนี้การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการชาวจีนยังส่งผลให้มีอำนาจต่อรองเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสามารถทำให้ควบคุมปริมาณการรับซื้อลำไยสด เพื่อทำการต่อรองราคาลำไยของเกษตรกร การเข้ามาของล้งจีนทำให้พ่อค้าชาวจีนสามารถควบคุม “โซ่อุปทานในการผลิต” (Supply Chain) ตั้งแต่การผลิตแปรรูป และการดำเนินการส่งออก โดยใช้ “โซ่อุปสงค์” (Demand Chain) หรือความต้องการสินค้าของลูกค้าปลายทางในประเทศจีนเป็นเครื่องมือในการต่อรองการเข้าซื้อผลไม้ตามลักษณะที่ต้องการ ทำให้พ่อค้าจีนสามารถควบคุมห่วงโซ่คุณค่าได้โดยตลอดห่วงโซ่ ทำให้ผู้ประกอบการไทยตลอดห่วงโซ่คุณค่าไม่ได้รับประโยชน์ใด ๆ เลย

3. การประเมินสถานการณ์แนวโน้มและภาพอนาคตทุเรียนไทย

การวิเคราะห์แนวโน้มของสถานการณ์ในห่วงโซ่การปลูกและการค้าทุเรียนของไทยในอนาคตแบ่งเนื้องานออกเป็น 2 ส่วน งานส่วนแรกเป็นการมองย้อนไปในอดีต ทบทวนเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับสินค้าเกษตรไทย ประกอบด้วย ยางพาราและลำไย ซึ่งเป็นผลผลิตการเกษตรที่มีวิธีการค้าคล้ายคลึงกับวิธีการค้าที่ประสบในธุรกิจทุเรียน ในแง่ที่ตลาดจีนเป็นลูกค้ารายหลักแทบจะเป็นเพียงรายเดียวของการค้า และเป็นสินค้าที่พ่อค้าคนกลางชาวจีนเข้ามามีบทบาทสูงในการเข้ามารับซื้อผลผลิตในตลาดภายในของไทย งานส่วนที่สองเป็นความพยายามที่จะประเมินแนวโน้มของสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในห่วงโซ่ทุเรียนอนาคต โดยในเบื้องต้นได้ทำการวิเคราะห์แนวโน้มของปัจจัยหลัก (Influencing Factors) ที่จะส่งผลต่อทิศทางของวิธีการปลูกและการค้าทุเรียนในไทย ซึ่งมีอยู่ 6 ปัจจัย ครอบคลุมตามแนวความคิดของ PEST (Political, Economic, Social, and Technology) คือ 1) แนวโน้มการบริโภคทุเรียนในจีน (Economic) 2) แนวโน้มการแผ่ขยายอิทธิพลของโรงคัดบรรจุต่างชาติ (Economic and Social) 3) แนวโน้มของกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยด้านอาหาร (Political & Technology) 4) การขยายพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนในไทย (Economic) 5) การ

สูญเสียองค์ความรู้ด้านการเพาะปลูก (Economic & Technology) และ 6) สถานการณ์การแข่งขันจากทุเรียนที่ปลูกในต่างประเทศ (Economic)

- **บทเรียนการปลูกและการค้าอย่างพารา ลำไย สู่ทุเรียนไทย**

บทเรียนของทั้งยางพาราและลำไยไทย ชี้ให้เห็นว่า ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นในระยะสั้น อาจไม่คงอยู่ตลอดไป ปรากฏการณ์ในระยะยาวอาจพลิกผันจากสิ่งที่ประสบในปัจจุบัน หากไม่ระวังตัวปล่อยเหตุการณ์ให้เกิดขึ้นไปตามยถากรรม โอกาสทองของการขายที่ได้รับอยู่ในระยะสั้นอาจหมดไป เกิดเป็นวิกฤตในระยะยาวแทน ดังนั้น ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องไม่ควรนิ่งนอนใจ หลงยินดีไปกับสิ่งดี ๆ ที่เกิดในระยะเฉพาะหน้า ควรติดตาม ทบทวนสถานการณ์ และมองไปข้างหน้าตลอดเวลา แล้วดำเนินการในด้านต่าง ๆ เตรียมตัวรองรับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เมื่อนำบทเรียนของทั้งยางพาราและลำไย มาเปรียบเทียบกับสถานการณ์ที่เกิดกับทุเรียน

- **แนวโน้มการบริโภคทุเรียนในจีน**

รายงาน Durian Global Market Report นำเสนอข้อมูลการบริโภคทุเรียนต่อหัวของประชากรในประเทศ (Domestically Consumption per Capita) ในปี พ.ศ. 2559 พบว่า ประเทศมาเลเซียเป็นประเทศที่มีความต้องการบริโภคทุเรียนมากเป็นอันดับหนึ่ง โดยมีปริมาณการบริโภคทุเรียนต่อหัวของประชากรอยู่ที่ประมาณ 11 กิโลกรัมต่อคน รองลงมาคือไต้หวันและสิงคโปร์ ในส่วนของประเทศจีนนั้นเป็นประเทศที่มีการบริโภคทุเรียนต่อหัวของประชากรน้อยที่สุด อย่างไรก็ตาม ปริมาณการบริโภคทุเรียนต่อหัวของประชากรในประเทศได้เพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงทุกปี โดยการบริโภคทุเรียนต่อหัวของประชากรในประเทศจีน เพิ่มขึ้นจาก 0.07 กิโลกรัมต่อคน ในปี พ.ศ. 2549 เป็น 0.21 กิโลกรัมต่อคนในปี พ.ศ. 2559 จึงแสดงให้เห็นว่าการบริโภคทุเรียนต่อหัวของประชากรในประเทศจีนเพิ่มขึ้นเฉลี่ยประมาณร้อยละ 13 ในทุก ๆ ปี โดยการศึกษาดังกล่าวได้คาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2573 ปริมาณการบริโภคทุเรียนต่อหัวสำหรับประเทศจีนจะเพิ่มขึ้นเป็น 1.11 กิโลกรัมต่อคน และในระยะยาวมีโอกาสที่การบริโภคทุเรียนจะสูงถึง 3 กิโลกรัมต่อคน

การพยากรณ์แนวโน้มการบริโภคทุเรียนของประเทศไทยในอนาคต โดยใช้ข้อมูลการนำเข้าทุเรียนของประเทศไทยจากฐานข้อมูล Trade Map ที่นำเสนอในรายงาน Durian Global Market Report มาหารด้วยจำนวนประชากรของจีน ได้เป็นอัตราการบริโภคต่อหัวในช่วงปี พ.ศ. 2549 ถึงปี พ.ศ. 2559 พบว่าปริมาณความต้องการบริโภคทุเรียนของประชากรในประเทศจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี โดยในปี พ.ศ. 2583 อัตราการบริโภคต่อหัวในประเทศจีนเพิ่มขึ้นเป็น 0.67 กิโลกรัมต่อคน ซึ่งเป็นอัตราการบริโภคทุเรียนต่อหัวของประชาชนจีนก็ยังคงอยู่ในระดับที่ไม่สูงนัก หมายความว่า การบริโภคในประเทศจีนยังมีโอกาสขยายตัวได้อีกมากจนถึงปี พ.ศ. 2583

● แนวโน้มการขยายอิทธิพลของโรงคัดบรรจุต่างชาติ

ในช่วงตั้งแต่ พ.ศ. 2549-2552 เริ่มมีล้งไทยเข้ามาดำเนินการในการรับซื้อตรงจากเกษตรกร หลังจากปี พ.ศ. 2553 เริ่มมีล้งจีนเข้ามาดำเนินการรับซื้อผลผลิตจากแหล่งผลิตในไทย เกิดเป็นช่องทางจัดจำหน่ายทุเรียน คือ ชาวสวนนำผลผลิตไปขายให้กับล้งรายเล็กที่เป็นคนไทยหรือพ่อค้าคนกลางไทย ซึ่งจะนำไปขายต่อให้กับล้งจีนอีกทอดหนึ่ง หรือชาวสวนขายผลผลิตให้กับล้งจีนโดยตรง² การเริ่มเข้ามาขยายอิทธิพลของล้งจีนและผู้ประกอบการจีนในระยะแรกนี้ นอกจากเป็นวิถีคิดของพ่อค้าที่พยายามแสวงหาโอกาสขยายธุรกิจของตนเงินเองแล้ว ยังอาจเกิดจากความด้อยประสิทธิภาพในการดำเนินงานของฝั่งผู้ประกอบการไทยเองด้วยในระยะแรกของการเปิดเสรีนำเข้าทุเรียน ผู้นำเข้าจีนต้องพึ่งการดำเนินการของพ่อค้าไทยและผู้ส่งออกไทยในการจัดหาและจัดการการขนส่งทุเรียนไปจีน แต่เนื่องจากปัญหาของฝ่ายไทยที่ไม่สามารถรับมือกับปริมาณการส่งออกที่สูงขึ้น จนไม่อาจดำเนินการจัดหาทุเรียนได้ตามความต้องการของตลาดในจีนทั้งในแง่ของปริมาณและคุณภาพ พ่อค้าจีนจึงเห็นความจำเป็นที่จะต้องเข้ามามีบทบาทในการดำเนินงานฝั่งไทยมากขึ้น เพื่อให้สามารถกำกับดูแลการส่งออกทุเรียนได้แบบครบวงจร เกิดความมั่นใจในการส่งออกทุเรียนได้ตามจำนวนและคุณภาพที่ตลาดต้องการ

การเข้ามาประกอบธุรกิจของล้งจีนมีทั้งเข้ามาแบบถูกกฎหมายจดทะเบียนเป็นธุรกิจร่วมทุน หรือแบบผิดกฎหมาย ในลักษณะเข้ามาเป็นบุคคลธรรมดาแต่แอบทำธุรกิจ หรือลักษณะใช้นอมินีคนไทยในการทำธุรกิจ อำพราง ข้อมูลจากกระทรวงพาณิชย์ระบุว่าผู้ประกอบการล้งจีนในไทยมีจำนวน 1,090 ราย ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจอยู่ในภาคตะวันออก³ ในขณะที่ข้อมูลจากกรมวิชาการเกษตรปี พ.ศ. 2561 พบว่า มีผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ (ล้งผลไม้) ที่ขึ้นทะเบียนเป็นโรงคัดบรรจุทุเรียนที่ได้ลงทะเบียนกับกรมวิชาการเกษตรใน 3 จังหวัดภาคตะวันออก ประกอบด้วย จังหวัดจันทบุรี จังหวัดระยอง และจังหวัดตราด รวม 376 ราย มีล้งทุเรียนชาวจีนทั้งที่ร่วมทุนกับคนไทยหรือที่เป็นทุนจีนทั้งหมด จำนวนเพียง 29 รายเท่านั้น เป็นสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 7.7 จากจำนวนล้งผลไม้ทั้งหมดใน 3 จังหวัด และมีผู้ส่งออกทุเรียนที่จดทะเบียนกับกรมวิชาการเกษตรทั่วประเทศรวม 464 ราย เป็นผู้ส่งออกทุเรียนชาวจีนทั้งที่ร่วมทุนกับคนไทยหรือที่เป็นทุนจีนทั้งหมด จำนวน 92 ราย คิดเป็นสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 19.8

ความไม่สอดคล้องระหว่างตัวเลขจำนวนโรงคัดบรรจุของกระทรวงพาณิชย์และของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ชี้ให้เห็นว่ายังมีโรงคัดบรรจุที่ยังไม่ได้มาตรฐาน GMP หรือโรงคัดบรรจุนอกระบบ ดำเนินการส่งออกทุเรียนไทยอยู่อีกเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ รายได้และกำไรที่เกิดจากการประกอบธุรกิจของโรงคัดบรรจุต่างชาติหรือร่วมทุนกับต่างชาติ บางส่วนไม่ได้กลับมาเป็นเงินหมุนเวียนอยู่ในประเทศไทย เพราะจากการ

² พรชกร มั่นกิจ. (2558). แนวทางการบริหารจัดการการรวบรวมผลไม้ไทย กรณีศึกษา ล้งจีน. สืบค้นจาก

<https://www.baac.or.th/km/wp-content/uploads/2017/06/chinashop.pdf>

³ กรุงเทพธุรกิจ. (25 เมษายน 2559). พาณิชย์สอบนอมินีล้งจีน ป้องขายปลีกผลไม้ภายใน. สืบค้นจาก

https://www.ditp.go.th/contents_attach/146316/146316.pdf

ตรวจสอบข้อมูลทางการเงินของนิติบุคคลที่จดทะเบียนในฐานะข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจ พบว่า ล้างต่างชาติ บางรายสำแดงในงบการเงินว่า ไม่มีรายได้จากการทำธุรกิจ หรือมีรายได้แต่เป็นรายได้ที่ต่ำแบบผิดปกติ เป็นผลให้ ไม่เกิดข้อมูลการรับรู้รายได้ในประเทศไทย เอื้อให้ล้างเงินสามารถหลีกเลี่ยงภาษีนิติบุคคลจากการทำธุรกิจในประเทศไทย รวมถึงสามารถโอนเงินทุนอันเป็นผลกำไรจากการประกอบการกลับไปให้ญาติพี่น้องของตน ในต่างประเทศผ่านระบบโพลีก๊วน ปลอดภัยจากการตรวจสอบโดยหน่วยงานของรัฐ

ในปัจจุบันนอกจากจะทำการรับซื้อผลผลิตถึงหน้าสวนแล้ว การซื้อทุเรียนโดยล้างเงินได้มีวิวัฒนาการไปถึงการทำสัญญาซื้อขายทุเรียนแบบเหมาสวนจากเกษตรกรล่วงหน้า โดยมีการเข้าไปประเมินผลผลิตตั้งแต่ ต้นทุเรียนเริ่มออกดอก ทำสัญญาซื้อขายเหมาสวน ซึ่งจะมีรายละเอียดเกี่ยวกับราคาการซื้อ เงินมัดจำ และ เงื่อนไขต่าง ๆ เกี่ยวกับการดูแลสวนที่ชาวสวนต้องรับผิดชอบ ซึ่งหลายฝ่ายมองว่า การซื้อเหมาสวนในลักษณะ “Contract Farming” เป็นผลดีกับชาวสวนอยู่หลายประการ เช่น 1) ผู้ซื้อเหมาสวนมารับความเสี่ยงต่าง ๆ ที่เกิดกับภาวะภูมิอากาศและภัยธรรมชาติแทนชาวสวน 2) ผู้ซื้อเหมาสวนเป็นผู้รับผิดชอบการจัดการและ บริหารแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญในการตัดและคัดเกรดผลไม้ ซึ่งเป็นภาระงานที่สร้างปัญหาอย่างมากกับ ชาวสวนจากปัญหาการขาดแคลนแรงงาน 3) ผู้ซื้อเหมาสวนเป็นผู้รับความเสี่ยง หากราคาผลผลิตปรับลดลงจาก วันที่เหมาสวนจนถึงวันที่ผลผลิตพร้อมตัด

ผลสำรวจข้อมูลภาคสนามชี้ให้เห็นว่า ส่วนใหญ่ชาวสวนยังมีความตั้งใจที่จะทำสวนทุเรียนกันต่อไป เนื่องจากยังมองว่าตลาดทุเรียนยังมีอนาคตอีกไกล ยังเชื่อมั่นว่าทุเรียนยังเป็นที่ต้องการของตลาด โดยเฉพาะ การส่งออกให้ผู้บริโภคชาวจีน มีชาวสวนเพียงส่วนน้อยที่อาจจะยังไม่แน่ใจว่าจะทำสวนทุเรียนต่อไปหรือไม่ ซึ่งเป็นเกษตรกรรายย่อย จำนวนพื้นที่ปลูกไม่มาก หรือกลุ่มที่ไม่มีทายาทรับช่วงทำสวนทุเรียนต่อ ในขณะที่ ชาวสวนทุเรียนรายใหญ่ที่มีพื้นที่ปลูกมากกลับมีแนวคิดว่าจะ “ซื้อสวนเพิ่ม” เพื่อขยายธุรกิจ เพราะที่ผ่านมา ผลผลิตที่มีอยู่ยังไม่เพียงพอตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ เนื่องจากมองว่าทุเรียนสดยังเป็นที่ต้องการของ ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากทุเรียนสดแล้ว ทุเรียนแปรรูปยังเป็นที่ต้องการของตลาดจีน เช่นกัน นอกจากนี้ผลประกอบการในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาได้มีการขยายตัวขึ้น จึงทำให้มีความต้องการที่จะซื้อ สวนเพิ่มมากกว่าจะขายสวน

● แนวโน้มของกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety)

มาตรฐานและข้อกำหนดความปลอดภัยสินค้าอาหารในประเทศจีน ได้รับการปรับปรุงมาอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่กฎหมายความปลอดภัยอาหาร (Food Safety Law of the People’s Republic of China) สภาประชาชนแห่งชาติจีน (National People’s Congress) ประกาศใช้เมื่อวันที่ 28 มีนาคม พ.ศ. 2552 และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2552 จนปัจจุบันเป็น Food Safety Law 2015 มีผลบังคับใช้ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2558 โดยมีการจัดโครงสร้างองค์กรที่กำกับดูแลและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม เกษตรและอาหาร ตลอดจนการรณรงค์ให้ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาจากการบริโภคอาหารที่ไม่ได้คุณภาพ

โดยมีสภาแห่งรัฐ (The State Council) เป็นหน่วยงานสูงสุดที่ได้รับมอบอำนาจจากสภาประชาชนแห่งชาติ (National People's Congress: NPC) ทำหน้าที่ดูแลควบคุมร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่ดูแลรับผิดชอบ ทุกระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารของจีน

ที่ผ่านมาเกษตรกรและโรงคัดบรรจุจำนวนมากไม่เห็นถึงความสำคัญของการขอรับรองมาตรฐาน GAP และ GMP อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐเองก็ไม่ได้จริงจังและเข้มข้นในการตรวจสอบคุณภาพทุเรียน โดยผู้ส่งออกหลายรายใช้วิธีหลีกเลี่ยงการขอการรับรองด้วยการ “สวมสิทธิ์” ของแปลงที่ได้มาตรฐาน GAP และ “สวมสิทธิ์” โรงคัดบรรจุที่ได้รับมาตรฐาน GMP จนทางการจีนตรวจพบแมลงศัตรูพืชในทุเรียน (เพลี้ยแป้ง เพลี้ยหอย หนอนเจาะเมล็ด) และปริมาณยาต่าง ๆ ตกค้างในผลผลิตในระดับที่เกินมาตรฐาน จึงมีคำเตือนมาเป็นระยะกว่าพันครั้ง

จากปัญหาการสวมสิทธิ์เกี่ยวกับใบ GAP และ GMP ทำให้ทางประเทศจีนมีการนำเทคโนโลยีและมาตรการที่จะต้องถูกนำมาบังคับใช้อย่างแน่นอนกับผลไม้ที่นำเข้า คือ ระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) อย่างเต็มรูปแบบ ครอบคลุมตั้งแต่ การรับวัตถุดิบ การปลูก การเก็บจากสวน คัดแยกเกรด การเก็บรักษา การขนส่ง และการจำหน่ายจนถึงมือผู้บริโภค หมายความว่า ในอนาคต ชาวสวนและผู้ค้าในประเทศไทยจะต้องหันมาสนใจลงทุนในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศตั้งแต่ขั้นตอนกระบวนการเพาะปลูก และกระบวนการดูแลพืชผลหลังปลูก

● การขยายพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนในไทย

จากกระแสการขยายการส่งออกทุเรียนทั้งปริมาณและมูลค่า ทำให้มีการใช้พื้นที่ปลูกทุเรียนในประเทศไทยเพิ่มขึ้น รวมถึงมีการเพาะปลูกแทบทุกภูมิภาคในประเทศไทย แต่เมื่อนำข้อมูลศักยภาพในการเพาะปลูกทุเรียนของประเทศ แยกเป็นรายภูมิภาค ที่นำเสนอโดยข้อมูลกรมพัฒนาที่ดิน จะพบว่า ข้อมูลพื้นที่เพาะปลูกจริงของ สศก. และข้อมูลศักยภาพในการเพาะปลูกของกรมพัฒนาที่ดิน ยังไม่สอดคล้องกัน การศึกษาจึงได้ทำการพยากรณ์พื้นที่ที่จำเป็นต้องใช้เพาะปลูกทุเรียน พบว่าประเทศไทยต้องทำการขยายพื้นที่เพาะปลูกอีกมากเพื่อรองรับความต้องการบริโภคทุเรียนสดทั้งหมดในประเทศจีนโดยในปี พ.ศ. 2583 โดยประเทศไทยจะต้องทำการขยายพื้นที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้นไปจากปัจจุบันอีกเกือบ 2 ล้านไร่ไปเป็นกว่า 2.7 ล้านไร่

จากฐานข้อมูล Agri-Map ของกรมพัฒนาที่ดิน พบว่า พื้นที่ที่มีความเหมาะสมของที่ดินสำหรับการปลูกไม้สวน ประเภททุเรียน เงาะ และมังคุด ทั้งหมดในประเทศไทย มีอยู่ประมาณ 2 ล้านไร่ โดย 3 จังหวัดภาคตะวันออก ประกอบด้วย จันทบุรีมีประมาณ 6 แสนไร่ ระยองมีประมาณ 2 แสนไร่ และตราดประมาณ 2 แสนไร่ รวมกันเป็นครึ่งหนึ่งของพื้นที่ของประเทศ

จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่า หากไม่สามารถเพิ่มผลผลิตการปลูกต่อพื้นที่ได้ ประเทศไทยจะไม่มีพื้นที่มากเพียงพอที่จะปลูกทุเรียนให้ตามแนวโน้มมูลค่าการส่งออกในอนาคตที่คาดการณ์ไว้จนถึงปี พ.ศ. 2583 หากการส่งออกยังมีแนวโน้มขยายตัวในอัตราสูงต่อไป จะเกิดสถานการณ์การแย่งพื้นที่เพาะปลูกและทรัพยากรน้ำ

ที่ใช้ในการเพาะปลูกจากพืชเกษตรชนิดอื่น อาจเกิดผลเสียตามมาอีกหลายประการ ซึ่งปัญหาในทำนองเดียวกันนี้ ได้เคยเกิดกับกรณีของการขยายพื้นที่เพาะปลูกยางพารา และข้าวโพด จนเกิดปัญหาการบุกรุกผืนป่าเพื่อขยายพื้นที่เพาะปลูก

● การสูญเสียองค์ความรู้ด้านการเพาะปลูก

จากการสำรวจข้อมูลภาคสนามพบว่า เกษตรกรชาวสวนทุเรียนกลุ่มใหญ่มากกว่าครึ่งมีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป จึงจำเป็นต้องมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการเพาะปลูกให้กับคนรุ่นใหม่ที่จะรับไม้ต่อเป็นเกษตรกรรุ่นต่อไป การถ่ายทอดความรู้ด้านการปลูกทุเรียนให้ได้ทั้งปริมาณและคุณภาพ เป็นงานที่มีความท้าทายสูง องค์ความรู้ด้านการปลูกทุเรียนที่ได้คุณภาพ ครอบคลุมตั้งแต่การคัดเลือกพ่อแม่พันธุ์ การเตรียมพื้นที่ การปลูก การให้น้ำ การตัดแต่งกิ่ง การตัดแต่งดอก การตัดแต่งผล การสังเกตระดับความสุกของทุเรียน การตัดผลทุเรียน การใส่ปุ๋ย การป้องกันและกำจัดโรคและศัตรูพืช เกษตรกรต้องใส่ใจในรายละเอียดทั้งสภาพดินฟ้าอากาศ พื้นที่ปลูก สารอาหารในดิน มีรายละเอียดและปัจจัยที่ต้องพิจารณามาก ซึ่งนอกจากจะต้องใช้หลักวิชาการแล้ว ยังต้องอาศัยประสบการณ์ในการปลูก เช่น การนับอายุทุเรียนพร้อมตัดหลังจากดอกบานอาจผันผวนได้ ขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศและอุณหภูมิ เช่น ทุเรียนจะแก่เร็วขึ้นหากอากาศร้อนและแห้งแล้ง แต่จะแก่ช้าหากฝนตกชุกและความชื้นสูง เป็นต้น

นอกจากนี้ผู้ประกอบการจีนมีความใฝ่รู้ แสวงหาโอกาสที่จะขยายธุรกิจของตนอยู่ตลอดเวลา ถึงแม้ในระยะแรกจะเข้ามาประกอบการเป็นเพียงพ่อค้าที่ซื้อผลผลิตมาแล้วขายไป แต่ผู้ประกอบการบางรายก็ใช้โอกาสนี้ ฝังตัวช่วยงานอยู่ในสวนทุเรียนเป็นระยะเวลาหลายเดือน เพื่อเรียนรู้กระบวนการปลูกทุเรียนอย่างละเอียดและครบวงจร ดังนั้น ในอนาคต ถึงแม้ในปัจจุบันได้มีเยาวชนไทยรุ่นใหม่ เริ่มสนใจเข้ามาเป็นชาวสวนทุเรียนโดยเฉพาะกลุ่มที่เรียกว่า “Young Smart Farmers” ซึ่งส่วนใหญ่อาจจะเป็นลูกหลานของชาวสวนปัจจุบัน หรือจะเป็นคนภายนอกวงการที่เริ่มให้ความสนใจ เพราะเห็นทุเรียนขายได้ราคาดี แต่ถ้าเกษตรกรไทยรุ่นปัจจุบันไม่สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับคนรุ่นใหม่เหล่านี้ได้อย่างครบถ้วน ในขณะที่ผู้ประกอบการชาวจีนเอง ก็ได้เพิ่มพูนองค์ความรู้ด้านการเพาะปลูกของตนมากขึ้น จะก่อให้เกิดผลเสียที่สำคัญ 2 ประการ คือ 1) ฝั่งไทยเสียจุดแข็งด้านการเพาะปลูกไป ทำให้อำนาจต่อรองในการเจรจาทางการค้าของไทยเทียบกับผู้ประกอบการจีนตกต่ำลงไป และ 2) ทุนจีนที่มีความพร้อมด้านความรู้ในการปลูกทุเรียน จะมีแรงจูงใจที่จะเข้ามาซื้อสวน เพื่อเป็นผู้ปลูกทุเรียนเอง ส่งผลให้ทุนจีนสามารถครอบงำห่วงโซ่ทุเรียนไทยครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำไปยังปลายน้ำ

● สถานการณ์การแข่งขันจากทุเรียนที่ปลูกในต่างประเทศ

ประเทศที่ผลิตทุเรียนได้มากที่สุด คือ ประเทศอินโดนีเซีย คิดเป็นร้อยละ 47 ของผลผลิตทั่วโลก รองลงมาคือประเทศไทย ร้อยละ 33 และประเทศมาเลเซีย ร้อยละ 19 โดยมีส่วนที่เหลือเป็นของประเทศอื่น ๆ ซึ่งประกอบด้วย ประเทศฟิลิปปินส์ เวียดนาม และออสเตรเลีย จากข้อมูลในปี พ.ศ. 2559 ปริมาณทุเรียนทั้งหมดมีประมาณ 1.6 พันล้านกิโลกรัม มาจาก 4 ประเทศหลัก ดังนี้ ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และประเทศฟิลิปปินส์ นอกจากนี้ 4 ประเทศที่กล่าวมาในข้างต้น ยังมีประเทศเวียดนาม และกัมพูชา

จากการประชุมระดมความคิดเห็นที่จัดขึ้นที่จังหวัดจันทบุรี เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562 โดยผู้เข้าร่วมประชุมประกอบด้วยผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมทุเรียนไทยและภาคเกษตรไทย ได้แก่ เกษตรกร ผู้ประกอบการ และเจ้าหน้าที่รัฐ พบว่า ปัจจัยที่ผู้เข้าร่วมประชุมเห็นว่ามีความสำคัญ 3 อันดับแรก คือ แนวโน้มความต้องการบริโภคทุเรียน ภาวะเปื้อน Food Safety และการขยายอิทธิพลของล้ง ส่วนปัจจัยที่มีแนวโน้มที่จะสร้างปัญหาต่อบอนาคทุเรียนไทย 3 อันดับแรก คือ ภาวะเปื้อน Food Safety การขยายอิทธิพลของล้ง และการขยายพื้นที่เพาะปลูก

ภาพอนาคต (Scenarios) ของอุตสาหกรรมทุเรียนไทย

ปัจจัยสำคัญที่ชี้ชะตาอนาคตทุเรียนไทย 6 ประการ พบว่า ความเป็นไปของสถานการณ์ทุเรียนไทยในอนาคตที่อาจจะถูกกระทบจากปัจจัยทั้ง 6 นั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 มิติหลักของการเปลี่ยนแปลง ดังแสดงในรูปที่ 5

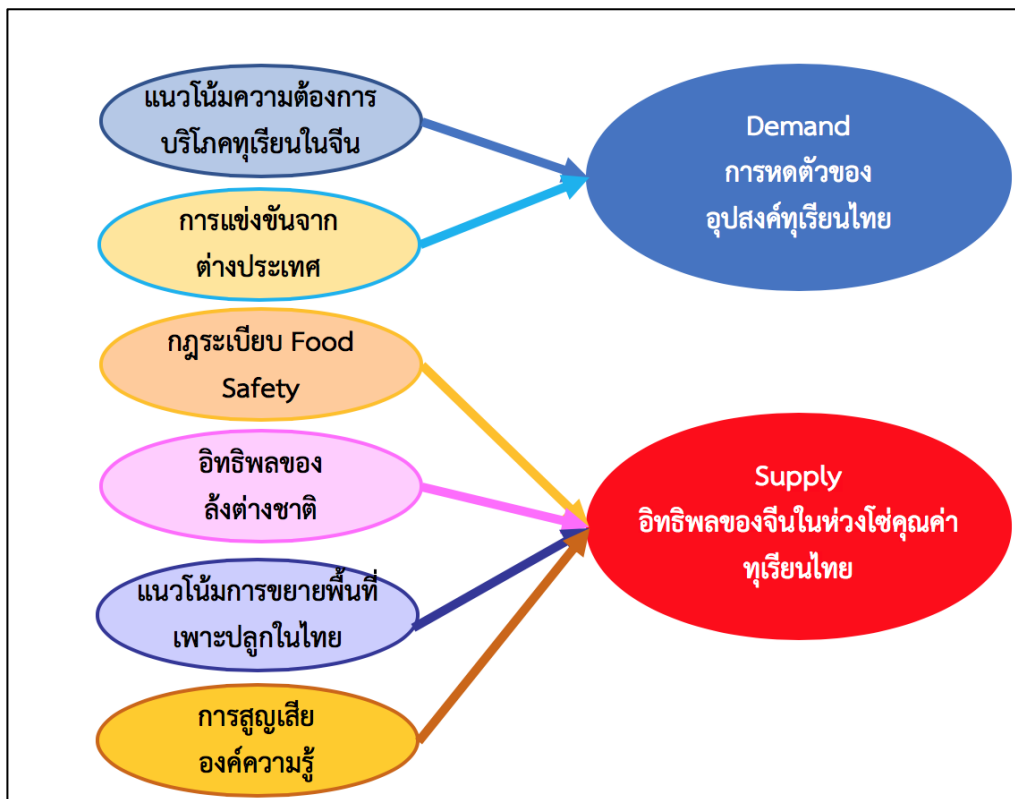
มิติที่ 1 เป็นภัยคุกคามที่อาจส่งผลให้เกิดการหดตัวของอุปสงค์หรือความต้องการบริโภคทุเรียนไทยในตลาดจีน ซึ่งเป็นผลจาก

- การเปลี่ยนแปลงของรสนิยมและความต้องการบริโภคทุเรียนของผู้บริโภคจีน
- การแข่งขันจากทุเรียนที่ปลูกในต่างประเทศ ที่น่าจะขยายตัวมากขึ้น

มิติที่ 2 เป็นภัยคุกคามด้านอุปทานที่เกื้อหนุนให้ผู้ประกอบการต่างชาติสามารถขยายอิทธิพลเข้าครอบงำการค้าทุเรียนในไทยได้มากขึ้น อันเป็นผลจาก

- ภาวะเปื้อนด้านความปลอดภัยของอาหารที่เข้มงวดกับการนำเข้าทุเรียนไทยเข้าไปในตลาดจีนมากขึ้น ทำให้ไทยต้องพึ่งผู้นำเข้าฝังบิ๊นมากขึ้น เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาในการนำเข้าทุเรียนผ่านด่านนำเข้าของรัฐบาลจีน
- ผู้ประกอบการจีนสามารถเบียดขับผู้ประกอบการไทยซึ่งเป็นคู่แข่งออกไปได้มากขึ้น รวมถึงการใช้ความสามารถทางธุรกิจในการแสวงหาช่องทางในการทำธุรกิจและขยายธุรกิจของตนให้มีสัดส่วนทางการตลาดสูงขึ้น

- การขยายการเพาะปลูกแบบขาดการควบคุม ทำให้ได้ผลผลิตที่ด้อยคุณภาพ อันสร้างอำนาจการต่อรองให้กับผู้ค้าจีนในการกดราคารับซื้อผลผลิต
- การสูญเสียองค์ความรู้ด้านการเพาะปลูกไปให้กับผู้ประกอบการจีน สร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการจีนขยายอิทธิพลเข้ามาในส่วนของ การปลูกได้



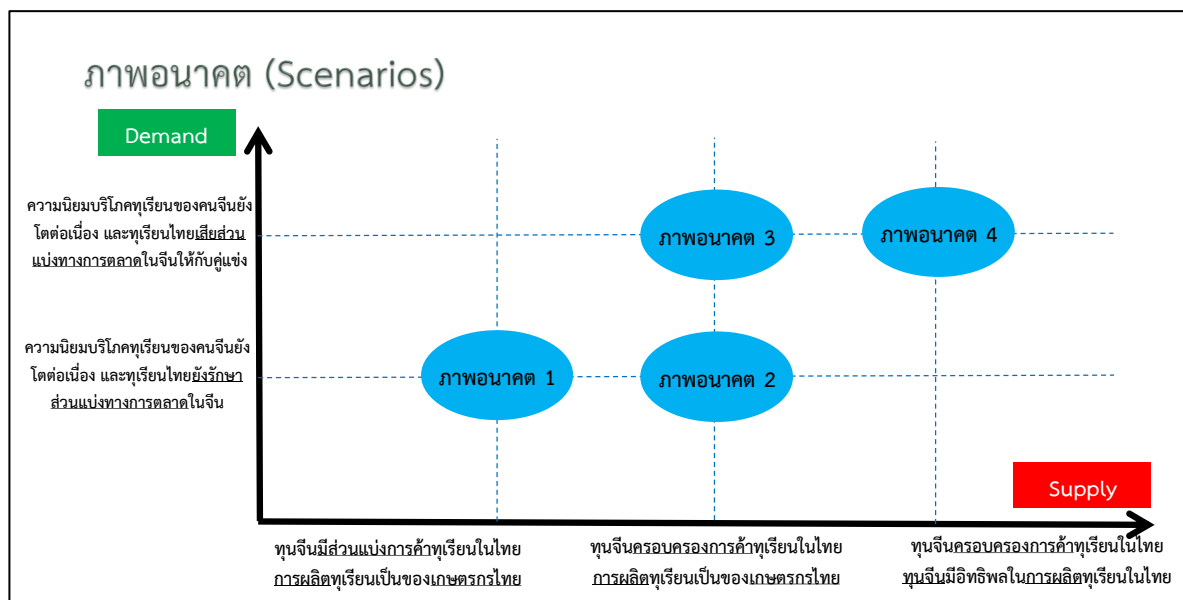
รูปที่ 4 ความเป็นไปของสถานการณ์ทุเรียนไทยในอนาคต
ที่มา: คณะผู้วิจัย

ในการสร้างภาพอนาคต ได้แบ่งระดับความเข้มข้นที่ของปรากฏการณ์ที่มีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นใน 2 มิติข้างต้น โดยแต่ละมิติจะมีระดับความเข้มข้น ดังนี้

- **การหดตัวของความต้องการบริโภคทุเรียนในจีน** มี 2 ระดับความเข้มข้น
 - **การหดตัวในระดับต่ำ** : ความนิยมบริโภคทุเรียนของคนจีนยังต่อเนื่อง และทุเรียนไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาดในประเทศจีนค่อนข้างสูง ทุเรียนจากชาติอื่นยังมาทดแทนไม่ได้มากนัก
 - **การหดตัวในระดับสูง** : ความนิยมบริโภคทุเรียนของคนจีนยังต่อเนื่อง และทุเรียนไทยเสียส่วนแบ่งทางการตลาดอย่างมีนัยสำคัญ ให้กับทั้งทุเรียนของประเทศเพื่อนบ้านและทุเรียนที่ปลูกในประเทศจีน

- **การขยายอิทธิพลผู้ประกอบการจีนในระบบการค้าทุเรียนในไทย** มี 3 ระดับความเข้มข้น
 - **การขยายอิทธิพลในระดับต่ำ** : ชาวจีนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในห่วงโซ่อุปทานทุเรียนไทย โดยมีสถานภาพ คือ เป็นเจ้าของความต้องการบริโภค และเป็นผู้ควบคุมการนำเข้าทุเรียนไทยไปจีน โดยชาวจีนทำหน้าที่เป็นโรงคัดบรรจุ และส่งออก แต่ยังมีผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุและส่งออกที่เป็นชาวไทยอยู่ส่วนหนึ่ง ส่วนการผลิตทุเรียนเป็นของเกษตรกรไทย
 - **การขยายอิทธิพลในระดับกลาง** : ชาวจีนนอกจากมีสถานภาพเป็นต้นทางของความต้องการบริโภค ทุนจีนยังเข้ามามีส่วนแบ่งการค้าทุเรียนในไทยเกือบสมบูรณ์ คือเป็นผู้ควบคุมการนำเข้าทุเรียนไทยไปจีน เป็นผู้รวบรวมผลผลิต โรงคัดบรรจุ และส่งออก โดยมีผู้ประกอบการชาวไทยเป็นลูกจ้างในแต่ละกิจกรรม ส่วนการผลิตทุเรียนส่วนใหญ่ยังเป็นของเกษตรกรไทย
 - **การขยายอิทธิพลในระดับสูง** : ชาวจีนเข้ามามีอิทธิพลในห่วงโซ่อุปทานทุเรียนไทยอย่างครบวงจร ทั้งในด้านความต้องการบริโภค อำนาจการค้าในห่วงโซ่อุปทาน และเข้ามามีอิทธิพลในส่วนการผลิตทุเรียนไทยด้วย เช่น การเข้ามาเช่าหรือซื้อสวน โดยส่วนใหญ่เป็นส่วนของเกษตรกรรายย่อยที่ไม่มีทายาทรับช่วงการดำเนินการต่อ หรือเป็นส่วนเกษตรกรใหม่ที่ได้รับการจัดสรร เพื่อขยายพื้นที่เพาะปลูก

ภาพอนาคตถูกสร้างจากการผสมผสานระดับความเข้มข้นที่แตกต่างกันของแนวโน้มการเกิดเหตุการณ์ทั้ง 2 มิติ จนเป็นภาพอนาคต (Scenarios) ของสถานการณ์ทุเรียนไทยได้ 4 ภาพ ดังแสดงในรูปที่ 6



รูปที่ 5 ภาพอนาคต (Scenarios) ของสถานการณ์ทุเรียนไทย

ที่มา: คณะผู้วิจัย

ภาพอนาคต 1: เสมอตัว เป็นภาพที่สะท้อนเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ณ สถานะปัจจุบัน (Status Quo) ของธุรกิจทุเรียนไทย ซึ่งพอจะสรุปได้ดังนี้



รูปที่ 6 ภาพอนาคตที่ 1 เสมอตัว

ที่มา: คณะผู้วิจัย

ภาพอนาคต 2: คำหดหาย เป็นสถานการณ์ที่ผู้ประกอบการจีนเริ่มจะขยายอิทธิพลทางการค้าไปมากขึ้นกว่าปัจจุบัน ซึ่งพอจะสรุปสาระสำคัญของสถานการณ์ได้ดังนี้



รูปที่ 7 ภาพอนาคตที่ 2 คำหดหาย

ที่มา: คณะผู้วิจัย

ภาพอนาคต 3: คำหยา ตลาดหด นอกจากอิทธิพลของผู้ประกอบการจีนจะมากขึ้นในตลาดการค้าทุเรียนในประเทศไทยแล้ว ทุเรียนไทยยังต้องเผชิญการแข่งขันจากทุเรียนชาติอื่นในตลาดจีนอีกด้วย ดังนี้



รูปที่ 8 ภาพอนาคตที่ 3 คำหยา ตลาดหด

ที่มา: คณะผู้วิจัย

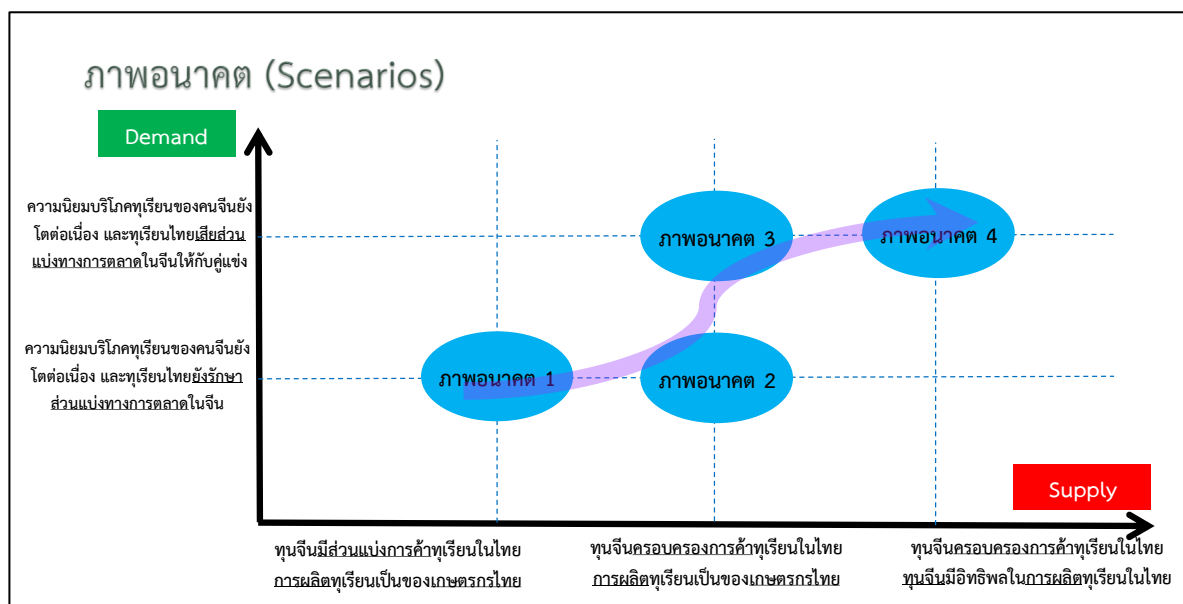
ภาพอนาคต 4: ฟองสบู่แตก เป็นสถานการณ์ที่วิกฤตที่สุด เป็นสถานการณ์ที่ชาวสวนไทยและผู้ประกอบการไทย เริ่มสูญเสียอิทธิพลเกือบทั้งหมดในห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจทุเรียนไทย ซึ่งสามารถบรรยายสรุปได้ ดังนี้



รูปที่ 9 ภาพอนาคตที่ 4 ฟองสบู่แตก

ที่มา: คณะผู้วิจัย

เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอนาคตอาจเปลี่ยนไปตามภาพอนาคตทั้ง 4 ภาพตามลำดับเวลาดังนี้ โดยเริ่มจากสถานะปัจจุบันตามภาพอนาคต 1 เมื่อเวลาผ่านไปในระยะแรก ผู้ประกอบการจีนจะขยายขอบเขตการค้าของตน จนสามารถเบียดขับผู้ประกอบการไทยเกือบทั้งหมดออกจากตลาดทุเรียน เกิดเป็นภาพอนาคต 2 ในระยะต่อมา การทดลองปลูกทุเรียนและการขยายการเพาะปลูกทุเรียนในต่างประเทศเริ่มประสบความสำเร็จ ได้ผลผลิตที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคในจีน ทุเรียนที่รัฐบาลจีนอนุญาตให้นำเข้าได้จากประเทศต่าง ๆ จึงเริ่มเข้าไปแย่งส่วนแบ่งการตลาดในตลาดจีนจากทุเรียนไทย เกิดเป็นภาพอนาคต 3 และในที่สุดทุนจีนก็เริ่มสะสมองค์ความรู้ในการเพาะปลูกทุเรียนจนได้คุณภาพและรสชาติที่ดีตามความต้องการของตลาด ก็เริ่มเข้ามาลงทุนทำสวนทุเรียนในไทย จนเกิดเป็นภาพอนาคตที่ 4 ดังแสดงในError! Reference source not found. 11



รูปที่ 10 ภาพอนาคตทั้ง 4 ภาพตามลำดับเวลา
ที่มา: คณะผู้วิจัย

ในการประชุมระดมความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมทุเรียนไทย ประกอบด้วยทั้งเกษตรกร ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐ เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562 คณะผู้วิจัยได้มีโอกาสนำเสนอภาพอนาคตที่ได้วางกรอบไว้ตามที่นำเสนอข้างต้น และได้ตั้งประเด็นคำถาม เพื่อขอทราบความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมประชุม ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม พอสรุปได้ ดังนี้

ภาพอนาคตใน 5 ปีข้างหน้า ล้งไทยมีศักยภาพในการแข่งขันลดลงจากเดิมมาก อาจถูกล้งจีนเบียดขับออกจากตลาด เกิดเป็นภาพอนาคตที่ 2

ภาพอนาคตใน 10 ปีข้างหน้า ความพยายามทดลองปลูกทุเรียนที่มีรสชาติและคุณภาพดีในต่างประเทศเริ่มออกดอกออกผล การจำหน่ายทุเรียนไทยในจีนเริ่มเผชิญการแข่งขันจากทุเรียนต่างประเทศที่สูงขึ้น

ภาพอนาคตใน 20 ปีข้างหน้า เกิดเป็นภาพอนาคตที่ 3 การจำหน่ายทุเรียนไทยในตลาดจีนเผชิญการแข่งขันที่เข้มข้นจากทุเรียนต่างประเทศ ในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการจีนสามารถยึดครองการค้าทุเรียนในตลาดไทยได้เกือบทั้งหมด ถ้าไม่มีการบริหารจัดการที่ดี อาจเกิดการผูกขาดการค้าโดยการแทรกแซงตลาดจากผู้นำเข้าทุเรียนรายใหญ่ในฝั่งจีน

เป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้เข้าร่วมประชุมเกือบทั้งหมดยังมีความหวังว่า ชาวสวนไทยยังน่าจะสามารถรับมือกับการขยายอิทธิพลทุนจีนไม่ให้เข้ามามีส่วนแบ่งที่มีนัยสำคัญในกิจกรรมการเพาะปลูกทุเรียนไทย

4. การวิเคราะห์ผลกระทบระยะยาว

จากภาพอนาคตดังกล่าวข้างต้น ในส่วนของการวิเคราะห์ผลกระทบในระยะยาวผู้วิจัยได้นำ “เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals, SDGs)” ของสหประชาชาติ เป็นกรอบในการประเมินผลกระทบ เพื่อพิจารณาถึงผลกระทบจากการขยายอิทธิพลของผู้ประกอบการจีนที่มีต่อเป้าหมายระยะยาวในการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศไทย เมื่อพิจารณาจากบริบทของธุรกิจทุเรียนไทย จะมีเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนที่เกี่ยวข้องโดยตรงอยู่ 6 เป้าหมาย ซึ่งครอบคลุมการพัฒนาทั้งในมิติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยจะพิจารณาผลกระทบทั้งในด้านบวก (ถ้ามี) และด้านลบ (ถ้ามี) และแบ่งผู้ที่ได้รับผลกระทบออกเป็น 3 กลุ่มเป้าหมาย คือ เกษตรกรไทย ผู้ประกอบการไทย และสังคมไทย ผลการวิเคราะห์ผลกระทบภายใต้แต่ละเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน สรุปได้ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ผลกระทบระยะยาวภายใต้แต่ละเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน	ผลกระทบด้านบวก	ผลกระทบด้านลบ
เป้าหมายที่ 6: หลักประกันให้มีน้ำใช้ และการบริหารจัดการน้ำและการสุขาภิบาลอย่างยั่งยืนสำหรับทุกคน พิจารณาผลกระทบต่อการจัดการน้ำ การป้องกันและฟื้นฟูระบบนิเวศที่เกี่ยวข้องกับน้ำ อันเกิดจากแนวโน้มการขยายพื้นที่การเพาะปลูกทุเรียนเพิ่มมากขึ้นในประเทศไทย		
เกษตรกร	-	พื้นที่เพาะปลูกเพิ่มมากขึ้น ย่อมส่งผลให้มีความต้องการใช้น้ำเพิ่มขึ้น เกษตรกรต้องจัดเตรียมแหล่งเก็บกักน้ำและระบบการกระจายน้ำเพิ่มขึ้นในอนาคต ซึ่งเป็นการเพิ่มต้นทุนการผลิตให้กับเกษตรกร และยังมีความเสี่ยงสูงต่อปัญหาการขาดแคลนน้ำอันเนื่องมาจากสภาพภูมิอากาศเปลี่ยนแปลงในอนาคต ในกรณีของภาคตะวันออกไม่สามารถพัฒนาแหล่งเก็บกักน้ำขนาดใหญ่ของพื้นที่ได้เต็มศักยภาพเนื่องจากอุปสรรคเชิงภูมิประเทศและการเป็นพื้นที่ในเขตป่าสงวน

เป้าหมายการ พัฒนาที่ยั่งยืน	ผลกระทบด้านบวก	ผลกระทบด้านลบ
ผู้ประกอบการไทย	-	-
สังคมไทย	-	แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพื้นที่เกษตรน้ำฝนที่พึ่งพาน้ำฝนเป็นหลัก มีความเสี่ยงขาดแคลนน้ำที่อาจเกิดขึ้นจากสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงไป พื้นที่ป่าไม้ในกลุ่มน้ำชายฝั่งทะเลตะวันออกมีแนวโน้มลดลงและยังคงมีปัญหาการบุกรุกที่ป่าสงวน การขยายตัวของภาคบริการ ท่องเที่ยว และอุตสาหกรรม ที่เพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลต่อความต้องการใช้น้ำในภาพรวม มีโอกาที่จะเกิดปัญหาการขาดแคลนน้ำและการแย่งชิงน้ำระหว่างเพื่อการอุปโภคบริโภค และการใช้น้ำของสวนทุเรียนโดยเฉพาะในจังหวัดระยอง ซึ่งเป็นพื้นที่ตามนโยบายของรัฐบาลที่ผลักดันการพัฒนาโครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (หรือระเบียง เศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor, EEC))

เป้าหมายที่ 8: การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน และครอบคลุม และการจ้างงานเต็มอัตรา และงานที่มีคุณค่าสำหรับทุกคน

เกษตรกร	สร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับทุเรียนไทยในการขยายการจำหน่ายเข้าไปในตลาดจีน ในระยะแรกเริ่มของการเข้ามาประกอบการ การดำเนินงานของलगจเงินได้กระตุ้นให้เกิดการขยายตัวของอุปสงค์ทุเรียน จึงช่วยเพิ่มรายได้เกษตรกรผ่านผลผลิตใน 2 ด้านพร้อมกัน คือ ทุเรียนที่เกษตรกรจำหน่ายมีปริมาณสูงขึ้นอย่างมาก ด้วยราคาขายที่สูงขึ้นพร้อมกันไปด้วย	เกษตรกรจะได้รับผลกระทบทางลบหากราคาผลผลิตตกต่ำดังเช่นเหตุการณ์ที่เคยเกิดกับลำไยและยางพารามาแล้ว การตกต่ำของราคาผลผลิตหน้าสวนเกิดขึ้นจาก 3 สาเหตุหลัก คือ ปริมาณความต้องการบริโภคในตลาดจีนลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ผู้ประกอบการจีนสามารถผูกขาดการค้า และกำกับทิศทางราคาของผลผลิตได้ ผลผลิตที่ไม่ได้คุณภาพออกมาจำหน่ายเป็นปริมาณมาก จนทำให้ไม่สามารถควบคุมหรือรับประกันคุณภาพของทุเรียนไทยได้
ผู้ประกอบการไทย	ผู้ประกอบการรายใหญ่ของไทยที่ยังมีขีดความสามารถในการค้ารักษาธุรกิจได้ อีกทั้งบางคนที่ซึ่งมีเครือข่ายธุรกิจที่ดีกับผู้ประกอบการจีนที่เป็นผู้นำเข้าทุเรียน ยังอาจได้ประโยชน์เพิ่มขึ้นจากปริมาณทุเรียนที่มีการส่งออกมากขึ้น	ผู้ประกอบการไทยจำนวนหนึ่งต้องออกจากธุรกิจไป หรือต้องยอมลดตัวลงมาเป็นผู้แทนของผู้ประกอบการจีน ทำให้ได้รับส่วนต่างกำไรจากธุรกิจลดลงจากเดิม ด้วยความได้เปรียบจากการเข้าถึงตลาดผู้ซื้อในจีน และความสามารถทาง

เป้าหมายการ พัฒนาที่ยั่งยืน	ผลกระทบด้านบวก	ผลกระทบด้านลบ
		ธุรกิจที่เหนือกว่า ผู้ประกอบการจีนก็จะขยาย อิทธิพลเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนอาจเบียด ผู้ประกอบการไทยเกือบทั้งหมดออกจากตลาดไป ได้ ถึงแม้จะเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ก็ตาม
สังคมไทย	การขยายการจำหน่ายทุเรียนส่งออกในตลาดจีน ทำให้เม็ดเงินจากการค้าขายทุเรียนในประเทศ เพิ่มขึ้นอย่างมาก แต่ความหย่อนยานในการบังคับ ใช้กฎหมาย ทำให้ผู้ประกอบการจีนจำนวนหนึ่ง ไม่ได้จดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการอย่างถูก กฎหมายในไทย ปกปิดรายได้จากธุรกิจของตน จึง ไม่ได้เสียภาษีให้กับรัฐบาลไทยตามที่ควรจะเป็น ส่งผลให้เกิดสังคมได้รายได้หรือผลประโยชน์น้อยกว่าที่ควรจำเป็น	จะเกิดผลกระทบทางลบ หากราคาส่งผลผลิตตกต่ำ เมื่อเทียบกับต้นทุนการเพาะปลูก เปรียบเทียบกับ เหตุการณ์เดียวกับกรณีของลำไย จนรัฐต้องใช้ งบประมาณของประเทศเข้ามาให้ความช่วยเหลือ ช่วยเหลือเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียน

**เป้าหมายที่ 9: โครงสร้างพื้นฐานที่มีความต้านทานและยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง การพัฒนาอุตสาหกรรมที่ครอบคลุม
และยั่งยืน และนวัตกรรม**

เกษตรกร	เกษตรกรเดิมบางกลุ่มและเกษตรกรรุ่นใหม่เริ่ม ตื่นตัว โดยเรียนรู้จากบทเรียนของลำไยและ ยางพารา ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงทางธุรกิจที่ ต้องพึ่งพาผู้ประกอบการต่างชาติในการเข้าถึง ตลาดมากเกินไป จึงพยายามแสวงหาช่องทาง ตลาดแบบใหม่ ทั้งการเพิ่มการจำหน่ายใน ประเทศมากขึ้น การขายผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึงความพยายามพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจาก ทุเรียน	ความต้านทานในยืดหยุ่นการเปลี่ยนแปลงของ เกษตรกรได้ เนื่องจากเมื่อเกษตรกรมีการพึ่งพา (Dependency) ลังผลไม้ต่างชาติ รวมทั้งพึ่งผู้ ซื้อ (Buyer) ที่เป็นตลาดเดียวมากจนเกินไปจึงทำ ให้เกิดผลเสียดังต่อไปนี้ - เกษตรกรจะขาดการระแวดระวังและ เตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงเนื่องจาก สามารถหากำไรและมีรายได้จากการทำ ธุรกิจร่วมกับล้งผลไม้ต่างชาติได้มาก จึงไม่มี การตั้งรับหรือหาทางเลือกสำรอง - หากผู้ประกอบการหรือล้งต่างชาติเหล่านี้ สามารถเข้าซื้อแปลงปลูกทุเรียนหรือเข้าถึง องค์ความรู้ข้อมูลการผลิตปลูกทุเรียนได้ก็ จะส่งผลเสียแก่เกษตรกรผู้ผลิตในระยะยาว
ผู้ประกอบการไทย		ผู้ประกอบการต่างชาติมีส่วนแบ่งทางการตลาด มากขึ้น ก็ส่งผลให้อำนาจต่อรองทางการค้าเหนือ เกษตรกรไทยและผู้ประกอบการไทยสูงขึ้นตามไป ด้วย

เป้าหมายการ พัฒนาที่ยั่งยืน	ผลกระทบด้านบวก	ผลกระทบด้านลบ
		ผู้ประกอบการต่างชาติสามารถครอบครองสัดส่วน ทางการตลาดสูงขึ้นเรื่อยๆ ในที่สุด ผู้ประกอบการไทยรายเดิมที่เคยยังยืนอยู่ในตลาด ได้ในช่วงแรก อาจไม่สามารถแข่งขันอยู่ได้ใน ตลาดอีกต่อไป หรือผู้ประกอบการที่ยังอยู่ใน ตลาดได้ ก็ต้องพึ่งผู้ประกอบการต่างชาติในการ เข้าถึงตลาดมากขึ้นเรื่อยๆ อำนาจการต่อรองก็จะ ถดถอยลงไป แทบจะไม่มีโอกาสที่ผู้ประกอบการ รายใหม่จะเข้าสู่ตลาดได้เลย ในที่สุด ความสามารถของผู้ประกอบการไทยในธุรกิจ ทุเรียนไทยก็จะถดถอยลง
สังคมไทย		ประชากรภาคการเกษตรมีความอ่อนแอ เปราะบางจากการพึ่งพาทุนต่างชาติและมีความ เสี่ยงต่อการล่มสลายมากขึ้น

เป้าหมายที่ 10 : การลดความไม่เท่าเทียมทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ

เกษตรกร	การเข้ามาประกอบการของล้งจีนซึ่งทำหน้าที่ เหมือนเป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิต (เกษตรกร) กับ ผู้บริโภค มีบทบาทสำคัญในการช่วยกระจาย ทุเรียนให้สามารถเข้าสู่ตลาดจีนได้มากขึ้น ทำให้ เกษตรกรสามารถขายผลผลิตได้เพิ่มมากขึ้นแล้ว นอกจากนี้การเข้ามาของล้งจีนยังเป็นโอกาสอันดี สำหรับเกษตรกรไทยที่มีความพร้อมที่จะพัฒนา ตนเองจากการเป็นผู้ผลิต ขยับตัวเองเป็นผู้ รวบรวมและผู้ส่งออกด้วยโดยอาศัยเครือข่ายล้ง จีนที่เข้ามารวบรวมผลผลิตในประเทศไทย เป็น ช่องทางที่จะทำธุรกิจร่วมกันได้	เกษตรกรได้รับผลประโยชน์ที่ไม่ธรรมจากการขาย ผลผลิตให้กับล้งจีน ที่อาจมีอำนาจต่อรองในการ เจรจาซื้อขายที่สูงกว่า อันเป็นผลจากเงื่อนไข กลุ่มเดียวกับเป้าหมาย 8
ผู้ประกอบการไทย	ผู้ประกอบการไทยสามารถใช้ประโยชน์จากการ เข้ามาของล้งจีนผู้ประกอบการไทยในการสร้าง เครือข่ายการค้ากับคู่ค้าจีน เพื่อนำไปสู่การต่อยอด ธุรกิจในการเข้าไปร่วมลงทุนในประเทศจีนใน ประเทศจีน รวมทั้งการใช้โอกาสนี้ในการถ่ายโอน ความรู้และเทคโนโลยีจากล้งจีน เพื่อพัฒนา คุณภาพและยกระดับการดำเนินงานให้ได้ มาตรฐานสากล	การที่ล้งจีนเป็นเจ้าของกิจการทั้งภายในประเทศ ไทย โดยการเข้ามาซื้อผลผลิตที่หน้าสวนเอง และยังมีเครือข่ายการเป็นผู้นำเข้า หรืออาจเป็นผู้ จัดจำหน่ายในตลาดปลายทางเองด้วย ทำให้ได้รับ ผลกำไรจากการประกอบการทั้งในฝั่งประเทศไทย และฝั่งจีน ในขณะที่ผู้ประกอบการไทย (ล้งไทย) ได้ผลประโยชน์จากส่วนต่างผลกำไรที่ค่อนข้าง น้อยในการทำหน้าที่รวบรวมหรือบรรจุแล้วส่งต่อ

เป้าหมายการ พัฒนาที่ยั่งยืน	ผลกระทบด้านบวก	ผลกระทบด้านลบ
		ให้เงินเพื่อการส่งออกอีกทอดหนึ่ง สถานการณ์ จะแย่ลงในระยะยาวเมื่อผู้ประกอบการต่างชาติ เข้าครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดมากขึ้น ๆ ส่งผลให้อำนาจต่อรองทางการค้าสูงขึ้นเรื่อย ๆ
สังคมไทย	ในช่วงที่คุณภาพทุเรียนหมอนทองของเวียดนาม ยังสู้ไทยไม่ได้ ส่วนทุเรียนของมาเลเซีย มีราคาสูง กว่าไทย 3 – 4 เท่า ทำให้ทุเรียนที่เป็นคู่แข่งจาก ต่างประเทศยังมีตลาดที่จำกัด ดังนั้นจึงเป็นโอกาส ที่เกษตรกรไทยจะมุ่งให้ความสำคัญกับการผลิต ทุเรียนที่มีคุณภาพ และลงมือระบบการบริหาร จัดการที่ได้มาตรฐาน เพื่อเป็นจุดแข็งใช้เป็น อำนาจต่อรองได้	การหลบเลี่ยงของผู้ประกอบการเงินที่จะขึ้น ทะเบียนและเสียภาษีการค้าอย่างถูกต้องตาม กฎหมาย ถ้าในระยะยาว ยังปล่อยให้สถานการณ์ เป็นอยู่อย่างนี้ ผู้ประกอบการไทยที่เสียภาษี ถูกต้องตามกฎหมายก็จะเสียเปรียบมากขึ้นๆ และ ในที่สุดหากยังก้ำกับละเลยทางกฎหมาย เพื่อจัด ระเบียบพ่อค้าชาวต่างชาติ โดยเฉพาะการเรียก เก็บภาษีที่ได้จากการค้า จะทำให้สังคมไทยเสีย ภาษีจากรายได้ที่พึงได้ไปเป็นจำนวนมาก

เป้าหมายที่ 12: หลักประกันให้มีแบบแผนการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน

เกษตรกร	เกษตรกรไทยจะมีการตื่นตัวอย่างมากเกี่ยวกับ มาตรฐานการเพาะปลูก เพื่อให้มีความปลอดภัย ผ่านมาตรฐานการส่งออก รวมถึงการแสวงหาองค์ ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับทุเรียน เพื่อยกระดับการผลิต ที่มีคุณภาพสูงขึ้นตรงตามความต้องการของ ผู้บริโภคมากขึ้น	เกษตรกรรายใหม่ที่ยังขาดองค์ความรู้และ เกษตรกรที่ยังไม่ได้มาตรฐาน GAP ถ้า 2 กลุ่มนี้มี มากขึ้นในอนาคต ผลที่ตามมาคือทุเรียนไทย กลายเป็นทุเรียนที่ไม่มีคุณภาพ ราคาตกต่ำ อาจจะทำให้เกิดเหตุการณ์เกษตรกรไทยสูญเสีย เงื่อนไขความเป็นเจ้าของสวน มีการขายสวน เกิดขึ้น ถ้าราคาต่ำจนเกิดภาวะขาดทุน
ผู้ประกอบการไทย	ในอนาคตผู้ประกอบการไทยจะมีการปรับเปลี่ยน ตัวเอง ด้วยการพยายามยกระดับความสามารถ ของตนเองเพื่อให้สามารถแข่งขันกับ ผู้ประกอบการต่างชาติได้ ผู้ประกอบการจะ ตระหนักถึงการมีมาตรฐานที่เป็นเครื่องหมายกา รันตีเพื่อการส่งออก	การขยายตัวของอุตสาหกรรมทุเรียนไทย เกษตรกรรายใหม่เข้ามาเพาะปลูกทุเรียนเพิ่ม มากขึ้น ทำให้ผลผลิตที่มีความหลากหลายทั้ง รสชาติ สายพันธุ์ คุณภาพ ออกสู่ท้องตลาด ผู้ประกอบการที่ต้องการยืนระยะในตลาดได้ใน ระยะยาว จะต้องแสวงหาความรู้ และพัฒนา ความสามารถของตนเองให้มากขึ้นที่จะคัดเลือก ทุเรียนที่มีคุณภาพไว้กับตนเอง เพื่อเป็นการรักษา แบรนด์ของตนเองไว้ไม่ให้สูญเสียความน่าเชื่อถือแก่ ผู้บริโภค
สังคมไทย	การที่เกษตรกรไทยมีการเพาะปลูกได้มาตรฐาน GAP เพิ่มขึ้น จะส่งผลให้มีการใช้สารเคมีเพื่อ	ในอนาคตความนิยมในการเพาะปลูกทุเรียน คาดว่าจะเพิ่มมากขึ้น การเพาะปลูกทุเรียนที่เพิ่ม

เป้าหมายการ พัฒนาที่ยั่งยืน	ผลกระทบด้านบวก	ผลกระทบด้านลบ
	การเพาะปลูกอย่างเหมาะสม คุณภาพของน้ำ อากาศ และดินของสังคมที่อยู่ใกล้เคียงกับบริเวณ สวนทุเรียนจะได้รับผลกระทบน้อยกว่าการ เพาะปลูกที่ไม่มีการควบคุมการใช้สารเคมี อีกทั้ง ยังส่งผลให้เกิดสารตกค้างจากสารเคมีลดลง อาจจะมีการใช้เทคโนโลยีชีวภาพเพิ่มมากขึ้น	มากขึ้น ทำให้เกิดการการแย่งชิงทรัพยากรดิน น้ำ และปัจจัยการผลิตอื่น ๆ พืชชนิดอื่น สารเคมีใน สิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น ถ้าไม่มีการควบคุมมาตรฐาน การเพาะปลูก

**เป้าหมายที่ 15 : การใช้ระบบนิเวศบนบกอย่างยั่งยืน ป่าไม้ที่ยั่งยืน การเสื่อมโทรมของดินและฟื้นฟูสภาพดินและหยุดยั้ง
การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ**

เกษตรกร	หากขยายพื้นที่เพาะปลูกไล่ตามปริมาณการ บริโภคในจีน จะต้องใช้พื้นที่ในการเพาะปลูก มากกว่าศักยภาพของพื้นที่ที่เหมาะสมกับการปลูก ดังนั้น พื้นที่เพาะปลูกที่ต้องดูแลมากขึ้น อาจต้อง มีการใส่ปุ๋ยและสารเคมีมากขึ้น ถ้าปฏิบัติไม่ ถูกต้องตามข้อกำหนดของการปฏิบัติทาง การเกษตรที่ดีสำหรับพืชอาหาร (GAP) การใช้ สารเคมีในแปลงทุเรียน จะมีผลต่อการตกค้าง สารเคมีปนเปื้อนต่อทรัพยากรดินและน้ำในแปลง ทุเรียน และผลต่อสุขภาพของเกษตรกร	—
ผู้ประกอบการไทย	—	—
สังคมไทย	ผลกระทบต่อสังคมไทยโดยรวม จะเป็นผลที่เกิด ทางอ้อมใน 3 ทาง คือ — ผลทางอ้อมจากการมีพื้นที่ป่าลดลง เพราะมีการบุกรุกพื้นที่ป่าสงวนในการผลิต ทุเรียนที่ต้องการขยายพื้นที่เพิ่มมากขึ้น และส่งผลย้อนกลับไปเป้าหมายที่ 6 เรื่อง ทรัพยากรน้ำ — ผลต่อทรัพยากรดินในด้านความเสื่อมโทรม ของคุณภาพดิน — การสูญเสียความหลากหลายทางพืช เศรษฐกิจที่มีอยู่ในพื้นที่ภาคตะวันออก เพราะเกษตรกรมีความต้องการปลูกทุเรียน แทนไม้ผลชนิดอื่น	—

กล่าวโดยสรุปแล้ว ในระยะสั้น การขยายอิทธิพลของโรงคัดบรรจุชาวจีนสร้างประโยชน์ให้กับแทบทุกฝ่าย รายได้จากยอดการส่งออกที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม ความท้าทายของอุตสาหกรรมทุเรียนไทยจะอยู่ที่การรักษาผลประโยชน์ทางบวกในระยะสั้นให้ยังคงอยู่ต่อไปในระยะยาว

ส่วนในระยะยาวนั้น การที่ผลประโยชน์ที่ได้จะยังคงอยู่ต่อไปหรือจะเสื่อมถอยลงจนกลายเป็นผลเสียนั้น ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขและสถานการณ์แวดล้อมอุตสาหกรรมทุเรียนไทยที่จะเป็นไปในอนาคต เงื่อนไขและสถานการณ์แวดล้อมเหล่านี้จึงเปรียบเสมือน “จุดคานงัด” ของอนาคตทุเรียนไทย ทั้งนี้ เงื่อนไขและสถานการณ์ที่เป็น “จุดคานงัด” ของอนาคตทุเรียนไทย ประกอบด้วย

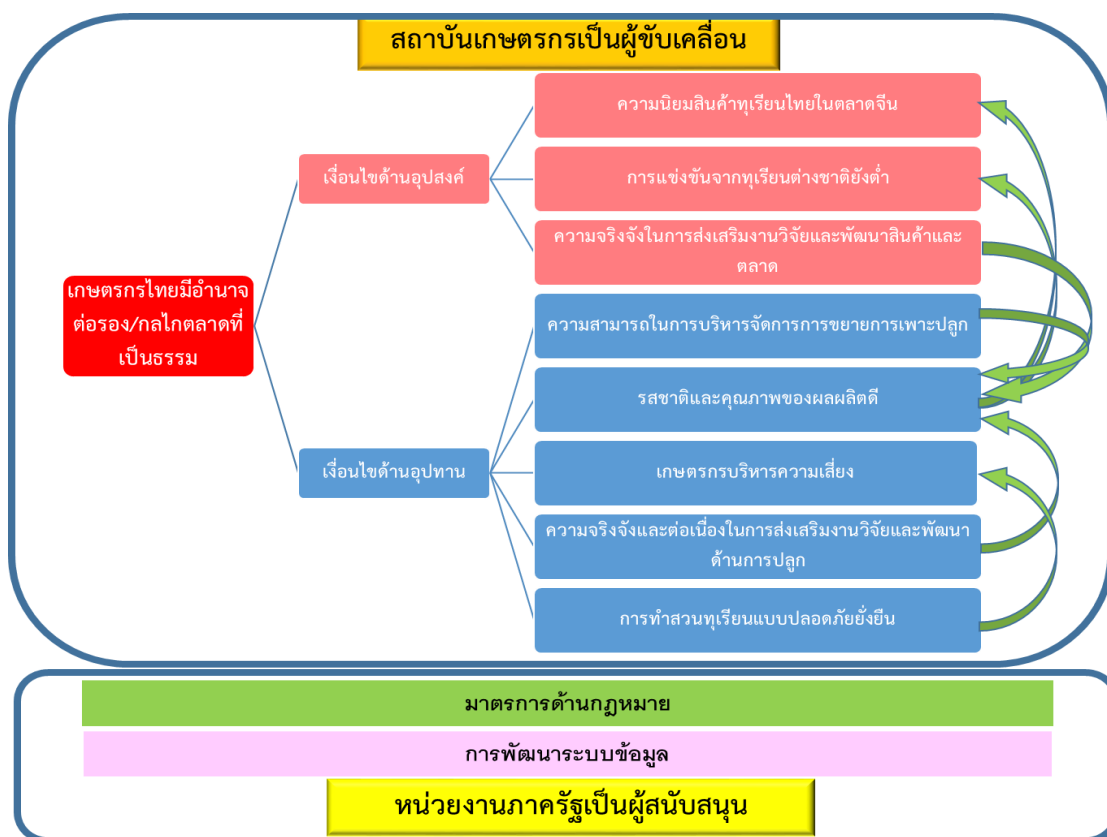
- 1) ความสามารถในการบริหารจัดการการขยายการเพาะปลูกทุเรียน
- 2) ตลาดจีนยังคงนิยมสินค้าทุเรียนไทยอย่างต่อเนื่อง
- 3) การแข่งขันจากทุเรียนต่างชาติยังอยู่ในระดับที่ไม่รุนแรงนัก
- 4) รสชาติและคุณภาพของผลผลิตดี
- 5) เกษตรกรไทยมีอำนาจต่อรองในการขายผลผลิต ภายใต้กลไกตลาดที่เป็นธรรม ทั้งที่อยู่ในตลาดไทยและตลาดการค้าในจีน
- 6) เกษตรกรดำเนินการบริหารความเสี่ยง
- 7) ความจริงจังและต่อเนื่องในการส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนาด้านสินค้าและตลาด
- 8) ความจริงจังและต่อเนื่องในการส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนาด้านการปลูก และระบบบริหารจัดการองค์ความรู้ด้านการเพาะปลูก
- 9) การทำสวนทุเรียนแบบปลอดภัยและยั่งยืน

5. ข้อเสนอแนะด้านกลยุทธ์และมาตรการในการจัดการการขยายอิทธิพลของโรงคัดบรรจุต่างชาติ

การรับมือและจัดการกับการขยายอิทธิพลทางการค้าของผู้ประกอบการจีน เป็นการสร้างภูมิคุ้มกัน และการจัดการจัดระเบียบให้เกิดความเป็นธรรมในการแบ่งผลประโยชน์จากการค้าที่ทุกฝ่ายควรได้รับ ไม่ให้เกิดการเอาเปรียบซึ่งกันและกัน และไม่ส่งผลต่อเนื่องทำให้สิ่งแวดล้อมและฐานะความเป็นอยู่ของชุมชนเสียหาย เป็นการดำเนินการเพื่อ 1) ป้องกันหรือลดผลกระทบเชิงลบที่อาจจะเกิดขึ้นทั้งกับชาวสวนทุเรียนพ่อค้าไทย ชุมชน และสังคมไทยโดยรวม และในขณะเดียวกัน 2) เสริมผลกระทบเชิงบวกที่ได้จากการเพิ่มโอกาสในการขยายการจำหน่ายทุเรียนไทยในตลาดจีนและตลาดอื่น ๆ นำไปสู่ความยั่งยืนของอุตสาหกรรมทุเรียนไทยในที่สุด

ข้อเสนอของการศึกษานี้ที่เสนอกรอบของกลยุทธ์และมาตรการไปในทิศทางที่ “สร้างอำนาจต่อรองทางการค้า” ให้กับเกษตรกรไทย กรอบทิศทางกลยุทธ์และมาตรการมีความแตกต่างจากข้อเสนอที่ผ่านมา โดยกำหนดให้ สถาบันเกษตรกรเป็นผู้นำและรับผิดชอบหลัก ทำการขับเคลื่อนกลยุทธ์และมาตรการโดยเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจและการค้า หน่วยงานรัฐทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกและ

สนับสนุน (Facilitator) โดยเฉพาะในส่วนของการบังคับใช้กฎหมายที่มีอำนาจอยู่แล้ว และการพัฒนาระบบข้อมูล ซึ่งจำเป็นต้องใช้อำนาจรัฐในการรวบรวมข้อมูล ดังแสดงในรูปที่ 11



รูปที่ 11 กรอบความคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์และมาตรการในการจัดการและรับมือกับการขยายอิทธิพลของโรงคัดบรรจุต่างชาติ

จากการประมวลกลยุทธ์และมาตรการที่เคยมีการนำเสนอมาแล้ว ร่วมกับข้อค้นพบจากการศึกษานี้ สามารถสรุปเป็นกลยุทธ์และมาตรการที่ควรดำเนินการเพื่อจัดการและรับมือกับการขยายอิทธิพลของทุนต่างชาติในอุตสาหกรรมทุเรียนไทย แบ่งได้เป็น 3 ระยะของการหวังผล โดยกลยุทธ์และมาตรการที่นำเสนอจะต้องเริ่มดำเนินการทันที แต่จะเกิดผลใน 3 ระยะที่แตกต่างกัน คือ ระยะสั้น ประมาณ 1-3 ปี ระยะกลาง 3-5 ปี และระยะยาว 5 ปีขึ้นไป เนื่องจากในระยะสั้นและระยะกลาง ยังไม่สามารถจัดตั้งสถาบันเกษตรกรที่ความเข้มแข็งได้ทัน กลยุทธ์และมาตรการที่นำเสนอเพื่อหวังผลในระยะสั้นและระยะกลาง จึงเป็นส่วนที่หน่วยงานภาครัฐเป็นผู้ดำเนินการหลัก

5.1 กลยุทธ์และมาตรการที่หวังผลในระยะสั้น

เป็นกลุ่มกลยุทธ์และมาตรการที่ดำเนินการได้ง่าย ไม่ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่ายนัก จะมุ่งเน้นการสร้างระบบข้อมูลและการสร้างระบบจัดการองค์ความรู้ด้านการเพาะปลูก โดยข้อมูลพื้นฐานที่ควรรวบรวม ประกอบด้วย

5.1.1 การพัฒนาระบบข้อมูลและระบบจัดการองค์ความรู้ด้านการเพาะปลูก จะเกี่ยวข้องกับข้อมูลพื้นฐานอันประกอบด้วย

- 1) ข้อมูลการค้า ตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศจีน โดยทำการติดตามสถานการณ์ความนิยมบริโภคทุเรียน สถานการณ์การค้าส่ง ค้าปลีก และค้าออนไลน์ สถานการณ์การกระจายผลผลิตไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ในจีน สถานการณ์การนำเข้าและส่งออก จำนวนผู้ประกอบการนำเข้า การแทรกตัวของทุเรียนต่างชาติ และโอกาสทางการค้าและการตลาดใหม่ ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น จำเป็นต้องดำเนินการสำรวจอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี เพื่อให้มีข้อมูลสำหรับวางแผนล่วงหน้า เนื่องจากทุเรียนเป็นพืชที่ต้องใช้เวลาประมาณ 5 ปี จึงเกิดผล ข้อมูลเพื่อการวางแผนการปลูกจึงมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะการวางแผนให้ทันรับมือกับวิกฤตการณ์ที่อาจเกิดขึ้นได้ ไม่ใช่มารู้ปัญหาหลังจากเหตุการณ์จวนตัวแล้วดังเช่นในกรณีของยางพาราที่ไม่มีการเตือนถึงการหดตัวของยอดความต้องการบริโภคมาก่อน
- 2) ข้อมูลการค้า ตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศจีน การเติบโตของการจำหน่ายทุเรียนในไทย จะเป็นปัจจัยที่คานอำนาจของผู้ประกอบการจีน ทำให้เกษตรกรมีทางเลือกในการขายผลผลิต ชุดข้อมูลที่น่าจะเป็นประโยชน์ ประกอบด้วย สถานการณ์ความนิยมบริโภคทุเรียน สถานการณ์การกระจายผลผลิตไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ในจีน จำนวนล้ง จำนวนผู้ส่งออก จำนวนผู้ให้บริการโลจิสติกส์จากหน้าสวนไปยังแหล่งส่งออก หรือด่านนำเข้าของประเทศคู่ค้า
- 3) ข้อมูลการเพาะปลูก เป็นข้อมูลพื้นฐานที่ควรมีการจัดเก็บในทุกสินค้าเกษตร ประกอบด้วย จำนวนเกษตรกร ขนาดพื้นที่ ผลผลิตที่ได้ ทั้งนี้ที่ผ่านมา เกิดปัญหาหลายหน่วยงานขึ้นทะเบียนเกษตรกรซ้ำซ้อนและมีรูปแบบมาตรฐานที่ต่างกัน เช่น ทะเบียนเกษตรกรของกรมส่งเสริมการเกษตร (ทบก.) ขึ้นทะเบียนเกษตรกรที่ปลูกพืชระบุเป็นครัวเรือน โดยผู้ที่ถือ ทบก.จะเป็นหัวหน้าครอบครัว ไม่รวมสมาชิกในบ้าน การยางแห่งประเทศไทย (กยท.) ขึ้นทะเบียนเกษตรกรชาวสวนยางเป็นราย โดยหนึ่งครัวเรือนมีการลงทะเบียนหลายคน การขึ้นทะเบียนของกรมปศุสัตว์และกรมประมงก็เป็นรายคน เป็นต้น อย่างไรก็ดี ในช่วงเหตุการณ์โควิด-19 รัฐบาลได้ดำเนินมาตรการเยียวยาเกษตรกร ครัวเรือนละ 5,000 บาทต่อเดือน เป็นเวลา 3 เดือน รวม 15,000 บาท ซึ่งในโอกาสนี้ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ทำการปรับปรุงทะเบียนเกษตรกรให้ครอบคลุมทุกกลุ่ม ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาหารือร่วมกันเพื่อหาข้อสรุปโดยเร็ว และมอบหมายสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (สศก.) เป็นนายทะเบียนเกษตรกร⁴ ทำหน้าที่รวบรวมจัดทำระบบคัดกรองที่ถูกต้อง เพื่อป้องกันการซ้ำซ้อน ซึ่งสามารถใช้การปรับปรุงทะเบียนเกษตรกรในรอบนี้ เป็นจุดตั้งต้นของการขึ้นทะเบียนชาวสวนผลไม้และทุเรียนได้

⁴ กรุงเทพธุรกิจ. (6 พฤษภาคม 2563). เฉลิมชัยขอเร่งขึ้นทะเบียนเกษตรกรภายใน 15 พ.ค. นี้ รับเงินช่วยเหลือจากผลกระทบโควิด-19. สืบค้นจาก: <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/877693>

- 4) ข้อมูลประเทศคู่แข่ง เช่น พื้นที่เพาะปลูก คุณภาพและปริมาณของผลผลิต ความตกลงทางการค้าระหว่างจีนกับประเทศที่เป็นคู่แข่ง เป็นการติดตามสถานการณ์ความเข้มข้นของการแข่งขันจากทุเรียนต่างประเทศ
- 5) ข้อมูลความรู้ด้านการเพาะปลูก เพื่อสร้างระบบจัดการองค์รู้เพื่อเผยแพร่เพื่อช่วยผู้ที่เป็นชาวสวนในปัจจุบันเพิ่มผลิตภาพและคุณภาพในการผลิต และช่วยร่นระยะเวลาการเรียนรู้และการลองผิดลองถูกของเกษตรกรรุ่นใหม่

5.1.2 การส่งเสริมและกวดขันการขอการรับรองมาตรฐาน GAP และ GMP

ผู้ที่เกี่ยวข้องควารเร่งรัดให้เกษตรกรและโรงคัดบรรจุผลไม้ที่ทำการส่งออกทุกราย ขอการรับรองมาตรฐาน GAP และ GMP เพราะรัฐบาลจีนมีแนวโน้มที่จะกวดขันด้านความปลอดภัยอาหารของสินค้านำเข้าอย่างเข้มงวดมากขึ้น เพื่อเร่งให้การดำเนินงานเสร็จสิ้นโดยเร็ว และลดภาระและประหยัดงบประมาณภาครัฐ หน่วยงานของรัฐ อาจดำเนินการเชิงรุก ด้วยการทำงานร่วมมือกับหน่วยงานการศึกษาและภาคเอกชน เช่น หอการค้าไทย หรือหน่วยรับรองเอกชนที่ขึ้นทะเบียนไว้กับสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ เป็นต้น ในการให้ความช่วยเหลือแก่เกษตรกรในเตรียมความพร้อมเพื่อขอการรับรอง และในการตรวจรับรองมาตรฐาน ทั้งนี้การรวบรวมข้อมูล หน่วยงานภาครัฐควรใช้ประโยชน์จากข้อมูลที่เกษตรกรและผู้ประกอบการจะต้องนำส่งเพื่อขอรับการรับรองทั้งมาตรฐาน GAP และ GMP หน่วยงานรัฐควรใช้โอกาสที่รัฐบาลจีนเข้มงวดกับการนำเข้าผลไม้ เร่งส่งเสริมและกำกับดูแลให้ชาวสวนและผู้ประกอบการทุกรายที่ต้องการส่งออก ขอการรับรองมาตรฐาน GAP และ GMP และดำเนินการนำระบบ National Single Window มาใช้ในการควบคุมการส่งออกอย่างจริงจัง ทำการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานสินค้า ณ ด่านขาออก เพื่อลดปัญหาและความเสี่ยงที่สินค้าส่งออกถูกห้ามนำเข้า ณ ด่านขาเข้าไปยังประเทศจีน และที่สำคัญ หากสามารถเชื่อมโยงข้อมูลที่ได้จากการขอการรับรอง GAP ข้อมูลจากการรับรอง GMP และข้อมูลปริมาณที่ส่งออกที่ได้จากระบบ Single Window จะทำให้ทราบถึงสถานการณ์การผลิตระดับแปลง และสถานการณ์การค้าระดับสถานประกอบการ ในประเทศไทย

5.2 กลยุทธ์และมาตรการที่หวังผลในระยะกลาง

เป็นส่วนที่ดำเนินการโดยหน่วยงานภาครัฐเป็นหลัก จนกว่าจะมีการจัดตั้งสถาบันเกษตรกรที่เข้มแข็งจริง การดำเนินงานที่สามารถดำเนินการได้ทันทีเลย เพราะมีกฎหมายรองรับอยู่แล้ว คือ การจัดระเบียบและการกำกับดูแลการเข้ามาประกอบธุรกิจของคนต่างด้าวตามกฎหมายที่มีอยู่หลายฉบับ รวมถึงการติดตามและกำกับให้มีการบังคับใช้กฎหมายและกฎระเบียบอย่างจริงจัง เป็นไปดำเนินการที่การศึกษา “การตั้งโรงคัดบรรจุผลไม้ (ล้ง) ของผู้ประกอบการต่างชาติในจังหวัดจันทบุรี” ของคณะกรรมการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน สนช. ปี 2559 ได้นำเสนออยู่แล้ว

การดำเนินการที่ท้าทายประการหนึ่งที่ต้องเร่งให้เกิดผลภายใน 5 ปี คือการยกระดับสถานะของ คณะกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้ (Fruit Board) เป็นคณะกรรมการที่ทำหน้าที่กำกับดูแลแยกตาม ประเภทของผลไม้ เช่น Durian Board เป็นต้น เพราะผลไม้ต่างประเทศมีเงื่อนไข โอกาส และข้อจำกัดที่ แตกต่างกันไป การจัดตั้งคณะกรรมการฯควรมีพระราชบัญญัติรองรับการจัดตั้ง มีองค์ประกอบเสียงส่วนใหญ่ มาจากผู้แทนเกษตรกร ดังเช่นกรณีองค์กรกำกับดูแลอุตสาหกรรมกีวี นิวซีแลนด์ โดยกำหนดให้มีหน้าที่ด้าน การกำกับดูแลการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสนับสนุนสถาบันเกษตรกรแบบมีเงื่อนไขในแนวทาง เดียวกับ Common Market Organization (CMO) ของสหภาพยุโรป ส่วนแหล่งงบประมาณมาจาก ค่าธรรมเนียม (Cess) การส่งออก เช่นเดียวกับจัดเก็บจากค่าธรรมเนียมการส่งออกอาหารตามที่กำหนดใน พ.ร.บ. การยางแห่งประเทศไทย

5.3 กลยุทธ์และมาตรการที่หวังผลในระยะยาว

เป็นการพัฒนาสถาบันเกษตรกรที่มีความเข้มแข็ง จนสามารถเป็นหัวรถจักรขับเคลื่อนการพัฒนา อุตสาหกรรมทุเรียนไทยในระยะยาวอย่างแท้จริง เป็นงานที่ต้องดำเนินการที่ต้องเริ่มตั้งแต่ปัจจุบัน แต่คงต้อง ใช้เวลาในการเกิดผลเป็นรูปธรรมในทางปฏิบัติ เพราะการพึ่งพาตนเองยังเป็นวิธีใหม่สำหรับภาคการเกษตร ไทย ซึ่งเคยชินกับการพึ่งพาความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐมาตลอด

เนื่องจากผู้ประกอบการต่างชาติเข้ามามีบทบาทในการค้าและการส่งทุเรียนไทยอย่างมากแล้ว การ พัฒนาสถาบันเกษตรกรคงไม่สามารถทำแบบสถาบันเกษตรกรสินค้ากีวีของนิวซีแลนด์ ที่ชาวสวนทุกคนรวมตัว กันเป็นสถาบันเดียว และมีอำนาจเบ็ดเสร็จจริงในการควบคุมการตลาดและการค้าส่งออก การดำเนินการจัดตั้ง สถาบันเกษตรกร จึงน่าจะเป็นรูปแบบเดียวกับสถาบันเกษตรกรของสหภาพยุโรป ที่ชาวสวนที่มีความไว้วางใจ และมีแนวทางการขยายธุรกิจร่วมกัน มารวมตัวจัดตั้งเป็นสถาบันเกษตรกรกันตามประสงค์ของตนเองโดย ขอบเขตหน้าที่ของสถาบันเกษตรกรสามารถนำรูปแบบของ Production Organization ของสหภาพยุโรปมา ประยุกต์ใช้

สถาบันเกษตรกรจัดตั้งตามความต้องการของกลุ่มเกษตรกรที่มีวิสัยทัศน์และเป้าหมายทางธุรกิจ ร่วมกัน ที่ต้องการจะขับเคลื่อนไปสู่ความยั่งยืนและความเข้มแข็งในการพัฒนาผลผลิตและจำหน่ายผลผลิตใน กลุ่มของตน ไม่ใช่จัดตั้งตามกระแสการเมืองหรือกระแสการสร้างผลงานของหน่วยงานภาครัฐ มีระบบคัด กรองที่เข้มข้นให้ได้สมาชิกที่มีเป้าหมายร่วมกันจริง ๆ เพื่อเอกภาพในการดำเนินงานของสถาบันเกษตรกร สถาบันเกษตรกรต้องมีผู้บริหารที่มีประสบการณ์ทางด้านธุรกิจ เข้ามาบริหารการดำเนินงานของสถาบัน เกษตรกรอย่างมืออาชีพและมีธรรมาภิบาล ภายใต้การให้คำแนะนำและตรวจสอบอย่างจริงจังของ คณะกรรมการที่ปรึกษา โดยสถาบันเกษตรกรจะต้องมีความสามารถพึ่งพาตนเองได้ในการกิจเกี่ยวกับการค้า และธุรกิจ โดยมีภาครัฐให้การสนับสนุนทางด้านวิชาการ ด้านข้อมูล และด้านกฎระเบียบ เฉกเช่นเดียวกับ องค์กรธุรกิจทั่วไป

สถาบันเกษตรกรทำหน้าที่เป็นเสมือนกลไกหรือเครื่องมือของเกษตรกรที่รวมตัวกัน ในการดำเนินการธุรกิจแบบครบวงจร ตั้งแต่การผลิตไปจนถึงการจำหน่ายผลผลิตทั้งที่เป็นผลผลิตสดจากสวน หรือผลผลิตที่แปรรูปแล้ว ภายใต้แนวคิดการให้ความสำคัญกับการตลาดนำการผลิต ดังนี้

- การตลาด

- รวมผลผลิตมาขายร่วมกัน โดยสถาบันเกษตรกรรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรที่เป็นสมาชิกนำไปจำหน่ายต่อในช่องทางต่าง ๆ โดยจะต้องมีปริมาณผลผลิตที่มากพอ และมีคุณภาพสินค้าที่ได้มาตรฐานและผู้บริโภคเชื่อมั่น เพื่อเกิดเป็นอำนาจต่อรองในการเจรจาทางการค้า
- พัฒนาระบบสินค้าของตนเองให้เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม พร้อมการรับประกันคุณภาพของผลผลิต และทำการประชาสัมพันธ์ตราสินค้าจนเป็นที่เชื่อถือของผู้บริโภค
- รวบรวมและติดตามข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งต่าง ๆ และสำรวจรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิด้วยการสำรวจตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อติดตามสถานการณ์การค้าขายและการแข่งขัน และแสวงหาโอกาสในการพัฒนาตัวสินค้าและสร้างช่องทางการตลาด
- พัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลผลิตในสวน
- พัฒนาและกำกับการบริหารจัดการหลังการเก็บเกี่ยว ส่งเสริมการลงทุนในอุปกรณ์และสถานที่ รวมถึงการพัฒนาแนวปฏิบัติที่ดีในการจัดเก็บ การคัดแยก การบรรจุ การขนส่ง เพื่อการส่งมอบผลผลิตที่ได้คุณภาพที่ลูกค้ากำหนด
- สร้างช่องทางการตลาด ทั้งในแง่ของการขยายการจำหน่ายผลผลิตในประเทศ การขายผ่านระบบออนไลน์ หรือแสวงหาตลาดอื่น ๆ ในต่างประเทศนอกเหนือจากจีน
- สร้างโอกาสและความสามารถในการประกอบการเป็นโรงคัดบรรจุ หรือเข้าไปเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับผู้ประกอบการนำเข้าผลผลิตในต่างประเทศ หรือถ้าเป็นไปได้ ใช้อำนาจทางธุรกิจที่เพิ่มขึ้นจากการรวมตัวกัน เข้าไปเป็นผู้ประกอบการนำเข้าและจำหน่ายผลผลิตในต่างประเทศด้วยตนเอง เพื่อลดอำนาจต่อรองของโรงคัดบรรจุต่างชาติ
- ประชาสัมพันธ์ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก และผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในรสชาติและคุณภาพของผลผลิต

- การปลูก

- พัฒนาระบบวางแผนการปลูกร่วมกันให้สอดคล้องกับขีดความสามารถของพื้นที่เพาะปลูก และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด ช่วยป้องกันปัญหาผลผลิตล้นตลาด

- นำเกษตรอัจฉริยะ Smart Farming เข้ามาสนับสนุนการทำสวน ระบบชลประทาน การกำกับการใช้ปุ๋ย และสารเคมี เพื่อเพิ่มผลผลิตภาพในการผลิต แก้ปัญหาแรงงานขาดแคลน และรักษาคุณภาพและมาตรฐานในการเพาะปลูก
- ส่งเสริมการเพาะปลูกแบบปลอดภัย ยั่งยืน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- ส่งเสริมเกษตรกรพัฒนาฐานข้อมูลการเพาะปลูก เช่น ต้นทุน รายได้ ปริมาณการใช้ปุ๋ย การใช้สารเคมี เป็นต้น
- วิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ด้านการเพาะปลูกและเผยแพร่องค์ความรู้ในหมู่สมาชิก
- การกำหนดและควบคุมคุณภาพผลผลิต
 - กำหนดมาตรฐานผลผลิตของกลุ่มตามมาตรฐานคุณภาพและมาตรฐานสุขอนามัยของผู้ซื้อ หรือให้เหนือกว่ามาตรฐานของผู้ซื้อเพื่อให้สินค้ามีความโดดเด่นเหนือการแข่งขัน
 - พัฒนาระบบตรวจคุณภาพและสุขอนามัยของพืช
 - ส่งเสริมเกษตรกรในการขอใบรับรองแหล่งผลิต GAP ในช่วงแรก และระบบมาตรฐานอื่นๆที่สร้างความโดดเด่นให้กับคุณภาพของสินค้า
 - พัฒนาระบบติดตามและตรวจสอบย้อนกลับ (Tracking & Traceability System)
- การป้องกันและบริหารจัดการความเสี่ยงและวิกฤตการณ์
 - พัฒนาระบบบริหารจัดการความเสี่ยงให้กับเกษตรกรที่เป็นสมาชิก เช่น ระบบประกัน หรือการจัดตั้งกองทุน เป็นต้น เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้กับเกษตรกรที่เป็นสมาชิก สามารถประคองธุรกิจของตนให้ผ่านพ้นช่วงที่เกิดเหตุการณ์ที่ไม่ปกติ ที่ทำให้การเพาะปลูกและการค้าขายผลผลิตสะดุดในช่วงสั้นๆไปได้ เช่น เหตุการณ์ที่รัฐบาลจีนเข้มงวดในการนำเข้าทุเรียนที่มาจากสวนที่ได้รับใบรับรอง GAP จนนำไปสู่การตีกลับผลผลิต ณ ด่านนำเข้าชายแดนจีน-เวียดนาม ในปี 2562 ปรากฏการณ์การระบาดโควิด-19 ที่ทำให้การนำเข้าทุเรียนเข้าไปในจีนชะงักในช่วงต้นฤดูการเก็บเกี่ยวในปี 2563 หรือภาวะภัยแล้งที่มีโอกาสเกิดขึ้นในอนาคต เป็นต้น
 - การบริหารจัดการความเสี่ยงที่ดี จะควบคุมไม่ให้อาหารระยะสั้นลุกลามไปเป็นวิกฤตการณ์ระยะยาว จนทำให้เกษตรกรที่เป็นสมาชิกสูญเสียอาชีพการทำเกษตร และมีระบบเยียวยาช่วยเหลือเกษตรกรประคองตัวผ่านพ้นช่วงวิกฤตที่เกิดขึ้นในช่วงสั้น ๆ ไปได้

- การบริหารจัดการความเสี่ยงนี้มักประกอบด้วย 1) ความสามารถในการติดตามข้อมูลข่าวสารของสถานการณ์ได้อย่างทันกาล 2) กระบวนการตัดสินใจแก้ไขปัญหาและดำเนินการแก้ปัญหาในช่วงที่เกิดวิกฤตได้อย่างทันการณ์ และ 3) การเยียวยาบรรเทาความเดือดร้อนให้กับเกษตรกรที่เป็นสมาชิกทั้งระหว่างในช่วงเกิดวิกฤตและหลังวิกฤตการณ์
- การเป็นผู้แทนของเกษตรกรในการประสานกับหน่วยงานภายนอก
 - การประสานกับหน่วยงานภาครัฐ ทั้งด้านข้อมูลและกฎระเบียบ
 - การประสานกับสถาบันเกษตรกรด้วยกัน
 - การเจรจาทางธุรกิจกับคู่ค้า

เมื่อพิจารณารูปแบบของสถาบันเกษตรกรไทยที่มีอยู่เดิมที่มีกฎหมายคุ้มครองในระดับพระราชบัญญัติ มี 3 รูปแบบ คือ 1) สหกรณ์ 2) วิสาหกิจชุมชน และ 3) วิสาหกิจเพื่อสังคม โดยในเบื้องต้นสรุปได้ว่า **“รูปแบบสหกรณ์”** มีความเป็นไปได้และมีความเหมาะสมมากที่สุดที่จะใช้เป็นสถาบันเกษตรกรในการสร้างอำนาจต่อรอง เพราะเป็นนิติบุคคล โดยที่ต้องไปแก้ไขจุดอ่อนของสหกรณ์ไทยที่ยังอิงการทำงานอยู่กับภาครัฐในส่วน of พระราชบัญญัติของการจัดตั้งโดยผสมข้อดีของทั้ง 3 รูปแบบ และใช้บทเรียนของสหกรณ์ในต่างประเทศเป็นแนวทาง เช่น การจ้างผู้บริหารมืออาชีพต้องมีการนำเสนอแผนธุรกิจประกอบสัญญาจ้าง มีการจัดตั้งคณะกรรมการจากภายนอกและภายในเพื่อประเมินผลการทำงาน และมีการติดตามตัวชี้วัดความสำเร็จ คือ อำนาจการต่อรองของสถาบันเกษตรกรเพิ่มขึ้น

ทั้งนี้ มีระยะการปรับเปลี่ยนเพื่อให้สถาบันเกษตรกรมีความสามารถในการสร้างอำนาจต่อรอง ดังนี้

- 1) **ระยะแรกของการจัดตั้ง (ภายใน 3 ปี)** รัฐอาจให้การสนับสนุนจัดหาผู้บริหารมืออาชีพที่มีความสามารถและประสบการณ์ อีกทั้งควรมีสถาบันการศึกษาในพื้นที่จัดตั้งของสถาบันเกษตรกร ทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงบ่มเพาะการจัดตั้งและการดำเนินงานของสถาบันเกษตรกร
- 2) **ระยะกลาง (3-5 ปี)** การผลักดันให้มีพระราชบัญญัติใหม่เพื่อมารองรับการจัดตั้งสถาบันเกษตรกร ให้เป็นนิติบุคคล โดยผสมข้อดีของการรวมกลุ่มจากทั้ง 3 รูปแบบ (สหกรณ์ วิสาหกิจเพื่อชุมชน และวิสาหกิจเพื่อสังคม) โดยสถาบันเกษตรกรนี้ ทำบทบาทหน้าที่เป็นคณะกรรมการหลักในองค์กรเจ้าภาพ (Fruit Board ที่ถูกปรับโครงสร้างใหม่) ซึ่งองค์กรเจ้าภาพควรอยู่ในสังกัดสำนักงานรัฐมนตรีเพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการทำงานเชิงรุกในขับเคลื่อนงานเชิงองค์กรธุรกิจ
- 3) **ระยะยาว (5 ปีขึ้นไป)** เมื่อองค์กรเจ้าภาพและสถาบันเกษตรกรสามารถจัดตั้งได้แล้ว ควรกำหนดแผนการขับเคลื่อนในรูปแบบองค์กรธุรกิจ มีขอบเขตหน้าที่ของสถาบันเกษตรกรตามรูปแบบของ Production Organization ของสหภาพยุโรป

- 4) ข้อเสนอแนะในแผนงานระยะยาว เพื่อตอบสนองความต้องการบริโภคทุเรียนของชาวจีนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คือ องค์กรเจ้าภาพใหม่พัฒนาแนวทางการลงทุนเพาะปลูกในประเทศเพื่อนบ้าน ส่งเสริมสถาบันเกษตรกรสวนทุเรียนที่มีศักยภาพเข้าสัมปทานที่ดินในเขตส่งเสริมการเกษตรของประเทศเพื่อนบ้านเพื่อปลูกทุเรียน นอกเหนือจากการจัดตั้งขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ อาจจัดตั้งขึ้นทะเบียนพันธุ์และกระบวนการผลิตแทน

บทคัดย่อ

โครงการศึกษานี้วิเคราะห์แนวโน้มการขยายอิทธิพลทางการค้าของโรงคัดบรรจุชาวต่างชาติภายใต้สภาพการณ์ทางการผลิต การค้า และการผลิตที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ตลอดห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของผลไม้ไทย เพื่อประเมินผลกระทบระยะยาวของการขยายกิจการของโรงคัดบรรจุชาวต่างชาติต่อห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของผลไม้ไทย โดยเลือกใช้ทุเรียนเป็นกรณีศึกษา เนื่องจาก ทุเรียนเป็นผลไม้ที่โรงคัดบรรจุชาวต่างชาติเข้ามามีอิทธิพลในห่วงโซ่การค้ามากที่สุด ณ ปัจจุบันนี้ และยังมีแนวโน้มที่จะขยายอิทธิพลเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เพราะทุเรียนเป็นผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุด และยังมีโอกาสที่จะเติบโตได้อีกมาก

การศึกษาได้ประยุกต์ใช้เทคนิคการวิเคราะห์สภาพการณ์ (Scenario Analysis) เพื่อประเมินแนวโน้มสถานการณ์ในอนาคต โดยแบ่งออกการดำเนินงานออกเป็น 4 ขั้นตอนหลัก ประกอบด้วย 1) การกำหนดปัจจัยที่มีนัยสำคัญต่อเหตุการณ์ในอนาคต 2) การกำหนดทางเลือกสถานการณ์ 3) ประเมินผลกระทบระยะยาวที่อาจเกิดขึ้น และ 4) กำหนดกลยุทธ์ที่ควรดำเนินการ โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารและรายงาน และข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสำรวจข้อมูลภาคสนาม การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ทั้งในประเทศไทย เวียดนาม และจีน และการประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group) ที่จัดขึ้นที่จังหวัดจันทบุรีผลลัพธ์ของการศึกษาประกอบด้วยชุดกลยุทธ์และมาตรการที่เหมาะสมในการรับมือและจัดการกับการขยายอิทธิพลของโรงคัดบรรจุชาวต่างชาติ เพื่อให้อุตสาหกรรมทุเรียนไทยยังมีความมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

การศึกษาพิจารณาสภาพการณ์ในอนาคตจากปัจจัยหลัก (Influencing factors) ที่น่าจะส่งผลต่อทิศทางของวิถีการปลูกและการค้าทุเรียนในไทย 6 ปัจจัย ครอบคลุมตามแนวความคิดของ PEST (Political, Economic, Social, and Technology) คือ 1) แนวโน้มการบริโภคทุเรียนในจีน (Economic) 2) แนวโน้มการแผ่ขยายอิทธิพลของโรงคัดบรรจุต่างชาติ (Economic and Social) 3) แนวโน้มของกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยด้านอาหาร (Political & Technology) 4) การขยายพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนในไทย (Economic) 5) การสูญเสียองค์ความรู้ด้านการเพาะปลูก (Economic & Technology) และ 6) สถานการณ์ (Economic) จากความเห็นจากผู้เข้าร่วมประชุมระดมความคิดเห็นที่จัดขึ้นที่จังหวัดจันทบุรี สรุปได้ว่า กลุ่มปัจจัยที่มีทั้งระดับความสำคัญสูงและโอกาสที่จะก่อให้เกิดปัญหาในระดับสูง ประกอบด้วยปัจจัยด้านกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยด้านอาหาร การแผ่ขยายอิทธิพลของโรงคัดบรรจุต่างชาติ และ การขยายพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนในไทย

ที่ประชุมระดมความคิดเห็นยังมีความเห็นเกี่ยวกับภาพอนาคตของอุตสาหกรรมไทยว่า 1) ภาพอนาคตใน 5 ปีข้างหน้า ประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขันลดลงจากเดิมมาก อาจถูกจีนเบียดขับออกจากตลาดเกิดเป็นภาพอนาคตที่ 2) ภาพอนาคตใน 10 ปีข้างหน้า ความพยายามทดลองปลูกทุเรียนที่มีรสชาติและคุณภาพดีในต่างประเทศเริ่มออกดอกออกผล การจำหน่ายทุเรียนไทยในจีนเริ่มเผชิญการแข่งขันจากทุเรียนต่างประเทศที่สูงขึ้น และ 3) ภาพอนาคตใน 20 ปีข้างหน้า เกิดเป็นภาพอนาคตที่การจำหน่ายทุเรียนไทยใน

ตลาดจีนเผชิญการแข่งขันที่เข้มข้นจากทุเรียนต่างประเทศ ในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการจีนสามารถยึดครองการค้าทุเรียนในตลาดไทยได้เกือบทั้งหมด ถ้าไม่มีการบริหารจัดการที่ดี อาจเกิดการผูกขาดการค้าโดยการแทรกแซงตลาดจากผู้นำเข้าทุเรียนรายใหญ่ในฝั่งจีน

การศึกษานี้มุ่งเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals, SDGs) ซึ่งเสนอโดยสหประชาชาติ มาใช้เป็นกรอบในการประเมินผลกระทบในระยะยาวอันเป็นผลจากการขยายอิทธิพลของผู้ประกอบการต่างชาติในอุตสาหกรรมทุเรียนไทย ในระยะแรกเริ่มของการเข้ามาประกอบการ การเข้ามาประกอบธุรกิจของทุนต่างชาติได้สร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับทุเรียนไทย ในการขยายการส่งออกไปจำหน่ายในตลาดจีน ส่งผลถึงราคาผลผลิตที่เกษตรกรได้รับจากการขายผลผลิตเพิ่มขึ้นจากเดิมอย่างมาก ผลการสำรวจข้อมูลภาคสนามพบว่า ณ ขณะนี้ กำไรจากการค้าและส่งออกทุเรียนไทยไปจีนได้ถูกแบ่งเท่า ๆ กันระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องกับฝั่งไทยกับผู้ที่เกี่ยวข้องฝั่งจีน อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของอุตสาหกรรมทุเรียนไทยจะอยู่ที่การรักษาผลประโยชน์ทางบวกในระยะสั้นให้ยังคงอยู่ต่อไปในระยะยาว เพราะผู้ประกอบการจีนย่อมแสวงหาหนทางที่จะขยายโอกาสทางธุรกิจของตน และดูเหมือนจะเห็นตรงว่า ภาคการค้าไทยไม่น่าจะมีความสามารถชะลอหรือหยุดการขยายอิทธิพลของทุนจีนที่จะเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในการค้าทุเรียนได้

ในระยะยาวนั้น ผลของการขยายอิทธิพลของทุนต่างชาติ จนแทบจะครอบงำธุรกิจการค้าทุเรียนในประเทศไทยได้เกือบหมด มีโอกาสก่อให้เกิดผลกระทบได้ทั้งทางบวกและทางลบ ไม่สามารถชี้ชัดได้ว่าจะมีระดับความรุนแรงของผลกระทบทางบวกหรือทางลบมากน้อยกว่ากันแค่ไหน เนื่องจากความไม่แน่นอนของสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งนี้ การที่ผลประโยชน์ที่ได้จะยังคงอยู่ต่อไป หรือจะเสื่อมถอยลงจนกลายเป็นผลเสียนั้น ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขและสถานการณ์แวดล้อมอุตสาหกรรมทุเรียนไทยที่จะเป็นไปในอนาคต ซึ่งเปรียบเสมือน “จุดคานงัด” ของอนาคตทุเรียนไทยได้ 1) ความสามารถในการบริหารจัดการการขยายการเพาะปลูกทุเรียน 2) ตลาดจีนยังคงนิยมสินค้าทุเรียนไทยอย่างต่อเนื่อง 3) การแข่งขันจากทุเรียนต่างชาติยังอยู่ในระดับที่ไม่รุนแรงนัก 4) รสชาติและคุณภาพของผลผลิตดี 5) เกษตรกรไทยมีอำนาจต่อรองในการขายผลผลิต ภายใต้กลไกตลาดที่เป็นธรรม ทั้งที่อยู่ในตลาดไทยและตลาดการค้าในจีน 6) เกษตรกรดำเนินการบริหารความเสี่ยง 7) ความจริงจังและต่อเนื่องในการส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนาด้านสินค้าและตลาด 8) ความจริงจังและต่อเนื่องในการส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนาด้านการปลูก และการพัฒนาระบบบริหารจัดการองค์ความรู้ด้านการเพาะปลูก และ 9) การทำสวนทุเรียนแบบปลอดภัยและยั่งยืน

กลยุทธ์และมาตรการที่เป็นข้อเสนอแนะของการศึกษานี้ เป็นการดำเนินการเพื่อ 1) ป้องกันหรือลดผลกระทบเชิงลบที่อาจจะเกิดขึ้นทั้งกับชาวสวนทุเรียน พ่อค้าไทย ชุมชน และสังคมไทยโดยรวม และในขณะเดียวกัน 2) เสริมผลกระทบเชิงบวกที่ได้จากการเพิ่มโอกาสในการขยายการจำหน่ายทุเรียนไทยในตลาดจีนและตลาดอื่น ๆ นำไปสู่ความยั่งยืนของอุตสาหกรรมทุเรียนไทยในที่สุด โดยตั้งอยู่บนฐานความคิดสำคัญ 3 ประการ คือ 1) อุตสาหกรรมทุเรียนไทยยังต้องพึ่งผู้ประกอบการต่างชาติเหล่านี้ในการรักษาความมั่นคงของการส่งออกไปจำหน่ายในตลาดจีน 2) ผู้ประกอบการต่างชาติมีแนวโน้มที่จะขยายธุรกิจเข้าครอบครองส่วนแบ่ง

การค้าทุเรียนในไทยเกือบทั้งหมด การรับมือกับการขยายอิทธิพลของทุนต่างชาติ คือ การป้องกันไม่ให้เกิดการผูกขาดในการรับซื้อผลผลิตจากสวน ดังนั้น เกษตรกรชาวสวนทุเรียนต้องมีความเข้มแข็ง จนเกิดเป็นอำนาจต่อรองในการเจรจาการซื้อขายผลผลิตกับผู้ประกอบการต่างชาติ และ 3) สถาบันเกษตรกร จะต้องเป็น “เครื่องมือ” ในการขับเคลื่อนการสร้าง ความเข้มแข็งและอำนาจต่อรองให้กับชาวสวน โดยมีองค์กรของรัฐทำหน้าที่อำนวยความสะดวกและสนับสนุนด้านกฎระเบียบและข้อมูลต่าง ๆ ที่จำเป็น

กลยุทธ์และมาตรการที่นำเสนอสามารถแบ่งได้เป็น 3 ระยะของการหวังผล โดยทุกกลยุทธ์และมาตรการที่นำเสนอจะต้องเริ่มดำเนินการทันที แต่จะเกิดผลใน 3 ระยะที่แตกต่างกัน คือ ระยะสั้น ประมาณ 1-3 ปี ระยะกลาง 3-5 ปี และระยะยาว 5 ปีขึ้นไป เนื่องจากในระยะสั้นและระยะกลาง ยังไม่สามารถจัดตั้งสถาบันเกษตรกรที่มีความเข้มแข็งได้ทัน กลยุทธ์และมาตรการที่นำเสนอเพื่อหวังผลในระยะสั้นและระยะกลาง จึงเป็นงานส่วนที่หน่วยงานภาครัฐเป็นผู้ดำเนินการหลัก จำเป็นต้องอาศัยความเข้มแข็งและความจริงจังจากหน่วยงานของรัฐ เพราะนอกจากจะเป็นการวางรากฐานต่อความสำเร็จของการดำเนินการในระยะยาว ที่เป็นการพัฒนา “สถาบันเกษตรกร” ซึ่งเป็นกลไกที่มีความสำคัญที่สุดในการขับเคลื่อนความยั่งยืนของอนาคตทุเรียนไทย

กลยุทธ์และมาตรการที่หวังผลระยะสั้น ประกอบด้วย การรวบรวมข้อมูลทั้งด้านการเพาะปลูกในประเทศ การค้าทุเรียนในประเทศ การค้าทุเรียนในตลาดจีน และการเพาะปลูกและการค้าทุเรียนของต่างชาติที่เป็นคู่แข่งของทุเรียนไทย รวมถึงการพัฒนากระบวนการองค์ความรู้ด้านการผลิตทุเรียน กลยุทธ์และมาตรการที่หวังผลระยะกลาง ประกอบด้วย การการจัดระเบียบและการกำกับดูแลการเข้ามาประกอบธุรกิจของคนต่างด้าวตามกฎหมายที่มีอยู่หลายฉบับ รวมถึงการติดตามและกำกับให้มีการบังคับใช้กฎหมายและกฎระเบียบอย่างจริงจัง และการเตรียมความพร้อมเชิงสถาบันเพื่อรองรับและส่งเสริมการก่อเกิดของสถาบันเกษตรกรในอนาคต ด้วยการยกระดับคณะกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้ ให้เป็นคณะกรรมการพัฒนาและบริการจัดการทุเรียนไทย ที่จัดตั้งโดยอำนาจของพระราชบัญญัติ เพราะจะมีการจัดเก็บค่าธรรมเนียมเพื่อใช้ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมทุเรียนไทย โดยคณะกรรมการนี้ทำหน้าที่กำกับดูแลการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง และให้การสนับสนุนการจัดตั้งและการดำเนินการของสถาบันเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียน ส่วนกลยุทธ์และมาตรการที่หวังผลระยะยาว คือ เป็นการพัฒนาสถาบันเกษตรกรที่มีความเข้มแข็ง จนสามารถเป็นหัวรถจักรขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมทุเรียนไทยในระยะยาวอย่างแท้จริง โดยในระยะแรกของความพยายามจัดตั้ง (ภายใน 3 ปี) รัฐอาจให้การสนับสนุนจัดหาผู้บริหารมืออาชีพที่มีความสามารถและประสบการณ์ อีกทั้งมีสถาบันการศึกษาในพื้นที่จัดตั้งของสถาบันเกษตรกร ทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงบ่มเพาะการจัดตั้งและการดำเนินงานของสถาบันเกษตรกร

Abstract

This research project analyzed the trend and future possibility of the expansion and the increased influence of foreign packing houses. This includes the study of production and trade scenario as well as the forecast of future demand and production throughout Thai fruits' value chain. In order to assess its long-term impact of the expansion of these foreign packing houses on Thai fruits' value chain, durian fruits have been used as case-study due to high number and increasing impact and influence of foreign packing houses in the industry since durian is the most popular tropical fruit of Thailand with a high market demand and continuous growth of market.

'Scenario Analysis' methodology was used as analytical research tool to assess the changing of future trends. This research method consists of 4 parts (processes); Identify scenario factors, Select scenarios, Assess possible long-term effect and Determine strategies. In addition, secondary data such as reports and documents were collected and used as well as primary data collection received from in-depth interviews and focus-group workshops held in Chanthaburi province. The outputs of this study consisted of a set of national strategies and measures to regulate and systematize the foreign packing houses and help strengthen Thai durian industry in a long term.

The six influencing factors that could affect and play roles in determining the direction of durian trade and cultivation which covered the concepts of PEST (Political, Economic, Social, and Technology) are comprised of 1) Consumption trend of durians in China (Economic) 2) The increasing trend and influence of foreign packing houses (Economic and Social) 3) Food safety measures and regulation (Political) 4) The expansion of durian plantation and lands (Economic) 5) The loss of durian-growing knowledge base (Economic and Technology) and 6) Competition in durian production from other countries (Economic). However, from the results of our focus-group and workshops, we can conclude that the factors that possess highest tendency to contribute to future complications in durian industry are Food safety, Influence of foreign packing houses and expansion of durian's cultivated lands.

Moreover, the results extracted from our workshop and focus-group meetings about future of Thai durian industry has showed different projected images of future 1) In next five years, the ability to compete for Thai packing houses will significantly decrease and could

even be expelled from the market, which lead to the next one 2) In ten years time, the efforts to produce high quality durians among many foreign countries would finally pay-off which then contribute to a higher competitions of durian production and trade in Chinese markets 3) In next 20 years, there will be even more intense competition of durian trade in Chinese markets, while Chinese dealers and middlemen will be able to dominate durian supply chain in Thailand and without systematic management it could lead to another major domination by the top importers/exporters from China.

This research has employed the concepts of the UN's Sustainable Development Goals, SDGs as a framework for mapping and assessment of the long-term impact of an increasing influence of foreign middlemen in Thai durian industry. In the first initial phase, the foreign middlemen played significant role in the growth of durian export to China and led to the rise in the price of the exported produces. In addition, the data from our field research indicated that the profits made by stakeholders between Thai and Chinese sides have been equally divided. However, the challenge of durian's industry is how to keep a short-term positive benefit to remain for a longer time since the Chinese middlemen often seek to expand their businesses and it seems that the Thai fruits' industry is not able to delay or halt the increasing influence of the Chinese in this industry.

For the long-term impact of the expansion of Chinese middlemen's influence overtaken Thai durian's industry could have both, positive and negative effects, but we are still unable to predict the intensity of such impact in the future. However, the impacts will turn out to be positive or negatives ones would depend upon future's conditions and scenarios that occur within the Thai durian's industry and these could be compared to a "Pivot point" of Thai durian's future. Those conditions are 1) Ability to administer and manage the expansion of durian farms 2) Demand from Chinese market is still high 3) Competition from international producers are not intense 4) Taste and quality of Thai durians are unchanged 5) Ability to compete among Thai producers within appropriate trade mechanism 6) Introduction of risk management to producers 7) The consistency of promotion and support in research and development for markets and production sector 8) The consistency of promotion and support in research and development in durian production and knowledge management to conserve a local wisdom for Thai durian production 9) Sustainable durian cultivation and farming.

All strategies and measures recommended by this study are to 1) Protect or minimize the negative impacts on Thai producers, traders, community and society. 2) Promote positive impact of benefits that could expand the opportunities for Thai durian trade in Chinese market sustainably. The sustainability of the Thai durian industry could rely on these 3 important concepts; i) Thai durian industry need to rely on the foreign middlemen for maintain its competency in Chinese markets ii) The foreign middlemen tend to expand their businesses and taking over all share of market benefits in Thai durian supply chain, so to deal with this issue is to find the way to prevent the domination of these middlemen on farm's produces purchasing. Therefore, Thai durian producers should strengthen their bargaining power against the foreign middlemen. Iii) Producers (farmers) organization should be a "tool" in assisting and strengthening Thai producers while governmental sector could play an important role as facilitator to support them with all necessary measures and information.

The strategies and measures proposed in this study could be divided into three phases by which all measures need to start immediately and these phases would give different effects. There are 'short-term strategies' (one to three years), 'medium-term' (three to five years) and 'long-term plan' (more than five years). As the establishment of Producer Organization (PO) takes longer time to settle, therefore, strategies recommended for short and medium terms plan would be mainly for governmental sector, because the government is the main supporter for PO and PO's success depends solely on its sincere and hard works.

Short-term strategies comprised of the collection of data and information in domestic durian plantation and method of farming, trading and marketing as well as durian plantation and trade data of other countries, this includes development of knowledge management of durian cultivation method. Middle-term strategies includes regulation of the foreign middlemen and other related businesses within this industry, setting the follow-up system and encourage law enforcement for foreigners who entered the businesses as well as to make ready for future establishment of PO by promoting the Fruits board and committee to be the Thai Durian Board through suitable Act and legislation that would support Thai durian PO's establishment. The long-term strategies involved development and strengthening of PO so that they would be as an engine which impel its organization to moving forward and sustainably promote Thai durian industry in a long term. However, in its initial phase, (within 3 years time), the government should arrange and hire professional managers with high

experienced to be in charge as well as it should also get a support from local higher education institution to be its incubator and facilitate its establishment and operation.

สารบัญ

หน้า

บทสรุปผู้บริหาร

บทคัดย่อ

บทที่ 1 บทนำ	1-1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	1-1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	1-2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	1-2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	1-2
1.5 เป้าหมายของผลผลิต (Output) และตัวชี้วัด.....	1-3
1.6 เป้าหมายของผลลัพธ์ (Outcome) และตัวชี้วัด.....	1-4
1.7 ทฤษฎี สมมติฐาน และ/หรือกรอบแนวความคิดของการวิจัย.....	1-4
1.8 องค์ประกอบของรายงาน	1-8
บทที่ 2 การทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง	2-1
2.1 การทบทวนสถานการณ์ทุเรียน.....	2-1
2.1.1 สถานการณ์ตลาดในต่างประเทศ กรณี: ทุเรียน	2-1
2.1.2 สถานการณ์การขนส่งและโลจิสติกส์ในการส่งออกทุเรียนจากภาคตะวันออกไปยังประเทศจีน ..	2-16
2.1.3 สถานการณ์ตลาดในประเทศ.....	2-35
2.1.4 ห่วงโซ่การค้าในประเทศ.....	2-39
2.1.5 การเพาะปลูกทุเรียนในประเทศไทย	2-64
2.1.6 การแข่งขันจากต่างประเทศ และโอกาสการขยายตลาดในต่างประเทศ	2-75
2.1.7 ประเมินการมูลค่าเพิ่มและกำไรของการส่งออกทุเรียน.....	2-83
2.2 การทบทวนสถานการณ์มังคุด	2-87
2.2.1 สถานการณ์ตลาดในต่างประเทศ กรณี: มังคุด.....	2-87
2.2.2 สถานการณ์การขนส่งและโลจิสติกส์ในการขนส่งมังคุดจากภาคตะวันออกไปยังประเทศจีน กรณี: มังคุด	2-95
2.2.3 สถานการณ์ตลาดในประเทศ กรณี: มังคุด.....	2-102
2.2.4 ห่วงโซ่การค้าในประเทศ กรณี: มังคุด.....	2-107
2.2.5 การเพาะปลูกมังคุดในประเทศไทย.....	2-112
2.3 การทบทวนสถานการณ์ลำไย	2-118
2.3.1 สถานการณ์ตลาดในต่างประเทศ กรณี: ลำไย.....	2-118

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

2.3.2 สถานการณ์การขนส่งและโลจิสติกส์ในการส่งลำไยออกจากภาคเหนือและตะวันออกไปยัง ประเทศจีน กรณี: ลำไย.....	2-128
2.3.3 สถานการณ์ตลาดในประเทศ กรณี: ลำไย.....	2-136
2.3.4 ห่วงโซ่การค้าในประเทศ กรณี: ลำไย.....	2-138
2.3.5 การเพาะปลูกลำไยในประเทศไทย.....	2-149
บทที่ 3 การประเมินสถานการณ์แนวโน้มและภาพอนาคตทุเรียนไทย.....	3-1
3.1 บทเรียนการปลูกและการค้าอย่างพารา ลำไย สู่ทุเรียนไทย	3-2
3.1.1 บทเรียนการปลูกและการค้าอย่างพารา	3-2
3.1.2 บทเรียนการปลูกและการค้าลำไย	3-4
3.1.3 สรุปบทเรียนการปลูกและการค้าอย่างพาราและลำไย	3-6
3.1.4 การเปรียบเทียบสถานการณ์ราคาขายลำไย กับสถานการณ์ราคาขายทุเรียน.....	3-8
3.2 แนวโน้มการบริโภคทุเรียนในจีน.....	3-17
3.2.1 ความต้องการบริโภคทุเรียนในปัจจุบัน	3-17
3.2.2 การนำเข้าทุเรียนจากประเทศไทยของจีนแบ่งตามเขตการดูแลของศุลกากรจีน.....	3-19
3.2.3 แนวโน้มราคาทุเรียนขายส่งและขายปลีกในนครกว่างโจว.....	3-25
3.2.4 ความต้องการบริโภคทุเรียนของจีนแบ่งตามภูมิภาคและมณฑล	3-31
3.2.5 การพยากรณ์แนวโน้มการบริโภคทุเรียนของประเทศไทยในอนาคต	3-44
3.2.6 ความแพร่หลายของการขายผลไม้ในจีนผ่านระบบอีคอมเมิร์ซ.....	3-48
3.3 แนวโน้มการขยายอิทธิพลของโรงคัดบรรจุต่างชาติ.....	3-58
3.4 แนวโน้มของกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety).....	3-65
3.4.1 การปรับองค์กรให้สอดคล้องกับมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัย	3-66
3.4.2 ข้อแตกต่างของการปรับองค์กรระหว่างประเทศจีนและไทย.....	3-68
3.5 การขยายพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนในไทย.....	3-71
3.5.1 ความต้องการใช้พื้นที่เพาะปลูกทุเรียน	3-71
3.5.2 ความพร้อมของพื้นที่ที่เหมาะสมในการปลูกทุเรียนในประเทศไทย.....	3-74
3.5.3 แนวโน้มการขยายพื้นที่เพาะปลูกกับทรัพยากรน้ำ.....	3-77
3.6 การสูญเสียองค์ความรู้ด้านการเพาะปลูก.....	3-78
3.7 สถานการณ์การแข่งขันจากทุเรียนที่ปลูกในต่างประเทศ.....	3-80
3.7.1 สายพันธุ์ทุเรียนที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคชาวจีน	3-80

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.7.2 ภาพรวมสถานการณ์การผลิตทุเรียนในต่างประเทศ	3-82
3.7.3 สถานการณ์การเพาะปลูกและการจำหน่ายทุเรียนในประเทศเวียดนาม.....	3-85
3.7.4 สถานการณ์การเพาะปลูกและการจำหน่ายทุเรียนในประเทศอินโดนีเซีย	3-93
3.7.5 สถานการณ์การเพาะปลูกและการจำหน่ายทุเรียนในประเทศกัมพูชา.....	3-97
3.7.6 สถานการณ์การเพาะปลูกและการจำหน่ายทุเรียนในประเทศมาเลเซีย.....	3-100
3.8 ลำดับความสำคัญของปัจจัยกำหนดอนาคตทุเรียนไทย	3-107
3.9 ภาพอนาคต (Scenarios) ของอุตสาหกรรมทุเรียนไทย	3-109
บทที่ 4 การวิเคราะห์ผลกระทบระยะยาว	4-1
4.1 เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals, SDGs).....	4-1
4.2 การประเมินผลกระทบระยะยาว	4-4
4.2.1 ผลการวิเคราะห์ผลกระทบภายใต้แต่ละเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน	4-5
4.3 สรุป.....	4-19
บทที่ 5 ข้อเสนอแนะด้านกลยุทธ์และมาตรการในการจัดการการขยายอิทธิพลของ โรงคัดบรรจุต่างชาติ.....	5-1
5.1 การทบทวนข้อเสนอเกี่ยวกับกลยุทธ์และมาตรการของการศึกษาอุตสาหกรรมทุเรียนไทย	5-1
5.1.1 การศึกษา “การตั้งโรงคัดบรรจุผลไม้ (ล้าง) ของผู้ประกอบการชาวต่างชาติ ในจังหวัดจันทบุรี”	5-2
5.1.2 โครงการการจัดทำยุทธศาสตร์การสร้างโอกาสทางการค้าการลงทุนและพัฒนาต้นแบบ ธุรกิจสินค้าเกษตร.....	5-8
5.2 กรอบทิศทางกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนความยั่งยืนของอุตสาหกรรมทุเรียนไทย	5-22
5.3 ถอดบทเรียนบทบาทของสถาบันเกษตรกรและองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในการขับเคลื่อนความยั่งยืนของ ภาคการเกษตร.....	5-32
5.3.1 บทเรียนจากอุตสาหกรรมกีวี ประเทศนิวซีแลนด์	5-33
5.3.2 บทเรียนจากอุตสาหกรรมผักและผลไม้ สหภาพยุโรป.....	5-40
5.3.3 บทเรียนจากกรณีศึกษาของไทย	5-49
5.3.4 สรุปเปรียบเทียบกรณีศึกษาของต่างประเทศและกรณีศึกษาของไทย	5-62
5.4 ข้อเสนอแนะด้านกลยุทธ์และมาตรการ	5-66
5.4.1 กลยุทธ์และมาตรการที่หวังผลในระยะสั้น	5-67
5.4.2 กลยุทธ์และมาตรการที่หวังผลในระยะกลาง.....	5-69
5.4.3 กลยุทธ์และมาตรการที่หวังผลในระยะยาว.....	5-69

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

เอกสารอ้างอิง

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก สรุปการสัมภาษณ์ในประเทศ	ก-1
ภาคผนวก ข กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการไปใช้ประโยชน์	ข-1
ภาคผนวก ค ตารางเปรียบเทียบวัตถุดิบ ประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ และกิจกรรมที่ดำเนินการมาและ ผลที่ได้รับตลอดโครงการ	ค-1

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1-1 แสดงผลผลิตและตัวชี้วัดของโครงการวิจัย	1-3
ตารางที่ 1-2 แสดงผลลัพธ์และตัวชี้วัดของโครงการวิจัย	1-4
ตารางที่ 2-1 ข้อมูลสถิติการส่งออกทุเรียนแยกเป็นรายผลิตภัณฑ์ ระหว่างปี พ.ศ. 2557 – 2562.....	2-2
ตารางที่ 2-2 ข้อมูลสถิติมูลค่าการส่งออกทุเรียนสดของไทยระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2561.....	2-3
ตารางที่ 2-3 ข้อมูลมูลค่าการส่งออกทุเรียนแช่แข็งของไทยระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2561	2-4
ตารางที่ 2-4 สถิติการนำเข้าทุเรียนสดจากทั่วโลกมายังประเทศจีน.....	2-4
ตารางที่ 2-5 ปริมาณการนำเข้าทุเรียนสดจากประเทศไทยของจีน ปี พ.ศ. 2556 – 2558.....	2-9
ตารางที่ 2-6 ระยะทาง เวลา และต้นทุนในการกระจายสินค้าทางบกจากนครกว่างโจวไปยังเมืองต่าง ๆ ของประเทศจีน	2-17
ตารางที่ 2-7 ค่าใช้จ่ายในการขนส่งผลไม้จากประเทศไทยไปยังท่าเรือ Fangchenggang	2-18
ตารางที่ 2-8 ค่าใช้จ่ายในการขนส่งผลไม้จากประเทศไทยไปยังเซินเจิ้นเซเคอพอร์ตแล้วโอนไปยัง หนานหนิง.....	2-19
ตารางที่ 2-9 ค่าใช้จ่ายในการขนส่งผลไม้ไทยไปฮ่องกงและการขนส่งหนานหนิง	2-20
ตารางที่ 2-10 เส้นทางขนส่งทางแม่น้ำโขงจากท่าเรือเชียงแสนของประเทศไทยไปประเทศจีน	2-21
ตารางที่ 2-11 อัตราค่าขนส่งทางแม่น้ำโขง (จากท่าเรือเชียงแสน).....	2-21
ตารางที่ 2-12 รายละเอียดของการขนส่งทางบกเส้นทาง R3A R9 และ R12	2-27
ตารางที่ 2-13 อัตราค่าระวางสินค้าและระยะเวลาขนส่งทางอากาศจากกรุงเทพฯ ไปเมืองต่าง ๆ ใน ประเทศจีน.....	2-28
ตารางที่ 2-14 มูลค่าส่งออกผลไม้ทางบก	2-29
ตารางที่ 2-15 มูลค่าส่งออกผลไม้ทางเรือ.....	2-30
ตารางที่ 2-16 ข้อมูลเปรียบเทียบการบริโภคภายในประเทศและการส่งออกทุเรียนสดและผลิตภัณฑ์ ปี พ.ศ. 2557 – 2562.....	2-37
ตารางที่ 2-17 ปริมาณการผลิตทุเรียนและราคาระหว่างปี พ.ศ. 2557 - 2559	2-38
ตารางที่ 2-18 ปริมาณการผลิตและการส่งออกทุเรียนในแต่ละประเภทระหว่างปี พ.ศ. 2555 - 2559.....	2-39
ตารางที่ 2-19 ราคาที่เกษตรกรขายได้ ราคาขายส่ง และราคาส่งออกทุเรียน ปี พ.ศ. 2557 – 2561.....	2-50
ตารางที่ 2-20 จำนวนโรงคัดบรรจุผลไม้ที่ได้มาตรฐาน Good Manufacturing (GMP) จาก กรมวิชาการเกษตร.....	2-55
ตารางที่ 2-21 ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบในการดำเนินธุรกิจของล้งไทยกับล้งต่างชาติ	2-58
ตารางที่ 2-22 ข้อมูลสถิติพื้นที่เพาะปลูก ผลผลิต ราคาทุเรียน ระหว่างปี พ.ศ. 2550 - 2560	2-67

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 2-23 เปรียบเทียบปริมาณผลผลิตทุเรียนภาคตะวันออกและภาคใต้	2-68
ตารางที่ 2-24 ข้อมูลปริมาณการปลูกทุเรียนภาคตะวันออก (จันทบุรี ระยอง และตราด).....	2-68
ตารางที่ 2-25 เนื้อที่เก็บเกี่ยว ผลผลิต ผลิตต่อไร่ ของทุเรียน แยกรายอำเภอจังหวัดจันทบุรี ปี พ.ศ. 2560	2-69
ตารางที่ 2-26 แนวโน้มเนื้อที่ให้ผล ผลผลิต ผลผลิตต่อไร่ ของทุเรียนจังหวัดจันทบุรี ปี พ.ศ. 2556 – 2560	2-70
ตารางที่ 2-27 พื้นที่ปลูก พื้นที่ให้ผล ผลผลิต ผลผลิตต่อไร่ ทุเรียน ช่วงปีเพาะปลูก ปี พ.ศ. 2556 – 2560 จังหวัดระยอง.....	2-70
ตารางที่ 2-28 เนื้อที่ปลูก ผลผลิต ผลผลิตต่อไร่ของทุเรียน จังหวัดระยอง ปี พ.ศ. 2560 จำแนก รายอำเภอ.....	2-71
ตารางที่ 2-29 พื้นที่ปลูก พื้นที่ให้ผล ผลผลิต ผลผลิตต่อไร่ ทุเรียนในช่วงปีเพาะปลูก ปี พ.ศ. 2556 – 2560 จังหวัดตราด.....	2-72
ตารางที่ 2-30 เนื้อที่ปลูก ผลผลิต ผลผลิตต่อไร่ของทุเรียน จังหวัดตราด ปี พ.ศ. 2560 จำแนก	2-72
ตารางที่ 2-31 พื้นที่ปลูกทุเรียนของประเทศมาเลเซีย	2-76
ตารางที่ 2-32 มูลค่าการนำเข้าทุเรียนสดของมาเลเซีย (HS code 0801060).....	2-78
ตารางที่ 2-33 ปริมาณการนำเข้าทุเรียนสดของมาเลเซีย (HS code 0801060).....	2-78
ตารางที่ 2-34 มูลค่าการส่งออกทุเรียนสดของมาเลเซีย (HS code 081060).....	2-79
ตารางที่ 2-35 ปริมาณการส่งออกทุเรียนสดของมาเลเซีย (HS code 081060).....	2-79
ตารางที่ 2-36 ข้อมูลการส่งออกมังคุดแยกเป็นรายผลิตภัณฑ์ ระหว่างปี พ.ศ. 2557 – 2562	2-87
ตารางที่ 2-37 ข้อมูลสถิติมูลค่าการส่งออกมังคุดสดของไทยระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2561	2-88
ตารางที่ 2-38 ต้นทุนการขนส่งมังคุดจากจังหวัดจันทบุรีไปยังประเทศจีนตอนใต้.....	2-98
ตารางที่ 2-39 ต้นทุนการส่งออกมังคุดจากจังหวัดจันทบุรีไปยังประเทศจีนตอนใต้.....	2-99
ตารางที่ 2-40 เปรียบเทียบศักยภาพเส้นทางการส่งออกมังคุดไปยังประเทศจีนตอนใต้	2-100
ตารางที่ 2-41 สรุปเปรียบเทียบศักยภาพเส้นทางการส่งออกมังคุดทางบกและทางเรือไปยัง ประเทศจีนตอนใต้.....	2-101
ตารางที่ 2-42 สรุปเปรียบเทียบต้นทุนการส่งออก ระยะทาง และระยะเวลาของแต่ละเส้นทาง	2-101
ตารางที่ 2-43 การบริโภคภายในประเทศ การนำเข้าและการส่งออกมังคุดสดและผลิตภัณฑ์ ปี พ.ศ. 2557 – 2562.....	2-103

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 2-44 ราคามังคุดในช่วงปี พ.ศ. 2549-2558 (หน่วย: บาท/กิโลกรัม).....	2-104
ตารางที่ 2-45 ราคาที่เกษตรกรขายมังคุดได้ และราคาที่ตลาดขายส่งกรุงเทพมหานคร ในช่วงปี พ.ศ. 2557-2561 (หน่วย: บาท/กก.)	2-111
ตารางที่ 2-46 พื้นที่เพาะปลูก และผลผลิตต่อไร่ของมังคุด ในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2557-2561	2-113
ตารางที่ 2-47 พื้นที่เพาะปลูก และผลผลิตต่อไร่ของมังคุด ภาคใต้ (จังหวัดนครศรีธรรมราช และชุมพร) ปี พ.ศ. 2557-2560.....	2-114
ตารางที่ 2-48 พื้นที่เพาะปลูก และผลผลิตต่อไร่ของมังคุด ภาคตะวันออก (จังหวัดจันทบุรี ระยอง และตราด) ปี พ.ศ. 2557-2560	2-114
ตารางที่ 2-49 พื้นที่เพาะปลูกมังคุดในจังหวัดจันทบุรี ปี พ.ศ. 2557	2-115
ตารางที่ 2-50 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยสดไปยังต่างประเทศ (หน่วย: ต้น/ล้านบาท)	2-119
ตารางที่ 2-51 ราคาส่งออกลำไยสดและผลิตภัณฑ์ ปี พ.ศ. 2555-2559 (หน่วย: บาท/กิโลกรัม).....	2-122
ตารางที่ 2-52 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยอบแห้งไปยังต่างประเทศ (หน่วย: ต้น/ล้านบาท) ...	2-125
ตารางที่ 2-53 ระยะทาง เวลา และค่าขนส่งบนเส้นทาง R3A R3B R9 และ R12 ณ ปี พ.ศ. 2554....	2-132
ตารางที่ 2-54 ปริมาณบริโภคลำไยสดและแปรรูปภายในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2559-2560.....	2-138
ตารางที่ 2-55 พื้นที่เพาะปลูก พื้นที่ให้ผล และผลผลิตต่อไร่ลำไยในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2558-2560...	2-151
ตารางที่ 2-56 เปรียบเทียบพื้นที่เพาะปลูกลำไยระหว่างจังหวัดจันทบุรีเทียบกับทั้งประเทศ ปี พ.ศ.2558-2560.....	2-152
ตารางที่ 2-57 พื้นที่ให้ผลและผลผลิตต่อไร่ของลำไยในจังหวัดเชียงราย ลำพูน เชียงใหม่ และจันทบุรี ปี พ.ศ. 2558-2560	2-152
ตารางที่ 2-58 การเพาะปลูกลำไยพันธุ์ต่าง ๆ ในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2560.....	2-153
ตารางที่ 3-1 การนำทุเรียนของทั้งยางพาราและลำไย มาเปรียบเทียบกับสถานการณ์ที่เกิดกับทุเรียน ...	3-7
ตารางที่ 3-2 ปริมาณการนำเข้าทุเรียนสดจากประเทศไทยของจีน ปี พ.ศ. 2555-2560 แยกตาม เขตการดูแลของศุลกากรจีน	3-23
ตารางที่ 3-3 ราคาขายส่งทุเรียนรายเดือนที่ตลาดขายส่งผักและผลไม้เจียงหนาน (หยวน/กิโลกรัม) ปี พ.ศ. 2556-2560	3-27
ตารางที่ 3-4 ราคาขายปลีกทุเรียนรายเดือนที่ห้างโมเดิร์นเทรดในนครกว่างโจว (หยวน/กิโลกรัม) ปี พ.ศ. 2556-2560	3-30
ตารางที่ 3-5 ปริมาณความต้องการบริโภคทุเรียนของจีนแบ่งตามภูมิภาค ปี พ.ศ. 2559-2561	3-32
ตารางที่ 3-6 ปริมาณความต้องการทุเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีน ปี พ.ศ. 2559 – 2561.....	3-34

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 3-7 ปริมาณความต้องการทุเรียนในภาคเหนือของจีน ปี พ.ศ. 2559 – 2561	3-36
ตารางที่ 3-8 ปริมาณความต้องการทุเรียนในภาคตะวันออกของจีน ปี พ.ศ. 2559 – 2561	3-37
ตารางที่ 3-9 ปริมาณความต้องการทุเรียนในภาคใต้ของจีน ปี พ.ศ. 2559 – 2561	3-39
ตารางที่ 3-10 ปริมาณความต้องการทุเรียนในภาคกลางของจีน ปี พ.ศ. 2559 – 2561.....	3-40
ตารางที่ 3-11 ปริมาณความต้องการทุเรียนในภาคตะวันตกเฉียงใต้ของจีน ปี พ.ศ. 2559 – 2561.....	3-41
ตารางที่ 3-12 ปริมาณความต้องการทุเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีน ปี พ.ศ. 2559 – 2561.....	3-43
ตารางที่ 3-13 ผลการพยากรณ์แนวโน้มอัตราความต้องการบริโภคทุเรียนในประเทศจีน	3-45
ตารางที่ 3-14 ผลการพยากรณ์แนวโน้มปริมาณความต้องการบริโภคทุเรียนของประชากร ในประเทศจีน.....	3-47
ตารางที่ 3-15 จำนวนโรงคัดบรรจุทุเรียนและผู้ส่งทุเรียนออกที่ได้ลงทะเบียนกับกรมวิชาการเกษตร	3-61
ตารางที่ 3-16 พื้นที่เพาะปลูกทุเรียนของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2550 ถึง ปี 2560.....	3-72
ตารางที่ 3-17 เปรียบเทียบข้อมูลการเพาะปลูกทุเรียนจากกรมพัฒนาที่ดินและสำนักงาน เศรษฐกิจการเกษตร.....	3-73
ตารางที่ 3-18 แนวโน้มการขยายพื้นที่เพาะปลูกของทุเรียนในประเทศไทย.....	3-74
ตารางที่ 3-19 เปรียบเทียบราคาทุเรียนมูซานคิงในประเทศต่าง ๆ	3-81
ตารางที่ 3-20 พื้นที่เพาะปลูกทุเรียนในประเทศเวียดนาม.....	3-85
ตารางที่ 3-21 ผลผลิตทุเรียนต่อไร่ของประเทศไทย (หน่วย: ตันต่อไร่)	3-86
ตารางที่ 3-22 เนื้อที่เพาะปลูกและผลผลิตทุเรียนในแต่ละพื้นที่เพาะปลูกของเวียดนาม	3-87
ตารางที่ 3-23 ข้อดีและข้อเสียของทุเรียนแต่ละสายพันธุ์ในประเทศไทย	3-88
ตารางที่ 3-24 ราคาทุเรียนที่จำหน่ายในมาเลเซีย จำแนกตามสายพันธุ์.....	3-103
ตารางที่ 3-25 เปรียบเทียบทุเรียนไทยและทุเรียนมาเลเซีย	3-106
ตารางที่ 3-26 สรุปความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุมระดมความคิดเห็น	3-108
ตารางที่ 4-1 เงื่อนไขและสภาวะการณ์ที่กำหนดทิศทางของผลกระทบต่ออนาคตทุเรียนไทย	4-19
ตารางที่ 5-1 สาระสำคัญของมาตรการการจัดระเบียบทางการค้า.....	5-3
ตารางที่ 5-2 สาระสำคัญของมาตรการส่งเสริม การส่งออก การค้าและการนำเข้า.....	5-5
ตารางที่ 5-3 สาระสำคัญของมาตรการเพิ่มเติมอื่น ๆ	5-6
ตารางที่ 5-4 แผนปฏิบัติงานภายใต้ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเพิ่มขีดความสามารถของผลผลิตและบริหาร การรับซื้อเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน	5-11

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 5-5 แผนปฏิบัติงานภายใต้ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเพิ่มประสิทธิภาพข้อมูลเพื่อยกระดับ การบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทาน	5-14
ตารางที่ 5-6 แผนปฏิบัติงานภายใต้ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างโอกาสทุเรียนให้สอดคล้องกับ กระแสนิยมผู้บริโภค	5-17
ตารางที่ 5-7 แผนปฏิบัติงานภายใต้ ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ทุเรียนเพื่อ สร้างมูลค่าเพิ่มและคุณค่า ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคด้วยเทคโนโลยีและ นวัตกรรม	5-19
ตารางที่ 5-8 สรุปประเภทกลยุทธ์ที่ใช้ในการยกระดับอำนาจการต่อรองทางการค้าของเกษตรกร.....	5-28
ตารางที่ 5-9 ประเทศผู้ส่งออกกีวีรายใหญ่ของโลก และมูลค่าการส่งออก ในปี ค.ศ. 2018	5-34
ตารางที่ 5-10 การใช้เงินจากกองทุน EAGF ในการแทรกแซงตลาด (ล้านยูโร).....	5-42
ตารางที่ 5-11 ค่าใช้จ่ายตามโปรแกรมการดำเนินงานแยกตามประเภทของมาตรการ 2011-2105.....	5-45
ตารางที่ 5-12 วิเคราะห์บทเรียนองค์กรเจ้าภาพในระบบเกษตรกรรมไทย	5-53
ตารางที่ 5-13 เปรียบเทียบระหว่างองค์กรเจ้าภาพของไทยและต่างประเทศ.....	5-64
ตารางที่ 5-14 คุณลักษณะรูปแบบสถาบันเกษตรกรของไทย	5-75

สารบัญรูป

หน้า

รูปที่ 1-1 ความไม่แน่นอนของสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต	1-5
รูปที่ 1-2 ความแตกต่างระหว่างการทำหนดภาพอนาคตเดี่ยว (Single Prediction) และการ กำหนดอนาคตด้วยสภาพการณ์	1-6
รูปที่ 1-3 กระบวนการวิเคราะห์สภาพการณ์ (Scenario Analysis)	1-7
รูปที่ 2-1 แนวโน้มการส่งออกผลไม้ไทย	2-5
รูปที่ 2-2 อัตราความสนใจในการบริโภคทุเรียนในแต่ละช่วงอายุ	2-7
รูปที่ 2-3 การบริโภคผลไม้ภายในประเทศจีน ปี พ.ศ. 2558-2567	2-7
รูปที่ 2-4 แผนภูมิช่องทางการกระจายและขนส่งผลไม้นำเข้าของจีน	2-12
รูปที่ 2-5 เส้นทาง R3A	2-23
รูปที่ 2-6 เส้นทาง R9	2-25
รูปที่ 2-7 เส้นทาง R12	2-27
รูปที่ 2-8 ช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลผลิตทุเรียน	2-36
รูปที่ 2-9 อัตราส่วนของปริมาณการส่งออกทุเรียน	2-38
รูปที่ 2-10 โครงสร้างตลาดทุเรียนของจังหวัดจันทบุรี	2-42
รูปที่ 2-11 วิธีการตลาดทุเรียนในจังหวัดจันทบุรี	2-43
รูปที่ 2-12 วิธีการตลาดทุเรียนในจังหวัดระยอง	2-46
รูปที่ 2-13 วิธีการตลาดทุเรียนจังหวัดตราด	2-49
รูปที่ 2-14 ราคาที่เกษตรกรขายได้ ทุเรียนหมอนคละเกรด (บาท/กก.)	2-51
รูปที่ 2-15 โซ่อุปทานและโครงสร้างทางการตลาดผลไม้ไทย	2-52
รูปที่ 2-16 พฤติกรรมการขายผลไม้ของเกษตรกรจากอดีตจนถึงปัจจุบัน	2-54
รูปที่ 2-17 แผนภูมิการส่งออกทุเรียนไทยไปยังตลาดจีนในอดีต	2-60
รูปที่ 2-18 แผนภูมิการส่งออกทุเรียนไทยไปยังตลาดจีนในปัจจุบัน	2-61
รูปที่ 2-19 พื้นที่เพาะปลูกทุเรียนในประเทศไทย ปี 2560	2-66
รูปที่ 2-20 สัดส่วนมูลค่าเพิ่มของการส่งออกทุเรียนจำแนกตามสัญชาติ กรณีลังจันมีส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 50	2-84
รูปที่ 2-21 สัดส่วนกำไรของการส่งออกทุเรียนจำแนกตามสัญชาติ กรณีลังจันมีส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 50	2-85
รูปที่ 2-22 สัดส่วนมูลค่าเพิ่มของการส่งออกทุเรียนจำแนกตามสัญชาติ กรณีลังจันมีส่วนแบ่ง ตลาด 100%	2-85

สารบัญรูป (ต่อ)

หน้า

รูปที่ 2-23 สัดส่วนกำไรของการส่งออกทุเรียนจำแนกตามสัญชาติ กรณีลังจันมีส่วนแบ่งตลาด 100%	2-86
รูปที่ 2-24 ส่วนมูลค่าเพิ่มของการส่งออกทุเรียนจำแนกตามสัญชาติ กรณีลังจันมีส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 100 และราคาทุเรียนลดลงร้อยละ 20	2-86
รูปที่ 2-25 สัดส่วนกำไรของการส่งออกทุเรียนจำแนกตามสัญชาติ กรณีลังจันมีส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 100 และราคาทุเรียนลดลงร้อยละ 20	2-87
รูปที่ 2-26 ราคาขายส่งผลไม้สดไทย (ราคาเฉลี่ย) ที่ตลาดเจียงหนาน นครกว่างโจว ปี พ.ศ. 2559	2-95
รูปที่ 2-27 เส้นทางส่งออกมังคุดผ่านท่าเรือกวางโจวสู่เมืองคุนหมิง.....	2-96
รูปที่ 2-28 เส้นทางส่งออกมังคุดผ่านท่าเรือเซี่ยงไฮ้สู่เมืองคุนหมิง.....	2-96
รูปที่ 2-29 เส้นทางส่งออกมังคุดผ่านทางเส้นทาง R9 และ R12.....	2-97
รูปที่ 2-30 ราคามังคุดในช่วงปี พ.ศ. 2549-2558 (หน่วย: บาท/กิโลกรัม)	2-105
รูปที่ 2-31 วิถีตลาดในโซ่อุปทานมังคุดเพื่อการส่งออก ในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี.....	2-108
รูปที่ 2-32 โครงสร้างตลาดของมังคุดจังหวัดจันทบุรี.....	2-110
รูปที่ 2-33 วิถีการตลาดมังคุดของจังหวัดจันทบุรี.....	2-111
รูปที่ 2-34 แสดงพื้นที่เพาะปลูกมังคุดในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2560	2-115
รูปที่ 2-35 ปริมาณการส่งออกลำไยสด (ตัน).....	2-121
รูปที่ 2-36 อัตราเพิ่มของราคาส่งออกลำไยสดและแปรรูป ปี พ.ศ. 2555-2559.....	2-123
รูปที่ 2-37 ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก.....	2-124
รูปที่ 2-38 ลำไยอบแห้งเนื้อสีทอง (ซ้าย) และลำไยอบแห้งเนื้อสีคล้ำ (ขวา)	2-124
รูปที่ 2-39 ปริมาณการส่งออกลำไยอบแห้ง (ตัน).....	2-127
รูปที่ 2-40 ปริมาณการส่งออกลำไยสดไปต่างประเทศ 15 อันดับแรก ปี พ.ศ. 2561.....	2-129
รูปที่ 2-41 ปริมาณการส่งออกลำไยอบแห้งไปต่างประเทศ 15 อันดับแรก ปี พ.ศ. 2561.....	2-130
รูปที่ 2-42 ขั้นตอนการผลิตลำไยอบแห้ง.....	2-144
รูปที่ 2-43 จำนวนผู้ปลูกลำไยตามสายพันธุ์ ปี พ.ศ. 2559.....	2-154
รูปที่ 2-44 พื้นที่เพาะปลูกลำไยตามสายพันธุ์.....	2-154
รูปที่ 3-1 ลำดับเวลาแสดงเหตุการณ์สำคัญของการปลูกและการค้ายางพาราไทย	3-2
รูปที่ 3-2 ลำดับเวลาแสดงเหตุการณ์สำคัญของการปลูกและการค้าลำไยไทย	3-4
รูปที่ 3-3 มูลค่าการส่งออกลำไยสด.....	3-9
รูปที่ 3-4 มูลค่าการส่งออกลำไยอบแห้ง.....	3-10
รูปที่ 3-5 มูลค่าการส่งออกทุเรียนสด	3-10

สารบัญรูป (ต่อ)

	หน้า
รูปที่ 3-6 ปริมาณการส่งออกลำไยสด.....	3-12
รูปที่ 3-7 ปริมาณการส่งออกลำไยอบแห้ง.....	3-12
รูปที่ 3-8 ปริมาณการส่งออกทุเรียนสด.....	3-13
รูปที่ 3-9 ราคาการส่งออกลำไยสด.....	3-14
รูปที่ 3-10 ราคาการส่งออกลำไยอบแห้ง.....	3-14
รูปที่ 3-11 ราคาทุเรียนส่งออก FOB.....	3-15
รูปที่ 3-12 ราคาลำไยสดเกรด A หน้าสวน เปรียบเทียบกับ ราคาส่งออก FOB.....	3-16
รูปที่ 3-13 ราคาทุเรียนหน้าสวน เปรียบเทียบกับ ราคาส่งออก FOB.....	3-16
รูปที่ 3-14 การบริโภคทุเรียนต่อหัวของประชากรในแต่ละประเทศ.....	3-18
รูปที่ 3-15 เปรียบเทียบปริมาณการส่งออกและการบริโภคทุเรียนต่อหัวของประชากรในประเทศไทย.....	3-19
รูปที่ 3-16 ปริมาณการนำเข้าทุเรียนสดจากประเทศไทยของจีน ปี พ.ศ. 2555-2560 แยกตาม เขตการดูแลของศุลกากรจีน	3-21
รูปที่ 3-17 ราคาขายส่งทุเรียนรายเดือนที่ตลาดขายส่งผักและผลไม้เจียงหนาน ปี พ.ศ. 2556-2560 ...	3-25
รูปที่ 3-18 ราคาขายส่งทุเรียนเฉลี่ยที่ตลาดขายส่งผักและผลไม้เจียงหนาน ปี พ.ศ. 2556-2560.....	3-26
รูปที่ 3-19 ราคาขายปลีกทุเรียนรายเดือนที่ห้างโมเดิร์นเทรดในนครกว่างโจว ปี พ.ศ. 2556-2560	3-28
รูปที่ 3-20 ราคาขายปลีกทุเรียนเฉลี่ยที่ห้างโมเดิร์นเทรดในนครกว่างโจว ปี พ.ศ. 2556-2560.....	3-29
รูปที่ 3-21 แนวโน้มความต้องการบริโภคทุเรียนของจีนแบ่งตามภูมิภาค ปี พ.ศ. 2559-2561	3-33
รูปที่ 3-22 สัดส่วนความต้องการบริโภคทุเรียนแบ่งตามภูมิภาคของจีน.....	3-33
รูปที่ 3-23 ความต้องการทุเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีน ปี พ.ศ. 2559 – 2561	3-35
รูปที่ 3-24 ความต้องการทุเรียนในภาคเหนือของจีน ปี พ.ศ. 2559 – 2561.....	3-36
รูปที่ 3-25 ความต้องการทุเรียนในภาคตะวันออกของจีน ปี พ.ศ. 2559 – 2561	3-38
รูปที่ 3-26 ความต้องการทุเรียนในภาคใต้ของจีน ปี พ.ศ. 2559 – 2561.....	3-39
รูปที่ 3-27 ความต้องการทุเรียนในภาคกลางของจีน ปี พ.ศ. 2559 – 2561	3-40
รูปที่ 3-28 ความต้องการทุเรียนในภาคตะวันตกเฉียงใต้ของจีน ปี พ.ศ. 2559 – 2561	3-42
รูปที่ 3-29 ความต้องการทุเรียนในภาคตะวันตกเฉียงเหนือของจีน ปี พ.ศ. 2559 – 2561	3-43
รูปที่ 3-30 อัตราการบริโภคทุเรียนในประเทศจีน ปี พ.ศ. 2549-2559	3-44
รูปที่ 3-31 ผลการพยากรณ์แนวโน้มอัตราความต้องการบริโภคทุเรียนต่อหัวในประเทศจีน (กิโลกรัมต่อคน).....	3-46
รูปที่ 3-32 ผลการพยากรณ์แนวโน้มปริมาณความต้องการบริโภคทุเรียนในประเทศจีน	3-47

สารบัญรูป (ต่อ)

หน้า

รูปที่ 3-33 มูลค่าการค้ารูปแบบต่าง ๆ ผ่านระบบอีคอมเมิร์ซของจีน	3-49
รูปที่ 3-34 สัดส่วนการค้าปลีกระหว่างการค้าช่องทางปกติและการค้าผ่านอีคอมเมิร์ซ	3-50
รูปที่ 3-35 มูลค่าการทำธุรกรรมและการคาดการณ์ในตลาดของสดในจีน ปี พ.ศ. 2558 - 2563	3-52
รูปที่ 3-36 มูลค่าการทำธุรกรรมและการคาดการณ์ของตลาดอีคอมเมิร์ซของสดในจีน ปี พ.ศ. 2558 - 2563	3-52
รูปที่ 3-37 สัดส่วนพฤติกรรมของผู้บริโภคสินค้าผ่านอีคอมเมิร์ซในจีน	3-54
รูปที่ 3-38 สัดส่วนผู้ใช้บริการอีคอมเมิร์ซในการซื้อของสดในจีนแบ่งตามช่วงอายุ ปี พ.ศ. 2560	3-54
รูปที่ 3-39 สัดส่วนของผู้ใช้บริการอีคอมเมิร์ซในการซื้อของสดแบ่งตามความสามารถในการใช้จ่าย ปี พ.ศ. 2560	3-55
รูปที่ 3-40 รูปแบบ B2B2C โดยการขนส่งสินค้าผลไม้ทางรถบรรทุก	3-58
รูปที่ 3-41 ส่วนต่างกำไรที่ได้รับในแต่ละทอดของห่วงโซ่การค้าทุเรียน	3-63
รูปที่ 3-42 มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชของประเทศไทย	3-70
รูปที่ 3-43 พื้นที่เพาะปลูกทุเรียนของประเทศไทย	3-72
รูปที่ 3-44 ความเหมาะสมของที่ดินสำหรับทุเรียน เงาะมังคุด ในประเทศไทย	3-75
รูปที่ 3-45 ความเหมาะสมของที่ดินสำหรับทุเรียน เงาะมังคุด ในจังหวัดจันทบุรี	3-75
รูปที่ 3-46 ความเหมาะสมของที่ดินสำหรับทุเรียน เงาะมังคุด ในจังหวัดระยอง	3-76
รูปที่ 3-47 ความเหมาะสมของที่ดินสำหรับทุเรียน เงาะมังคุด ในจังหวัดตราด	3-76
รูปที่ 3-48 แผนที่แสดงลุ่มน้ำชายฝั่งทะเลตะวันออก	3-77
รูปที่ 3-49 เปรียบเทียบราคาทุเรียน Musang King ในประเทศต่าง ๆ	3-80
รูปที่ 3-50 สัดส่วนการส่งออกของทุเรียนในแต่ละประเทศ (หน่วย: ร้อยละ)	3-82
รูปที่ 3-51 สัดส่วนผลผลิตของประเทศที่สามารถเพาะปลูกทุเรียน (หน่วย: ร้อยละ)	3-83
รูปที่ 3-52 พื้นที่แหล่งเพาะปลูกทุเรียน ยกเว้นประเทศไทย	3-84
รูปที่ 3-53 ฤดูของผลผลิตทุเรียนในแต่ละประเทศที่สามารถเพาะปลูกทุเรียนได้	3-84
รูปที่ 3-54 พื้นที่เพาะปลูกทุเรียนในประเทศเวียดนาม	3-85
รูปที่ 3-55 ลักษณะของทุเรียนที่นิยมเพาะปลูกในประเทศเวียดนาม	3-89
รูปที่ 3-56 แสดงสาเหตุทั้ง 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อลักษณะของทุเรียน	3-91
รูปที่ 3-57 ส่วนแบ่งทางการตลาดของทุเรียนจากประเทศเวียดนาม	3-92
รูปที่ 3-58 ราคานำเข้าและส่งออกของทุเรียนจากประเทศเวียดนาม	3-93
รูปที่ 3-59 ห่วงโซ่อุปทานของผู้ขายในพื้นที่ตามเกาะและท้องถนนของประเทศอินโดนีเซีย	3-94

สารบัญรูป (ต่อ)

หน้า

รูปที่ 3-60 ลักษณะของทุเรียนที่จำหน่ายใน Pontianak และ West Kalimantan ประเทศอินโดนีเซีย.....	3-95
รูปที่ 3-61 ห่วงโซ่อุปทานของผู้ขายระหว่างพื้นที่ (ระหว่างหมู่เกาะ) ของประเทศอินโดนีเซีย	3-95
รูปที่ 3-62 ห่วงโซ่อุปทานของผู้นำเข้าทุเรียนมาจำหน่ายในประเทศอินโดนีเซีย	3-96
รูปที่ 3-63 ราคานำเข้าและส่งออกของทุเรียนจากประเทศอินโดนีเซีย	3-97
รูปที่ 3-64 ส่วนแบ่งทางการตลาดของทุเรียนจากประเทศอินโดนีเซีย	3-97
รูปที่ 3-65 ส่วนแบ่งทางการตลาดของทุเรียนจากประเทศกัมพูชา	3-100
รูปที่ 3-66 สายพันธุ์ทุเรียนและบริเวณเพาะปลูกในมาเลเซีย	3-101
รูปที่ 3-67 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของมาเลเซีย	3-107
รูปที่ 3-68 การวิเคราะห์ Quadrant Analysis ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	3-108
รูปที่ 3-69 ความเป็นไปของสถานการณ์ทุเรียนไทยในอนาคต	3-110
รูปที่ 3-70 ภาพอนาคต (Scenarios) ของสถานการณ์ทุเรียนไทย.....	3-111
รูปที่ 3-71 ภาพอนาคตที่ 1 เสมอตัว.....	3-112
รูปที่ 3-72 ภาพอนาคตที่ 2 คำหดหาย	3-113
รูปที่ 3-73 ภาพอนาคตที่ 3 คำหาย ตลาดหด	3-114
รูปที่ 3-74 ภาพอนาคตที่ 4 ฟองสบู่แตก.....	3-115
รูปที่ 3-75 ภาพอนาคตทั้ง 4 ภาพตามลำดับเวลา	3-116
รูปที่ 4-1 หลัก 5 P's ของการพัฒนาที่ยั่งยืน	4-3
รูปที่ 5-1 แผนภาพความสัมพันธ์ของยุทธศาสตร์สินค้าทุเรียนภายในห่วงโซ่อุปทาน.....	5-9
รูปที่ 5-2 แผนภาพความเชื่อมโยงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์สินค้าทุเรียนไทย	5-10
รูปที่ 5-3 ความเชื่อมโยงระหว่างกลยุทธ์และมาตรการกับผลกระทบระยะยาว.....	5-22
รูปที่ 5-4 ความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างเงื่อนไขที่กำหนดทิศทางผลกระทบต่อนาคตทุเรียนไทย	5-24
รูปที่ 5-5 ความสัมพันธ์ระหว่างเงื่อนไขทั้ง 9 ข้อกับมาตรการที่นำเสนอโดย สนช. และยุทธศาสตร์ ที่นำเสนอโดยกระทรวงพาณิชย์.....	5-25
รูปที่ 5-6 กรอบความคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์และมาตรการในการจัดการและรับมือกับการขยายอิทธิพล ของโรงคัดบรรจุต่างชาติ	5-31
รูปที่ 5-7 กระบวนการถอดบทเรียนการพัฒนาสถาบันเกษตรกรและกระบวนการขับเคลื่อน ความยั่งยืนของสินค้าเกษตร	5-33
รูปที่ 5-8 สรุปวิวัฒนาการของการพัฒนาด้านองค์กรการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมกีวี ประเทศนิวซีแลนด์ ..	5-38

สารบัญรูป (ต่อ)

	หน้า
รูปที่ 5-9 งบประมาณในการสนับสนุนเกษตรกร	5-41
รูปที่ 5-10 ผลการสำรวจเป้าหมายของสถาบันเกษตรกรผักและผลไม้ (FV) ที่รัฐให้การรับรองจำนวน 767 แห่ง.....	5-44
รูปที่ 5-11 สัดส่วนค่าใช้จ่ายแยกตามประเภทของมาตรการ ปี 2012.....	5-46
รูปที่ 5-12 สัดส่วนค่าใช้จ่ายแยกตามประเภทของมาตรการ ปี 2015.....	5-46
รูปที่ 5-13 สรุปโครงสร้างการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมผักและผลไม้ในสหภาพยุโรป	5-47
รูปที่ 5-14 ปัจจัยความสำเร็จของสถาบันเกษตรกรในอุตสาหกรรมผักและผลไม้ สหภาพยุโรป	5-48
รูปที่ 5-15 คณะกรรมการบริหารสินค้าไก่เนื้อและผลิตภัณฑ์	5-50
รูปที่ 5-16 คณะกรรมการนโยบายพัฒนาสุกรและผลิตภัณฑ์แห่งชาติ	5-50
รูปที่ 5-17 คณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย	5-51
รูปที่ 5-18 คณะกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้	5-52
รูปที่ 5-19 การยางแห่งประเทศไทย	5-52

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ความวิตกกังวลในเรื่องการครอบงำธุรกิจผลไม้ของไทยโดยผู้ประกอบการชาวจีนเกิดขึ้นครั้งแรกกับกรณีลำไยอบแห้ง ซึ่งดำเนินมาเป็นเวลากว่า 20 ปี การส่งเสริมลำไยเพื่อการส่งออกเริ่มในปี 2519 แต่มายกระดับมาตรฐานหลังปี 2529 เกิดเป็นยุคทองของการปลูกลำไย¹ ด้วยราคารับซื้อที่สูงต่อเนื่องติดต่อกันนานหลายปีกระตุ้นให้เกษตรกรแห่กันทำสวนลำไยเป็นจำนวนมาก ในช่วงต้นของทศวรรษ 2540 ปัญหาวิกฤตราคาตกต่ำจากผลผลิตล้นตลาดก็เริ่มขึ้นในรูปแบบที่คุ้นชินคือ ราคาสูงมากในช่วงต้นฤดูเก็บเกี่ยว พอผลผลิตออกเต็มที่ราคาก็ตกต่ำจนเกิดสภาวะขาดทุนอย่างหนักด้วยปริมาณผลผลิตที่มากกว่าความต้องการหลายเท่าตัวรัฐบาลออกมาตรการพยุงราคาโดยการแทรกแซงราคาตลาด ตลอดจนการรับจำนำเพื่อแก้ไขปัญหา ในขณะที่ผู้ประกอบการชาวจีนรุกคืบจากการรับซื้อจากพ่อค้าคนกลางพัฒนามาเป็นการเข้าโรงคัดบรรจุและโรงอบ มาเป็นการจัดตั้งทั้งในนามคนไทยที่รับเป็นนอมินีและในนามบริษัทข้ามชาติ รูปแบบของธุรกิจเปลี่ยนแปลงเป็นพลวัตรอยู่ตลอดเวลา จนถึงขั้นซื้อยกสวนหรือซื้อที่ดินของสวนเลย จนถึงทุกวันนี้ธุรกิจลำไยถูกครอบงำโดยผู้ประกอบการชาวจีนและมีสัดส่วนของผลตอบแทนตลอดห่วงโซ่มูลค่ากว่าร้อยละ 90

ลักษณะของธุรกิจผลไม้ในภาคตะวันออกมีพัฒนาการเริ่มจาก ช่วงก่อนปี พ.ศ. 2549 เมื่อถึงฤดูเก็บเกี่ยวชาวสวนจะนำผลผลิตที่เก็บจากต้นไปขายให้พ่อค้าคนกลางในตลาดกลางผลไม้ภายในจังหวัด จากนั้นพ่อค้าคนกลางจะนำไปส่งขายต่อ โดยแหล่งใหญ่คือที่ตลาดสี่มุมเมือง และ/หรือชาวสวนจะนำผลผลิตไปขายที่ตลาดสี่มุมเมืองโดยตรง ช่วงปีพ.ศ. 2551 มีล้งชาวยุโรปเข้ามาดำเนินการ ซึ่งการจำหน่ายผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนเริ่มเปลี่ยนแปลงไป โดยการขายผลผลิตจะมี 2 ช่องทาง คือ ช่องทางแรก ชาวสวนจะนำผลผลิตไปขายให้พ่อค้าคนกลางรวบรวมแล้วขายต่อให้ล้งไทย และช่องทางที่สอง ชาวสวนจะนำผลผลิตไปขายให้กับล้งไทยโดยตรง ช่วงปี พ.ศ. 2554 เริ่มมีล้งจีนเข้ามาดำเนินการ ซึ่งการขายผลผลิตของชาวสวนจะมี 2 ช่องทาง คือ ชาวสวนจะนำผลผลิตไปขายให้ล้งรายเล็กที่เป็นชาวไทยหรือพ่อค้าคนกลางรวบรวมแล้วขายต่อให้ล้งจีน และอีกช่องทางหนึ่ง คือ ชาวสวนนำผลผลิตไปขายให้กับล้งจีนโดยตรง ช่วงปี พ.ศ. 2557 ล้งจีนเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ชาวสวนจึงขายผลผลิตให้กับล้งจีนโดยตรงทั้งหมด นอกจากนี้ ล้งจีนยังได้ทำการตลาดในเชิงรุกมากขึ้น โดยส่งตัวแทนเข้าไปเจรจาซื้อผลผลิตกับชาวสวนโดยตรง ซึ่งบางรายมีการทำสัญญาเหมาสวน สัดส่วนของมูลค่าเพิ่มและกำไรเกินกว่าร้อยละ 80 ตกเป็นของผู้ประกอบการจีนทั้งสิ้นขึ้นอยู่กับประเภทผลไม้

ถึงแม้ในระยะสั้นล้งจีนช่วยให้เกษตรกรขายผลผลิตเพื่อการส่งออกได้มากขึ้น แต่จากประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับการส่งออกลำไยไปจีน จะเห็นถึงวิวัฒนาการของการทำธุรกิจของล้งจีนที่มีแนวโน้มจะสร้างอำนาจ

¹ สุพานี ธนวิฑู. (2547). กรณีศึกษาลำไย ผลกระทบการค้าเสรี และการผูกขาดตลาดสินค้าเกษตร. ชมรมศิษย์เก่าบูรณะชนบทและเพื่อน

เหนือตลาดมากขึ้น ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องจึงไม่ควรนิ่งนอนใจกับผลดีที่เกิดขึ้นในระยะสั้น มีความจำเป็นที่จะต้องประเมินผลกระทบในระยะยาวของล้งจีนต่อห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของผลไม้ไทยที่มีมูลค่าการส่งออกสูงหรือต่างประเทศมีความต้องการสูง ได้แก่ ทูเรียน และมังคุด ซึ่งแหล่งผลิตใหญ่ที่สุดในภาคตะวันออกของไทย คือ จังหวัดจันทบุรี ระยอง และตราด เพื่อให้ไทยได้ผลประโยชน์สูงสุดและลดผลกระทบทางลบให้เหลือน้อยที่สุด

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อประเมินสภาพการณ์ทางการผลิต การค้า และการผลิตที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ตลอดห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของผลไม้ไทย
2. เพื่อคาดการณ์แนวโน้มการขยายอิทธิพลทางการค้าของล้งจีน
3. เพื่อศึกษาผลกระทบระยะยาวของล้งจีนต่อห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของผลไม้ไทย

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การทบทวนสถานการณ์ที่ผ่านมาจะครอบคลุม ทูเรียน และมังคุด ซึ่งเป็นผลไม้ส่งออกที่มีความสำคัญใน 3 จังหวัดทางภาคตะวันออกของไทย คือ จังหวัดจันทบุรี ระยอง ตราด และการทบทวนสถานการณ์ลำไยที่ปลูกในภาคตะวันออกและภาคเหนือ ในขณะที่การวิเคราะห์สถานการณ์ในอนาคตและผลกระทบระยะยาวของอิทธิพลของโรงคัดบรรจุชาวต่างชาติที่มีต่อเกษตรกรไทยและผู้ประกอบการไทย จะเลือกใช้ทูเรียนเป็นกรณีศึกษา เนื่องจาก ทูเรียนเป็นผลไม้ที่โรงคัดบรรจุชาวต่างชาติเข้ามามีอิทธิพลในห่วงโซ่การค้ามากที่สุด ณ ปัจจุบันนี้ และยังมีแนวโน้มที่จะขยายอิทธิพลเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เพราะทูเรียนเป็นผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุด และยังมีโอกาสที่จะเติบโตได้อีกมาก

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงกลุ่มปัจจัยที่น่าจะมีนัยสำคัญต่ออนาคตของสถานการณ์การผลิตและการค้าผลไม้ไทยในจังหวัดเป้าหมาย
2. ได้ภาพอนาคตของสถานการณ์การผลิตและการค้าผลไม้ไทยในจังหวัดเป้าหมายที่มีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคต
3. ได้ทราบถึงแนวโน้มบทบาทของผู้ประกอบการจีนในตลาดธุรกิจผลไม้ไทย
4. ได้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับผลกระทบระยะยาวที่จะเกิดขึ้นจากการเข้ามาประกอบธุรกิจของล้งจีนในมิติต่าง ๆ ที่รอบด้าน

1.5 เป้าหมายของผลผลิต (Output) และตัวชี้วัด

ตารางที่ 1-1 แสดงผลผลิตและตัวชี้วัดของโครงการวิจัย

ผลผลิต	ตัวชี้วัด			
	เชิงปริมาณ	เชิงคุณภาพ	เวลา	ต้นทุน
1) กลุ่มปัจจัยที่น่าจะมีนัยสำคัญต่ออนาคตของสถานการณ์การผลิตและการค้าผลไม้ไทยในจังหวัดเป้าหมาย	องค์ความรู้ 1 ชุด	องค์ความรู้ใหม่และเท่าทันสถานการณ์การแข่งขัน	เมื่อสิ้นสุดโครงการ	-
2) ภาพอนาคตของสถานการณ์การผลิตและการค้าผลไม้ไทยในจังหวัดเป้าหมายที่มีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคต	องค์ความรู้ 1 ชุด	องค์ความรู้ใหม่และเท่าทันสถานการณ์การแข่งขัน	เมื่อสิ้นสุดโครงการ	-
3) แนวโน้มบทบาทของผู้ประกอบการเงินในตลาดธุรกิจผลไม้ไทย	องค์ความรู้ 1 ชุด	องค์ความรู้ใหม่และเท่าทันสถานการณ์การแข่งขัน	เมื่อสิ้นสุดโครงการ	-
4) ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับผลกระทบระยะยาวที่จะเกิดขึ้นจากการเข้ามาประกอบธุรกิจของนักลงทุนในมิติต่าง ๆ ที่รอบด้าน	องค์ความรู้ 1 ชุด	องค์ความรู้ใหม่และเท่าทันสถานการณ์การแข่งขัน	เมื่อสิ้นสุดโครงการ	-

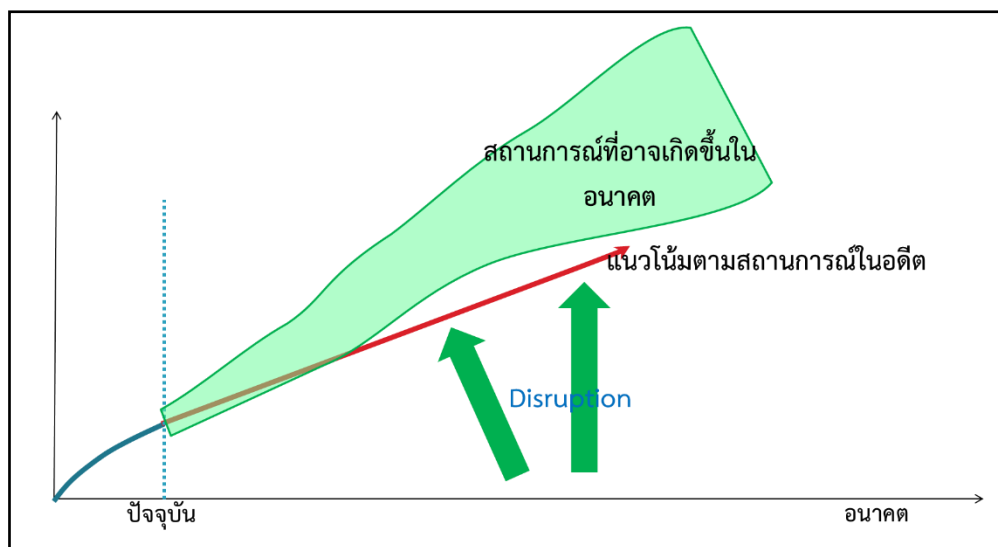
1.6 เป้าหมายของผลลัพธ์ (Outcome) และตัวชี้วัด

ตารางที่ 1-2 แสดงผลลัพธ์และตัวชี้วัดของโครงการวิจัย

ผลลัพธ์	ตัวชี้วัด			
	เชิงปริมาณ	เชิงคุณภาพ	เวลา	ต้นทุน
1) ได้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อนำไปใช้ในการกำหนด/ขับเคลื่อน นโยบายระดับหน่วยงาน ระดับพื้นที่ ระดับประเทศ	1 ข้อเสนอ	ข้อเสนอแนะทั้งระยะสั้นและระยะยาวให้แก่ภาครัฐและภาคเอกชน	เมื่อสิ้นสุดโครงการ	-
2) ได้นโยบายนำไปใช้ในการกำหนดเป็นมาตรการ/กฎเกณฑ์/กฎหมาย	1 นโยบาย	ข้อเสนอแนะทั้งระยะสั้นและระยะยาวให้แก่ภาครัฐ	เมื่อสิ้นสุดโครงการ	-

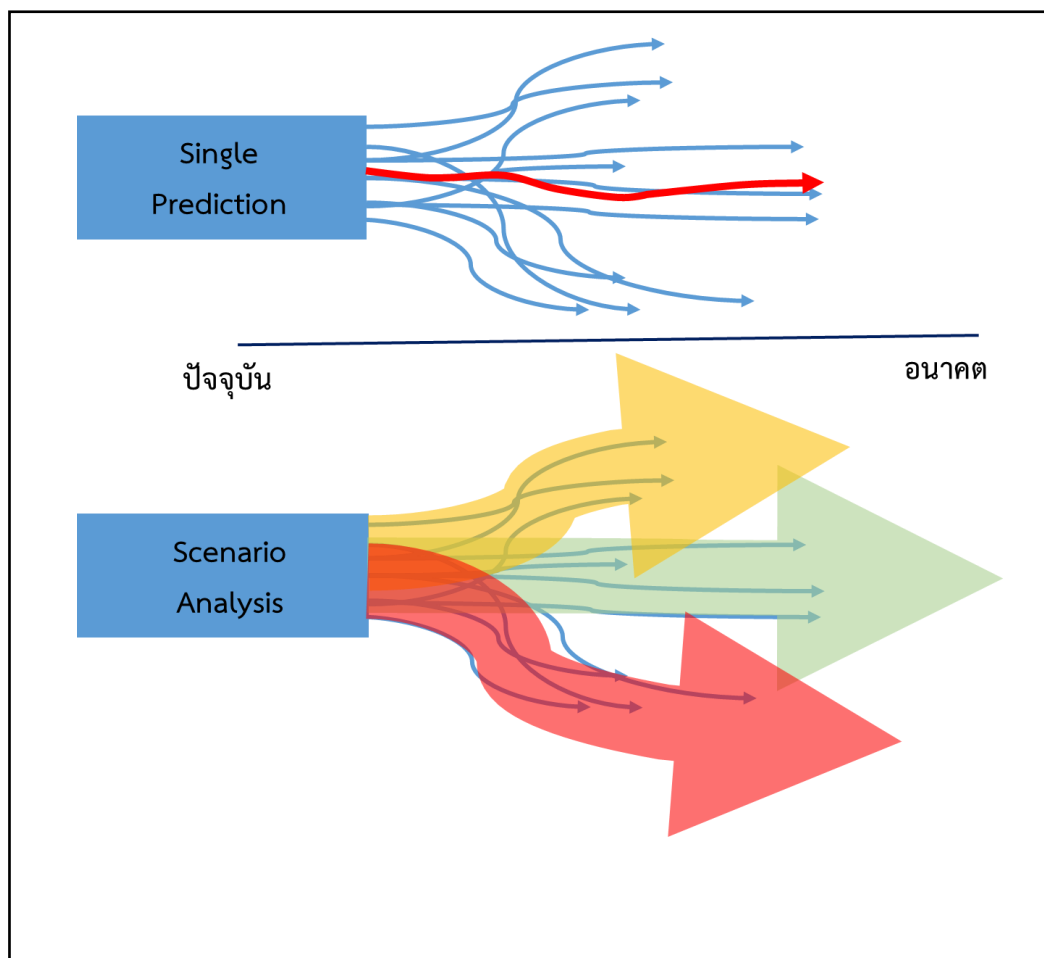
1.7 ทฤษฎี สมมติฐาน และ/หรือกรอบแนวความคิดของการวิจัย

โครงการนี้เป็นการประเมินผลกระทบระยะยาว อันเป็นผลจากการขยายกิจการของผู้ประกอบการจีนในธุรกิจผลไม้ ทั้งนี้ การศึกษานี้เป็นการประเมินแนวโน้มของสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อให้ได้ข้อมูลนำมาประกอบการพิจารณากำหนดแผนการรองรับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม ซึ่งความท้าทายและความซับซ้อนในการประเมินผลกระทบและแนวโน้มระยะยาว คือ สถานการณ์แนวโน้มในอนาคต จะไม่สืบทอดตามรอยแนวโน้มเหตุการณ์ที่เคยเกิดขึ้นทั้งในอดีตและในปัจจุบัน อันเป็นผลจากปัจจัยและความไม่แน่นอน (Uncertainties) จะเกิดขึ้นในอนาคต จนบางครั้งอาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่พลิกผันถึงขั้น Disruption ได้เหมือนกัน ซึ่งส่งผลให้สถานการณ์ในอนาคตเบี่ยงเบนไปจากแนวโน้มเดิมอย่างมาก (รูปที่ 1-1) โดยในบริบทของการศึกษานี้ Disruption หมายถึงเหตุการณ์ที่ทำให้แนวโน้ม และวิธีการค้าและการส่งออกผลไม้พลิกผัน เบี่ยงเบน และผิดแผกไปจากแนวโน้มเดิมอย่างมีนัยสำคัญในระยะยาว ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่กระทบด้านอุปสงค์ความต้องการผลไม้ ทำให้พฤติกรรมหรือสนิยมการบริโภคผลไม้ไทยหดตัวหรือขยายตัวอย่างรุนแรงในระยะยาว หรือเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบอย่างต่อเนื่องในระยะยาวต่อขีดความสามารถของอุตสาหกรรมผลไม้ไทย ในการปลูก จัดหา หรือส่งออกผลผลิตให้ได้ตามความต้องการของตลาด ทั้งนี้ Disruption จะไม่รวมถึงเหตุการณ์ที่ผิดปกติที่เกิดขึ้นขณะใดขณะหนึ่ง ทำให้การค้าและการส่งออกสะดุดในช่วงเวลาสั้นๆ และเมื่อผ่านพ้นช่วงเหตุการณ์ดังกล่าวไปแล้ว วิธีการค้าและการส่งออกก็ยังดำเนินการต่อไปตามแนวโน้มเดิมก่อนที่จะเกิดเหตุการณ์



รูปที่ 1-1 ความไม่แน่นอนของสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

ปัจจุบัน เทคนิคทางวิชาการที่ได้รับการยอมรับว่า สามารถช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถพิจารณาถึง ปัจจัยและความไม่แน่นอนต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ได้อย่างรอบด้านและอย่างเป็นระบบ คือ เทคนิคการวิเคราะห์สถานการณ์ (Scenario Analysis) ซึ่งเป็นกระบวนการในการสร้างภาพอนาคต และวิเคราะห์ เหตุการณ์ในอนาคตที่อาจจะเกิดขึ้นอย่างเป็นเหตุเป็นผล โดยแทนที่จะพยายามกำหนดภาพอนาคตเพียงภาพ เดียว (Single Prediction) แต่จะเป็นการกำหนดเป็นชุดสถานการณ์ (Scenario) ซึ่งเป็นการฉายภาพเกี่ยวกับ สถานการณ์ที่คาดว่าจะมีโอกาสและความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยเป็นเหตุการณ์ที่สะท้อนแนวโน้ม หรือพลวัตของปัจจัยขับเคลื่อนหลักที่จะก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลง รวมถึงความไม่แน่นอนที่มีโอกาสเกิดขึ้น ในอนาคต ทั้งนี้ ภาพอนาคตจะมีความแตกต่างกันตามแนวโน้มของปัจจัยขับเคลื่อนและความไม่แน่นอนที่ นำมาพิจารณาในการวิเคราะห์ (รูปที่ 1-2)

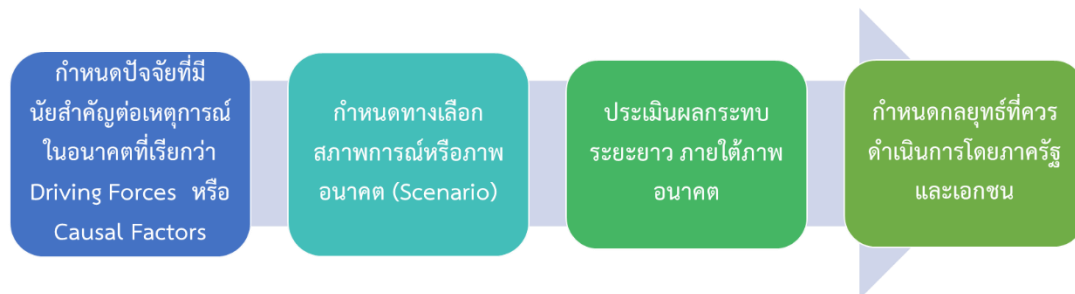


รูปที่ 1-2 ความแตกต่างระหว่างการกำหนดภาพอนาคตเดียว (Single Prediction) และ
การกำหนดอนาคตด้วยสภาพการณ์

ทั้งนี้ การวิเคราะห์สภาพการณ์ (Scenario Analysis) เป็นเทคนิคที่ตระหนักว่าไม่มีใครสามารถคาดเดาอนาคตได้อย่างถูกต้องแน่นอน จึงไม่ได้พยายามที่จะนำเสนอเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอย่างแน่นอนเพียงสถานการณ์เดียว แต่การวิเคราะห์จะเปิดโอกาสให้มีการพิจารณาถึงบริบทของอนาคตในมิติต่าง ๆ ที่แตกต่างกันออกไป แล้วนำเสนอทางเลือกของสภาพการณ์และแนวโน้มในอนาคตที่น่าเป็นไปได้และควรจะได้รับพิจารณาให้ความสนใจอย่างมีเหตุผล ผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ Scenario Analysis นั้น จึงมักเป็นข้อเสนอทางเลือกในการดำเนินงานเพื่อเผชิญและรับมือกับเหตุการณ์ในอนาคตได้อย่างครอบคลุม เกิดเป็นศักยภาพในการวางแผนป้องกันและรองรับเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยทั่วไป กระบวนการศึกษาภายใต้เทคนิควิเคราะห์สภาพการณ์ (Scenario Analysis) ประกอบด้วยขั้นตอนหลักที่สำคัญ ๆ ดังนี้ (รูปที่ 1-3)

กรอบแนวคิดการวิจัย: Scenario Analysis



รูปที่ 1-3 กระบวนการวิเคราะห์สถานการณ์ (Scenario Analysis)

(1) กำหนดปัจจัยที่มีนัยสำคัญต่อเหตุการณ์ในอนาคต

การพิจารณาปัจจัยสำคัญ (Key factors) ที่น่าจะมีอิทธิพลต่อสถานการณ์ตลอดห่วงโซ่คุณค่าผลไม้ไทย ใช้กรอบความคิดของเทคนิควิธี PEST Analysis ซึ่งเป็นการประเมินปัจจัยที่มีนัยสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานะแวดล้อมในระดับมหภาค โดยแบ่งปัจจัยออกได้เป็น 4 กลุ่มหลักคือ

- P (Political) ปัจจัยด้านนโยบาย การเมือง และกฎระเบียบต่าง ๆ ทั้งของไทยและจีน ที่ส่งผลต่อรูปแบบและสถานการณ์การประกอบธุรกิจ เช่น การกำหนดมาตรฐานสินค้า และความปลอดภัยของอาหาร เป็นต้น
- E (Economic) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการค้า ครอบคลุม สถานการณ์การผลิต การค้า และการบริโภคผลไม้เป้าหมายในไทย จีน ตลาดเป้าหมาย และประเทศที่เป็นคู่แข่งของผลไม้ไทยในตลาดโลก
- S (Social) ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและค่านิยมของสังคม ซึ่งกระทบต่อการบริโภคผลไม้ และการประกอบธุรกิจ เช่น กระแสความต้องการผลผลิตที่ปลอดภัย เป็นต้น
- T (Technology) ปัจจัยด้านความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ ทั้งเทคโนโลยีในการปลูก การแปรรูป การค้า และการกระจายสินค้า

กลุ่มปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญเป็นพิเศษในขั้นตอนนี้คือ ปัจจัยที่มีความสำคัญและมีความไม่แน่นอนสูง (Key Uncertain Factors) เพราะความไม่แน่นอนของปัจจัยเหล่านี้จะนำไปสู่สถานการณ์และผลกระทบที่แตกต่างกันได้ในอนาคต

(2) กำหนดทางเลือกสภาพการณ์

เป็นขั้นตอนการสร้างภาพของสภาพการณ์การผลิต การค้า และการบริโภคผลไม้ไทยที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งสร้างจากการพิจารณาเหตุการณ์ในปัจจุบัน และแนวโน้มในการเกิดอิทธิพลของปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่ได้มีการพิจารณาในขั้นตอนที่ (1) ข้างต้น

ความท้าทายในขั้นตอนนี้คือ การกำหนดทางเลือกสภาพการณ์ที่ควรได้รับการพิจารณา ให้มีจำนวนที่เหมาะสม ทั้งนี้ ทางเลือกสภาพการณ์ต้องสะท้อนถึงความหลากหลายและความไม่แน่นอนที่จะเกิดขึ้นในอนาคต แต่จำนวนสถานการณ์ต้องมีไม่มากเกินไป จนไม่อาจวิเคราะห์ประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแต่ละสภาพการณ์ได้อย่างเจาะลึกเพียงพอ การวิเคราะห์ทั่วไปมักจะกำหนดประมาณ 3-5 สภาพการณ์

(3) ประเมินผลกระทบระยะยาวที่อาจเกิดขึ้น

เมื่อได้ข้อสรุปของภาพอนาคตจากขั้นตอนที่ (2) งานถัดไปเป็นการประเมินผลกระทบในระยะยาวที่จะเกิดขึ้นกับเกษตรกรไทย ผู้ประกอบการไทย และสังคมไทย ภายใต้ภาพอนาคตที่สรุปได้

(4) กำหนดกลยุทธ์ที่ควรดำเนินการ

ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในระยะยาวแล้วตามผลการประเมินในขั้นตอนที่ (3) อาจจะเป็นได้ทั้งที่เป็นผลดีและผลเสีย งานขั้นสุดท้ายจะเป็นการกำหนดกลยุทธ์และมาตรการที่ควรดำเนินการ เพื่อเสริมโอกาสที่จะเกิดผลดี และขจัดหรือลดโอกาสและความรุนแรงจากผลเสียที่อาจเกิดขึ้น จากการขยายกิจการของโรงคัดบรรจุต่างชาติ

1.8 องค์ประกอบของรายงาน

รายงานนี้เป็นรายงานฉบับสมบูรณ์นำเสนอผลการศึกษาลดทั้งโครงการ โดยได้แบ่งลำดับการนำเสนอเนื้อหา ดังนี้

บทที่ 1 บทนำ กล่าวถึงที่มาและวัตถุประสงค์ของการศึกษา

บทที่ 2 การทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง เป็นการทบทวนวรรณกรรมนี้ได้แบ่งเนื้อหาออกตามชนิดของผลไม้ ประกอบด้วย ทูเรียน มังคุด และ ลำไย

บทที่ 3 การประเมินสถานการณ์แนวโน้มและภาพอนาคตทูเรียนไทย เป็นการนำเสนอปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออนาคตและสถานการณ์ในอนาคตของทูเรียนไทย

บทที่ 4 การประเมินผลกระทบระยะยาว เป็นการประเมินผลกระทบระยะยาว หากยังมีการขยายอิทธิพลของโรงคัดบรรจุต่างชาติและการขยายการเพาะปลูกทูเรียนตามอิทธิพลการค้าที่ขยายตัวขึ้น ในกรอบของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals, SDGs)

บทที่ 5 ข้อเสนอแนะด้านกลยุทธ์และมาตรการในการจัดการการขยายอิทธิพลของโรงคัดบรรจุต่างชาติ เป็นข้อเสนอแนะในการดำเนินการเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับอุตสาหกรรมผลไม้ไทย

บทที่ 2

การทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมนี้ได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ตามชนิดของผลไม้ ประกอบด้วย ทูเรียน มังคุด และ ลำไย โดยทั้งหมดนั้นจะศึกษาตามเนื้อหาหลัก คือ สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน แนวโน้มในอนาคต ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และข้อเสนอแนะ โดยทำการแบ่งประเด็นการทบทวนวรรณกรรมดังนี้

2.1 การทบทวนสถานการณ์ทูเรียน

2.1.1 สถานการณ์ตลาดในต่างประเทศ กรณี: ทูเรียน

2.1.1.1 ข้อมูลการส่งออกทูเรียน

ทูเรียนมีถิ่นกำเนิดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และมีแหล่งผลิตที่สำคัญอยู่ในประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ ทูเรียนไทยมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในตลาดต่างประเทศเนื่องจากทูเรียนของไทยมีคุณภาพและรสชาติที่อร่อย อีกทั้งมีสายพันธุ์ที่เป็นเอกลักษณ์และมีความจำเพาะเหนือกว่าทูเรียนที่ผลิตในอินโดนีเซีย หรือในประเทศฟิลิปปินส์ สำหรับการส่งออกทูเรียนของประเทศไทย พบว่ามีการส่งออกทั้งที่เป็นทูเรียนสด ทูเรียนแช่แข็ง และทูเรียนแปรรูป ไปยังต่างประเทศ โดยในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 – 2561 พบว่ามูลค่าการส่งออกทูเรียนของไทยในทุก ๆ ผลิตภัณฑ์ มีแนวโน้มสูงขึ้น¹ ดังแสดงในตารางที่ 2-1

¹ สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

ตารางที่ 2-1 ข้อมูลสถิติการส่งออกทุเรียนแยกเป็นรายผลิตภัณฑ์ ระหว่างปี พ.ศ. 2557 – 2562

ปริมาณ: ตัน มูลค่า: ล้านบาท

ปี	ทุเรียนสด		ทุเรียนแช่แข็ง		ทุเรียนอบแห้ง		ทุเรียนกวน		รวม	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
2557	369,602	12,435.70	17,143	1,131.33	356	217.99	455	58.08	387,556	13,843.10
2558	358,192	13,246.39	22,187	1,944.77	401	289.65	690	82.42	381,470	15,563.24
2559	403,634	17,505.76	20,365	2,171.23	341	282.89	720	90.09	425,059	20,049.98
2560	488,673	22,021.95	13,230	2,255.57	545	431.27	1,089	137.55	503,536	25,846.34
2561*	504,287	29,941.20	19,868	4,382.57	409	344.73	1,306	147.12	525,870	34,805.62
อัตราเพิ่ม	9.77	25.43	-2.20	33.07	6.04	13.38	29.23	26.76	9.29	26.01
2562*	560,509	33,709.00	23,851	5,445.29	358	293.16	1,391	157.55	586,109	39,605.00

หมายเหตุ * ประเมินการ

ที่มา: จากการคำนวณ, กรมศุลกากร

ทั้งนี้ประเทศจีนเป็นตลาดส่งออกผลไม้เมืองร้อนที่สำคัญของไทยที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วจากเหตุผล 2 ประการ คือ หลังจากการเปิดเสรีการค้าผักและผลไม้ตามพิกัดอัตราศุลกากรหมวดที่ 07-08 ระหว่างไทย-จีนในกรอบ ASEAN-China FTA ซึ่งเริ่มมีผลในทางปฏิบัติตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2546 เป็นต้นมา ทำให้ภาชนะนำเข้าผลไม้ตามข้อตกลงลดเหลือร้อยละ 0 และการเติบโตอย่างต่อเนื่องของเศรษฐกิจจีน²

อย่างไรก็ดีเมื่อพิจารณาแยกตามประเภทผลผลิตทุเรียนที่มีการส่งออก พบว่า ในส่วนของทุเรียนสดจากประเทศไทย ตลาดส่งออกที่สำคัญมีอยู่ 3 ประเทศคือ จีน เวียดนาม และฮ่องกง โดยมูลค่าการส่งออกทุเรียนสดให้กับ 3 ประเทศในปี พ.ศ. 2561 มีมูลค่าทั้งสิ้น 29,231.6 ล้านบาท จากมูลค่ารวมการส่งออกทุเรียนสดทั้งหมด 30,186.67 ล้านบาท ดังแสดงในตารางที่ 2-2

ตารางที่ 2-2 ข้อมูลสถิติมูลค่าการส่งออกทุเรียนสดของไทยระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2561

ประเทศ	มูลค่า: ล้านบาท			สัดส่วน (ร้อยละ)		
	2559	2560	2561	2559	2560	2561
จีน	8,972.54	7,348.14	13,327.19	51.25	33.25	44.15
เวียดนาม	2,869.43	9,718.99	9,812.04	16.39	43.98	32.50
ฮ่องกง	4,953.19	4,172.33	6,092.42	28.29	18.88	20.18
รวม 3 รายการ	16,795.20	21,239.50	29,231.60	95.94	96.11	96.84
รวมอื่น ๆ	710.60	859.00	955.00	4.06	3.89	3.16
รวมทุกประเทศ	17,505.76	22,098.44	30,186.67	100.00	100.00	100.00

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศ กระทรวงพาณิชย์ (สืบค้น ณ วันที่ 13 มีนาคม พ.ศ. 2562)

สำหรับตลาดส่งออกหลักของทุเรียนแช่แข็งไทย คือ ประเทศจีน รองลงมาเป็นเวียดนาม และสหรัฐอเมริกาตามลำดับ ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 – 2561 อัตราการขยายตัวของทุเรียนแช่แข็งในตลาดจีนเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกทุเรียนแช่แข็งไปยังประเทศจีนในปี พ.ศ. 2561 อยู่ที่เกือบร้อยละ 50 (ตารางที่ 2-3) ทั้งนี้กระแสความนิยมทุเรียนแช่แข็งที่เพิ่มขึ้นในจีนเนื่องจากเนื้อทุเรียนแช่แข็งเป็นทุเรียนแก่จัด มีรสชาติหวานมันอร่อยเหมือนทุเรียนสด แต่สามารถรับประทานได้ตลอดทั้งปี ในขณะที่ทุเรียนผลสดมีราคาแพงกว่า มีผลผลิตเฉพาะช่วงฤดูกาล และยังมีเสียงต่อปัญหาทุเรียนอ่อน ดังนั้น ตลาดทุเรียนแช่แข็งมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องในอนาคต ทั้งในตลาดจีนและตลาดอื่น ๆ เช่น ยุโรป ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย เป็นต้น

² มุกิตา บุญลับ (2559) “การส่งออกผลไม้ไทยไปจีน” สืบค้นที่ : <http://lnli258mutita.blogspot.com/>

ตารางที่ 2-3 ข้อมูลมูลค่าการส่งออกทุเรียนแช่แข็งของไทยระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2561

ประเทศ	มูลค่า: ล้านบาท			สัดส่วน (ร้อยละ)		
	2559	2560	2561	2559	2560	2561
จีน	1,117.23	1,346.08	2,443.85	51.48	59.15	52.57
เวียดนาม	140.56	218.30	1,332.71	6.48	9.59	28.67
สหรัฐอเมริกา	516.63	315.02	438.96	23.81	13.84	9.44
รวม 3 รายการ	1,774.40	1,879.40	4,215.5	81.77	82.59	90.69
รวมอื่น ๆ	395.70	396.20	433.00	18.23	17.41	9.31
รวมทุกประเทศ	2,170.10	2,275.63	4,648.54	100.00	100.00	100.00

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศ กระทรวงพาณิชย์ (สืบค้น ณ วันที่ 13 มีนาคม พ.ศ. 2562)

จากการศึกษาของ Wannarat Tantrakonnsab and Nattapon Tantrakoonsab (2018) ได้รวบรวมสถิติการนำเข้าทุเรียนสดจากทั่วโลกมายังประเทศจีน เช่น ประเทศมาเลเซียและประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 จนถึง พ.ศ. 2559 โดยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 ทุเรียนสดที่นำเข้ามาในจีนเกือบทั้งหมดเป็นทุเรียนที่ส่งออกไปจากประเทศไทย³ (ตารางที่ 2-4) และเมื่อเทียบกับผลไม้อื่นที่ไทยส่งออกไปจีนนั้น ทุเรียนเป็นผลไม้หลักของไทยที่ส่งออกไปประเทศจีนมากที่สุดในช่วงปี พ.ศ. 2554 ถึง พ.ศ. 2559 รูปที่ 2-1

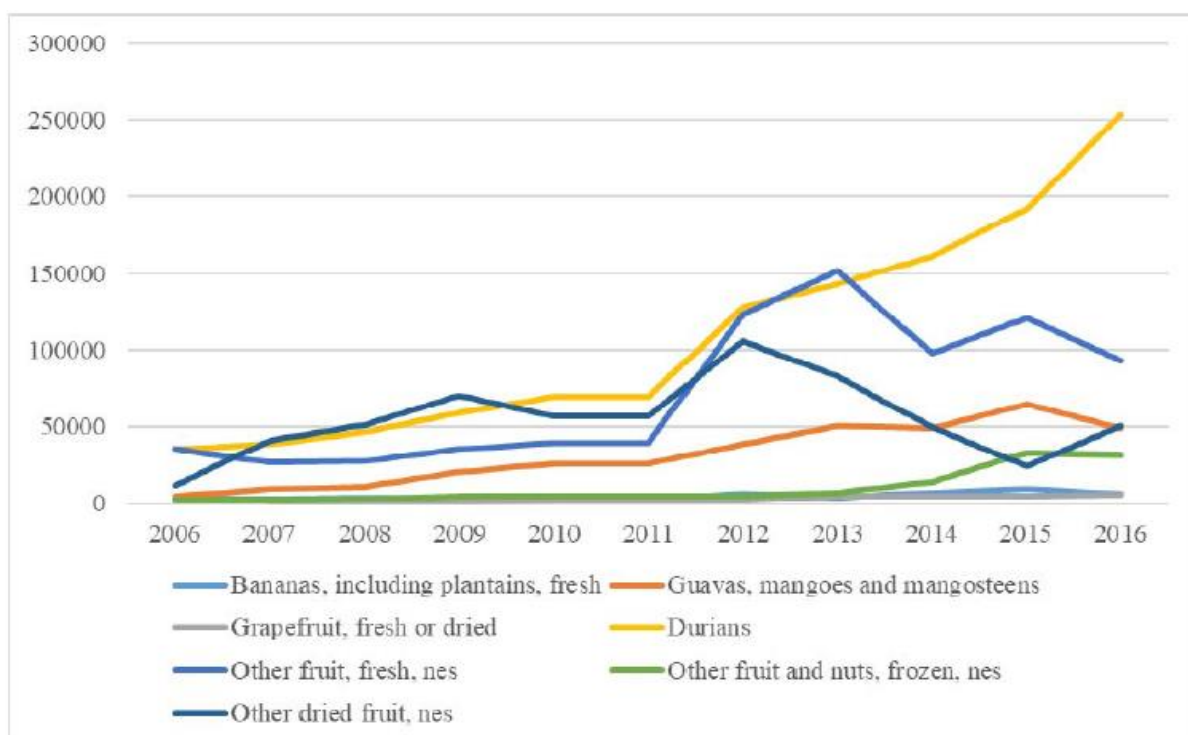
ตารางที่ 2-4 สถิติการนำเข้าทุเรียนสดจากทั่วโลกมายังประเทศจีน

ปี	มูลค่า: 1,000 ดอลลาร์สหรัฐ		
	ทั่วโลก	มาเลเซีย	ไทย
2554	234,303.80	0.30	234,303.50
2555	399,752.60	0.92	399,751.70
2556	543,165.40	0.34	543,165.10
2557	592,624.80	NA	592,624.80

3 Wannarat Tantrakonnsab and Nattapon Tantrakoonsab 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, 2018

ปี	มูลค่า: 1,000 ดอลลาร์สหรัฐ		
	ทั่วโลก	มาเลเซีย	ไทย
2558	567,886.40	2.46	567,883.90
2559	693,578.70	1.54	693,577.20

ที่มา: Wannarat Tantrakonnsab และคณะ (2018)



รูปที่ 2-1 แนวโน้มการส่งออกผลไม้ไทย

ที่มา: Wannarat Tantrakonnsab และคณะ (2018)

โดยการศึกษาดังกล่าวได้วิเคราะห์ถึงการขยายตัวของการส่งออกผลไม้ไทยไปยังประเทศจีนว่า เกิดจาก 3 ปัจจัยที่สำคัญ คือ

1. การพัฒนาภาคการเกษตรของไทยที่สามารถพัฒนาด้านปริมาณและคุณภาพตามที่ตลาดต้องการได้
2. การพัฒนาการเชื่อมโยงเส้นทางทางบกที่ช่วยให้ผู้ผลิตนำสินค้าไปยังตลาดได้ในต้นทุนที่ต่ำลง
3. การแข่งขันและการขยายธุรกิจของผลไม้ในประเทศจีนที่ทำให้คนจีนหรือผู้ประกอบการจีนต้องหาผลผลิตที่มีคุณภาพใหม่ ๆ แต่ในต้นทุนที่ต่ำ

2.1.1.2 พฤติกรรมการบริโภคทุเรียนในประเทศไทย

ผู้บริโภคชาวจีนมีแนวโน้มความต้องการผลไม้ไทยในภาพรวมเพิ่มขึ้น อันเป็นผลจากจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นตามนโยบายผ่อนปรนลูกคนเดียว และรายได้ที่สูงขึ้น เกิดเป็นความนิยมในสินค้าที่มีคุณภาพจากต่างประเทศ ในส่วนของทุเรียนนั้น ชาวจีนนิยมรับประทานมาก เพราะชื่นชอบในรสชาติหวานมันและกลิ่นหอม⁴ โดยนิยมรับประทานทุเรียนตลอดทั้งปี และรับประทานมากเป็นพิเศษในช่วงฤดูหนาว เพราะทุเรียนเป็นผลไม้ที่ให้พลังงานสูงและให้ความอบอุ่นแก่ร่างกาย ทั้งนี้ คนจีนส่วนใหญ่จะชอบทุเรียนสุกเนื้อนิ่มและมีกลิ่นหอม ซึ่งแตกต่างจากพฤติกรรมการบริโภคทุเรียนของคนไทยที่ชอบทุเรียนแบบกรอบนอกนุ่มใน ชาวจีนจึงมักเลือกทุเรียนที่สุกจนเหลืองและมีรอยปริ ดังนั้นชาวจีนจึงค่อนข้างสนใจทุเรียนพันธุ์มูซานคิง (Musang king) ของมาเลเซีย รวมทั้งทุเรียนพันธุ์อื่น ๆ ซึ่งเป็นทุเรียนของมาเลเซีย ที่ถูกปล่อยให้ผลสุกคาต้น จนร่วงลงมาเอง ผลของทุเรียนมีรอยปริ ให้อากาศเข้าไปได้ จนทุเรียนมีกลิ่นแรง จึงทำให้เชื่อได้ว่าทุเรียนสุกจริง (กรกิจ ดิษฐาน, 2561)⁵ ทั้งนี้ กลุ่มผู้บริโภคในจีนที่ควรได้รับความสนใจและความสำคัญในอนาคต คือ กลุ่มคนจีนที่เกิดหลังปี ค.ศ. 1990 ซึ่งเป็นกลุ่มที่กำลังซื้อสูงและมีความกล้าในการใช้จ่ายใช้สอย⁶

อนึ่ง ผลการศึกษาด้านความนิยมทุเรียนของผู้บริโภคจีนที่นำเสนอในการศึกษา Annual Research and Consultation Report of Market Research and Investment Strategy on China Industry สามารถสรุปได้ว่า

ความนิยมของผู้บริโภคตามเพศ: ผู้บริโภคทุเรียนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยจาก ข้อมูล Toutiao Index อัตราที่เพศหญิงที่ให้ความสนใจกับทุเรียน คือ ร้อยละ 0.86 และอัตราที่เพศชายให้ความสนใจ มีต่ำกว่ามากเพียงร้อยละ 0.098 ดังนั้น ธุรกิจการผลิตและค้าผลิตภัณฑ์ทุเรียนควรให้ความสำคัญการออกแบบผลิตภัณฑ์และการวางแผนการตลาดที่มีเพศหญิงเป็นกลุ่มเป้าหมาย

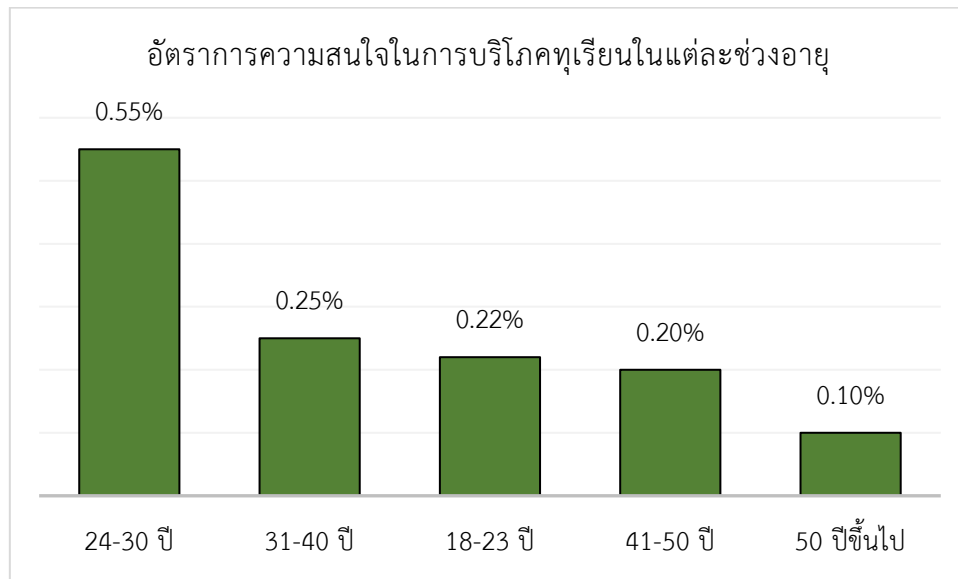
ความนิยมของผู้บริโภคตามอายุ: กลุ่มผู้บริโภคที่มีแนวโน้มที่จะบริโภคทุเรียนสูงกว่ากลุ่มอื่น คือคนหนุ่มสาวที่มีอำนาจการใช้จ่าย จากข้อมูล Toutiao Index พบว่า คนหนุ่มสาวอายุ 24-30 ปี เป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจกับการบริโภคทุเรียนมากที่สุด อยู่ที่อัตราร้อยละ 0.554 ส่วนกลุ่มอายุ 31-40 ปี อัตราความสนใจอยู่ที่ร้อยละ 0.248 ส่วนอัตราความสนใจในกลุ่มอายุ 18-23 ปีอยู่ที่ร้อยละ 0.224 ดังนั้นการส่งเสริมการเพิ่มช่องทางการค้าของทุเรียนจึงต้องพิจารณาถึงความชอบและอำนาจการใช้จ่ายของกลุ่มผู้บริโภควัยหนุ่มสาวกลุ่มนี้⁷ ดังแสดงในรูปที่ 2-2

⁴ “จุดเปลี่ยนทุเรียนไทย” สืบค้นที่ : <http://lnli258mutita.blogspot.com/>

⁵ อ้างอิงใน “ผู้จัดการ สุดสัปดาห์” วันที่ 21 เมษายน 2561 สืบค้นที่ : Facebook : ผู้จัดการ สุดสัปดาห์

⁶ อ้างอิงในงานของ ฉันทมัย เจียรกุล (2559) . “พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูปของไทยของวัยรุ่นชาวจีนที่มาศึกษาในประเทศไทย” วารสารธุรกิจปริทัศน์ ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2559).

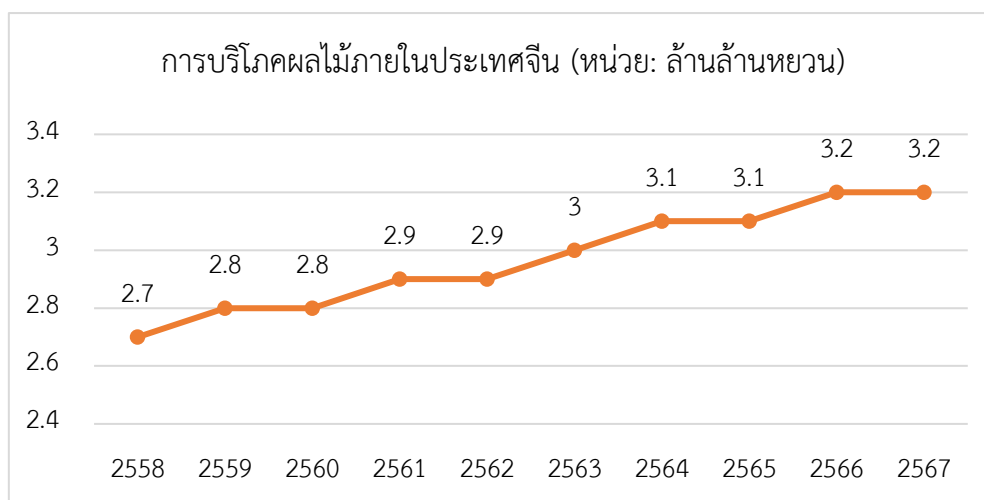
⁷ “榴莲王者之争，2017年最‘重口味’的榴莲大数据研究报告” 榴莲王者之争，2017年最‘重口味’的榴莲大数据研究报告_农世界网. Accessed February 11, 2019. <http://nongshijie.com/a/201708/16739.html>.



รูปที่ 2-2 อัตราความสนใจในการบริโภคทุเรียนในแต่ละช่วงอายุ

ที่มา: Toutiao Index ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

การคาดการณ์การบริโภคทุเรียนในประเทศจีน: ตามการคาดการณ์ของสถาบันวิทยาศาสตร์การเกษตรของจีนพบว่า การบริโภคผลไม้ต่อหัวของชาวชนบทและชาวเมืองจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยภายในปี พ.ศ. 2567 คาดการณ์ว่าการบริโภคต่อหัวของประชากรจะสูงถึง 93.9 กิโลกรัมและขนาดของตลาดจะเพิ่มสูงถึง 3.24 ล้านล้านหยวน ดังนั้น ทุเรียนซึ่งเป็นผลไม้ที่ได้รับความนิยมและยังไม่มีสินค้าอื่นที่ทดแทนได้ จึงมีโอกาที่จะเติบโตได้อีกในอนาคต ดังแสดงในรูปที่ 2-3



รูปที่ 2-3 การบริโภคผลไม้ภายในประเทศจีน ปี พ.ศ. 2558-2567

ที่มา: เครือข่ายข้อมูลอุตสาหกรรมจีน และ Intelligence Research Group ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

นอกจากประเทศจีนแล้ว ฮองกงถือเป็นตลาดส่งออกทุเรียนของไทยที่ใหญ่เป็นอันดับ 2 รองจากจีน ส่วนหนึ่งเนื่องจากฮองกงมีช่องทางการนำเข้าที่หลากหลายและเอื้อต่อการทำการค้ามากกว่าประเทศจีน ดังนั้น ทุเรียนที่นำเข้ามาที่ฮองกงจะถูกส่งออกต่อ (Re-Export) ไปยังจีนแผ่นดินใหญ่

ในส่วนของผู้บริโภคในฮองกงนั้น พบว่า รสชาติทุเรียนที่คนฮองกงนิยมคือความหวานอร่อย เนื้อนุ่ม มีสีเหลืองทอง และพูใหญ่ โดยพันธุ์จากไทยที่เป็นที่นิยมในฮองกงคือหมอนทองและก้านยาว นอกจากการบริโภคทุเรียนสดแล้ว ยังมีแนวโน้มการบริโภคทุเรียนแปรรูปทั้งอาหารคาวและหวานที่เพิ่มมากขึ้น โดยสามารถขายได้ในราคาดี เช่น พืชทุเรียนอบชีส ข้าวผัดทุเรียน รวมถึงไก่ตุ๋นต้มทุเรียน (ราคาที่ 298 เหรียญฮองกงต่อถ้วย ในขณะที่ปกติจะอยู่ที่ประมาณ 150- 200 เหรียญฮองกง) และขนมหวานที่หลากหลาย เช่น ไอศกรีมทุเรียน ข้าวเหนียวทุเรียน แพนเค้กทุเรียน และโมจิทุเรียน เป็นต้น นอกจากนี้บางร้านยังมีชุดอาหารหรือของหวานพิเศษที่ทำจากทุเรียนอีกด้วย อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันทุเรียนจากมาเลเซียเริ่มเข้ามามีบทบาทในตลาดฮองกง และได้มีการขยายส่วนแบ่งตลาดอย่างรวดเร็ว⁸

ทั้งนี้ชาวฮองกงไม่เพียงแต่จะซื้อหาทุเรียนมาบริโภคเพื่อสุขภาพเท่านั้น ยังนิยมซื้อทุเรียนเป็นของขวัญหรือของฝากเพื่อมอบให้แก่กัน โดยการมอบผลไม้ให้แก่กันเป็นการแสดงถึงสถานะทางสังคมของผู้มอบ ทั้งนี้ ตามธรรมเนียมของชาวจีนฮองกง การมอบของขวัญ (ผลไม้) ให้แก่กัน ถ้ายังมีราคาแพง หายากและมีคุณภาพสูง หมายถึงผู้ให้นั้นมีฐานะมั่งคั่ง ดังนั้นทุเรียนซึ่งเป็นผลไม้ตามฤดูกาล รสชาติดี มีราคาแพง โดยเฉพาะหากเป็นพันธุ์หายากแล้วจะยังมีราคาแพงมากขึ้น จึงและได้รับความนิยมเลือกซื้อเป็นของขวัญให้กัน⁹

2.1.1.3 โครงสร้างห่วงโซ่การนำเข้าจากเมืองหรือท่าเรือซึ่งเป็นประตูนำเข้าหลักไปจนถึงผู้บริโภคในจีน

จากข้อมูลสถิติปริมาณการนำเข้าทุเรียนของจีนในปี พ.ศ. 2557 พบว่าการนำเข้าทุเรียนสดจากไทยไปยังประเทศจีนส่วนใหญ่จะดำเนินการผ่านทางมณฑลกว่างตุงมากถึงร้อยละ 97.5 (ดังข้อมูลในตารางที่ 2-5) โดยจะนำเข้าผ่านทางเมืองเซินเจิ้นเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งจะเป็นการขนส่งทางเรือจากไทยไปฮองกง และจากฮองกงเข้าไปยังจีนผ่านทางรถยนต์เข้าไปในเมืองเซินเจิ้น¹⁰

⁸ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ฮองกง (2559) สืบค้นที่ :

https://www.ditp.go.th/contents_attach/149369/149369.pdf

⁹ ชลธิชา ภัทรศิริวรกุล (2560). “ทุเรียนไทยในฮองกง”. โพสต์ทูเดย์. วันที่ 2 สิงหาคม 2560 สืบค้นที่ :

<https://www.posttoday.com/aec/column/506591>

¹⁰ ธนา แสงวงศ์ (2557). “ระบบโลจิสติกส์และการเปลี่ยนแปลงโซ่อุปทานการส่งออกมังคุดระหว่างไทย-จีนทางตอนใต้:

กรณีศึกษาเส้นทางขนส่ง ไทย - มณฑลยูนนาน โดยเส้นทางขนส่ง R3A”. การศึกษาอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

ตารางที่ 2-5 ปริมาณการนำเข้าทุเรียนสดจากประเทศไทยของจีน ปี พ.ศ. 2556 – 2558

ลำดับ	เขตการดูแลของ ศุลกากร	ปริมาณ (ตัน)			การเปลี่ยนแปลงปี 2558 เทียบกับ ปี 2558 (ร้อยละ)
		ม.ค. – มิ.ย. 2556	ม.ค. – มิ.ย. 2557	ม.ค. – มิ.ย. 2558	
1	เฉินเจิ้น (มณฑล กวางตุ้ง)	132,197	165,014	152,292	-7.71
2	คุนหมิง (มณฑลยูนนาน)	1,576	1,216	3,621	+197.80
3	กว่างโจว (มณฑล กวางตุ้ง)	23,501	1,727	1,959	+13.46
4	หนานหนิง (เขตปกครอง ตนเองกว่างซีจ้วง)	-	-	239	
5	เทศบาลนครเซี่ยงไฮ้	643	241	57	-76.19
รวมทุกเขต		157,934	168,399	158,210	-6.05

ที่มา: กรมวิชาการเกษตร

ทั้งนี้ ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ณ นครเฉิงตู ให้ข้อมูลว่า จีนเป็นตลาดขนาดใหญ่ และผู้บริโภคชาวจีนมีความต้องการบริโภคสินค้าเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับเส้นทางขนส่งและระบบโลจิสติกส์ไปยังประเทศจีนนั้นค่อนข้างสมบูรณ์ จึงทำให้โอกาสของผู้ประกอบการที่ต้องการขยายตลาดสินค้าไทยในจีนยังคงเปิดกว้าง โดยเฉพาะการส่งออกผลไม้ไทย ทั้งนี้ ช่องทางการจำหน่ายสินค้าในจีนนั้นจะมีรูปแบบหลัก ๆ ดังนี้

1. ร้านซูเปอร์มาร์เก็ต / ร้านสะดวกซื้อ (Supermarket / Convenience Store)
2. ห้างสรรพสินค้า (Hypermarket)
3. ร้านขายของชำ (Grocery Store)
4. ร้านขายสินค้าเฉพาะประเภท (Exclusive Store)
5. การขายตรง (Direct Sale)

2.1.1.4 กระบวนการนำเข้าสินค้าสู่ตลาดจีนสำหรับผู้นำเข้าผักผลไม้สด¹¹

สำหรับผู้ส่งออกต่างชาติที่จะส่งออกสินค้าประเภทผักผลไม้สดไปยังประเทศจีนเป็นครั้งแรกนั้น ควรมีการตรวจสอบก่อนว่าผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ที่จะนำเข้างดงกล่าวอยู่ในรายการที่ได้รับการอนุญาตให้นำเข้าประเทศจีนหรือไม่ เนื่องจากขณะนี้มียกเพียงแค่ 39 ประเทศเท่านั้นที่ได้รับการอนุญาตให้นำเข้าสินค้าประเภทผักผลไม้สด แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของผักผลไม้ นั้น ๆ ด้วยว่าประเทศใดบ้างที่จีนนั้นอนุญาตให้นำเข้าได้และเป็นชนิดใด ซึ่งโดยผู้ส่งออกสามารถเข้าไปตรวจสอบข้อมูลดังกล่าวได้ในเว็บไซต์ของ AQISQ ซึ่งมีข้อมูลเป็นภาษาจีนทั้งหมด แต่เมื่อไม่นานมานี้ทางการจีนได้มีการทำเว็บไซต์เป็นภาษาอังกฤษแล้ว โดยถ้าหากตรวจสอบแล้วว่าสินค้าที่ประสงค์จะส่งออกไปยังจีนนั้นมีอยู่ในรายการอนุญาตเรียบร้อยแล้ว ลำดับต่อไปสามารถหารายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางการจำหน่ายสินค้าและคู่ค้า หรือ Importer ที่เป็นพาร์ตเนอร์ในการนำเข้าได้ แต่ถ้าหากไม่พบสินค้าในรายการที่ AQISQ อนุญาตให้นำเข้าไปในตลาดประเทศจีนได้ ผู้ส่งออกต้องหารือกับทางรัฐบาลของประเทศตนเอง เพื่อให้มีการเจรจากับฝ่ายจีนอีกทีหนึ่ง ซึ่งเหตุผลที่ประเทศจีนจำกัดการนำเข้าผักผลไม้บางชนิดหรือผลผลิตจากบางประเทศนั้นสืบเนื่องจากเหตุผลทางด้านเทคนิค เช่น โรคและแมลงที่อาจมากับพืชผักนั้นได้หรือเป็นประเด็นเชิงการเมือง เช่น การทำสนธิสัญญาคู่ค้าหรือ FTA

อย่างไรก็ดีการเข้าถึงตลาดผักผลไม้นำเข้าของประเทศจีนจะมีทั้งปัญหาเชิงเทคนิคและการเมือง เช่น ผู้ส่งออกที่มาจากประเทศที่ไม่ได้เซ็นสัญญา FTA กับจีน อาจเจอกับปัญหาการแข่งขันเชิงราคากับประเทศจีนเองและอีกทั้งในแง่ขีดความสามารถในการแข่งขันที่น้อยกว่า เมื่อเทียบกับผู้ส่งออกประเทศอื่น ๆ ที่เข้ามาขยายกิจการในตลาดประเทศจีนและได้มีการทำสัญญา FTA ระหว่างประเทศแล้ว ตัวอย่างเช่น ผู้ส่งออกจากประเทศชิลีซึ่งประสบความสำเร็จอย่างสูงในการนำเข้าผลไม้มายังประเทศจีน พบว่าหลังจากที่ประเทศชิลีมีการเซ็นสัญญา FTA ปี พ.ศ. 2549 ทำให้จำนวนประเภทผลไม้ที่อนุญาตให้นำเข้ามายังประเทศจีนเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก รวมทั้งกระบวนการของ AQISQ และการตรวจสอบต่าง ๆ รวดเร็วขึ้นและใช้เวลาในการจัดการกระบวนการสั้นลง

2.1.1.5 การจำหน่ายสินค้าของผู้นำเข้าในแบบร้านค้าปลีกและอีคอมเมิร์ซ¹²

เป็นที่ทราบกันดีว่าขั้นตอนกระบวนการนำเข้า กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ในการนำเข้าสินค้านำเข้ามายังประเทศจีนนั้นค่อนข้างมีความยุ่งยาก ดังนั้นหากต้องการให้ขั้นตอนและกระบวนการต่าง ๆ มีความยุ่งยากซับซ้อนน้อยลง ควรมีการสร้างเน็ตเวิร์คหรือทำงานผ่านหรือร่วมกับผู้จัดจำหน่ายสินค้าที่เป็นคนจีนหรือผู้นำเข้า

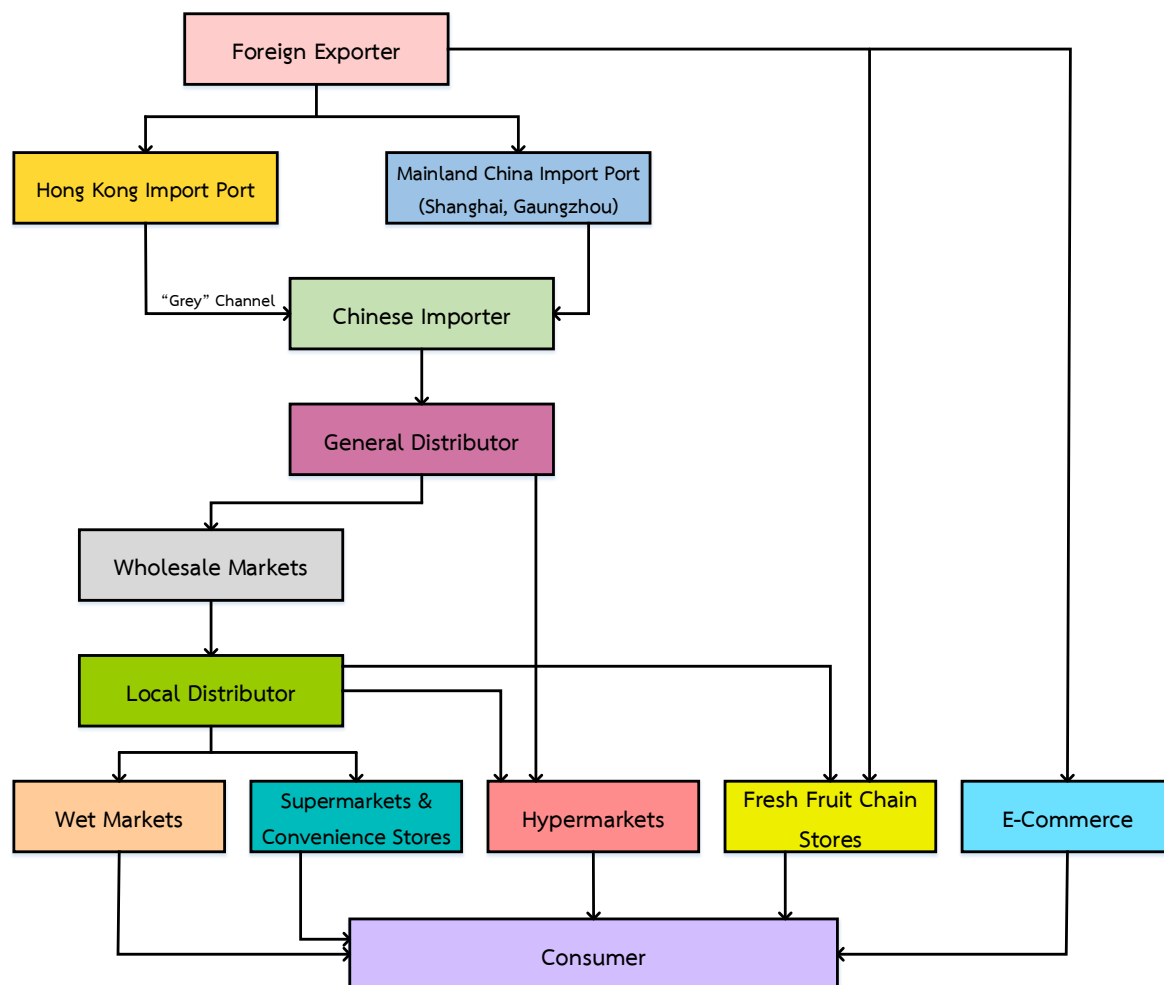
¹¹ Exporting Fresh Fruit and Vegetables to China A Market Overview and Guide for Foreign Suppliers M.Z. Marketing Communications: PMA China Market Development Representative© Produce Marketing Association 2016

¹² Exporting Fresh Fruit and Vegetables to China A Market Overview and Guide for Foreign Suppliers M.Z. Marketing Communications: PMA China Market Development Representative© Produce Marketing Association 2016

ชาวจีนที่เรียกว่า Import Partner ซึ่งการทำงานร่วมกับพ่อค้าจีนมีความจำเป็นอย่างมากสำหรับผู้ส่งออกต่างชาติ หากผู้ส่งออกนั้นต้องการขยายธุรกิจและกิจการเข้าไปในประเทศจีน โดยเฉพาะบริษัทเล็ก ๆ ที่อาจมีประสบการณ์น้อยหรือไม่มีเครือข่ายในประเทศจีนมากนัก

ทั้งนี้ยังมีรูปแบบของการทำธุรกิจแบบ Wholly Foreign- Owned Enterprise หรือ WFOE ซึ่งเป็นรูปแบบของการลงทุนของนักลงทุนต่างชาติในประเทศจีน ซึ่งการทำธุรกิจในรูปแบบนี้สามารถนำเข้าจากประเทศต้นทางได้เลยโดยไม่ต้องผ่าน Third Party ซึ่งผู้ส่งออกต่างชาติเหล่านี้ สามารถควบคุมกระบวนการการนำเข้า โดยที่ไม่จำเป็นต้องมีพาร์ตเนอร์เป็นคนจีน โดยมีสิทธิ์ในการรับผิดชอบกระบวนการผ่านศุลกากรทุกอย่างได้เองแต่กระบวนการทุกอย่างจะเป็นภาษาจีน เมื่อก่อนหน้านี้ยังมีปัญหาในด้านทุนการจัดตั้งหรือ Set up cost และมักใช้เวลาามาก และกระบวนการในการสมัครมีความยุ่งยากมาก เนื่องจากมีอุปสรรคในด้านของภาษาและการสื่อสาร เพราะไม่มีพาร์ตเนอร์เป็นชาวจีน จึงมีนักลงทุนต่างชาติในรูปแบบ WFOE นี้ค่อนข้างน้อย แต่ในปัจจุบันมีการปรับปรุงพัฒนาในแง่ของกระบวนการมากขึ้น จึงทำให้ผู้ลงทุนต่างชาติสามารถลงทุนในรูปแบบนี้ได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะบริษัทที่ดำเนินงานในเขต China Free Trade Zone เช่น แถวเซี่ยงไฮ้ FTZ เป็นต้น

สำหรับช่องทางการจำหน่าย (Distribution Channel) หรือช่องทางการกระจายจัดจำหน่ายสินค้าไปยังประเทศจีน แต่เดิมมีการนำเข้าผักผลไม้เข้าสู่ประเทศจีน โดยมีการนำเข้าจากฮ่องกง และผ่านเข้าไปยังจีนแผ่นดินใหญ่ ซึ่งมีทั้งที่ถูกกฎหมายและผิดกฎหมายที่เรียกว่า Grey Distribution Channels และอีกเส้นทางหลักทางหนึ่งคือ ผ่านเข้าไปทางท่าเรือของประเทศจีนหรือ Mainland China Port โดยตรง ดังแสดงในรูปที่ 2-4



รูปที่ 2-4 แผนภูมิช่องทางการกระจายและขนส่งผลไม้นำเข้าของจีน

ที่มา: EU SME Centre Sector Report: The Food & Beverage Market in China 2015; USDA 2014 Retail Report¹³
ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

โดยที่ผ่านมานั้นผู้ส่งออกผักผลไม้สดจากต่างชาติ ได้ใช้เส้นทางการนำเข้าสินค้าเข้าสู่ตลาดยังประเทศจีนโดยผ่านฮ่องกง ซึ่งฮ่องกงเองได้ดำเนินการเป็นเหมือนท่าเรือเสรี (Free Port) ซึ่งปราศจากภาษี VAT และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ โดยผักผลไม้ที่ส่งออกมาในทางนี้นำเข้าไปยังประเทศจีนอีกทีหนึ่ง ซึ่งอาจไม่ได้ผ่าน Grey Channel ก็ได้ซึ่ง Grey Channel นั้นหมายถึง สินค้าและกระบวนการนำเข้าที่ไม่ได้ถูกกฎหมายทั้งหมดซึ่งสินค้านำเข้าบางส่วนอาจมีการหลีกเลี่ยงการเสียภาษีศุลกากรหรืออาจมีคุณสมบัติ มาตรฐาน หรือคุณภาพไม่ครบตามที่แจ้ง หรือไม่มีเอกสารรับรองอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งอีกเหตุผลหนึ่งที่พ่อค้าต้องการส่งผ่านสินค้าผ่านช่องทางนี้ คือมีความรวดเร็วกว่าช่องทางอื่น เนื่องจากสินค้าเกษตรเป็นสินค้าที่เน่าเสียได้ง่าย จึงต้องการหลีกเลี่ยงขั้นตอนการนำเข้าการตรวจสอบที่ใช้เวลานาน จึงเลือกมาทางนี้ ทั้งนี้การใช้ช่องทางนี้ของผู้นำเข้า ได้ลดลงอย่างต่อเนื่องในเมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมา เนื่องจากสาเหตุของการบังคับใช้กฎหมาย และความเข้มงวดในการ

¹³ EU SME Centre Sector Report: The Food & Beverage Market in China 2015; USDA 2014 Retail Report

ตรวจสอบของทางการจีนเอง รวมทั้งการลดภาษีนำเข้าหรือแม้กระทั่งการงดเว้นภาษี ในบางประเทศที่ได้ลงนามในการทำ FTA กับประเทศจีนนั่นเอง

2.1.1.6 การนำเข้าโดยตรงกับทางประเทศจีนหรือ Direct export to Mainland¹⁴

การส่งออกไปยังประเทศจีนโดยไม่ผ่านฮ่องกงได้กลายเป็นช่องทางหลักในการกระจายสินค้าสำหรับผู้ส่งออกต่างชาติ โดยผู้ส่งออกจะส่งของไปยังท่าเรือโดยตรง คือ ไปยังกว่างโจวและเซี่ยงไฮ้ ซึ่งเป็นวิธีการเข้าถึงตลาดที่มีประสิทธิภาพที่สุด (รูปที่ 2-4) อีกทั้งทางรัฐบาลจีนได้มีการจัดตั้ง Free Trade Zone หรือ FTZ ในเซี่ยงไฮ้ เทียนจิน กวางตุ้ง ฟูเจี้ยน ซึ่งในแต่ละท่าเรือนี้ได้จัดให้มีการรวมเอาขั้นตอนการตรวจสอบและกักกันสินค้ามาไว้ในที่เดียวโดยใช้เวลาเพียง 6- 48 ชั่วโมงในการตรวจสอบ ดังนั้นจึงเป็นการลดต้นทุนของผู้นำเข้าและยังเป็นการช่วยรักษาความสดใหม่ของผลผลิตเพื่อให้มีการนำส่งสินค้าแก่ผู้บริโภคได้เร็วขึ้น เซี่ยงไฮ้จึงยังคงเป็นท่าเรือที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในการส่งออกสินค้าไปยังประเทศจีน ทั้งนี้ท่าเรืออื่น ๆ ได้แก่ ปักกิ่ง ยังมีปัญหาในการขนส่ง (Shipping) อยู่เนื่องจากใช้เวลาในขั้นตอนต่าง ๆ นานกว่า

อีกทางหนึ่งประเทศจีนได้มีการพัฒนาระบบการขนส่งสาธารณะประเภทห่วงโซ่ความเย็นหรือ Cold- chain เพิ่มมากขึ้น เช่น ความสามารถในการเก็บอยู่ที่ 10 ล้านลูกบาศก์เมตร และมีรถเย็นควบคุมอุณหภูมิ 12,000 คันในปี พ.ศ. 2550 และเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2558 เป็น 106 ล้านลูกบาศก์เมตรและมีรถควบคุมอุณหภูมิทั้งหมด 89,000 คัน ซึ่งการเจริญเติบโตของระบบสาธารณะประเภท Cold- chain นี้ส่วนใหญ่จะอยู่ในเมืองหลัก เช่น เซี่ยงไฮ้ กว่างโจว ฟูเจี้ยน และเทียนจินเท่านั้น และนี่เป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้การนำเข้าผลไม้ผ่านท่าเรือของฮ่องกงลดลง อีกทั้งการศึกษานี้ยังได้พูดถึงช่องทางของตลาดค้าส่งและค้าปลีก รวมทั้งแนวโน้มการค้าปลีกสมัยใหม่ที่เริ่มเป็นที่นิยมในตลาดจีนด้วย เช่น "Pagoda" ซึ่งเป็นร้านค้าปลีกสำหรับผลไม้นำเข้าที่ได้รับความนิยมอย่างมากและจัดว่าเป็น specialized fresh fruit boutique ทั้งนี้รวมถึงตลาดในเขต FTZ และระบบอีคอมเมิร์ซ (E-commerce) แบบ Online to Offline (O2O) และการนำเข้าสินค้าโดยตรงของผู้ค้าปลีกระดับ Premium Supermarket

โดยช่องทางของอีคอมเมิร์ซ ได้เป็นช่องทางที่มีการเจริญเติบโตสูงมากโดยเฉพาะในประเทศจีนและกลายเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในเมืองที่เรียกว่า Tier 1 หรือเมืองหลักของประเทศ โดยการค้าขายประเภท Cross Border หรือ Business to Consumer E-commerce (B2C) ได้รับความนิยมและมีบทบาทอย่างมาก เนื่องจากกระบวนการจัดส่งที่รวดเร็ว คงความสดใหม่ และขั้นตอนการกักกันการตรวจสอบคุณภาพมีการทำให้สั้นลงสำหรับผู้ค้าประเภท B2C Cross Border E-commerce

¹⁴ Exporting Fresh Fruit and Vegetables to China A Market Overview and Guide for Foreign Suppliers M.Z. Marketing Communications: PMA China Market Development Representative© Produce Marketing Association 2016

2.1.1.7 การแข่งขันด้านอีคอมเมิร์ซ (E-commerce) ของผลไม้สด¹⁵

ปัจจุบันการแข่งขันในตลาดอีคอมเมิร์ซในประเทศจีนโดยเฉพาะผลไม้นำเข้ามีการแข่งขันสูงและรุนแรงมาก โดยเฉพาะในกลุ่มของ Alibaba และ JD.com ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ สำหรับผลไม้นำเข้าที่ใหญ่ที่สุดซึ่ง JD.com ได้ลงทุนสร้างให้เกิด Fruit Day ในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งเป็นร้านขายผลไม้ค้าปลีกประเภท Hi-End ในปี พ.ศ. 2552 ส่วนในปี พ.ศ. 2557 Alibaba ได้เริ่มลงทุนใน Yiguo ซึ่งเป็นบริษัทขายผลไม้ออนไลน์แห่งแรก

ส่วนความท้าทายของการทำอีคอมเมิร์ซประเภท O2O คือการที่จะรักษาความสดและคุณภาพของสินค้าที่จะผ่านทางช่องทาง O2O ตัวอย่างเช่น ในขณะนี้การเก็บในที่เก็บควบคุมอุณหภูมิยังไม่เพียงพอ รวมทั้งต้นทุนการขนส่งที่ค่อนข้างสูง การขนส่งล่าช้าและขาดประสิทธิภาพ รวมทั้งมีปัญหาด้านเครือข่ายการจัดส่งสินค้าและการกระจายสินค้า เนื่องจากการขาดประสบการณ์สำหรับร้านค้าปลีกในการจัดการสินค้าประเภทผักผลไม้ ดังนั้น B2C อีคอมเมิร์ซยังคงเป็นช่องทางออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในการจัดซื้อของสดและผลไม้สดของชาวจีนอยู่

ทั้งนี้ความท้าทายในอนาคต ในแง่ของการเข้าถึงตลาด ประเด็นการเมือง การกระจายสินค้า และการจัดการห่วงโซ่ความเย็น รวมถึงการป้องกันทรัพย์สินทางปัญญา อีกทั้งการสร้างเครือข่ายและความสัมพันธ์ที่ดีของผู้ประกอบการนั้นเป็นสิ่งสำคัญมากที่สุดในการที่จะประสบความสำเร็จในธุรกิจการนำเข้าผลไม้สดมายังประเทศจีนและนั่นคือสิ่งที่เรียกว่าการรักษา "Guanxi" หรือความสัมพันธ์ที่มีผลประโยชน์ร่วมกันนั่นเอง

2.1.1.8 การนำเข้าผ่านช่องทาง Grey Channel

อย่างไรก็ดี นอกจากช่องทางการนำเข้าแบบเป็นทางการแล้ว ยังมีอีกช่องทางในการเข้าถึงตลาดในประเทศจีน โดยผ่านทาง Grey Channel สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารที่มาจากต่างประเทศ ผู้นำเข้าส่วนใหญ่ที่เป็นชาวจีนมักจะใช้ช่องทางนี้ในการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเข้าสู่ตลาดในประเทศจีน โดย Grey Channel หมายถึง สินค้าที่กึ่งถูกกฎหมายและผิดกฎหมาย ที่อาจเกิดขึ้นจากการจัดการปลอมแปลงเอกสารฉลากสินค้า หรือหลีกเลี่ยง หรือจ่ายภาษีค่าธรรมเนียมเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น โดยที่ไม่ใช่การลักลอบเข้ามา เพียงแต่มีการปฏิบัติไม่ถูกต้องทั้งหมดตามกฎหมายและกระบวนการที่รัฐกำหนดหรือที่ควรจะเป็นเท่านั้น ซึ่งเหตุผลสำคัญที่ผู้นำเข้าสินค้าประเภทอาหารผักผลไม้จำเป็นต้องใช้ช่องทางนี้ ด้วยสาเหตุทางด้านเศรษฐกิจและกำไรเป็นหลัก โดยปกติแล้วกฎเกณฑ์การนำเข้าสินค้านั้นจะสูงกว่าในช่องทางปกติที่ต้องส่งไปยังประเทศจีน ดังนั้นหากนำเข้าช่องทาง Grey Channel นี้ ผู้ค้าจะได้กำไรที่สูงกว่า เนื่องจากการนำเข้าในช่องทางปกติต้องมีการปฏิบัติตามเกณฑ์ต่าง ๆ มากมาย เช่น ด้านสุขอนามัยของพืชและสัตว์หรือ SPS requirement ทั้งนี้ทำให้ผู้นำเข้าต้องประสบปัญหาหลายประการ เช่น ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการนำเข้า และความล่าช้าในการ

¹⁵ อ้างแล้วใน Exporting Fresh Fruit and Vegetables to China A Market Overview and Guide for Foreign Suppliers M.Z. Marketing Communications (2016)

นำเข้าหรือสินค้าเน่าเสีย ดังนั้นหากผู้นำเข้ามีการนำเข้าผ่านทางช่องทางที่ถูกกฎหมายจะต้องประสบกับต้นทุนทางภาษี ค่าธรรมเนียม ที่สูงกว่าที่จะต้องจ่ายให้กับทางรัฐบาล ดังนั้นการใช้ช่องทาง Grey Channel นี้จะช่วยเหลือและยืดอายุของธุรกิจรวมทั้งเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งได้

ดังนั้นการนำเข้าสินค้าเข้าสู่ประเทศจีนโดยสรุปสามารถทำได้ 3 ช่องทางดังนี้คือ 1) ผ่านเข้าทางฮ่องกง 2) การเข้าไปยังประเทศจีนโดยตรง และ 3) ผ่านเข้าไปยังประเทศจีนโดยช่องทาง Grey Channel ¹⁶ ซึ่งช่องทางที่ผ่านทางฮ่องกงนั้นเป็นที่ทราบกันว่า เส้นทางนี้จะไม่มีการเก็บภาษีและไม่มีการกักกันการตรวจคุณภาพที่เข้มงวดมากนัก ดังนั้นการเข้าถึงตลาดจึงค่อนข้างตรงไปตรงมาและไม่ยุ่งยากมาก อีกข้อได้เปรียบหนึ่งในการใช้เส้นทางผ่านทางฮ่องกงนี้คือ ความไว้วางใจ (Reliability) ในแง่ของการชำระเงิน เนื่องจากฮ่องกงและจีนมีการทำธุรกิจกันอย่างใกล้ชิด ดังนั้นจึงมีความเสี่ยงน้อยมากสำหรับการผิดสัญญาการชำระค่าใช้จ่ายจากทางบริษัทชาวจีน เนื่องจากทางประเทศจีนค่อนข้างจะมีปัญหาด้านระบบเครดิต จึงทำให้ผู้ค้าขายกับทางพ่อค้าจีนมักประสบกับการค้างชำระเงินอยู่บ่อยครั้ง อีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ช่องทางการส่งออกผ่านทางฮ่องกงนี้เป็นที่นิยม คือการเข้าถึงตลาดที่ง่าย ไม่ต้องมีเอกสารมากมาย เมื่อเปรียบเทียบกับทางส่งออกโดยตรงกับทางจีน อีกทั้งท่าเรือฮ่องกงเป็นท่าเรือที่มีประสิทธิภาพติดอันดับโลก จึงได้รับประโยชน์เกี่ยวกับประสิทธิภาพและ Turn Around Time รวมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการจัดเก็บที่เพียงพอ ดีกว่าประเทศจีน และยังใกล้เคียงกับท่าเรือเงินเงินอีกด้วย

สำหรับการนำเข้าสินค้าโดยตรงสู่ Mainland China จากต่างประเทศผ่านทางท่าเรือที่ถูกกฎหมายในประเทศจีน ข้อดี คือ สามารถลดความเสี่ยงหรือปัญหาเกี่ยวกับการขนส่ง การขาดตอนของการจัดส่งแบบ Cold-chain และไม่จำเป็นต้องมีเอกสารในการ Re-export อีก และได้รับข้อมูลที่ครบถ้วน แต่ข้อเสียเปรียบหลักสำหรับช่องทางตรงนี้ คือ การที่จะต้องไปจัดการติดต่อกับหน่วยงานด้านภาษีนำเข้า โควต้าและกฎระเบียบมาตรฐานสินค้าที่เข้มงวดของ AQSIQ และข้อเสียอีกข้อหนึ่งสำหรับช่องทางนำเข้าสินค้าไปยังประเทศจีนโดยตรงผ่าน Grey channel คือ การชำระเงินของผู้นำเข้าชาวจีน เนื่องจากบางครั้งจะมีปัญหาเกี่ยวกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา และกระบวนการที่ผู้นำเข้าชาวจีนดำเนินการและจ่ายให้กับผู้ส่งออกต่างชาติ

ตั้งแต่ประเทศจีนได้ร่วมกับ WTO ในปี พ.ศ. 2544 ทำให้การนำเข้าสินค้าเป็นไปด้วยความยากขึ้น โดยก่อนที่ประเทศจีนเข้าร่วมกับ WTO การนำเข้าอาหารสามารถทำได้ง่ายมาก ไม่ว่าจะเป็นนำเข้ามาจากประเทศไหนในโลก ช่องทาง Grey Channel จึงเกิดขึ้นมาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2544 เป็นต้นมา ผู้นำเข้าผ่าน Grey Channel นี้จะมีข้อได้เปรียบอยู่ 3 ประการคือ 1) การเข้าถึงตลาดที่เมื่อก่อนไม่สามารถเข้าถึงได้ง่าย 2) การลดปริมาณสินค้าเน่าเสียลงโดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหารผักผลไม้สด 3) หลีกเลี่ยงการเสียภาษีนำเข้าสูงโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูง เนื่องจากการนำเข้าผ่านทางช่องทางนี้จะเสียค่าธรรมเนียมการค้าแบบอัตราคงที่ ที่มีความ

¹⁶ Ray Collins and Ximing Sun. China's grey channels as access points for foreign food products to the Chinese domestic market. China Information 24(1) 61–74© The Author(s) 2010 Reprints and permission: DOI: 10.1177/0920203X09354962

ผันผวนไม่เกินร้อยละ 20 เท่านั้น ไม่ว่ามูลค่าสินค้าที่นำเข้าจะสูงเพียงใด จึงทำให้ผู้นำเข้าสามารถเพิ่มกำไรและ
การแข่งขันในธุรกิจของตนได้ แต่ข้อเสีย คือ ขณะที่มีการเฟื่องฟูของเจ้าหน้าที่รัฐของจีน จึงทำให้เกิดความ
เสี่ยงในแง่ของการถูกจับปรับ กักขัง และถูกดำเนินการทางกฎหมายได้¹⁷

ทั้งนี้การนำเข้าผักผลไม้สดไปยังประเทศจีนมีการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 27 ในปี พ.ศ. 2556 และมี
มูลค่าเพิ่มขึ้นทุกปี ทั้งนี้ตลาดนำเข้าผลไม้สดไปยังฮ่องกงได้พบกับปัญหาและมีการเติบโตลดลง เนื่องจากผู้
ส่งออกต่างชาติเปลี่ยนวิธีการส่งออกจากฮ่องกงไปเป็นการส่งออกโดยตรงกับทางประเทศจีน ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ว่า
การที่ส่งออกผลไม้ผ่านช่องทาง Grey Channel มีความยากมากขึ้น ในปี พ.ศ. 2558 ประเทศไทยเป็นยังคง
เป็นประเทศเดียวที่มีมูลค่าการส่งออกไปยังประเทศจีนเกิน 1 พันล้านเหรียญ ถึงแม้ว่ามูลค่าจะลดลงเป็น
ร้อยละ 12.1 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2556¹⁸

2.1.2 สถานการณ์การขนส่งและโลจิสติกส์ในการส่งทุเรียนจากภาคตะวันออกไปยังประเทศจีน

การขนส่งผลไม้จากประเทศไทยไปจำหน่ายในประเทศจีน มีเส้นทางการขนส่งที่หลากหลายทั้งทางบก
ทางทะเล และทางอากาศ ใช้ระยะเวลาในการขนส่งไม่นานนัก ทั้งนี้เส้นทางการนำเข้าผลไม้จากไทย มีดังนี้¹⁹

2.1.2.1 การขนส่งทางเรือ

สำหรับการขนส่งทางเรือ แต่เดิมการขนส่งทางทะเลมีอยู่ด้วยกัน 2 เส้นทาง คือ เส้นทางที่ 1 จากท่าเรือ
แหลมฉบังไปยังนครกว่างโจว และเส้นทางที่ 2 จากท่าเรือแหลมฉบังไปยังนครเซี่ยงไฮ้²⁰ มีรายละเอียดดังนี้

1. เส้นทางที่ 1 จากท่าเรือแหลมฉบังไปยังนครกว่างโจว มี 2 เส้นทาง คือ
 - เส้นทางจากท่าเรือแหลมฉบังไปยังท่าเรือจินเจิน (เซอโซว) โดยในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดปกติ ค่า
ระวางเรือการขนส่งสำหรับตู้ปรับอากาศขนาด 40 ฟุต มีค่าระวางเรือ 1,300 ดอลลาร์สหรัฐ หรือ
ประมาณ 39,000 บาท²¹

¹⁷ อ้างแล้วใน China's grey channels as access points for foreign food products to the Chinese domestic market. (2010)

¹⁸ อ้างแล้วใน Exporting Fresh Fruit and Vegetables to China A Market Overview and Guide for Foreign Suppliers M.Z. Marketing Communications (2016)

¹⁹ รายงานศึกษาฉบับกลางโครงการเชื่อมโยงสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์สู่ชายแดนประเทศเพื่อนบ้าน และประเทศเพื่อนบ้าน
กิจกรรมศึกษาผลกระทบกรณีผู้ประกอบการรับซื้อผลไม้ชาวต่างด้าว (ลิ่งชาวต่างประเทศ) เข้ามาประกอบธุรกิจในแหล่งผลิต
ผลไม้ของไทย, กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 1, กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์. (2559).

²⁰ รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาการขยายตลาดผลไม้สดไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ภายใต้การเปิดเขตการค้า
เสรีไทย-จีน, ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2555)

²¹ อัตราแลกเปลี่ยน 30 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ

- เส้นทางจากท่าเรือแหลมฉบังไปยังท่าเรือฮ่องกง โดยในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดปกติ ค่าระวางเรือ การขนส่งสำหรับตู้ปรับอากาศขนาด 40 ฟุต มีค่าระวางเรือ 1,150 ดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 34,500 บาท

สำหรับระยะทาง เวลา และต้นทุนในการกระจายสินค้าทางบกจากนครกว่างโจวไปยังเมืองต่าง ๆ ของประเทศจีนมีดังตารางที่ 2-6

ตารางที่ 2-6 ระยะทาง เวลา และต้นทุนในการกระจายสินค้าทางบกจากนครกว่างโจวไปยังเมืองต่าง ๆ ของประเทศจีน

ปลายทาง	ระยะทาง	ระยะเวลา	ต้นทุนการขนส่ง
นครเซี่ยงไฮ้	706	9 ชั่วโมง 10 นาที	1.15 บาท/กิโลกรัม
นครหนานหนิง	578	8 ชั่วโมง 30 นาที	1.00 บาท/กิโลกรัม
นครปักกิ่ง	2,225	1 วัน 4 ชั่วโมง	3.60 บาท/กิโลกรัม
นครซีอาน	1,812	22 ชั่วโมง 30 นาที	3.00 บาท/กิโลกรัม
นครฉงชิ่ง	1,661	22 ชั่วโมง 10 นาที	2.70 บาท/กิโลกรัม
นครเฉิงตู	1,981	1 วัน 2 ชั่วโมง	3.20 บาท/กิโลกรัม
นครเซี่ยงไฮ้	1,547	19 ชั่วโมง	2.50 บาท/กิโลกรัม
นครคุนหมิง	1,406	20 ชั่วโมง 30 นาที	2.25 บาท/กิโลกรัม

ที่มา: ปรับปรุงข้อมูลจากรายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาการขยายตลาดผลไม้สดไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ภายใต้การเปิดเขตการค้าเสรีไทย-จีน, ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2555)

2. เส้นทางที่ 2 จากท่าเรือแหลมฉบังไปยังนครเซี่ยงไฮ้ มี 3 เส้นทาง คือ

- เส้นทางจากท่าเรือแหลมฉบังไปยังท่าเรือเซี่ยงไฮ้ โดยในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดปกติ ค่าระวางเรือ การขนส่งสำหรับตู้ปรับอากาศขนาด 40 ฟุต มีค่าระวางเรือ 1,350 ดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 40,500 บาท
- เส้นทางจากท่าเรือแหลมฉบังไปยังท่าเรือหนิงโป โดยในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดปกติ ค่าระวางเรือ การขนส่งสำหรับตู้ปรับอากาศขนาด 40 ฟุต มีค่าระวางเรือ 1,450 ดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 43,500 บาท
- เส้นทางจากท่าเรือแหลมฉบังไปยังท่าเรือไถ่เกาเฉียว โดยในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดปกติ ค่าระวางเรือ การขนส่งสำหรับตู้ปรับอากาศขนาด 40 ฟุต มีค่าระวางเรือ 1,350 ดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 40,500 บาท

การศึกษา Research on route selection fruit maritime logistic Thailand to Guangxi ในประเทศจีน นำเสนอว่า ผลไม้ไทยบางส่วนจะถูกส่งออกจากอ่าวไทย ข้ามมหาสมุทรแปซิฟิก และข้ามทะเลจีนใต้ไปยังเมืองหนานหนิงใน มณฑลกว่างซี โดยท่าเรือผิงเสียง (Pingxiang) ได้กลายเป็นช่องทางหลักสำหรับการนำเข้าและส่งออกผลไม้จีน - อาเซียน และกว่างซีได้กลายเป็นช่องทางที่ใหญ่ที่สุดสำหรับนำเข้าผลไม้จากประเทศอาเซียนเพื่อเข้าสู่จีนแผ่นดินใหญ่ ท่าเรือที่ได้รับการอนุมัติสำหรับนำเข้าผลไม้มีถึง 7 ท่า ทั้งนี้ในปี พ.ศ.2559 กว่างซีได้นำเข้าผลไม้ถึง 920,100 ตันที่ท่าเรือที่กำหนด โดยมีมูลค่ามากถึง 515 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2558 ปริมาณการนำเข้าผลไม้ในกว่างซีสูงถึง 1,306,700 ตัน ซึ่งเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าในรอบสามปี และครองอันดับสูงสุดของมณฑลในจีน

2.1.2.2 เส้นทางขนส่งผลไม้ไทยไปยังกว่างซี

เส้นทางขนส่งผลไม้ไทยไปยังกว่างซีมีอยู่ 3 เส้นทางหลัก²²

1. เส้นทางที่ 1: แหลมฉบัง-ท่าเรือ Fangchenggang-หนานหนิง การส่งออกสินค้าเกษตรในประเทศไทย แหลมฉบังจัดส่งไปยังท่าเรือ Fangchenggang ใช้เวลา 3-4 วันและขนส่งไปยังหนานหนิง ระยะทาง 140 กิโลเมตร ใช้เวลาขับรถประมาณ 2 ชั่วโมง

ค่าใช้จ่ายในการขนส่งผลไม้จากประเทศไทยไปยังท่าเรือ Fangchenggang ถึงหนานหนิงแสดงในตารางที่ 2-7

ตารางที่ 2-7 ค่าใช้จ่ายในการขนส่งผลไม้จากประเทศไทยไปยังท่าเรือ Fangchenggang

	รายการ	ตู้คอนเทนเนอร์มาตรฐาน USD / 40 ft (ประมาณ 20 ตัน)
1	ค่าขนส่งสินค้า แหลมฉบัง ไป Fangchenggang	1,210
2	ค่าธรรมเนียมท่าเรือ Fangchenggang	774
3	ค่าธรรมเนียมพิธีการศุลกากร	624
4	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	1,985
5	การขนส่งทางบก Fangchenggang ไปยังหนานหนิง	375
	ค่าใช้จ่ายทั้งหมด	4,968

ที่มา: รายงานการวิจัยระบบโลจิสติกส์เพื่อการส่งออกสินค้าเกษตรในประเทศไทยปี พ.ศ. 2558

²² 马荣伟, "Research on route selection fruit maritime logistic Thailand to Guangxi," (master's thesis, Guangxi University, 2017), เลขหน้า 32

2. เส้นทางที่ 2: แหลมฉบั๋ง - เซินเจิ้น ท่าเรือ Shekou – ตลาดขายส่งผักและผลไม้เจียงหนาน ในกวางโจว – หนานหนิง เส้นทางดังกล่าว ใช้เวลา 4-5 วันจากแหลมฉบั๋งไปยังท่าเรือ Shekou ที่เซินเจิ้น ตามด้วยเดินทางทางบก 2 ชั่วโมง มาถึงที่ตลาดขายส่งผักและผลไม้เจียงหนาน ในกวางโจว ประมาณ 132 กิโลเมตร พ่อค้าผลไม้หลายคนในหนานหนิงนำเข้าผลไม้จากตลาดแห่งนี้ จากกวางโจวไปหนานหนิงขับรถประมาณ 570 กิโลเมตร ใช้เวลา 5 ชั่วโมง

ค่าใช้จ่ายในการขนส่งผลไม้จากประเทศไทยไปยังเซินเจิ้นเซเคอพอร์ตแล้วโอนไปยังหนานหนิงแสดงในตารางที่ 2-8

ตารางที่ 2-8 ค่าใช้จ่ายในการขนส่งผลไม้จากประเทศไทยไปยังเซินเจิ้นเซเคอพอร์ตแล้วโอนไปยังหนานหนิง

	รายการ	ตู้คอนเทนเนอร์มาตรฐาน USD / 40 ft (ประมาณ 20 ตัน)
1	ค่าขนส่งสินค้าแหลมฉบั๋งไปท่าเรือ Shekou ที่เซินเจิ้น	1,300
2	ค่าธรรมเนียมท่าเรือ Shekou ที่เซินเจิ้น	842
3	ค่าธรรมเนียมพิธีการศุลกากร	780
4	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	1,986
5	ค่าขนส่งจากท่าเรือ Shekou ที่เซินเจิ้น ไปยังตลาดขายส่งผักและผลไม้เจียงหนานในกวางโจว	330
6	ค่าธรรมเนียมการจัดการตลาดขายส่งผักและผลไม้เจียงหนานในกวางโจว	400
7	ค่าขนส่งสินค้าทางบกจากตลาดขายส่งผักและผลไม้เจียงหนานในกวางโจวไปยังหนานหนิง	1,100
	ค่าใช้จ่ายทั้งหมด	6,738

ที่มา: รายงานการวิจัยระบบโลจิสติกส์เพื่อการส่งออกสินค้าเกษตรในประเทศไทยปี พ.ศ. 2558

3. เส้นทางที่ 3: แหลมฉบั๋ง - ฮ่องกง – ตลาดขายส่งผักและผลไม้เจียงหนาน ในกวางโจว - หนานหนิง การขนส่งบนเส้นทางนี้ใช้เวลา 4-5 วัน จากแหลมฉบั๋งไปยังท่าเรือฮ่องกง จากนั้นจะใช้ขนส่งทางบกจากฮ่องกงไปกวางโจว Foshan ระยะทางประมาณ 175 กิโลเมตร ใช้เวลา 2 ชั่วโมง 30 นาที จากนั้น

ขนส่งทางบกจะเดินทางจากกว่างโจว Foshan ถึงตลาดขายส่งผักและผลไม้เจียงหนาน ในกว่างโจว²³
ค่าใช้จ่ายในการขนส่งผลไม้ไทยไปฮ่องกงและการขนส่งหนานหนิงจะแสดงในตารางที่ 2-9

ตารางที่ 2-9 ค่าใช้จ่ายในการขนส่งผลไม้ไทยไปฮ่องกงและการขนส่งหนานหนิง

	รายการ	ตู้คอนเทนเนอร์มาตรฐาน USD / 40 ft (ประมาณ 20 ตัน)
1	ค่าขนส่งสินค้าแหลมฉบังไปท่าเรือฮ่องกง	1,150
2	ค่าธรรมเนียมการจัดการท่าเรือฮ่องกง	658
3	ค่าธรรมเนียมพิธีการศุลกากร	440
4	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	1,556
5	ค่าขนส่งจากฮ่องกงไปยังตลาดขายส่งผักและผลไม้ เจียงหนานในกว่างโจว	700
6	ค่าธรรมเนียมการจัดการตลาดขายส่งผักและผลไม้ เจียงหนานในกว่างโจว	400
7	ค่าขนส่งสินค้าทางบกตลาดขายส่งผักและผลไม้ เจียงหนานในกว่างโจวไปยังหนานหนิง	1,100
	ค่าใช้จ่ายทั้งหมด	6,004

ที่มา: รายงานการวิจัยระบบโลจิสติกส์เพื่อการส่งออกสินค้าเกษตรในประเทศไทยปี พ.ศ. 2558

2.1.2.3 เส้นทางขนส่งทางแม่น้ำโขง

การขนส่งผลไม้ทางเส้นทางขนส่งทางแม่น้ำโขงจากท่าเรือเชียงแสนของประเทศไทยไปประเทศจีนมี 3
เส้นทาง คือ

1. จากท่าเรือเชียงแสน ประเทศไทย ไปยังท่าเรือกว๋นเหล่ย์ ประเทศจีน
2. จากท่าเรือเชียงแสน ประเทศไทย ไปยังท่าเรือเชียงรุ่ง (จิ่งหง) ประเทศจีน
3. จากท่าเรือเชียงแสน ประเทศไทย ไปยังท่าเรือซือเหมา ประเทศจีน สรุปรายละเอียดของแต่ละ
เส้นทางดังตารางที่ 2-10 และอัตราค่าขนส่งทางแม่น้ำโขง (จากท่าเรือเชียงแสน) ดังตารางที่ 2-11

²³ Ibid., 1

ตารางที่ 2-10 เส้นทางขนส่งทางแม่น้ำโขงจากท่าเรือเชียงแสนของประเทศไทยไปประเทศจีน

ปลายทาง	ระยะเวลา	
	ขาขึ้น	ขาล่อง
ท่ากวนเหล่ย ประเทศจีน	ใช้เวลาเดินทาง 3 วัน	ใช้เวลาเดินทาง 2 วัน
ท่าเชียงรุ่ง (จิ่งหง) ประเทศจีน	ใช้เวลาเดินทาง 4 วัน	ใช้เวลาเดินทาง 3 วัน
ท่าซือเหมา ประเทศจีน	ใช้เวลาเดินทาง 5 วัน	ใช้เวลาเดินทาง 4 วัน

ที่มา: รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาการขยายตลาดผลไม้สดไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ภายใต้การเปิดเขตการค้าเสรีไทย-จีน, ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2555)

ตารางที่ 2-11 อัตราค่าขนส่งทางแม่น้ำโขง (จากท่าเรือเชียงแสน)

ขนาดเรือ	ค่าขนส่งทางเรือ (บาทต่อตัน)		ค่าขนส่งทางบก (ค่าขนส่งและค่ายก) (บาทต่อตัน)
	พ.ค.-ธ.ค.	ธ.ค.-เม.ย.	
80 ตัน (เหมาลำ)	150,000-160,000	175,000-200,000	2,000-2,500
120-150 ตัน (เหมาลำ)	175,000-200,000	225,000-250,000	2,000-2,500
การไม่เข้าเหมาลำ	600-2,250 บาทต่อตัน		2,000-2,500

หมายเหตุ: ค่าขนส่งดังกล่าวไม่รวมค่าธรรมเนียมผ่านทางประเทศลาวร้อยละ 0.1 ไม่รวมภาษีนำเข้าประเทศ จีนหรือภาษีการค้าชายแดนและค่าบำรุงท่าเรือ

ที่มา: รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาการขยายตลาดผลไม้สดไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ภายใต้การเปิดเขตการค้าเสรีไทย-จีน, ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2555)

2.1.2.4 การขนส่งทางบก

1. เส้นทาง R3A

เส้นทางหมายเลข 3A (R3A) เป็นเส้นทางเชื่อมโยงระหว่าง จีน-ลาว-ไทย โดยเริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2538 ภายใต้โครงการ “สี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ” และเปิดใช้อย่างเป็นทางการเมื่อปลายเดือนมีนาคม พ.ศ. 2551 เป็นต้นมา “เส้นทาง R3A หรือ คุณมัน กงลู่” คือ เส้นทางเชื่อมกรุงเทพฯ สู่คุนหมิง ซึ่งมีต้นทางเริ่มจาก อำเภอ เชียงของ จังหวัด เชียงราย ประเทศไทย-บ่อแก้ว-หลวงน้ำทา-บ่อเต็น ของประเทศลาว-บ่อหาน-เชียงรุ่งหรือ จิ่งหง ในแคว้นสิบสองปันนา นครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ของประเทศจีน โดยมีระยะทางจากกรุงเทพฯ ถึง คุนหมิงรวมกว่า 1,858 กิโลเมตร เส้นทาง R3A เป็นการลดระยะเวลาในการขนส่ง เหลือเพียง 2-3 วัน จากการ

ขนส่งทางเรือ ซึ่งใช้เวลา 5-6 วัน ทำให้ผลไม้ไทยมีความสดยาวนานขึ้น และที่สำคัญจะเป็นการเพิ่มโอกาสการขยายปริมาณและมูลค่าการค้าระหว่างไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีนมากขึ้น สำหรับต้นทุนการขนส่งผลไม้ต่อตู้คอนเทนเนอร์ 40 ฟุต ประมาณ 7,840 ดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 235,200 บาท)

เส้นทาง R3A ถือเป็นเส้นทางการขนส่งผลไม้จากไทยสู่จีนที่มีศักยภาพสูง กำลังได้รับความนิยมจากผู้ประกอบการทั้ง 2 ประเทศ โดยเฉพาะผู้ประกอบการในจังหวัดภาคเหนือของไทย และผู้ประกอบการในจีนตอนใต้ แต่การขนส่งบนเส้นทาง R3A ยังคงมีปัญหาและอุปสรรคบางประการที่ขัดขวางไม่ให้เส้นทางการขนส่งนานาชาติเส้นนี้ถูกใช้อย่างเต็มขีดความสามารถ ได้แก่

- การถ่ายสินค้าบริเวณด่านบ่อเต็นของลาว “พิธีสารฯ” เป็นข้อตกลงทวิภาคีระหว่างไทยกับจีน โดยไม่ได้รวมถึงลาวในฐานะประเทศทางผ่านของเส้นทาง R3A ลาวจึงไม่อนุญาตให้รถขนส่งสินค้าไทยหรือจีนผ่านลาวเข้าสู่อีกประเทศได้โดยตรง จำเป็นจะต้องถ่ายสินค้าจากรถของฝ่ายหนึ่งไปยังรถของอีกฝ่ายที่มารอรับอยู่บริเวณจุดเปลี่ยนถ่ายสินค้าด่านบ่อเต็นของลาว ซึ่งทำให้มีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการขนส่งสูงขึ้นเฉลี่ย 2,000 - 3,000 หยวน มีต้นทุนด้านเวลาเพิ่มขึ้น 2 - 3 ชั่วโมง ยิ่งกว่านั้น ยังมีผลกระทบโดยตรงต่อสินค้าประเภทผักและผลไม้ ซึ่งอาจเกิดความบอบช้ำเสียหายระหว่างการถ่ายสินค้าและจำเป็นต้องเก็บในตู้สินค้าปรับอากาศตลอดกระบวนการขนส่งจากต้นทางถึงปลายทาง ปัจจุบัน ประเทศไทย ลาว และจีน ได้มีความพยายามในการจัดทำบันทึกความเข้าใจ 3 ฝ่าย เพื่ออำนวยความสะดวกการคมนาคมขนส่งข้ามพรมแดนบนเส้นทาง R3A ในระหว่างที่การให้สัตยาบัน “ความตกลงว่าด้วยการขนส่งข้ามพรมแดนในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง (GMS Cross Border Trade Agreement: GMS CBTA)” ซึ่งเมื่อลงนามบันทึกความเข้าใจแล้ว สามารถเดินรถตรงข้ามพรมแดนจะช่วยแก้ปัญหาการขนส่งถ่ายสินค้าบริเวณด่านบ่อเต็น
- การกำหนดราคาพึงชำระอากรเพื่อคำนวณภาษีมูลค่าเพิ่ม ผลไม้ไทยได้รับการยกเว้นภาษีศุลกากรนำเข้าภายใต้ FTA อาเซียน-จีน แต่ยังคงชำระภาษีมูลค่าเพิ่มที่ด่านชายแดนในอัตราร้อยละ 13 ของราคาพึงชำระอากร โดยพบว่าภาระการประเมินราคาพึงชำระอากรดังกล่าว ณ จุดนำเข้า ยังไม่มีความโปร่งใส และไม่มีมาตรฐานทั่วจีน อีกทั้งยังมีการเปลี่ยนแปลงราคาอ้างอิงบ่อยครั้ง โดยขาดแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน ทำให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนภาษีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น และไม่สามารถคำนวณต้นทุนภาษีมูลค่าเพิ่มที่แน่นอนได้ ทั้งนี้ราคาพึงชำระอากรใช้ราคาซื้อขาย (Transaction Value) ที่จะต้องสำแดงตามความสัตย์จริง ไม่ใช่ราคาประเมิน ส่วนในกรณีฝากขาย ซึ่งใช้กันมากสำหรับการซื้อขายผลไม้ไทยมายังจีนนั้น ปรากฏว่า ผู้นำเข้าจีนมักจะมีหลักฐานที่ไม่ชัดเจนในเรื่องราคาซื้อขาย ณ ขณะที่มีการนำเข้า เพราะยังไม่มีภาระจริง จึงต้องใช้กฎหมายเลขที่ 148 ข้อ 36 คือ ให้ผู้ชำระภาษีอากรเงินมาพบเจ้าหน้าที่จีน ณ ที่นำเข้า เพื่อกำหนดราคาพึงชำระอากร
- ความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนว่าต้นทุนสูงจากการจ่ายภาษีมูลค่าเพิ่มซ้ำซ้อน ของผู้ประกอบการในจีน (รวมถึงผู้ประกอบการไทย) ซึ่งในความเป็นจริงเป็นการเรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มเป็นทอด ๆ ต่อไปถึง

ผู้บริโภคร และผู้ประกอบการค้าปลีกสามารถนำภาษีขายที่ได้รับจากการขายผลไม้ไปหักจากภาษีซื้อที่
จ่ายให้ผู้ขนส่งผลไม้ แล้วจึงนำส่วนต่างไปชำระให้แก่กระทรวงการภาษีเงิน ซึ่งหมายความว่าไม่มีการ
จัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มซ้ำซ้อน เป็นเพียงความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน ซึ่งจำเป็นต้องทำความเข้าใจกับ
ผู้ประกอบการ



รูปที่ 2-5 เส้นทาง R3a

ที่มา: <http://www.uasean.com/kerobow01/1298>

2. เส้นทาง R9

เป็นเส้นทางถนนที่ออกจากไทยที่มุกดาหาร ผ่านสะหวันนะเขต ของลาว ด้านสะหวัน/ลาวบาว ฮาดิน
ถันหาว และฮานอยของเวียดนาม ไปเข้าจีนทางด่านโหยวอี๋กวาน เมืองผิงเสียง เขตากว่างซีจ้วง ซึ่งมีระยะทาง
จากกรุงเทพฯ ถึงประเทศจีนประมาณ 1,900 กิโลเมตร โดยระยะเวลาในการขนส่งผลไม้จากไทยไปจีนใช้เวลา
ประมาณ 39-42 ชั่วโมง ขณะที่การขนส่งทางเรือใช้เวลาประมาณ 7-10 วัน ซึ่งสำหรับผลไม้ซึ่งต้องการความ
ใหม่และสดแล้ว การร่นระยะเวลาขนส่งได้ถึง 4-5 วัน ถือเป็นข้อได้เปรียบที่สำคัญมาก การขนส่งโดยใช้
เส้นทาง R9 มีต้นทุนการขนส่งผลไม้ต่อตู้คอนเทนเนอร์ 40 ฟุต ประมาณ 2,110-2,440 ดอลลาร์สหรัฐ
(ประมาณ 63,300-73,200 บาท)²⁴

²⁴ อัตราแลกเปลี่ยน 30 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ

สำหรับข้อเสียและอุปสรรคในการขนส่งสินค้าโดยใช้เส้นทาง R9 มีดังนี้

- มีต้นทุนการขนส่งที่มาก โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับการขนส่งผลไม้ทางเรือไปขึ้นฝั่งจีนที่มณฑลกว่างตุงและนครเซี่ยงไฮ้ นอกจากนี้ยังมีปัญหาเรื่องต้นทุนการขนส่งที่ไม่เท่ากันในแต่ละครั้งด้วย ซึ่งในประเด็นนี้ ผู้ประกอบการจำนวนหนึ่งให้ข้อคิดเห็นว่า แม้จะต้นทุนจะสูงกว่า แต่หาก R9 มีต้นทุนการขนส่งที่แน่นอน พวกเขาจะสามารถคำนวณต้นทุนสินค้าและราคาขายได้ เพื่อให้มีกำไรคุ้มค่ากับการลงทุน
- ความไม่สะดวกของระบบการขนส่ง ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพถนนและระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ ตามทาง โดยเฉพาะในส่วนที่วิ่งผ่านลาวและเวียดนาม และการต้องขนย้ายผลไม้หลายครั้ง (เพราะต้องเปลี่ยนรถขนส่งเมื่อข้ามจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง) ซึ่งล้วนส่งผลต่อความสดใหม่ของผลไม้
- การประเมินราคากลางเพื่อเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ณ ด่านโหยวอี๋กวาน (ร้อยละ 13) แม้ไทยกับจีนจะใช้ความตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน เพื่อยกเว้นภาษีนำเข้าระหว่างกัน แต่ตามระบบของจีน จีนจะเรียกเก็บ VAT จากสินค้าที่จีนนำเข้าจากประเทศต่าง ๆ ณ ด่านที่นำเข้าเลย (ซึ่งอัตรา VAT ของจีนสูงกว่าไทย)
- โครงสร้างการค้าขายผลไม้ไทยในจีน ยังไม่เอื้อต่อการขนส่งทาง R9 กล่าวคือ ในปัจจุบันผลไม้ไทยเมื่อเข้าสู่ประเทศจีนจะถูกกำหนดราคาขายและระบบการจำหน่ายโดยตลาดเจียงหนาน นครกว่างโจว มณฑลกว่างตุง ขณะที่ในกว่างซีจ้วง (มณฑลที่ด่านโหยวอี๋กวานตั้งอยู่) ยังไม่มีผู้ประกอบการขายส่งผลไม้มากนัก ทำให้เมื่อผลไม้ไทยถูกส่งมาเข้าทาง R9 แล้ว กระจายต่อไปยังมณฑลอื่น ๆ ไม่ค่อยได้ ต้องถูกส่งต่อไปยังตลาดเจียงหนานอยู่ดี



รูปที่ 2-6 เส้นทาง R9

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน

3. เส้นทาง R12

เส้นทาง R12 ออกจากไทยที่นครพนม ข้ามสะพานมิตรภาพเข้าลาว ที่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน ซึ่งจุดนี้ถือเป็นจุดแคบที่สุดของประเทศลาว จากเมืองท่าแขก ผู้ประกอบการไทยสามารถนำสินค้าไปถึงตอนกลางของประเทศเวียดนาม ที่จังหวัดฮาดิงห์ อันเป็นที่ตั้งของท่าเรือหุ่งอ่าง ท่าเรือหลักของเวียดนามได้สั้นที่สุดและตามถนนสาย 1A ในเวียดนาม สามารถเดินทางไป ยังกรุงฮานอย ด้วยระยะทางประมาณ 643 กิโลเมตร และเข้าสู่ฝั่งเสียง มณฑลหนานหนิง ประเทศจีน ซึ่งมีระยะทางจากกรุงเทพฯ ประมาณ 1,383 กิโลเมตร โดยรวมแล้วจะใช้ระยะเวลาในการเดินทางไปถึงจีนประมาณ 26-29 ชั่วโมง การขนส่งโดยใช้เส้นทาง R12 มีต้นทุนการขนส่งผลไม้ถึงฮานอยต่อตู้คอนเทน 40 ฟุต ประมาณ 1,985 ดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 59,550 บาท)

สำหรับข้อเสียและอุปสรรคในการขนส่งสินค้าโดยใช้เส้นทาง R12 มีดังนี้

- ทางการเงินยังไม่อนุญาตให้นำผลไม้ไทยที่ส่งผ่านเส้นทาง R12 เข้าประเทศทางด้านฝั่งเสียง ซึ่งเป็นด่านสากล ปัจจุบัน ผลไม้ไทยที่ถูกส่งทาง R12 จะถูกขายต่อให้เวียดนามก่อนที่จะเข้าสู่

ประเทศจีนในฐานะสินค้าเวียดนามทางด่านผู้จ่าย ซึ่งเป็นด่านชายแดน ที่เป็นเช่นนี้ เพราะ R12 ยังไม่ใช่เส้นทางในพิธีสารว่าด้วยข้อกำหนดในการตรวจสอบและกักกันโรคสำหรับการส่งออกและนำเข้าผลไม้ผ่านประเทศที่สามระหว่างประเทศไทยและจีน ซึ่งเป็นเอกสารทางกฎหมายที่ช่วยให้การส่งออกผลไม้ไทยไปจีนเป็นไปอย่างมีมาตรฐานและสะดวกมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงเรียกร้องขอให้ภาครัฐช่วยเร่งเจรจาระดับรัฐต่อรัฐเพื่อผนวกให้ R12 เป็นเส้นทางการส่งผลไม้ตามพิธีสารฯ เหมือนเช่น R9 นอกจากนี้ ภาคเอกชนยังอยากให้ภาครัฐช่วยผลักดันให้ความตกลงว่าด้วยการขนส่งข้ามพรมแดนในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (GMS Cross Border Transport Agreement: CBTA) มีผลในทางปฏิบัติ เพื่อช่วยให้พ่อค้าไทยสามารถใช้รถบรรทุกทะเบียนไทยส่งผลไม้ไปได้ถึงชายแดนเวียดนาม-จีน (ปัจจุบันรถไทยขับข้ามไปยังเวียดนามไม่ได้) ซึ่งจะช่วยให้ลดต้นทุนการขนส่งและความบอบซ้ำของผลไม้จากการเปลี่ยนรถ

- สภาพเส้นทางและสาธารณูปโภคของ R12 ในส่วนที่อยู่ในลาวและเวียดนามยังไม่สะดวกมากนัก เช่น ปัญหาการจำกัดความเร็วรถในเวียดนามอันเป็นผลมาจากการที่ถนนจากเหนือลงใต้ของเวียดนามมีเพียงสายเดียว (R1A) อีกทั้งส่วนใหญ่ยังมีเพียง 2 ช่องจราจร และตัดผ่านที่ชุมชน
- ปัญหาการขาดสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ ลานสินค้า อุปกรณ์ขนถ่ายสินค้า ร้านค้า และปั๊มน้ำมัน แม้ว่า R12 ถือว่ามีสภาพดีกว่า R9 ซึ่งอาจจะเป็นเพราะยังมีผู้ใช้สัญจรน้อย แต่เส้นทางส่วนใหญ่เป็นภูเขาสลับพื้นที่ราบ แล้วยังมีดินถล่มเป็นระยะ ๆ ซึ่งอาจจะเป็นอุปสรรคต่อการขนส่งไม่น้อย รวมถึงปัญหาเวลาเปิด-ปิดด่านที่ไม่ตรงกันระหว่างไทย ลาว เวียดนาม และจีน
- ปัญหาความไม่แน่นอนเกี่ยวกับต้นทุนการขนส่ง ซึ่งมีสาเหตุมาจากสภาพเส้นทางที่ไม่สะดวกนัก เช่น ค่าปรับจากการขับเร็วเกิน 50-60 กิโลเมตรต่อชั่วโมง ในเวียดนาม เป็นต้น



รูปที่ 2-7 เส้นทาง R12
ที่มา: ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน

สรุปรายละเอียดของการขนส่งทางบกแต่ละเส้นทางได้ดังตารางที่ 2-12

ตารางที่ 2-12 รายละเอียดของการขนส่งทางบกเส้นทาง R3A R9 และ R12

เส้นทางการขนส่ง	ระยะทาง (กิโลเมตร)	ระยะเวลา	ค่าขนส่ง (สำหรับคอนเทนเนอร์ 40 ฟุต)
ทาง R3A	1,858	50 ชั่วโมง	7,840 ดอลลาร์สหรัฐ
กรุงเทพฯ-เชียงราย	830	-	3,140 ดอลลาร์สหรัฐ
เชียงราย-เชียงใหม่	110	-	
เชียงใหม่-บ่อเต็น (สปป.ลาว)/ บ่อหาน	228	-	
บ่อหาน-คูนหมิง	690	-	4,700 ดอลลาร์สหรัฐ

เส้นทางการขนส่ง	ระยะทาง (กิโลเมตร)	ระยะเวลา	ค่าขนส่ง (สำหรับคอนเทนเนอร์ 40 ฟุต)
เส้นทาง R9	1,900	39-42 ชั่วโมง	2,110-2,440 ดอลลาร์สหรัฐ
กรุงเทพฯ-มุกดาหาร	680	15 ชั่วโมง	450-470 ดอลลาร์สหรัฐ
สะพานนะเขต-แดนสะหวัน	250	5-6 ชั่วโมง	250-270 ดอลลาร์สหรัฐ
ลาวบ่าว-หนานหนิง	970	19-21 ชั่วโมง	1,400-1,700 ดอลลาร์สหรัฐ
เส้นทาง R12	1,383	26-29 ชั่วโมง	1,985 ดอลลาร์สหรัฐ
กรุงเทพฯ-นครพนม	740	14 ชั่วโมง	445 ดอลลาร์สหรัฐ
นครพนม-ท่าแขก	ข้ามแม่น้ำโขง	2-3 ชั่วโมง	40 ดอลลาร์สหรัฐ
ท่าแขก (นาพาว)-จาลอ-วังท- ฮานอย	643	10-12 ชั่วโมง	1,350-1,500 ดอลลาร์สหรัฐ

ที่มา: รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาการขยายตลาดผลไม้สดไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ภายใต้การเปิดเขตการค้าเสรีไทย-จีน, ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2555)

2.1.2.5 การขนส่งทางเครื่องบิน

การขนส่งทางอากาศเหมาะกับการขนส่งผลไม้ที่มีราคาสูงและต้องการความสดใหม่ สำหรับการกำหนดอัตราค่าระวางนั้นขึ้นอยู่กับปริมาณการขนส่งเป็นหลัก โดยอัตราค่าระวางสินค้าสำหรับการขนส่งจากไทยไปยังเมืองต่าง ๆ ในประเทศจีนแสดงได้ดังตารางที่ 2-13 สำหรับอัตราค่าระวางสำหรับการขนส่งทางอากาศของไทยไปยังนครเซี่ยงไฮ้ อยู่ในอัตราเดียวกันคือ 40 บาทต่อกิโลกรัม ไม่ว่าจะมีย่านไหนก็ตาม

ตารางที่ 2-13 อัตราค่าระวางสินค้าและระยะเวลาขนส่งทางอากาศจากกรุงเทพฯไปเมืองต่าง ๆ ในประเทศจีน

น้ำหนักของสินค้า (กิโลกรัม)	อัตราค่าระวาง (บาท/กิโลกรัม)						
	กวาง โจว	คุนหมิง	เฉิงตู	ปักกิ่ง	เซี่ยง ไฮ้	ซีอาน	เซี่ยงไฮ้
45	58	48	48	58	60	78	40
100	50	45	45	52	58	72	40
300	50	45	45	50	56	70	40

น้ำหนักของสินค้า (กิโลกรัม)	อัตราค่าระวาง (บาท/กิโลกรัม)						
	กว้าง โจว	คุณหมิง	เฉิงตู	ปักกิ่ง	เซี่ยเห มิน	ซีอาน	เซี่ยงไฮ้
500	49	44	44	50	56	70	40
ระยะเวลาเดินทาง จากไทย	2 ชั่วโมง	2 ชั่วโมง 15 นาที	3 ชั่วโมง 10 นาที	4 ชั่วโมง 45 นาที	3 ชั่วโมง 15 นาที	4 ชั่วโมง 10 นาที	4 ชั่วโมง

ที่มา: ปรับปรุงข้อมูลจากรายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาการขยายตลาดผลไม้สดไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน
ภายใต้การเปิดเขตการค้าเสรีไทย-จีน, ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2555)

การศึกษาของ Wannarat Tantrakonnsab และคณะ (2018) พบว่า การขนส่งทางบกได้กลายมาเป็นเส้นทางหลักในการลำเลียงสินค้าสู่ตลาดในประเทศจีน ในอดีตการขนส่งทางบกใช้เวลาประมาณ 10 วัน ในต้นทุนที่ถูกกว่า แต่ในปัจจุบันเมื่อเปรียบเทียบกับ การขนส่งทางเรือแล้ว สภาวะและราคาต้นทุนของการขนส่งทางบกได้เปลี่ยนไปและทำให้ผู้ส่งออกหันมาใช้เส้นทางนี้มากขึ้น (ตารางที่ 2-14 และ ตารางที่ 2-15)

ตารางที่ 2-14 มูลค่าส่งออกผลไม้ทางบก

ปี	มูลค่าการส่งออก ผลไม้ของไทยไป จีน (ล้านบาท)	มูลค่าการส่งออกผลไม้ไทยโดย เส้นทาง R9 R12 และ R3A		มูลค่าการส่งออกผลไม้ไทยในแต่ละ ด่านศุลกากร		
		(ล้านบาท)	ร้อยละของมูลค่า การส่งออกรวม	มุกดาหาร (R9)	นครพนม (R12)*	เซี่ยงของ (R3A)
2008	4,942	0	0	X		0
2009	6,822	108	2	X		108
2010	6,438	314	5	X		314
2011	6,188	868	14	X		868
2012	9,224	1,669	18	866		803
2013	10,714	3,119	29	1,918		1,201
2014	10,296	3,365	33	1,916		1,404

ปี	มูลค่าการส่งออก ผลไม้ของไทยไป จีน (ล้านบาท)	มูลค่าการส่งออกผลไม้ไทยโดย เส้นทาง R9 R12 และ R3A		มูลค่าการส่งออกผลไม้ไทยในแต่ละ ด้านศุลกากร		
		(ล้านบาท)	ร้อยละของมูลค่า การส่งออกรวม	มุกดาหาร (R9)	นครพนม (R12)*	เชียงของ (R3A)
2015	13,419	2,725	20	721		2,004

หมายเหตุ: * อยู่ระหว่างรอข้อมูลจากศุลกากร

ที่มา: Wannarat Tantrakonnsab และคณะ (2018)

ตารางที่ 2-15 มูลค่าส่งออกผลไม้ทางเรือ

ช่องทาง	ต้นทุน (บาท/ตู้คอนเทนเนอร์ 40 ft)	ระยะเวลา ขนส่ง (วัน)	ข้อดี
การขนส่งทางทะเล (จากแหลมฉบัง- ท่าเรือ Foshan กว่างโจว)	40,000-50,000	7-8	- การขนส่งทางทะเลสามารถ ขนส่งได้ในปริมาณมาก
	จันทบุรี-เจียงหนาน		- มีการรับประกันคุณภาพ
การขนส่งทางบก (R9, R12, R3A)	150,000	3-4	- ความรวดเร็วในการขนส่ง
	จันทบุรี-เจียงหนาน		- ถ้าปลายทางอยู่ทาง ตะวันตกเฉียงใต้ของจีน เส้นทาง R3A จะใกล้กว่า

ที่มา: Wannarat Tantrakonnsab และคณะ (2018)

สำหรับผลผลิตทุเรียนจะต้องได้รับการบรรจุอย่างดีก่อนส่งออก ดังตัวอย่างการจัดเตรียมสินค้าเพื่อ
การส่งออก โดย บริษัท ThaiFarmFresh เป็นบริษัทไทยที่ได้รับเป็นผู้จัดจำหน่ายระดับเหรียญทองห้าปีของ
อาลีบาบา โดยมีกระบวนการส่งออกผลไม้ดังนี้

1. ผลไม้ทั้งหมดของ TFF มาจากสวนผลไม้ที่มีการจัดการอย่างมืออาชีพ ซึ่งได้รับการยอมรับจาก
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของประเทศไทยในการรักษามาตรฐานคุณภาพส่งออกสูงสุด
2. การเลือกการควบคุมคุณภาพและบรรจุภัณฑ์ จะเลือกผลไม้เกรดเอเท่านั้น ด้วยการติดต่อโดยตรงกับ
ผู้ปลูก หลังจากเลือกผลไม้ ผลไม้แต่ละชิ้นจะได้รับการตรวจสอบและทำความสะอาดอย่างพิถีพิถัน
โดยกระบวนการฆ่าเชื้อด้วยไอน้ำ ซึ่งผลไม้ต้องผ่านอุณหภูมิ 47 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 20 นาที
เพื่อให้แน่ใจว่าไม่มีการติดเชื้อที่มองไม่เห็นจากจุลินทรีย์หรือแมลง

3. หลังจากชั่งน้ำหนักแล้วผลไม้จะถูกบรรจุและทำเครื่องหมายด้วย Serial Numbers และเครื่องหมายการค้าพร้อมระบุวันที่เลือก ในกรณีที่มีผลไม้ขึ้นใหญ่ เช่น มะม่วง ส้มโอ มะพร้าว และทุเรียน อาจถูกชั่งน้ำหนักและติดฉลากแยกต่างหากก่อนบรรจุในช่วงเวลาระหว่างการบรรจุและการจัดส่งผลไม้จะถูกเก็บไว้ในซิลเลอร์ ที่อุณหภูมิ 13-15 องศาเซลเซียส เพื่อให้แน่ใจว่ามีความสดใหม่และเพื่อให้อายุการเก็บรักษาสูงสุดสำหรับส่งให้ลูกค้าปลีก ผลไม้จะถูกขนส่งโดยยานพาหนะที่รักษาความเย็นไปยังสนามบินสุวรรณภูมิของกรุงเทพฯ และจะถูกส่งไปยังเครื่องบินโดยตรงเพื่อการส่งมอบที่รวดเร็วที่สุด²⁵

อย่างไรก็ดี การนำเข้าส่งออกทุเรียนสดมีความเสี่ยงหลายประการ ประการแรก คือ ทุเรียนเป็นผลไม้ที่ยากในการตัดสินคุณภาพของผลด้วยตาเปล่า แม้ว่าในประเทศไทยจะมีผู้เชี่ยวชาญ แต่ไม่มีใครสามารถรับประกันได้

2.1.2.6 เอกสารและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องในการส่งออกทุเรียนไปจีน

ผลไม้ไทยเป็นหนึ่งในสินค้าที่ได้รับการยอมรับไปทั่วโลก แต่ละปีมีการส่งออกสินค้าในหมวดผลไม้และถั่ว ตามพิกัดศุลกากรระบบฮาร์โมนี 08 ในปี พ.ศ. 2557 จำนวนมากกว่า 1.4 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่ากว่า 1,300 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีตลาดส่งออกหลักที่สำคัญ คือ จีน เวียดนาม และฮ่องกง ตามลำดับ ที่ผ่านมามีตลาดส่งออกผลไม้ใหญ่ที่สุดของไทยคือ จีน แต่ในปี พ.ศ. 2557 พบว่าไทยส่งออกไปเวียดนามมีปริมาณมากถึง 460,881 ตัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าถึงร้อยละ 61.4 ในขณะที่ส่งออกไปจีนมีปริมาณ 442,349 ตัน ลดลงร้อยละ 26.7 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2556²⁶

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาข้อมูลการนำเข้าผลไม้ไทยของเวียดนามพบว่า ในปี พ.ศ. 2557 เพิ่มขึ้นค่อนข้างสูง ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากผลไม้ส่วนใหญ่ที่ไทยสามารถเพาะปลูกได้ทางเวียดนามเองก็สามารถเพาะปลูกได้เช่นกัน อาทิ ทุเรียน มังคุด ลำไย จึงไม่น่าจะเป็นการบริโภคของชาวเวียดนามภายในประเทศที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก แต่น่าจะเป็นการที่เวียดนามนำเข้าเพื่อจำหน่ายออกไปยังประเทศอื่นที่มีศักยภาพในการบริโภค ซึ่งก็คือประเทศจีนที่มีพรมแดนติดกับเวียดนาม สอดคล้องกับปริมาณการส่งออกไปจีนในปี พ.ศ. 2557 ที่ลดลง เนื่องด้วยนโยบายด่านผ่อนปรนที่จีนตกลงกับประเทศที่มีพรมแดนติดกัน (ส่วนใหญ่เป็นด่านระดับ 2 ซึ่งดำเนินการโดยรัฐบาลท้องถิ่นภายใต้การชี้แนะจากส่วนกลางมิใช่ด่านสากลจึงไม่อนุญาตให้คนต่างชาติผ่านเข้าเมือง และไม่รองรับการค้าระหว่างประเทศ) เพื่อให้สิทธิชาวจีนและเวียดนามที่อาศัยบริเวณชายแดนสามารถนำเข้าสินค้าต่าง ๆ ตามบัญชีที่กำหนดและของใช้ประจำวัน ในมูลค่าไม่เกิน 8,000 หยวนต่อวันต่อคน (ประมาณ 40,000 บาทต่อวันต่อคน) โดยได้รับการยกเว้นภาษีทุกชนิด รวมถึง

²⁵"Organici." Thai Farm Fresh. Accessed February 11, 2019. <http://www.thaifarmfresh.com/Export>.

²⁶ กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 1, กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์. (2559) “โครงการเชื่อมโยงสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์สู่ชายแดนประเทศเพื่อนบ้าน และประเทศเพื่อนบ้าน กิจกรรมศึกษาผลกระทบกรณีผู้ประกอบการรับซื้อผลไม้ชาวต่างด้าว (ลี้ชาวต่างประเทศ) เข้ามาประกอบธุรกิจในแหล่งผลิตผลไม้ของไทย” รายงานผลการศึกษาระยะกลาง (Interim Report)

ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) สำหรับผลไม้นำเข้าอยู่ที่ร้อยละ 13 ในขณะที่วิสาหกิจจีนที่จดทะเบียนและตั้งอยู่ในบริเวณชายแดนสามารถนำเข้าสินค้าของประเทศที่อยู่ติดกับจุดผ่อนปรนเพื่อนำไปจำหน่ายต่อได้ หากรู้ช่องทางและมีความสัมพันธ์พิเศษ โดยรัฐบาลระดับท้องถิ่นจะเรียกเก็บภาษีบำรุงท้องที่กับสินค้าปริมาณนั้น ๆ ในอัตราเหมาจ่ายประมาณร้อยละ 5 ดังนั้นเมื่อเปรียบเทียบระหว่างภาษีบำรุงท้องที่ประมาณร้อยละ 5 ณ จุดผ่อนปรนบริเวณพรมแดนจีนกับภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 13 ที่ต้องชำระ ณ จุดนำเข้าระดับสากลของจีนที่ได้รับอนุญาตให้นำเข้าผลไม้จากต่างประเทศในบริเวณอื่น ๆ จึงมีผู้ประกอบการจีนส่วนหนึ่งที่ใช้รูปแบบการนำเข้าผ่านทางด่านผ่อนปรนชายแดน ส่งผลให้ผลไม้ไทยจำนวนไม่น้อยเมื่อเข้าเวียดนามแล้วแปลงสภาพเป็นผลไม้เวียดนามเพื่อใช้สิทธิพิเศษของด่านผ่อนปรนดังกล่าว โดยที่ตามระบบเงินด่านผ่อนปรนชายแดนจะไม่มีกระบวนการบันทึกข้อมูลในระบบศุลกากรที่ใช้กับด่านสากล ทั้งการนำเข้าแบบของใช้ส่วนบุคคลและการค้ามูลค่าไม่มาก โดยวิสาหกิจชายแดนทำให้ตัวเลขการนำเข้าที่ได้จากศุลกากรต่ำกว่าความเป็นจริง²⁷

สำหรับทุเรียนสดจากประเทศไทย ได้รับอนุญาตจากสำนักควบคุมคุณภาพและตรวจสอบกักกันโรคแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน (General Administration of Quality Supervision Inspection and Quarantine of People Republic of China – AQSIQ) ให้เป็นทุเรียนสดจากประเทศเดียวที่สามารถนำเข้าไปจำหน่ายในประเทศจีนได้ โดยนับเป็นสินค้าชั้นสูง (Hi-End) ทั้งนี้กฎระเบียบการนำเข้าผลไม้ไทยสู่ประเทศจีนฝ่ายไทย²⁸

1. ทุเรียนต้องมาจากแปลง GAP (Good Agriculture Practices) หรือแปลงที่มีการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสม ได้รับการขึ้นทะเบียนกับกรมวิชาการเกษตร
2. ผ่านโรงคัดบรรจุที่ได้รับการขึ้นทะเบียนกับกรมวิชาการเกษตร
3. มีใบรับรองสุขอนามัยพืชแนบไปพร้อมกับสินค้า
4. มีหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดหรือหนังสือรับรองแหล่งกำเนิด (Certificate of Origin) หรือ Form E
5. ส่งเข้าตามด่านนำเข้าผลไม้ที่ประเทศจีนกำหนด เพื่อที่ทางประเทศจีนจะได้จัดเตรียมเจ้าหน้าที่ที่มีความเชี่ยวชาญเรื่องศัตรูพืชขึ้น ๆ ตรวจสอบเมื่อสินค้าถึงด่าน

นอกจากนี้ ธนา แสงวงศ์ (2557)²⁹ ได้นำเสนอว่า ในการนำเข้าพืช ผัก ผลไม้ไปยังประเทศจีน มีเงื่อนไขดังนี้

1. พืช ผัก ผลไม้ และผลิตภัณฑ์ทุกชนิด จะต้องได้รับการตรวจสอบเมื่อนำเข้าจีน

²⁷ อ้างอิงข้อมูลจากฝ่ายการเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว

²⁸ กรมวิชาการเกษตร สืบค้นที่ : http://www.doa.go.th/pibai/pibai/n17/v_11-dec/korkui.html

²⁹ ธนา แสงวงศ์ (2557). “ระบบโลจิสติกส์และการเปลี่ยนแปลงห่วงโซ่อุปทานการส่งออกมังคุดระหว่างไทย-จีนทางตอนใต้ : กรณีศึกษาเส้นทางขนส่ง ไทย - มณฑลยูนนาน โดยเส้นทางขนส่ง R3A”. การศึกษาอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

- ผู้นำเข้าจะต้องยื่นคำร้องต่อหน่วย CIQ เพื่อขออนุญาตนำเข้าผลไม้ล่วงหน้าอย่างน้อย 1 เดือน
ใบอนุญาตนำเข้าสินค้ามีอายุ 6 เดือน แต่สามารถต่ออายุได้ก่อนล่วงหน้า 1 เดือนและขอให้หน่วย
CIQ ตรวจสอบสินค้า เอกสารที่จะต้องแสดงต่อเจ้าหน้าที่ ได้แก่

- Phytosanitary Certificate
 - Invoice และใบขนส่งสินค้า
 - สัญญาซื้อขาย
- ใบรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า

หน่วย CIQ จะตรวจสอบว่า ผลไม้ที่นำเข้าอยู่ในรายการสินค้าห้ามนำเข้าหรือไม่ และเมื่อสินค้าขนส่ง
มาถึง CIQ เจ้าหน้าที่จะสุ่มตัวอย่างสินค้า และนำมาตรวจสอบ หากพบว่าผลไม้มีการติดโรคหรือแมลง
เจ้าหน้าที่จะใช้สารเคมีกำจัดโรคหรือทำลายสินค้า ในกระบวนการนี้ต้องมีการเปิดตู้คอนเทนเนอร์เพื่อ
ตรวจสอบทุกครั้ง แต่หากมีการนำเข้ารายเดิมเป็นเวลานานอาจมีการสุ่มตรวจแค่บางครั้ง

สำหรับค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบขึ้นกับประเภทและปริมาณของผลไม้ ในส่วนนี้ในระยะหลังรัฐบาล
จีนมีการส่งเสริมการนำเข้าทำให้ผู้ประกอบการไม่ต้องเสียเงินในกระบวนการตรวจสอบ (สำนักงานส่งเสริม
การค้า ณ เมืองเซี่ยเหมิน, 2552)

ทั้งนี้การตรวจสอบและอนุมัติการนำเข้าผลไม้จากท่าเรือบางแห่งอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของ
สำนักงาน Ningbo และ AQSIQ³⁰ รับผิดชอบการตรวจสอบขั้นสุดท้าย การอนุมัติจะดำเนินการทางออนไลน์
และเวิร์กโฟลว์ทั้งหมดถูกกำหนดไว้ที่ 20 วันทำการ

ขั้นตอนการจัดทำ “ใบอนุญาตกักกันสัตว์และพืชแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน³¹” เริ่มต้น
จากการลงทะเบียนเพื่อขอข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (index shem) ที่เว็บไซต์ Xinchengtong
(<http://www.itownet.cn/index.shtml>) ในเว็บไซต์จะมี “ระบบการจัดการใบอนุญาตสัตว์และพืชเข้า”
รวมถึงระบบลงทะเบียนและระบบการอนุมัติ ที่พัฒนาโดย AQSIQ โดยมีกระบวนการดำเนินการดังนี้

1. การลงทะเบียน: หน่วยลงทะเบียนจะส่งใบสมัครไปยังสำนักงานทันทีด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์
หรือเป็นลายลักษณ์อักษร ทั้งนี้ตามข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันจำเป็นต้องส่งเอกสารประกอบ
เกี่ยวข้องตามที่กำหนดแก่สำนักงาน โดยต้องประทับตราอย่างเป็นทางการและมาพร้อมกับซีดีรอม

2. รับการพิจารณา: การตัดสินใจของสำนักงานจะอนุมัติหรือปฏิเสธการลงทะเบียนตัดสินใจจาก
ความสมบูรณ์ของวัสดุที่ส่งมาจากหน่วยผู้ลงทะเบียนและความสอดคล้องกับรูปแบบตามกฎหมาย หลังจาก
ปฏิบัติตามขั้นตอนและผ่านการพิจารณาแล้ว จะทำการส่งเอกสารลงทะเบียนไปที่ AQSIQ

³⁰ สำนักงานควบคุมคุณภาพตรวจสอบและกักกันโรค

³¹ the Law of the People's Republic of China on the Entry and Exit Animal and Plant Quarantine

3. ตรวจสอบและอนุมัติ: ฝ่ายสัตว์และพืชจะพิจารณาการอนุมัติจากสำนักงานโดยตรง ตามโรคการแพร่ระบาดของสัตว์และพืช กฎหมายและระเบียบข้อบังคับ และประกาศต้องห้ามหรือประกาศแจ้งเตือนล่วงหน้า สุดท้ายทำการออกใบอนุญาตหรือใบไม่อนุญาต งานตรวจสอบและอนุมัติจะเสร็จสิ้นภายใน 20 วันทำการ นับจากวันที่ได้รับการพิจารณาจากสำนักงานโดยตรง และจะต้องได้รับใบอนุญาตก่อนที่จะจัดส่ง มิฉะนั้นจะส่งผลกระทบต่อตรวจสอบและดำเนินการเรื่องศุลกากร

4. หลังอนุมัติและก่อนนำเข้า: ผู้รับนำเข้าจะต้องส่งเอกสารพืชขาเข้าและผลิตภัณฑ์พืชไปยังสำนักงานสุขอนามัยพืชมณฑลกว่างตุง 10 วันก่อนเข้าประเทศ ทั้งนี้รายชื่อจะต้องถูกประกาศบนเว็บไซต์ของสำนักงานกว่างตุงและมีหมายเลขพืชเพื่ออนุญาตให้ดำเนินสู่กระบวนการตรวจสอบ³²

เอกสารที่จำเป็นสำหรับการตรวจสอบ (ก่อนนำเข้า) : ใบตราส่งสินค้า / สำเนา / ใบตราส่งสินค้า / ใบตราส่งสินค้า / ใบแจ้งหนี้ / สัญญา / หนังสือรับรองแหล่งกำเนิด / ใบรับรองสุขอนามัยพืช / ใบอนุญาต / คำชี้แจงบรรจุภัณฑ์ / หนังสือมอบอำนาจ / เอกสารที่จำเป็นสำหรับการกักกันพิเศษ (ใบรับรองความเย็นหรือความร้อน)³³

ในอดีตหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องในการนำเข้าผลไม้สู่ประเทศจีนมีดังนี้

1. AQISQ เป็นชื่อย่อของสำนักงานควบคุมคุณภาพตรวจสอบและกักกันโรคแห่งประเทศจีน หรือมีชื่อเต็มว่า The General Administration of Quality Supervision Inspection and quarantine of the people's Republic of China มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับคุณภาพ มาตรฐาน การตรวจสอบ สินค้าเข้าออก กักกันโรค กักกันพืชและสัตว์ ความปลอดภัยอาหารของสินค้านำเข้าและส่งออก การออกการรับรองมาตรฐานต่าง ๆ รวมทั้งการบังคับใช้กฎหมาย

2. CIQ หรือ China Inspection and quarantine ซึ่งอยู่ภายใต้ AQISQ มีสำนักงานทั้งหมด 35 แห่งทั่วประเทศ บางครั้งเรียกว่า Entry-Exit Inspection and Quarantine Bureau มีหน้าที่สำคัญ ได้แก่ การดูแลคุณภาพมาตรฐานของสินค้านำเข้า การตรวจสอบการเข้าออกของสินค้า โดยมีสิทธิ์ยึดสินค้าใด ๆ ก็ได้จากผู้ส่งออกหากพบว่าไม่มีเอกสารหรือ certification ที่ไม่ถูกต้องหรือขาดส่วนใดส่วนหนึ่งไป

3. CIQA หรือ China entry Exit Inspection and quarantine association ซึ่งเป็น Non-Profit Government Societal Organization ทำหน้าที่เหมือนเป็นสะพานเชื่อมระหว่างรัฐบาลและธุรกิจในการจัดการเกี่ยวกับการเข้าออกหรือกับการตรวจสอบสินค้า ซึ่งหน่วยงานนี้ทำงานกับเอเยนต์ต่างชาติในการประสานงานหรือทำงานร่วมกัน เพื่อสนับสนุนนักธุรกิจต่างชาติในแง่ของการทำ workshop เชิงเทคนิค และการจัดการอบรม ที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจ

³² <https://wenku.baidu.com/view/bab7cb385727a5e9846a6106.html>

³³ "进口水果报关的流程|泰国水果进口清关需要提供哪些资料及注意事项" 新浪博客. Accessed February 11, 2019. http://blog.sina.com.cn/s/blog_16389185d0102wi9e.html.

4. GACC หรือ The General Administration of customer of the people's Republic of China มีบทบาทสำคัญในการนำเข้าและส่งออกสินค้าในประเทศจีนหลังจากสินค้าได้ผ่านขั้นตอนของ AQISQ แล้ว โดยมีหน้าที่หลักที่เกี่ยวกับการป้องกันทรัพย์สินทางปัญญา เช่น การยึดสินค้าลอกเลียนแบบ สินค้าปลอม เป็นต้น มีส่วนในการเก็บและผลักดันการจัดเก็บและเสียภาษี รวมถึง value added tax หรือ VAT และอื่น ๆ³⁴

ทั้งนี้ กระทรวงควบคุมคุณภาพและตรวจสอบกักกันโรคของจีน (AQSIQ) ได้ถูกยุบรวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของกระทรวงศุลกากรจีน ในเดือนมีนาคม ปี พ.ศ. 2561 ที่ผ่านมา

จะเห็นได้ว่า จีนบังคับใช้กฎระเบียบที่มีลักษณะเป็น Non- Tariff Barrier อย่างเคร่งครัด หากดำเนินการไม่เป็นไปตามกฎระเบียบของจีน จะไม่สามารถนำเข้าได้ถึงแม้จะนำเข้าได้แต่อาจจะถูกกีดราคาได้นอกจากนี้กฎระเบียบของจีนค่อนข้างมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย³⁵

2.1.3 สถานการณ์ตลาดในประเทศ

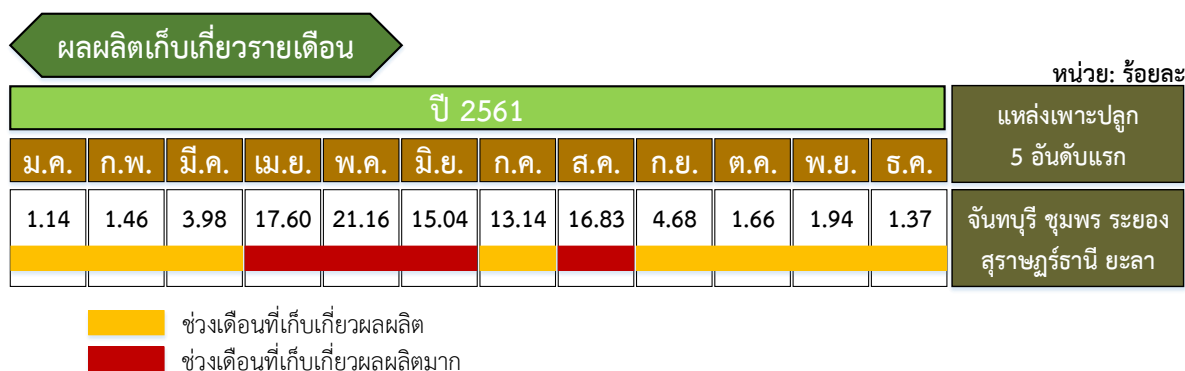
ทุเรียนเป็นผลไม้ที่มีถิ่นกำเนิดอยู่ทางตอนใต้ของประเทศไทยและมีการปลูกทุเรียนมาเป็นระยะเวลานาน ดังนั้นจึงนับได้ว่าทุเรียนเป็นผลไม้ประจำถิ่นชนิดหนึ่งของภาคใต้ โดยแต่เดิมพันธุ์ที่ปลูกจะเป็นพันธุ์พื้นเมือง ซึ่งปัจจุบันยังคงพบว่าการปลูกอยู่อย่างกระจัดกระจายในทุกจังหวัด ดังนั้นประชาชนในภาคใต้โดยทั่วไปจึงคุ้นเคยและนิยมรับประทานทุเรียนในรูปแบบต่าง ๆ ลักษณะของทุเรียนที่เป็นพันธุ์พื้นเมืองนั้นมักจะมีเนื้อฉ่ำและกลิ่นค่อนข้างแรง ในขณะที่ผลสุกที่มักเรียกว่าปลาร้า ทั้งนี้เนื่องจากมาจากลักษณะประจำพันธุ์และผลที่สุกอมด้วย (การเก็บเกี่ยวทุเรียนพื้นเมือง โดยทั่วไปจะรอให้ผลสุกและร่วงหล่นเอง หลังจากนั้นในเวลาช่วงเช้าจึงไปเก็บผลไต้ต้น เพราะทุเรียนมีลำต้นที่สูง) ดังนั้น ประชาชนดั้งเดิมในภาคใต้จะคุ้นเคยและมักจะรับประทานทุเรียนที่มีเนื้อฉ่ำและกลิ่นฉุน และในปัจจุบันยังคงพบว่าประชาชนในภาคใต้ชอบรับประทานทุเรียนที่มีเนื้อค่อนข้างสุกและนิ่มมากกว่าประชาชนในเขตภาคกลาง³⁶

สำหรับช่วงฤดูกาลเกี่ยวทุเรียนภาคตะวันออกจะเริ่มตั้งแต่ประมาณเดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายน ส่วนฤดูกาลเกี่ยวทุเรียนจากภาคใต้จะเริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคมถึงเดือนพฤศจิกายน ดังแสดงในรูปที่ 2-8

³⁴ Exporting Fresh Fruit and Vegetables to China A Market Overview and Guide for Foreign Suppliers M.Z. Marketing Communications: PMA China Market Development Representative© Produce Marketing Association 2016

³⁵ ธนา แสงวงศ์ (2557). “ระบบโลจิสติกส์และการเปลี่ยนแปลงโซ่อุปทานการส่งออกมังคุดระหว่างไทย-จีนทางตอนใต้: กรณีศึกษาเส้นทางขนส่ง ไทย - มณฑลยูนนาน โดยเส้นทางขนส่ง R3A”. การศึกษาอิสระ วิทยาลัยบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

³⁶ <http://www.arda.or.th/kasetinfo/south/durian/history/01-04.php>



รูปที่ 2-8 ช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลผลิตทุเรียน
ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร³⁷ (2561) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

ในอดีต ประเทศไทยสามารถผลิตทุเรียนออกสู่ตลาดได้ประมาณ 4 เดือนต่อปี เริ่มจากเดือนพฤษภาคมถึงมิถุนายน ซึ่งเป็นผลผลิตที่ผลิตได้ในภาคตะวันออก แล้วต่อช่วงฤดูกาลผลิตโดยผลผลิตจากภาคใต้ระหว่างเดือนกรกฎาคมถึงสิงหาคม ปัจจุบันประเทศไทยมีการผลิตทุเรียนออกสู่ตลาดได้ประมาณ 9 เดือนต่อปี เริ่มจากเดือนกุมภาพันธ์ถึงตุลาคม โดยแบ่งเป็นผลผลิตจากพื้นที่ต่าง ๆ ดังนี้³⁸

- ทุเรียนก่อนฤดู ในพื้นที่จังหวัดระยองและจันทบุรี เกษตรกรประสบความสำเร็จในการผลิตทุเรียนก่อนฤดูในเชิงการค้า โดยใช้สารแพกโคลบิวทราโซล เร่งให้ทุเรียนออกดอกได้ในเดือนสิงหาคม และสามารถเก็บเกี่ยวได้ในเดือนกุมภาพันธ์ นอกจากนี้ยังทำให้มีผลผลิตออกสู่ตลาดในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ถึงเมษายน ก่อนที่ผลผลิตตามฤดูกาลปกติจะออกสู่ตลาดในเดือนพฤษภาคมถึงมิถุนายน
- ทุเรียนล่า ในพื้นที่จังหวัดจันทบุรีและชุมพร เกษตรกรในเขตอำเภอโป่งน้ำร้อน ประสบความสำเร็จในการผลิตทุเรียนล่า และมีผลผลิตออกสู่ตลาดในเดือนกรกฎาคมถึงสิงหาคมได้ เช่นเดียวกับเกษตรกรในจังหวัดชุมพรที่สามารถผลิตทุเรียนล่าออกสู่ตลาดได้ในเดือนกันยายนถึงตุลาคม
- ทุเรียนทวาย เกษตรกรผู้ผลิตทุเรียนทวาย สามารถทยอยตัดผลผลิตสู่ตลาดได้ตลอดทั้งปี โดยพิจารณาจากภาวะการณ์ตลาด เช่น เทศกาลต่าง ๆ และพยายามหลีกเลี่ยงการผลิต มิให้ผลผลิตออกมาในช่วงที่เป็นฤดูกาลผลิตปกติระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงสิงหาคม ซึ่งเป็นช่วงที่ราคาผลผลิตทุเรียนตกต่ำ

ข้อมูลความต้องการบริโภคภายในประเทศพบว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2557 – 2560 ความต้องการบริโภคทุเรียนภายในประเทศลดลงจาก 238,737 ตันในปี พ.ศ. 2557 เป็น 200,987 ตัน ในปี พ.ศ. 2560 หรือลดลงร้อยละ 7.65 ต่อปี ดังแสดงในตารางที่ 2-16 ซึ่งการบริโภคส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปผลสด อย่างไรก็ตาม พบว่าในปี

³⁷ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, สารสนเทศเศรษฐกิจการเกษตรรายสินค้า ปี 2561 สืบค้นที่ :

<http://www.oae.go.th/assets/portals/1/files/journal/2562/commodity2561.pdf>

³⁸ สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน สืบค้นที่ :

<http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/book/book.php?book=28&chap=4&page=t28-4-infodetail09.html>

พ.ศ. 2561 การบริโภคทุเรียนภายในประเทศเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2560 ร้อยละ 48.56 เนื่องจากปริมาณผลผลิตที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับนโยบายการส่งเสริมการบริโภคของภาครัฐ รวมถึงผู้บริโภคมีช่องทางในการเลือกซื้อที่หลากหลาย เช่น การซื้อขายออนไลน์ ทำให้มีความสะดวกรวดเร็ว จึงส่งผลให้การบริโภคภายในประเทศเพิ่มขึ้น³⁹ (สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2562)

ตารางที่ 2-16 ข้อมูลเปรียบเทียบการบริโภคภายในประเทศและการส่งออกทุเรียนสดและผลิตภัณฑ์
ปี พ.ศ. 2557 – 2562

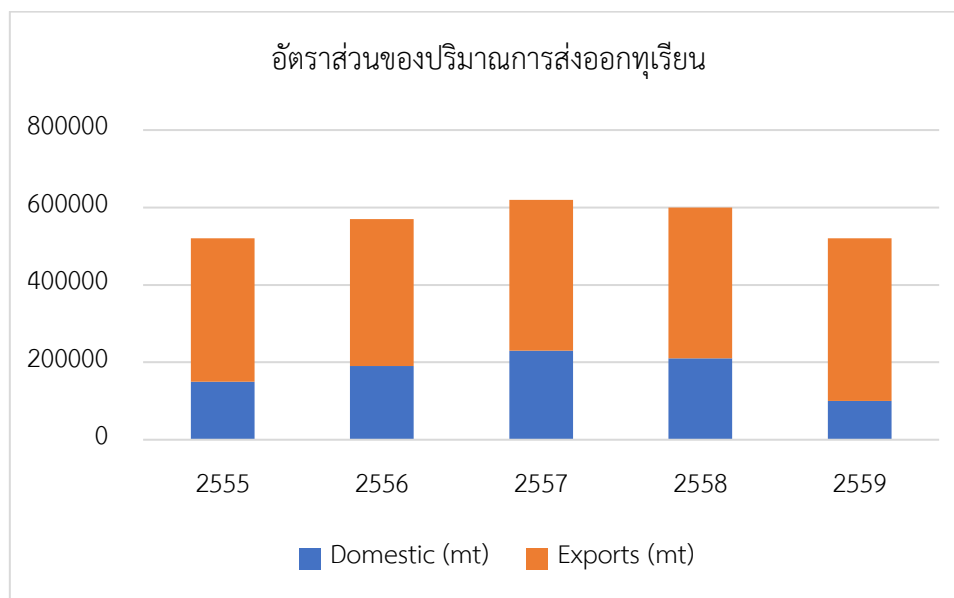
ปี พ.ศ.	การบริโภคในรูปผลสดภายในประเทศ (ตัน)	การส่งออก		
		ปริมาณ (ตัน สด)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้าน บาท)
2557	238,737	393,036	387,556	13,843.10
2558	212,495	388,522	381,470	15,563.24
2559	80,726	431,725	425,059	20,049.98
2560	135,288	513,883	503,536	24,846.34
2561*	200,987	536,078	525,870	34,805.62
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	-7.65	9.42	9.29	26.01
2562*	198,762	596,286	586,149	39,605.00

ที่มา: สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2562

ในขณะที่อัตราส่วนของปริมาณการส่งออกทุเรียนมีความผันผวนอยู่ประมาณร้อยละ 60 - 70 ของปริมาณผลผลิตทั้งหมด ยกเว้นในช่วงปี พ.ศ. 2559 ที่มีการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 81 (รูปที่ 2-9)

³⁹ สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้ม ปี 2562, สำนักวิเคราะห์เศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2562)

สืบค้นที่ : http://www.oae.go.th/assets/portals/1/files/journal/2562/agri_situation2562.pdf



รูปที่ 2-9 อัตราส่วนของปริมาณการส่งออกทุเรียน

ที่มา: Wannarat Tantrakonnsab และคณะ (2018) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

เมื่อพิจารณาปริมาณการผลิตทุเรียนในช่วงปี พ.ศ. 2559 พบว่ามีปริมาณการผลิตทุเรียนที่ลดลง แต่ราคาขายรวมถึงต้นทุนการผลิตกลับเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งอาจเกิดจากผลผลิตไม่เพียงพอ เนื่องจากโรคระบาดในทุเรียน ดังนั้น ถึงแม้อุปสงค์จะเพิ่มมากขึ้นแต่การเพิ่มผลผลิตทุเรียนนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย ดังแสดงให้เห็นในตารางที่ 2-17

ตารางที่ 2-17 ปริมาณการผลิตทุเรียนและราคาระหว่างปี พ.ศ. 2557 - 2559

ปริมาณและราคา	ปี		
	2557	2558	2559
ปริมาณการผลิต (ตัน)	631,773	601,884	517,955
ต้นทุนการผลิต (บาทต่อตัน)	15,078	15,722	17,700
ราคาขายที่เกษตรกรได้รับ (บาทต่อตัน)	34,290	46,960	62,960
ผลตอบแทนสุทธิจากการขาย (บาทต่อตัน)	19,212	31,238	45,260

ที่มา: Wannarat Tantrakonnsab และคณะ (2018)

สำหรับปริมาณการผลิตและการส่งออกทุเรียนในแต่ละประเภท ระหว่างปี พ.ศ. 2555 - 2559 พบว่าการส่งออกทุเรียนมีปริมาณและราคาที่สูงขึ้น โดยเฉพาะทุเรียนสดที่สามารถส่งออกได้มากที่สุด เนื่องจากมีความต้องการสูง มีการบริโภคทุเรียนสดที่ปริมาณ 402,660 ตัน ที่ราคา 43,383 บาทต่อตัน ดังแสดงในตารางที่ 2-18

ตารางที่ 2-18 ปริมาณการผลิตและการส่งออกทุเรียนในแต่ละประเภทรหว่างปี พ.ศ. 2555 - 2559

รูปแบบการค้า	ปี				
	2555	2556	2557	2558	2559
1. ปริมาณขายในประเทศ (ตัน)	152,441	182,492	238,766	213,362	100,834
2. ปริมาณส่งออก (ตัน)	371,946	386,746	393,009	388,522	417,122
2.1 ทุเรียนสด	351,124	367,057	369,602	358,192	402,660
2.2 ทุเรียนแช่แข็ง	13,895	13,662	17,143	22,187	20,430
2.3 ทุเรียนกวน	501	230	455	690	720
2.4 ทุเรียนอบแห้ง	392	465	353	401	340
3. ราคาส่งออก (บาทต่อตัน)					
3.1 ทุเรียนสด	17,644	20,010	33,646	36,981	43,383
3.2 ทุเรียนแช่แข็ง	52,851	64,158	65,995	87,653	106,349
3.3 ทุเรียนกวน	88,161	124,311	127,534	119,532	125,158
3.4 ทุเรียนอบแห้ง	493,450	600,540	615,886	723,169	828,736

ที่มา: Wannarat Tantrakonnsab และคณะ (2018)

2.1.4 ห่วงโซ่การค้าในประเทศ

คณะผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลภาพรวมสถานการณ์การจำหน่าย ช่องทางการตลาดของทุเรียนใน 3 จังหวัดภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี จังหวัดระยอง และจังหวัดตราด สามารถสรุปได้ดังนี้⁴⁰

2.1.4.1 สถานการณ์ห่วงโซ่การค้าในจังหวัดจันทบุรี

- การจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร

การจำหน่ายทุเรียนของเกษตรกรในจังหวัดจันทบุรี มีรูปแบบ ดังนี้

⁴⁰ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร “รายงานการวิเคราะห์อุปสงค์อุปทานและวิถีตลาดสินค้าเกษตรที่สำคัญ” สืบค้นที่ : http://www.oae.go.th/assets/portals/1/files/ebook/demand_supply.pdf

1. การจำหน่ายให้กับลง/ตัวแทนผู้ส่งออก/ผู้ส่งออก

- เกษตรกรนำทุเรียนไปจำหน่ายให้กับผู้รวบรวมเจ้าประจำ ลงหรือตัวแทนผู้ส่งออกที่ไหราคาสูง โดยบรรทุกใส่รถกระบะ 4 ล้อ หรือเป็นผู้รวบรวมทุเรียนในพื้นที่ด้วย
- ขายแบบเหมาสวน โดยผู้ส่งออกชาวจีน (ลงส่งออก) ส่งคำสั่งซื้อมายังนายหนาคนไทย ซึ่งเป็นผู้จัดหาทุเรียนส่งออก โดยนายหนา/ตัวแทนลงจัดหาทุเรียนตามคำสั่งซื้อ เริ่มตั้งแต่ดูสวนในช่วงทุเรียนออกดอก เพื่อทำการประเมินผลผลิต ตอรองราคา แล้วทำสัญญาจำมัดจำล่วงหน้าตามแต่ตกลงกัน เพื่อให้เกษตรกรนำเงินไปบริหารจัดการสวนก่อน จากนั้นนับวันเวลาที่จะมาเก็บเกี่ยว ทั้งนี้ เกษตรกรบางรายอาจจะทำสัญญาล่วงหน้าจนกระทั่งเก็บเกี่ยวเสร็จ หรือบางรายอาจทำสัญญาตอรองการเก็บเกี่ยวแต่ละรุ่น เพื่อลดความเสี่ยงหากเกิดการผิดสัญญา
- ตัวแทนลง/นายหนา นำแรงงานมาเก็บเกี่ยวพร้อมทีมตัดทุเรียนกับสวนที่ตกลงทำสัญญากันไว้ เพื่อส่งเขาลงส่งออก จนกระทั่งผลผลิตหมดฤดูกาล

2. การจำหน่ายที่ตลาดกลางท้องถิ่น (ตลาดเนินสูง) หรือพ่อค้ารวบรวมในท้องถิ่นลักษณะการซื้อขายมีดังนี้

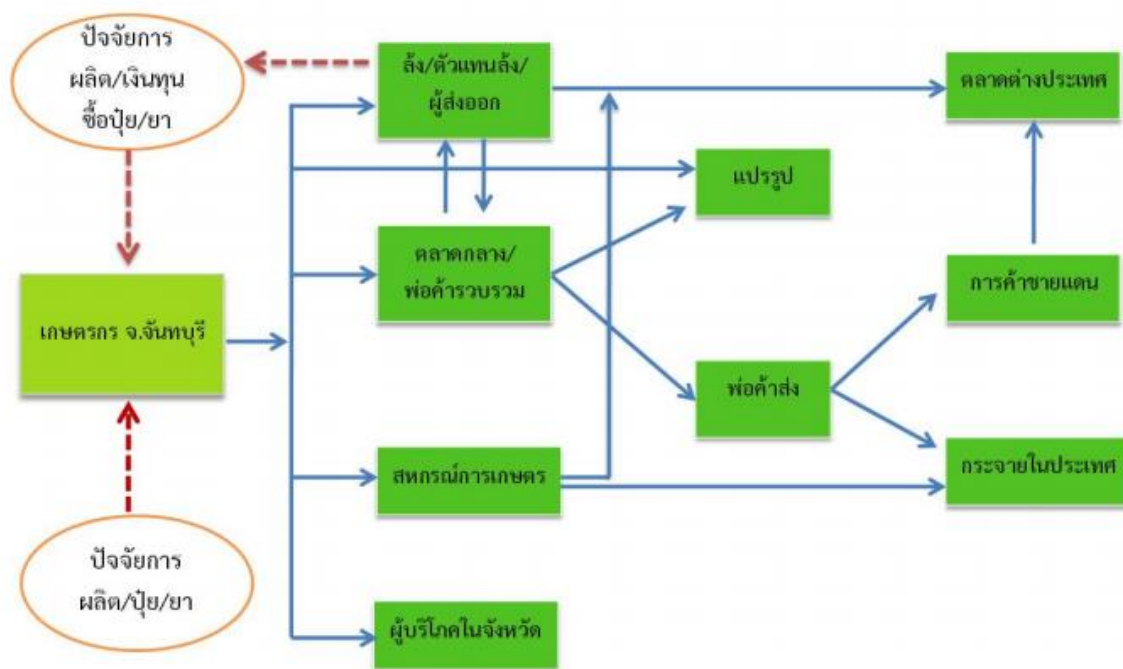
- เกษตรกรขนใส่รถกระบะ 4 ล้อมาจำหน่ายเองที่ตลาด ซึ่งมีพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น/ตัวแทนลงมาตั้งจุดรับซื้อ หรือเปิดแผงรับซื้อที่ตลาดเนินสูง โดยในช่วงต้นฤดูกาล เกษตรกรจะบรรทุกผลผลิตมาประมาณ 500 กิโลกรัม ถึง 1 ตัน และในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมาก (Peak) จะบรรทุกผลผลิตมาจำหน่ายประมาณวันละ 2-3 ตัน
- พ่อค้ารวบรวม/ตัวแทนลง /พ่อค้าเร่ มาตั้งจุดรับซื้อข้างถนนสายหลักหรือจอตรรถหน้าสวนทุเรียนของเกษตรกร เพื่อรับซื้อทุเรียนจากเกษตรกร
- การจำหน่ายให้กับสหกรณ์การเกษตร โดยเกษตรกรที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์การเกษตรจะนำผลผลิตสวนหนึ่งแบ่งจำหน่ายให้กับสหกรณ์การเกษตรในพื้นที่ และผลผลิตบางส่วนส่งจำหน่ายให้กับพ่อค้ารวบรวม/ลงส่งออกด้วย ซึ่งเกษตรกรบางรายเป็นผู้รวบรวมโดยเปิดจุดรับซื้อทุเรียน และรวบรวมผลผลิตเพื่อส่งให้กับสหกรณ์การเกษตร
- การจำหน่ายให้กับโรงงานแปรรูป สำหรับผลผลิตที่ไม่ได้คุณภาพ มีความสุกแก่ไม่เหมาะสมในการรับประทาน และมีขนาดใหญ่เกินไป (ไอเข) เกษตรกรจะนำไปขายให้กับผู้แปรรูป/โรงงานเพื่อแปรรูปเป็นทุเรียนทอดกรอบ และทุเรียนกวน เป็นต้น
- การจำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยตรงภายในจังหวัด ซึ่งมีทั้งผู้บริโภคชาวจีนและชาวประจํา อาจจะมาซื้อที่สวนของเกษตรกรหรือซื้อจากเกษตรกรที่มาจอตรรถขายผลผลิตที่ตลาดขายส่ง และซื้อจากแผงจำหน่ายของเกษตรกรโดยตรง

- โครงสร้างตลาดทุเรียนจังหวัดจันทบุรี

ผู้ที่เกี่ยวข้องในโครงสร้างตลาดประกอบด้วย เกษตรกร ลง/ตัวแทนผู้ส่งออก/ผู้ส่งออก ตลาดกลางท้องถิ่น/พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น สหกรณ์การเกษตร โรงงานแปรรูป/ผู้แปรรูป พ่อค้าส่ง และพ่อค้าขายแดน ดังแสดงในรูปที่ 2-10 โดยมีหน้าที่ทางการตลาด ดังนี้

1. เกษตรกร แบ่งเป็นรายเล็ก รายกลาง และรายใหญ่ ทำหน้าที่ผลิต ดูแลรักษาต้นทุเรียน เก็บเกี่ยว หรือเป็นผู้รวบรวมผลผลิตของตนเองจำหน่ายให้กับลง/ตัวแทนผู้ส่งออก/ผู้ส่งออก ตลาดกลางท้องถิ่น (ตลาดเนินสูง) สหกรณ์การเกษตร โรงงานแปรรูป/ผู้แปรรูป และการจำหน่ายให้ผู้บริโภคโดยตรง
2. ลง/ตัวแทนผู้ส่งออก/ผู้ส่งออก ทำหน้าที่รับซื้อทุเรียนจากเกษตรกรเพื่อการส่งออกต่อไป ซึ่งผู้ส่งออกจะเป็นผู้กำหนดมาตรฐานการรับซื้อตามความต้องการของตลาดปลายทาง โดยมีทั้งตลาดจีน ซึ่งเป็นตลาดหลัก และประเทศในอาเซียน ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย เวียดนาม กัมพูชา เป็นต้น โดยขนาดของทุเรียนซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของตลาด มีน้ำหนักที่ประมาณ 2.5-4 กิโลกรัม นอกจากนี้ ผู้ส่งออก/ลง มีรูปแบบการรับซื้อทุเรียนโดยตรงจากเกษตรกรในช่วงฤดูกาล และการรับซื้อแบบเหมาสวน โดยมีนายหน้า/พ่อค้ารวบรวมของผู้ส่งออกเป็นผู้จัดหาผลผลิตให้ ซึ่งนายหน้าของผู้ส่งออกจะมีทีมจัดซื้อทุเรียนทำหน้าที่ติดต่อทำสัญญาซื้อขาย ตั้งแต่ช่วงทุเรียนออกดอก ประเมินผลผลิต จ่ายมัดจำล่วงหน้าแล้วแต่ตกลงกัน ซึ่งเสมือนเป็นการให้เงินทุนล่วงหน้ากับเกษตรกรในการบริหารจัดการซื้อปุ๋ย ชี้อยาและบำรุงดูแลสวนทุเรียนของเกษตรกรและนัดหมายการเก็บเกี่ยว เมื่อถึงฤดูกาลเก็บเกี่ยว จะมีทีมตัดทุเรียน ซึ่งมีแรงงานและอุปกรณ์พร้อม และมีการย้ายสวนในการเก็บเกี่ยวไปเรื่อย ๆ จนหมดฤดูกาล
3. ตลาดกลางท้องถิ่น/พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น ซึ่งตลาดเนินสูงเป็นตลาดกลางค้าส่งทุเรียนขนาดใหญ่ของจังหวัดจันทบุรี โดยมีพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น ทำหน้าที่เปิดแผงรับซื้อ รวบรวม คัดแยกคุณภาพ และกระจายผลผลิต โดยมีพ่อค้ารวบรวมมาตั้งแผงรับซื้อทุเรียน มีการคัดแยกคุณภาพตามความต้องการของตลาดและจำหน่ายไปยังตลาดต่าง ๆ ผ่านล้งส่งออก พ่อค้าขายส่ง และพ่อค้าเร่ ทั้งนี้ ทุเรียนเกรดดีจะส่งออกไปยังตลาดจีน เกรดรองส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน เช่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย และสิงคโปร์รวมถึงประเทศเพื่อนบ้านผ่านการค้าขายแดน ส่วนทุเรียนตกเกรดกระจายไปยังตลาดต่างจังหวัดภายในประเทศ และผลผลิตบางส่วนส่งเขาโรงงานแปรรูป/ผู้แปรรูป
4. สหกรณ์การเกษตร ทำหน้าที่รวบรวมผลผลิตทุเรียนจากเกษตรกรที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นของสหกรณ์ เพื่อส่งจำหน่ายให้กับผู้ส่งออกซึ่งเป็นคู่ค้าหรือร่วมมือทางการค้าในการส่งทุเรียนจำหน่ายต่างประเทศ และบางส่วนส่งจำหน่ายให้กับสหกรณ์การเกษตรทั้งในและนอกจังหวัดที่มีการเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างสหกรณ์ด้วยกัน เพื่อแลกเปลี่ยนสินคาระหว่างกัน
5. โรงงานแปรรูป/ผู้แปรรูป ทำหน้าที่รวบรวมผลผลิตจากเกษตรกร และพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นซึ่งผลผลิตส่วนใหญ่ที่นำมาแปรรูปเป็นแบบตกเกรด ไม่สามารถจำหน่ายเพื่อการบริโภคได้ เช่น มีขนาด

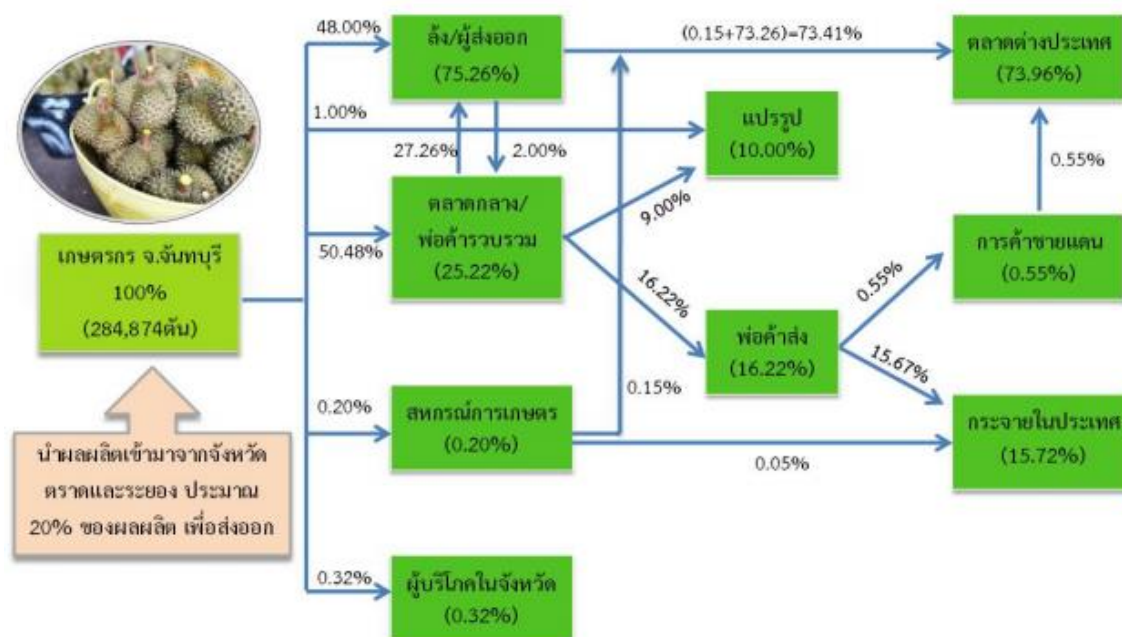
ผลเล็กหรือใหญ่เกินไป มีเปอร์เซ็นต์ความสุกแก่ไม่เหมาะสม เป็นต้น โดยผู้แปรรูปจะนำมาแปรรูปเป็นทุเรียนทอดกรอบและทุเรียนกวน เป็นต้น



รูปที่ 2-10 โครงสร้างตลาดทุเรียนของจังหวัดจันทบุรี
ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

● วิธีการตลาดทุเรียนของจังหวัดจันทบุรี

วิธีการตลาดของทุเรียน จังหวัดจันทบุรี พบว่า การเคลื่อนย้ายผลผลิตทุเรียนของเกษตรกรก่อนจะถึงมือผู้บริโภค ผลผลิตต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง ได้แก่ ลง/ส่งออก ซึ่งมีบทบาทสำคัญในตลาดในการกำหนดราคา รับซื้อและส่งออกผลผลิตไปยังตลาดต่างประเทศซึ่งมากกว่าร้อยละ 70 สำหรับตลาดกลาง (ตลาดเนินสูง)/พ่อค้ารวบรวม ซึ่งเป็นอีกหนึ่งตัวกลางที่มีบทบาทสำคัญในการดูดซับผลผลิตออกจากเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 25.22 เพื่อกระจายผลผลิตไปยังตลาดต่าง ๆ ภายในประเทศผ่านพ่อค้าขายส่งร้อยละ 16.22 การค้าชายแดน ร้อยละ 0.55 และบางส่วนส่งเข้าโรงงานแปรรูปประมาณร้อยละ 10 สำหรับสหกรณ์การเกษตรซึ่งเป็นตัวกลางในการช่วยเหลือเกษตรกรทั้งที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกในการรับซื้อผลผลิตช่วงที่ผลผลิตมีราคาปกติและตกต่ำคิดเป็นร้อยละ 0.20 เพื่อกระจายผลผลิตในประเทศผ่านเครือข่ายสหกรณ์ และบางส่วนผ่านพ่อค้าส่งออก ตลาดต่างประเทศ ส่วนที่เหลือประมาณร้อยละ 0.32 จำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยตรงภายในจังหวัด ดังแสดงในรูปที่ 2-11



รูปที่ 2-11 วิธีการตลาดทุเรียนในจังหวัดจันทบุรี
ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

2.1.4.2 สถานการณ์ห่วงโซ่การค้าในจังหวัดระยอง

- การจำหน่ายทุเรียนของเกษตรกรในจังหวัดระยอง

สำหรับการจำหน่ายทุเรียนของเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดระยอง มีรูปแบบดังนี้

1. การจำหน่ายให้กับล้ง/ตัวแทนผู้ส่งออก/ผู้ส่งออก โดยมีตัวแทนล้งมารับซื้อที่สวนของเกษตรกร เนื่องจาก การตัดทุเรียนต้องอาศัยประสบการณ์และความชำนาญในการเก็บผลผลิต โดยมีรูปแบบการซื้อ ได้แก่ ขายแบบเหมาสวน หรือการแบ่งขายตามรุ่นผลผลิตในแต่ละช่วง
2. การจำหน่ายให้กับพ่อค้ารวบรวม/ตัวแทนล้ง /พ่อค้าเร่ ในจังหวัด ซึ่งเป็นแผงรับซื้อ หรือการมีผู้แทน หรือนายหน้ามารับซื้อบริเวณข้างทางตามถนนสุขุมวิท หรือตามแหล่งชุมชนที่เป็นแหล่งปลูกสำคัญ เช่น ตลาดเขาดิน ตลาดกองดิน ตลาดสองสึง ตลาดตะพง ตลาดวังจันทร์ เป็นต้น
3. การจำหน่ายให้กับสหกรณ์การเกษตร โดยเกษตรกรที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์การเกษตรจะนำผลผลิต ส่วนหนึ่งแบ่งจำหน่ายให้กับสหกรณ์การเกษตรในพื้นที่ และผลผลิตบางส่วนส่งจำหน่ายให้กับพ่อค้า รวบรวม/ล้งส่งออกด้วย ซึ่งเกษตรกรบางรายเป็นผู้รวบรวมโดยเปิดจุดรับซื้อทุเรียน และรวบรวม ผลผลิตเพื่อส่งให้กับสหกรณ์การเกษตร
4. การจำหน่ายให้กับโรงงานแปรรูป สำหรับผลผลิตที่ไม่ได้คุณภาพ มีความสุกเกินไปไม่เหมาะสมในการ รับประทาน และมีขนาดใหญ่เกินไป เกษตรกรจะนำไปขายให้กับผู้แปรรูป/โรงงาน เพื่อแปรรูปเป็น

เนื้อทุเรียนแช่แข็ง เนื้อทุเรียนแกะเมล็ดแช่แข็ง และทุเรียนทำแห้งแบบแช่แข็ง (Freeze-dried)
ทุเรียนทอดกรอบ ทุเรียนกวน เป็นต้น

5. การจำหน่ายให้กับพ่อค้าปลีกที่มาซื้อที่สวนของเกษตรกร หรือซื้อจากเกษตรกรที่มาจอตระขาย
ผลผลิตที่ตลาดขายส่ง และซื้อจากแผงจำหน่ายของเกษตรกรโดยตรง
6. การจำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยตรงภายในจังหวัด ซึ่งมีทั้งผู้บริโภคชาวและชาวประจำ อาจจะมาซื้อที่
สวนของเกษตรกร แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หรือซื้อจากเกษตรกรที่มาจอตระขายผลผลิตที่ตลาด
ขายส่ง และซื้อจากแผงจำหน่ายของเกษตรกรโดยตรง

- โครงสร้างการตลาดทุเรียนของจังหวัดระยอง

ผู้ที่เกี่ยวข้องในโครงสร้างตลาดประกอบด้วย เกษตรกร ล้ง/ตัวแทนผู้ส่งออก/ผู้ส่งออก ตลาดกลาง
ท้องถิ่น/พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น สหกรณ์การเกษตร โรงงานแปรรูป/ผู้แปรรูป พ่อค้าส่ง และพ่อค้าขายแดนดังนี้

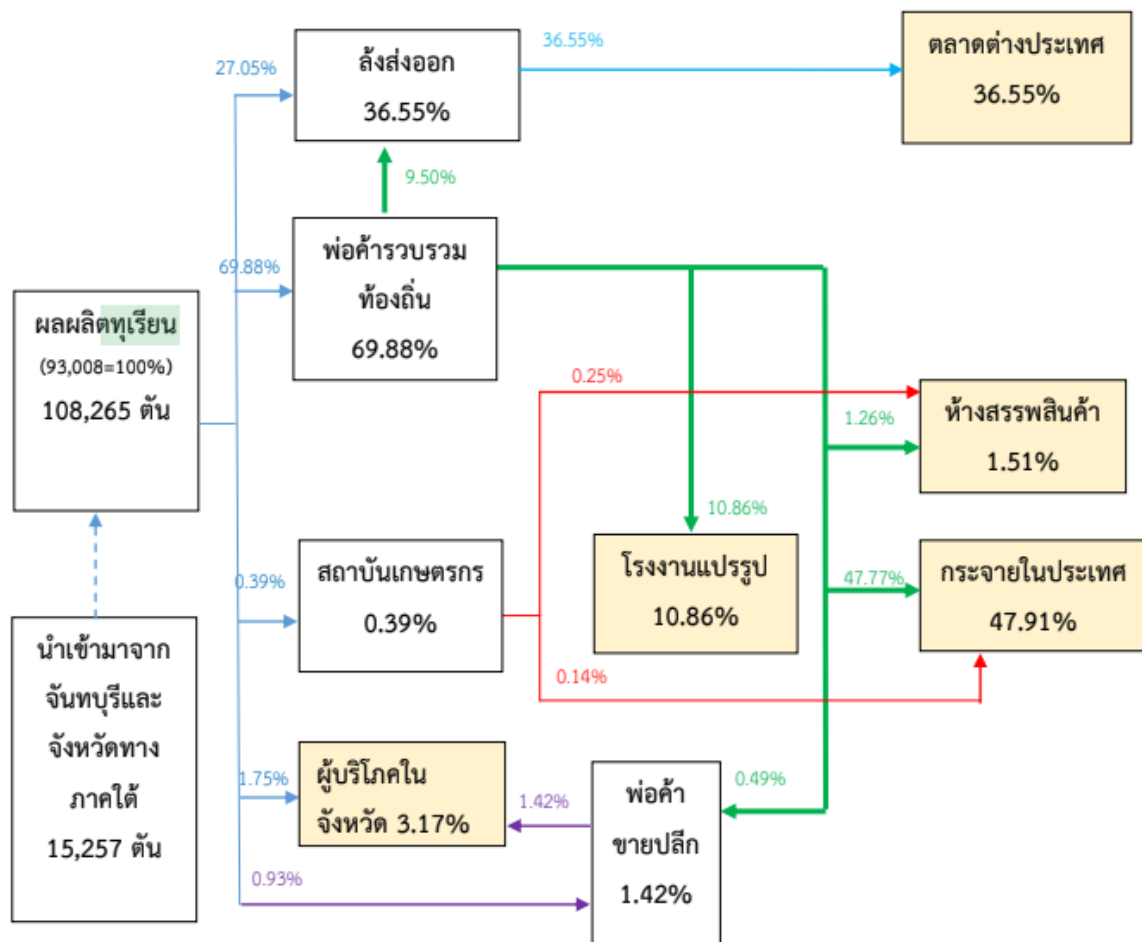
1. เกษตรกร แบ่งเป็นรายเล็ก รายกลาง และรายใหญ่ ทำหน้าที่ผลิต ดูแลรักษาด้านทุเรียน เก็บเกี่ยว หรือ
เป็นผู้รวบรวมผลผลิตของตนเองจำหน่ายให้กับล้ง/ตัวแทนผู้ส่งออก/ผู้ส่งออก ตลาดกลางท้องถิ่น
สหกรณ์การเกษตร โรงงานแปรรูป/ผู้แปรรูป และการจำหน่ายให้ผู้บริโภคโดยตรง
2. ล้ง/ตัวแทนผู้ส่งออก/ผู้ส่งออก ทำหน้าที่รับซื้อทุเรียนจากเกษตรกรเพื่อการส่งออกต่อไป ซึ่งผู้ส่งออก
จะเป็นผู้กำหนดมาตรฐานการรับซื้อตามความต้องการของตลาดปลายทาง โดยมีทั้งตลาดจีน ซึ่งเป็น
ตลาดหลัก และประเทศในอาเซียน ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย เวียดนาม กัมพูชา เป็นต้น โดยขนาด
ของทุเรียนซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของตลาดมีน้ำหนักที่ประมาณ 2.5-4 กิโลกรัม นอกจากนี้ ผู้ส่งออก/ล้ง มี
รูปแบบการรับซื้อทุเรียนโดยตรงจากเกษตรกรในช่วงฤดูการ และการรับซื้อแบบเหมาสวน โดยมี
นายหน้า/พ่อค้ารวบรวมของผู้ส่งออก เป็นผู้จัดหาผลผลิตให้ ซึ่งนายหน้าของผู้ส่งออกจะมีทีมจัดซื้อ
ทุเรียนทำหน้าที่ติดต่อทำสัญญาซื้อขายตั้งแต่ช่วงทุเรียนออกดอก ประเมินผลผลิต จ่ายมัดจำล่วงหน้า
แล้วแต่ตกลงกัน ซึ่งเสมือนเป็นการให้เงินทุนล่วงหน้ากับเกษตรกรในการบริหารจัดการ ซื้อปุ๋ย ซื้อยา
และบำรุงดูแลสวนทุเรียนของเกษตรกร และนัดหมายการเก็บเกี่ยว เมื่อถึงฤดูกาลเก็บเกี่ยวจะมีทีมตัด
ทุเรียน ซึ่งมีแรงงานและอุปกรณ์พร้อม และมีการย้ายสวนในการเก็บเกี่ยวไปเรื่อย ๆ จนหมดฤดูกาล
3. ตลาดกลางท้องถิ่น/พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น ซึ่งเป็นตลาดกลางค้าส่งผลไม้ของจังหวัดระยอง โดยมี
พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น ทำหน้าที่เปิดแผงรับซื้อ รวบรวม คัดแยกคุณภาพ และกระจายผลผลิต โดยมี
พ่อค้ารวบรวมมาตั้งแผงรับซื้อผลไม้ มีการคัดแยกคุณภาพตามความต้องการของตลาด และจำหน่าย
ไปยังตลาดต่าง ๆ ผ่านล้งส่งออก พ่อค้าขายส่ง และพ่อค้าเร่ ทั้งนี้ ทุเรียนเกรดดีจะส่งออกไปยังตลาดจีน
เกรดรองส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน เช่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย และสิงคโปร์ รวมถึงประเทศ
เพื่อนบ้านผ่านการค้าขายแดน ส่วนทุเรียนตกเกรดกระจายไปยังตลาดต่างจังหวัดภายในประเทศ และ
ผลผลิตบางส่วนส่งเข้าโรงงานแปรรูป/ผู้แปรรูป

4. สหกรณ์การเกษตร ทำหน้าที่รวบรวมผลผลิตทุเรียนจากเกษตรกรที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกของสหกรณ์ เพื่อส่งจำหน่ายให้กับผู้ส่งออกซึ่งเป็นคู่ค้า หรือร่วมมือทางการค้าในการส่งทุเรียนจำหน่ายต่างประเทศและบางส่วนส่งจำหน่ายให้กับสหกรณ์การเกษตรทั้งในและนอกจังหวัดที่มีการเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างสหกรณ์ด้วยกัน เพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกัน
5. โรงงานแปรรูป/ผู้แปรรูป ทำหน้าที่รวบรวมผลผลิตจากเกษตรกร และพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นซึ่งผลผลิตส่วนใหญ่ที่นำมาแปรรูปเป็นแบบตากแดด ไม่สามารถจำหน่ายเพื่อการบริโภคได้ เช่น มีขนาดเล็กหรือใหญ่เกินไป เปอร์เซ็นต์ความสุกแก่ไม่เหมาะสม เป็นต้น โดยผู้แปรรูปจะนำมาแปรรูปโดยส่วนใหญ่เป็นเนื้อทุเรียนแช่แข็ง ซึ่งมีทั้งเป็นทุเรียนโดยมีเมล็ดในและแบบแกะเมล็ดออก ทุเรียนทำแห้งแบบแช่แข็ง (Freeze-dried) ทุเรียนทอดกรอบ ทุเรียนกวน เป็นต้น

- วิธีการตลาดทุเรียนของจังหวัดระยอง

- กรณีเกษตรกร ผลผลิตทุเรียนจากเกษตรกรในจังหวัด 93,008 ตัน และผลผลิตที่มีการนำเข้ามาจากต่างจังหวัดประมาณ 15,257 ตัน หรือร้อยละ 16.04 ของผลผลิตในจังหวัด รวมผลผลิต 108,265 ตัน โดยผลผลิตในจังหวัด 93,008 ตัน มีการกระจายผลผลิตไปยังพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น ร้อยละ 69.88 กระจายไปยังส่งออกร้อยละ 27.05 สถาบันเกษตรกรร้อยละ 0.39 พ่อค้าปลีกร้อยละ 0.93 ผลผลิตที่เหลือประมาณร้อยละ 1.75 กระจายให้กับผู้บริโภคที่มาซื้อที่สวนหรือจากเกษตรกรที่นำออกไปจำหน่ายโดยตรง
- พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น ทำการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรภายในจังหวัดและบางส่วนจากต่างจังหวัด โดยเป็นผลผลิตของจังหวัดประมาณร้อยละ 69.88 จากนั้นกระจายผลผลิตออกนอกจังหวัดร้อยละ 47.77 (ซึ่งอาจจะมีการกระจายออกไปยังส่งออกนอกจังหวัด) กระจายไปยังโรงงานแปรรูปร้อยละ 10.86 กระจายให้แก่ส่งออกในจังหวัดร้อยละ 9.50 กระจายไปยังพ่อค้าปลีกร้อยละ 0.49 และไปยังห้างสรรพสินค้าร้อยละ 1.26 ส่งออกทำการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรร้อยละ 27.05 รวมถึงรับจากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นร้อยละ 9.50 ได้ผลผลิตประมาณร้อยละ 36.55 เพื่อส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ
- สถาบันเกษตรกร รวบรวมผลผลิตได้ร้อยละ 0.39 มีการกระจายผลผลิตไปยังต่างจังหวัดร้อยละ 0.14 และห้างสรรพสินค้าร้อยละ 0.25

สำหรับการแปรรูปในจังหวัด รวบรวมผลผลิตในจังหวัดจากผู้รวบรวมร้อยละ 10.86 แล้วแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น ทุเรียนแช่แข็ง (แกะเนื้อ) ทุเรียนทอดกรอบ ทุเรียนกวน และทุเรียนทำแห้งแบบแช่แข็ง (Freeze-dried) ดังแสดงในรูปที่ 2-12



รูปที่ 2-12 วิธีการตลาดทุเรียนในจังหวัดระยอง
ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

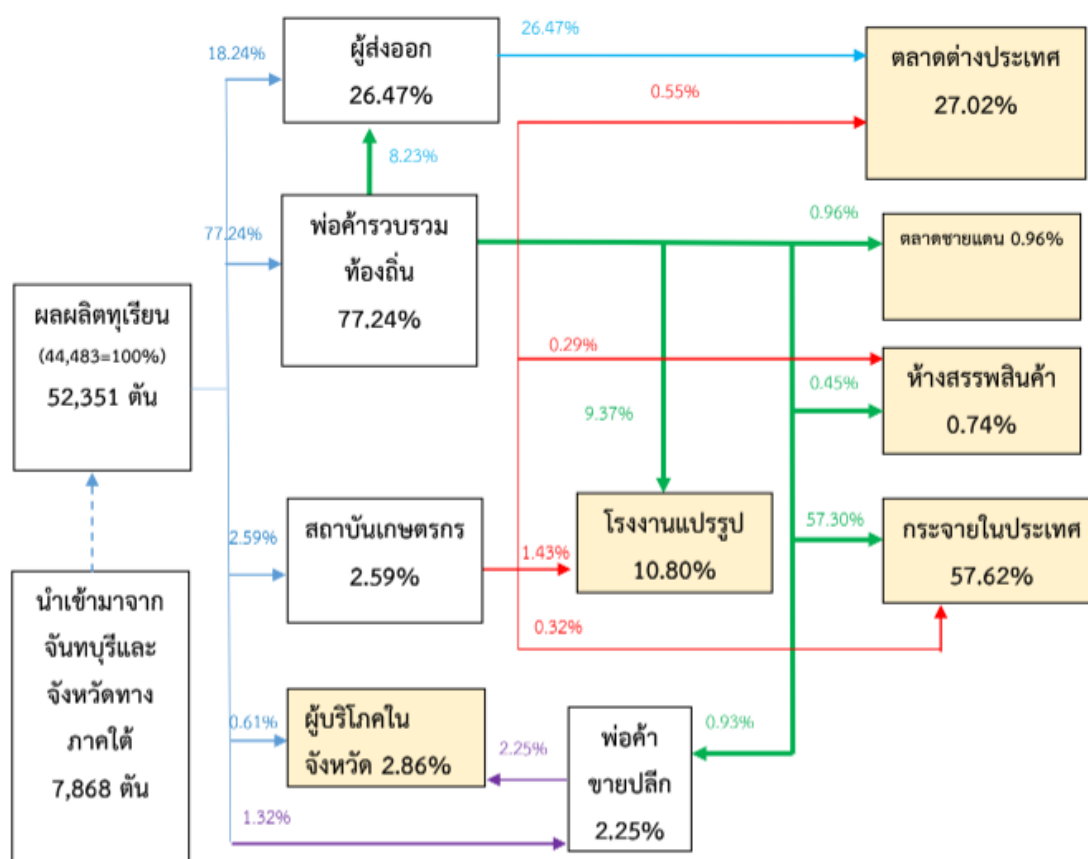
2.1.4.3 สถานการณ์ห่วงโซ่มูลค่าในจังหวัดตราด

- การจำหน่ายทุเรียนของเกษตรกรในจังหวัดตราด มีรูปแบบดังนี้
 1. การจำหน่ายให้กับคลัง/ตัวแทนผู้ส่งออก/ผู้ส่งออก โดยมีตัวแทนคลังมารับซื้อที่สวนของเกษตรกรเนื่องจากการตัดทุเรียนต้องอาศัยประสบการณ์และความชำนาญในการเก็บผลผลิต โดยมีรูปแบบการซื้อ ได้แก่ ขายแบบเหมาสวน หรือการแบ่งขายตามรุ่นผลผลิตในแต่ละช่วง
 2. การจำหน่ายให้กับพ่อค้ารวบรวม/ตัวแทนคลัง /พ่อค้าเร่ ในจังหวัด ซึ่งเป็นแผงรับซื้อ หรือการมีผู้แทนหรือนายหน้ามารับซื้อบริเวณข้างทางตามถนนสายต่าง ๆ ตามเส้นทางออกจากจังหวัดตราด
 3. การจำหน่ายให้กับสหกรณ์การเกษตร โดยเกษตรกรที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์การเกษตรจะนำผลผลิตส่วนหนึ่งแบ่งจำหน่ายให้กับสหกรณ์การเกษตรในพื้นที่ และผลผลิตบางส่วนส่งจำหน่ายให้กับพ่อค้ารวบรวม/ผู้ส่งออกด้วย ซึ่งเกษตรกรบางรายเป็นผู้รวบรวมโดยเปิดจุดรับซื้อทุเรียน และรวบรวมผลผลิตเพื่อส่งให้กับสหกรณ์การเกษตร

4. การจำหน่ายให้กับโรงงานแปรรูป สำหรับผลผลิตที่ไม่ได้คุณภาพ มีความสุกแก่ไม่เหมาะสมในการรับประทาน และมีขนาดใหญ่เกินไป เกษตรกรจะนำไปขายให้กับผู้แปรรูป/โรงงาน เพื่อแปรรูปเป็นเนื้อทุเรียนแช่แข็ง เนื้อทุเรียนแกละเมล็ดแช่แข็ง และทุเรียนทำแห้งแบบแช่แข็ง (Freeze-dried) เป็นต้น
 5. การจำหน่ายให้กับพ่อค้าปลีกที่มาซื้อที่สวนของเกษตรกร หรือซื้อจากเกษตรกรที่มาจากตรอกซอยขายผลผลิตที่ตลาดขายส่ง และซื้อจากแผงจำหน่ายของเกษตรกรโดยตรง
 6. การจำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยตรงภายในจังหวัด ซึ่งมีทั้งผู้บริโภคชาว และชาวประจําอาจจะมาซื้อที่สวนของเกษตรกร หรือซื้อจากเกษตรกรที่มาจากตรอกซอยขายผลผลิตที่ตลาดขายส่ง และซื้อจากแผงจำหน่ายของเกษตรกรโดยตรง
- โครงสร้างการตลาดทุเรียนของจังหวัดตราด
 1. เกษตรกร แบ่งเป็นรายเล็ก รายกลาง และรายใหญ่ ทำหน้าที่ผลิต ดูแลรักษาด้านทุเรียน เก็บเกี่ยว หรือเป็นผู้รวบรวมผลผลิตของตนเองจำหน่ายให้กับล้ง/ตัวแทนผู้ส่งออก/ผู้ส่งออก ตลาดกลางท้องถิ่น (ศาลาแดง) สหกรณ์การเกษตร โรงงานแปรรูป/ผู้แปรรูป และการจำหน่ายให้ผู้บริโภคโดยตรง
 2. ล้ง/ตัวแทนผู้ส่งออก/ผู้ส่งออก ทำหน้าที่รับซื้อทุเรียนจากเกษตรกรเพื่อการส่งออกต่อไป ซึ่งผู้ส่งออกจะเป็นผู้กำหนดมาตรฐานการรับซื้อตามความต้องการของตลาดปลายทาง โดยมีทั้งตลาดจีน ซึ่งเป็นตลาดหลัก และประเทศในอาเซียน ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย เวียดนาม กัมพูชา เป็นต้น โดยขนาดของทุเรียนซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของตลาดมีน้ำหนักที่ประมาณ 2.5-4 กิโลกรัม นอกจากนี้ ผู้ส่งออก/ล้ง มีรูปแบบการรับซื้อทุเรียนโดยตรงจากเกษตรกรในช่วงฤดูการ และการรับซื้อแบบเหมาสวน โดยมีนายหน้า/พ่อค้ารวบรวมของผู้ส่งออกเป็นผู้จัดหาผลผลิตให้ ซึ่งนายหน้าของผู้ส่งออกจะมีทีมจัดซื้อทุเรียนทำหน้าที่ติดต่อทำสัญญาซื้อขายตั้งแต่ช่วงทุเรียนออกดอกประเมินผลผลิต จ่ายมัดจำล่วงหน้าแล้วแต่ตกลงกัน ซึ่งเสมือนเป็นการให้เงินทุนล่วงหน้ากับเกษตรกรในการบริหารจัดการ ซื้อปุ๋ย ซื้อยา และบำรุงดูแลสวนทุเรียนของเกษตรกร และนัดหมายการเก็บเกี่ยว เมื่อถึงฤดูกาลเก็บเกี่ยวจะมีทีมตัดทุเรียน ซึ่งมีแรงงานและอุปกรณ์พร้อม และมีการย้ายสวนในการเก็บเกี่ยวไปเรื่อย ๆ จนหมดฤดูกาล
 3. ตลาดกลางท้องถิ่น/พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น ซึ่งศาลาแดงเป็นตลาดกลางค้าส่งผลไม้ของจังหวัดตราด โดยมีพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น ทำหน้าที่เปิดแผงรับซื้อ รวบรวม คัดแยกคุณภาพ และกระจายผลผลิต โดยมีพ่อค้ารวบรวมมาตั้งแผงรับซื้อผลไม้ มีการคัดแยกคุณภาพตามความต้องการของตลาด และจำหน่ายไปยังตลาดต่าง ๆ ผ่านล้งส่งออก พ่อค้าขายส่ง และพ่อค้าเร่ ทั้งนี้ ทุเรียนเกรดดีจะส่งออกไปยังตลาดจีน เกรดรองส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน เช่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย และสิงคโปร์ รวมถึงประเทศเพื่อนบ้านผ่านการค้าชายแดน ส่วนทุเรียนตกเกรดกระจายไปยังตลาดต่างจังหวัดภายในประเทศ และผลผลิตบางส่วนส่งเข้าโรงงานแปรรูป/ผู้แปรรูป

4. สหกรณ์การเกษตร ทำหน้าที่รวบรวมผลผลิตทุเรียนจากเกษตรกรที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกของสหกรณ์ เพื่อส่งจำหน่ายให้กับผู้ส่งออกซึ่งเป็นคู่ค้า หรือร่วมมือทางการค้าในการส่งทุเรียนจำหน่ายต่างประเทศ และบางส่วนส่งจำหน่ายให้กับสหกรณ์การเกษตรทั้งในและนอกจังหวัดที่มีการเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างสหกรณ์ด้วยกัน เพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกัน
 5. โรงงานแปรรูป/ผู้แปรรูป ทำหน้าที่รวบรวมผลผลิตจากเกษตรกร และพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น ซึ่งผลผลิตส่วนใหญ่ที่นำมาแปรรูปเป็นแบบตากแดด ไม่สามารถจำหน่ายเพื่อการบริโภคได้ เช่น มีขนาดผลเล็กหรือใหญ่เกินไป มีเปอร์เซ็นต์ความสุกแก่ไม่เหมาะสม เป็นต้น โดยผู้แปรรูปจะนำมาแปรรูปโดยส่วนใหญ่เป็นเนื้อทุเรียนแช่แข็ง ซึ่งมีทั้งเป็นทุเรียนโดยมีเมล็ดในและแบบแกะเมล็ดออก ทุเรียนทำแห้งแบบแช่แข็ง (Freeze-dried) ทุเรียนอบกรอบ เป็นต้น
- วิธีการตลาดทุเรียนของจังหวัดตราด
 - เกษตรกร ผลผลิตทุเรียนจากเกษตรกรในจังหวัด 44,483 ตัน และผลผลิตที่มีการนำเข้ามาจากต่างจังหวัดรวม 7,868 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 17.69 ของผลผลิตในจังหวัด ผลผลิตรวม 52,351 ตัน โดยผลผลิตในจังหวัดมีการกระจายไปยังพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นร้อยละ 77.24 กระจายไปยังส่งออกร้อยละ 18.24 สถาบันเกษตรกรร้อยละ 2.59 พ่อค้าปลีกร้อยละ 1.32 ผลผลิตที่เหลือประมาณร้อยละ 0.61 กระจายให้กับผู้บริโภคที่มาซื้อที่สวนหรือจากเกษตรกรที่นำออกไปจำหน่ายโดยตรง
 - พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น ทำการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรภายในจังหวัดและบางส่วนจากต่างจังหวัด ร้อยละ 77.24 จากนั้นกระจายผลผลิตออกนอกจังหวัดร้อยละ 57.30 (ซึ่งอาจจะมีการกระจายออกไปยังส่งออกนอกจังหวัด) กระจายไปยังโรงงานแปรรูปร้อยละ 10.80 กระจายให้แก่ส่งออกในจังหวัดร้อยละ 8.23 กระจายไปยังตลาดชายแดนร้อยละ 0.96 ไปยังพ่อค้าปลีกร้อยละ 0.93 และไปยังห้างสรรพสินค้าร้อยละ 0.45
 - ส่งออก ทำการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกร ร้อยละ 18.24 รวมถึงรับจากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นจากในจังหวัดร้อยละ 8.23 รวมผลผลิตร้อยละ 26.47 เพื่อส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ
 - สถาบันเกษตรกร รวบรวมผลผลิตได้ร้อยละ 2.59 มีการกระจายผลผลิตไปยังโรงงานแปรรูปร้อยละ 1.43 ตลาดต่างประเทศร้อยละ 0.55 กระจายไปยังต่างจังหวัดร้อยละ 0.32 และห้างสรรพสินค้าร้อยละ 0.29

การแปรรูปในจังหวัดคิดเป็นร้อยละ 10.80 โดยรวบรวมผลผลิตจากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นร้อยละ 9.37 และสถาบันเกษตรกรร้อยละ 1.43 แล้วเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น ทุเรียนแช่แข็ง (แคะเนื้อ) และทุเรียนทำแห้งแบบแช่แข็ง (Freeze-dried) ดังแสดงในรูปที่ 2-13



รูปที่ 2-13 วิธีการตลาดทุเรียนจังหวัดตราด
ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

2.1.4.4 ข้อมูลราคาขายทุเรียน

สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ได้ทำการรวบรวมข้อมูลราคาทุเรียน ตั้งแต่ราคาเกษตรกรขายได้ ไปจนถึงราคาส่งออกในระหว่างปี พ.ศ. 2557 – 2561 พบว่าราคาขายทุเรียนสด ที่เกษตรกรขายได้มีอัตราเพิ่มขึ้น อีกทั้งราคาทุเรียนส่งออกทั้งทุเรียนสดและทุเรียนแช่แข็งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เช่นกัน โดยเฉพาะทุเรียนแช่แข็งที่มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นมากที่สุด ดังแสดงในตารางที่ 2-19 โดยมี รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2-19 ราคาที่เกษตรกรขายได้ ราคาขายส่ง และราคาส่งออกทุเรียน ปี พ.ศ. 2557 – 2561

ปี พ.ศ.	ราคาที่เกษตรกรขายได้		ราคาขายส่งตลาด กรุงเทพ		ราคาส่งออก		
	หมอนทอง	ชะนี	หมอนทอง	ชะนี	ทุเรียนสด	ทุเรียน แช่แข็ง	ทุเรียน กวน
2557	34.29	23.76	47.83	32.50	33.65	65.99	127.53
2558	46.96	31.11	67.89	47.50	36.98	87.65	119.53
2559	62.96	42.20	88.51	70.00	43.37	106.62	125.16
2560	71.81	44.38	95.18	71.57	45.06	170.49	126.32
2561*	78.16	46.39	102.93	79.12	59.37	220.58	112.69
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	23.03	18.45	20.57	24.48	14.26	36.05	-1.90

หมายเหตุ: * ประมาณการ

ที่มา: สำนักเศรษฐกิจการเกษตร (2562)

ปี พ.ศ. 2557 - 2561 ราคาทุเรียนพันธุ์หมอนทองคลองกระดี่ที่เกษตรกรขายได้เพิ่มขึ้นจาก กิโลกรัมละ 34.29 บาท ในปี พ.ศ. 2557 เป็นกิโลกรัมละ 78.16 บาทในปี พ.ศ. 2561 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.03 ต่อปี สำหรับราคาทุเรียนพันธุ์ชะนีคลองกระดี่ เพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 23.76 บาท ในปี พ.ศ. 2557 เป็นกิโลกรัมละ 46.39 บาท ในปี พ.ศ. 2561 หรือเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 18.45 ต่อปี ปี พ.ศ. 2561 ราคาทุเรียนพันธุ์หมอนทองคลองกระดี่ และทุเรียนพันธุ์ชะนีที่เกษตรกรขายได้เพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 71.81 บาท และกิโลกรัมละ 44.38 บาท ในปี พ.ศ. 2560 ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 8.84 และร้อยละ 4.53 ตามลำดับ

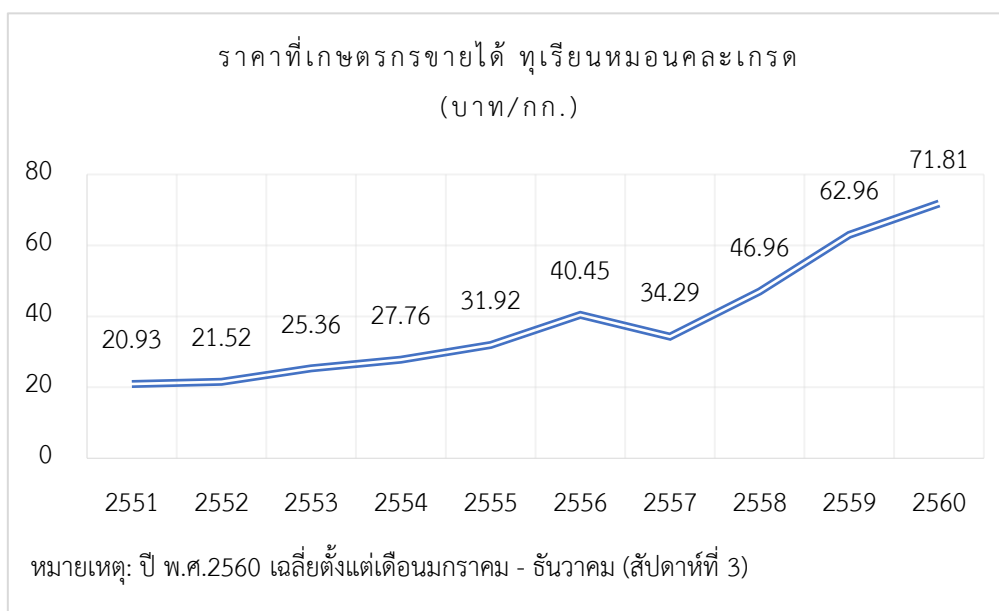
- ราคาขายส่งตลาดกรุงเทพฯ

ปี พ.ศ. 2557 - 2561 ราคาขายส่งทุเรียนพันธุ์หมอนทองและพันธุ์ชะนีเพิ่มขึ้นจาก กิโลกรัมละ 47.83 และกิโลกรัมละ 32.50 บาท ในปี พ.ศ. 2557 เป็นกิโลกรัมละ 102.93 และกิโลกรัมละ 79.12 บาท ในปี พ.ศ. 2561 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.57 และร้อยละ 24.48 ต่อปี ตามลำดับ ปี พ.ศ. 2561 ราคาขายส่งทุเรียนพันธุ์หมอนทองและพันธุ์ชะนีเพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 95.18 บาท และกิโลกรัมละ 71.57 บาท ในปี พ.ศ. 2560 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.57 และร้อยละ 24.48 ตามลำดับ

- ราคาส่งออก

ปี พ.ศ. 2557 - 2561 ราคาส่งออกทุเรียนสด ทุเรียนแช่แข็ง เพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 33.65 บาท กิโลกรัมละ 65.99 บาท ในปี พ.ศ. 2557 เป็นกิโลกรัมละ 59.37 และกิโลกรัมละ 220.58 บาท ในปี พ.ศ. 2561 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.26 และร้อยละ 36.05 ต่อปี ตามลำดับ ขณะที่ทุเรียนกวนลดลงจาก 127.53 บาท ในปี พ.ศ. 2557 เป็นกิโลกรัมละ 112.69 บาท ในปี พ.ศ. 2561 หรือลดลงร้อยละ 1.90 ต่อปี ปี พ.ศ. 2561 ราคาส่งออกทุเรียนสด ทุเรียนแช่แข็ง เพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 45.06 บาท และกิโลกรัมละ 170.49 บาท ในปี พ.ศ. 2560 ร้อยละ 31.74 และร้อยละ 29.38 ตามลำดับ ขณะที่ทุเรียนกวนลดลงจาก กิโลกรัมละ 126.32 บาท ในปี พ.ศ. 2560 ร้อยละ 10.79 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบข้อมูลราคาที่เกษตรกรขายได้ในช่วงระยะเวลา 10 ปี นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 – 2560 จะเห็นว่าเกษตรกรมีสามารถขายทุเรียนได้เพิ่มขึ้นทุกปีดังแสดงในรูปที่ 2-14



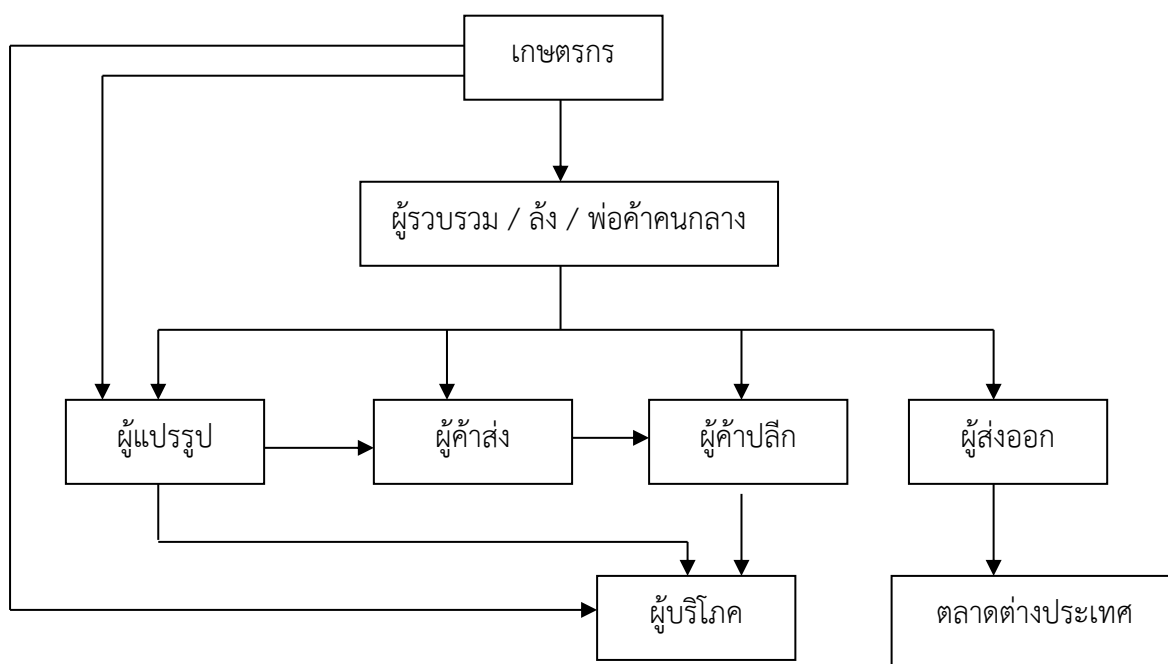
รูปที่ 2-14 ราคาที่เกษตรกรขายได้ ทุเรียนหมอนคละเกรด (บาท/กก.)

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

2.1.4.5 วิวัฒนาการบทบาทของโรงคัดบรรจุผลไม้หรือล้าง

ภาพรวมห่วงโซ่อุปทานและโครงสร้างทางการตลาดผลไม้ของไทยเริ่มจากเกษตรกรขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง ผู้แปรรูป และผู้รวบรวมในท้องถิ่นหรือล้างหรือพ่อค้าคนกลาง ซึ่งส่วนใหญ่มักจะเป็นล้างจากจีนที่เข้ามาซื้อผลไม้ เช่น ทุเรียน ลำไย มังคุด กัลลวยไข่ และขนุน ซึ่งในขั้นตอนนี้ล้างจะใช้วิธีจองสวน สำหรับพ่อค้าคนกลางที่เป็นคนไทยจะใช้วิธีซื้อเหมาทั้งสวนก่อนที่ผลไม้จะเก็บเกี่ยวโดยประเมินราคาจากจำนวนต้น จำนวนพื้นที่เพาะปลูก และเจรจาตกลงราคากับเกษตรกร ซึ่งวิธีนี้จะทำก่อนที่จะมีการเก็บเกี่ยว ผลไม้ที่ใช้วิธีการซื้อขายแบบนี้ เช่น ลำไย โดยพ่อค้าคนกลางจะเชื่อใจว่าเกษตรกรจะดูแลผลผลิตอย่างดีจนกว่าจะถึงเวลาเก็บเกี่ยว

อีกวิธีคือการซื้อผลผลิตจากเกษตรกรในวันที่เก็บเกี่ยวผลผลิต จากนั้นผู้รวบรวมในท้องถิ่นหรือล้งหรือพ่อค้าคนกลาง ขายสินค้าให้กับผู้แปรรูป ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และผู้ส่งออก สำหรับผู้แปรรูปจะขายผลผลิตให้กับผู้ค้าส่งหรือผู้บริโภคร ผู้ค้าส่งจะขายสินค้าให้กับผู้ค้าปลีกทั้งในรูปแบบของผลไม้แปรรูปหรือผลไม้สด จากนั้นผู้ค้าปลีกจะขายสินค้าให้กับผู้บริโภคร ผู้ค้าปลีก เช่น ตลาดสด แผงขายผลไม้ รถเข็นผลไม้ ร้านขายของชำ และซูเปอร์มาร์เก็ต สำหรับผู้ส่งออกจะส่งสินค้าไปต่างประเทศ



รูปที่ 2-15 โซ่อุปทานและโครงสร้างทางการตลาดผลไม้ไทย
ที่มา: กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

จากโครงสร้างทางการตลาดดังแสดงในรูปที่ 2-15 จะเห็นว่าล้งมีบทบาทสำคัญในโซ่อุปทานผลไม้ของไทย ปัจจุบันธุรกิจโรงคัดบรรจุมีทั้งที่จัดตั้งโดยคนไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งการเข้ามาทำธุรกิจของโรงคัดบรรจุของชาวต่างชาติมีหลายรูปแบบ อาทิ การจัดตั้งเป็นโรงคัดบรรจุอย่างถูกกฎหมาย เช่น ร่วมทุนกับคนไทย ในอัตราส่วนต่างชาติร้อยละ 49 และคนไทยร้อยละ 51 โดยที่ไม่นิยมจดทะเบียนเป็นบริษัทต่างชาติในไทย และการเข้ามาจัดตั้งโรงคัดบรรจุโดยใช้นอมินีคนไทย หรือแม้กระทั่งการเข้ามาทำธุรกิจผิดกฎหมาย เช่น บุคคลธรรมดาที่ถือหนังสือเดินทางประเภทท่องเที่ยวหรือพำนักชั่วคราวแต่ลักลอบทำธุรกิจโรงคัดบรรจุ เป็นต้น⁴¹

ในอดีตผลไม้ที่ผลิตได้ในประเทศไทยมีปัญหาผลผลิตล้นตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด ที่มีการเพาะปลูกทุเรียน มังคุด เงาะ ลองกอง รวมทั้งลำไยมาก

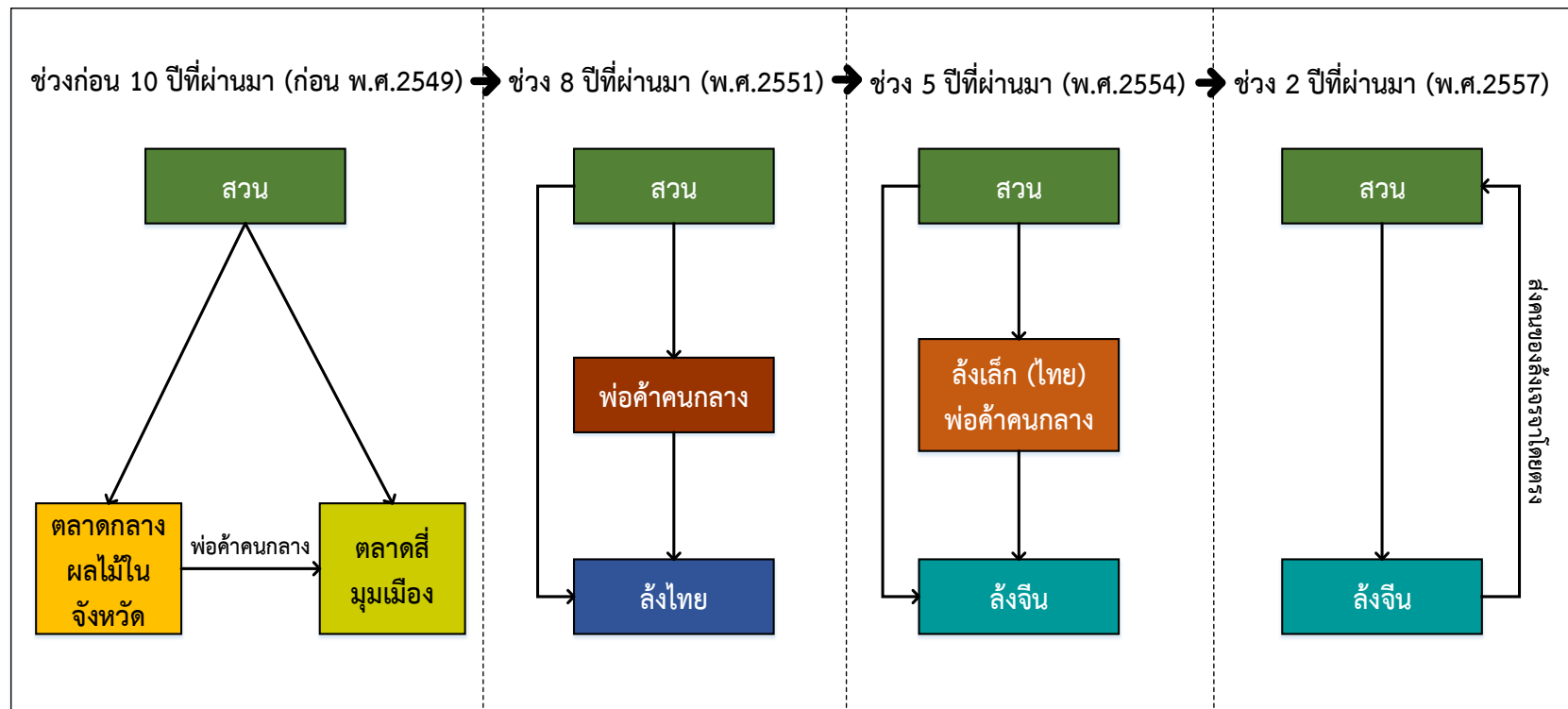
⁴¹ ศิริดา ศิริเบญจพุก (2561) “ทุเรียนกับความท้าทายที่ไม่ควรมองข้าม” ฝ่ายนโยบายสร้างเศรษฐกิจ ธนาคารแห่งประเทศไทย สืบค้นที่ :

https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/Southern/ResearchPaper/Challenging_of_Durian.PDF

ซึ่งในแต่ละปีมีปัญหาผลผลิตล้นตลาดและราคาจะตกต่ำ ทำให้รัฐบาลต้องแทรกแซงราคา ต่อมาเมื่อภาคเอกชนจำนวนหนึ่งได้นำผลผลิตออกไปโรดโชว์ในประเทศจีนทุกปีในหลายเมือง อาทิเช่น คุณหมิง กว่างโจว ทำให้มีคำสั่งซื้อผลไม้จำนวนมากขึ้นในปีต่อ ๆ มา โดยจีนมีเงื่อนไขว่าผลผลิตที่ส่งออกต้องเป็นผลไม้ที่มีคุณภาพเท่านั้น เมื่อผลไม้ไทยเริ่มเป็นที่นิยมในตลาดจีนมากขึ้น จึงทำให้มีการเข้ามากว้านซื้อผลไม้ในประเทศไทยของนักธุรกิจจีนผ่านผู้รวบรวมผลไม้คนไทยหรือล้งไทยเพื่อส่งออกไปประเทศจีน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการซื้อขายลำไยทุเรียนและมังคุด รูปแบบการขายผลผลิตมีการเปลี่ยนแปลงไปมาก โดยจากการสัมภาษณ์เกษตรกร จำนวน 33 ราย สามารถสรุปพฤติกรรมกรรมการขายผลไม้ของเกษตรกรจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ดังแสดงในรูปที่ 2-16 แบ่งออกเป็นช่วงปี ได้ดังนี้⁴²

1. ช่วงก่อน 10 ปีที่ผ่านมา (ก่อน พ.ศ. 2549) เมื่อเกษตรกรเก็บเกี่ยวผลผลิตแล้วจะนำผลผลิตไปขายใน 2 ช่องทาง คือ ช่องทางแรก ชาวสวนจะนำผลผลิตไปขายให้พ่อค้าคนกลางในตลาดกลางผลไม้ภายในจังหวัด จากนั้นพ่อค้าคนกลางจะนำไปขายต่อที่ตลาดสี่มุมเมือง และช่องทางที่สอง ชาวสวนจะนำผลผลิตไปขายที่ตลาดสี่มุมเมืองโดยตรง
2. ช่วง 8 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2551) มีล้งชาวไทยเข้ามาดำเนินการ ซึ่งการจำหน่ายผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนเริ่มเปลี่ยนแปลงไป โดยการขายผลผลิตจะมี 2 ช่องทาง คือ ช่องทางแรก ชาวสวนจะนำผลผลิตไปขายให้พ่อค้าคนกลางรวบรวม จากนั้นนำไปขายต่อให้ล้งไทย และช่องทางที่สอง ชาวสวนจะนำผลผลิตไปขายให้กับล้งไทยโดยตรง
3. ช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2554) เริ่มมีล้งจีนเข้ามาดำเนินการ ซึ่งการขายผลผลิตของชาวสวนจะมี 2 ช่องทาง คือ ชาวสวนจะนำผลผลิตไปขายให้ล้งรายเล็กที่เป็นชาวไทยหรือพ่อค้าคนกลางรวบรวมแล้วขายต่อให้ล้งจีน และอีกช่องทางหนึ่ง คือ ชาวสวนนำผลผลิตไปขายให้กับล้งจีนโดยตรง
4. ช่วง 2 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2557) ล้งจีนเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ชาวสวนจึงขายผลผลิตให้กับล้งจีนโดยตรงทั้งหมด นอกจากนี้ล้งจีนยังได้ทำการตลาดในเชิงรุกมากขึ้นโดยส่งตัวแทนเข้าไปเจรจาซื้อผลผลิตกับชาวสวนโดยตรง ซึ่งบางรายมีการทำสัญญาเหมาสวน แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทผลไม้ที่ทำการซื้อขายด้วย

⁴² รายงานผลการศึกษาระดับกลาง โครงการเชื่อมโยงสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์สู่ชายแดนประเทศเพื่อนบ้าน และประเทศเพื่อนบ้าน กิจกรรมศึกษาผลกระทบกรณีผู้ประกอบการรับซื้อผลไม้ชาวต่างชาติ (ล้งชาวต่างประเทศ) เข้ามาประกอบธุรกิจในแหล่งผลิตผลไม้ของไทย (กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์, 2559)



รูปที่ 2-16 พฤติกรรมการขายผลไม้ของเกษตรกรจากอดีตจนถึงปัจจุบัน

ที่มา: รายงานผลการศึกษาระดับกลาง โครงการเชื่อมโยงสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์สู่ชายแดนประเทศเพื่อนบ้าน และประเทศเพื่อนบ้าน กิจกรรมศึกษาผลกระทบกรณีผู้ประกอบการรับซื้อผลไม้ชาวต่างด้าว (ล้งชาวต่างประเทศ) เข้ามาประกอบธุรกิจในแหล่งผลิตผลไม้ของไทย ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

ทั้งนี้ ข้อมูลจากกรมวิชาการเกษตรปี พ.ศ. 2560 พบว่า มีผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ (ล้งผลไม้) ที่ขึ้นทะเบียนกับกรมวิชาการเกษตรทั้งหมด 389 ราย ในจำนวนนี้ เป็นล้งทุเรียนจำนวน 210 ราย โดยกระจุกตัวในภาคกลางจำนวน 119 ราย ส่วนใหญ่อยู่ที่ จังหวัดจันทบุรี และภาคใต้จำนวน 91 ราย ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ใน จังหวัดชุมพร (ตารางที่ 2-20) นอกจากนี้ ล้งทุเรียนต่างชาติทั้งที่ร่วมทุนกับคนไทยในอัตราส่วน 49:51 และ จัดตั้งเองล้วนมีเงินทุนจัดตั้งเฉพาะผู้มีสัญชาติจีน จากข้อมูลพบว่าล้งทุเรียนชาวจีนจำนวน 17 ราย มีสัดส่วน อยู่ที่ร้อยละ 4.4 จากจำนวนล้งผลไม้ทั้งหมดในประเทศ

อย่างไรก็ดี ข้อมูลข้างต้นกล่าวถึงล้งที่ขึ้นทะเบียนกับภาครัฐเท่านั้น ไม่ได้ครอบคลุมถึงล้งนอกระบบอีก จำนวนมากที่ยากแก่การตรวจสอบ ปัจจุบันหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้เร่งขึ้นทะเบียนล้งเหล่านี้ เพื่อให้สามารถ ควบคุมดูแลการประกอบอาชีพของชาวต่างชาติ รวมถึงจัดระเบียบการดำเนินงานของล้งชาวต่างชาติที่ไม่อยู่ใน ระบบให้เรียบร้อย

ตารางที่ 2-20 จำนวนโรงคัดบรรจุผลไม้ที่ได้มาตรฐาน Good Manufacturing (GMP)
จากกรมวิชาการเกษตร

ประเภทกิจการที่ได้รับมาตรฐาน GMP	จำนวน (ราย)	สัดส่วน (%)
โรงคัดบรรจุทุเรียน	210	54.0
บุคคลธรรมดาชาวไทย	132	33.9
นิติบุคคลไทย 100%	54	13.9
นิติบุคคลไทยร่วมทุนต่างชาติ (ไทย 51% ต่างชาติ 49%)	16	4.1
นิติบุคคลต่างชาติ 100%	1	0.3
นิติบุคคลไม่ทราบประเภท	7	1.8
โรงคัดบรรจุอื่น ๆ ⁴³	179	46.0
โรงคัดบรรจุผลไม้ทั้งหมด	389	100.0

ที่มา : ศิริดา ศิริเบญจพลกุล (2561) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

⁴³ หมายถึง โรงคัดบรรจุผลไม้ชนิดอื่นๆ ที่ไม่รวมทุเรียน (ที่มา : กรมวิชาการเกษตร)

จากรายงานศึกษาของกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ (2559) ได้รวบรวมวิธีการเข้ามาซื้อผลไม้ของล้งจีนในประเทศไทยไว้ดังนี้⁴⁴

1. ล้งจีนทำการเช่าอาคารหรือโกดัง เพื่อดำเนินธุรกิจเฉพาะในช่วงที่เป็นฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลผลิต ทั้งนี้ การดำเนินงานของล้งจีนจะดำเนินการโดยผ่านตัวแทนที่เป็นคนไทย ซึ่งในยุคเริ่มแรกที่ผลไม้ไทยเริ่มเป็นที่นิยมในประเทศจีน ล้งจีนจะหิ้วกระเป๋าเข้ามาซื้อผลไม้เองโดยมีผู้รวบรวมคนไทยเป็นผู้รวบรวมผลไม้ให้ พ่อค้าจีนเหล่านั้นมีเงินทุนมากแต่ไม่มีความสามารถในการซื้อผลไม้โดยตรง จึงทำสัญญาหรือมอบคำสั่งซื้อให้กับพ่อค้าคนกลางที่เป็นคนไทยเป็นผู้รวบรวมผลผลิตให้ตามจำนวนที่ต้องการ ทั้งนี้ ล้งจีนจะเข้ามาซื้อผลไม้ในช่วงใกล้ถึงเทศกาลที่สำคัญ เช่น เทศกาลตรุษจีน ซึ่งลำไยจะเป็นที่ต้องการมากในช่วงดังกล่าว พอถึงฤดูกาลที่ลำไยออก โดยเฉพาะในช่วงตรุษจีนจะมีโกดังใหม่เกิดขึ้น ส่วนโกดังไหนที่ว่าง พ่อค้าจีนก็จะเช่าเพื่อมารับซื้อผลผลิตส่งออกไปที่ประเทศจีน ต่อมาเมื่อล้งจีนมีความคุ้นเคยและเกิดความไว้วางใจกับตัวแทนที่เป็นคนไทยหรือล้งไทยแล้ว ล้งจีนจึงเป็นผู้สั่งการอยู่ที่ประเทศจีน ซึ่งล้งจีนจะให้ทั้งเงินทุน แรงงาน และราคา โดยมีล้งไทยเป็นผู้ดำเนินงานแทน กล่าวคือ พ่อค้าจีนจะเป็นคนทำตลาด ส่วนล้งไทยเป็นผู้จัดหาสินค้า แพ็คสินค้า หรือเรียกว่าการรับแพ็คให้พ่อค้าจีน ซึ่งมีความสะดวกมากกว่า เมื่อขนส่งสินค้าขึ้นตู้แล้วถือว่าหมดหน้าที่ของล้งไทย หลังจากปิดตู้คิดค่าใช้จ่ายกันแล้วส่วนที่เหลือพ่อค้าจีนจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดไปจนถึงปลายทาง
2. ล้งจีนมีการใช้นอมินีคนไทยในการทำธุรกิจอำพรางเข้ามาทำเป็นผู้รวบรวมสินค้าผลไม้จากไทยเพื่อส่งออกไปจีน โดยให้คนไทยถือหุ้นแทน และดำเนินการซื้อขายผลไม้ในนามของล้งไทย เนื่องจากคนต่างชาติไม่สามารถทำธุรกิจขายปลีกผลไม้ในประเทศได้ ซึ่งธุรกิจรับซื้อผลไม้โดยพ่อค้าต่างชาติและส่งออกขายต่างประเทศนั้น ไม่อยู่ภายใต้การกำกับของ พ.ร.บ.การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 ดังนั้น พ่อค้าต่างชาติสามารถประกอบธุรกิจหรือตั้งล้งได้ เพื่อส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า แต่ไม่สามารถให้คนไทยถือหุ้นแทนหรือนอมินี สำหรับล้งจีนหรือต่างชาติอื่น ๆ ที่เข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทยจะเลือกที่ตั้งของโรงงานถาวรในแหล่งผลิตที่มีการคมนาคมสะดวก สถานที่ต้องกว้างขวางสามารถรองรับรถบรรทุกที่ลากตู้คอนเทนเนอร์ขนาดใหญ่ได้ ซึ่งโรงบรรจุหีบห่อที่ได้มาตรฐานจะใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง กรณีที่มีพ่อค้านายทุนชาวจีนและต่างชาติเข้ามาตั้งโรงคัดบรรจุผลไม้หรือล้งในประเทศไทยมากขึ้น โดยเฉพาะที่จังหวัดจันทบุรี มีล้งจีนเข้ามาลงทุนร่วมหุ้นกับชาวไทยเป็นจำนวนมาก ซึ่งพ่อค้าจีนที่มีทุนมากกว่าพ่อค้าไทย

⁴⁴ กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 1 กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ (2559) “โครงการเชื่อมโยงสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์สู่ชายแดนประเทศเพื่อนบ้าน กิจกรรมศึกษาผลกระทบกรณีผู้ประกอบการรับซื้อผลไม้ชาวต่างด้าว (ล้งชาวต่างประเทศ) เข้ามาประกอบธุรกิจในแหล่งผลิตผลไม้ของไทย”

สามารถส่งคนกลางเข้ากว้านซื้อสินค้าจากชาวสวนโดยตรง นอกจากนี้ยังมีเงินบางรายเข้ามา
แต่งงานกับคนไทยเพื่อให้คู่สมรสเป็นคนดำเนินการต่าง ๆ ให้

3. การเข้าสวนและจ้างเจ้าของเดิมปลูก ล้างเงินบางรายจ้างคนไทยเป็นนอมินีเพื่อซื้อสวนมาปลูกผลไม้
เอง แล้วจ้างเกษตรกรไทยปลูก จ้างแรงงานไทยเก็บเกี่ยว และคัดแยกเกรดโดยตัวแทนที่เป็นคนไทย
อย่างไรก็ตาม วิธีการดำเนินธุรกิจลักษณะนี้ต้องมีความไว้วางใจกันค่อนข้างมากระหว่าง
ผู้ประกอบการ

สำหรับการจัดซื้อผลไม้มีหลายวิธี เช่น การซื้อผลผลิต ณ จุดรับซื้อ หรือโรงบรรจุหีบห่อ การซื้อ
ผลผลิตจากเกษตรกร พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น สหกรณ์ กลุ่มเกษตรกร หรือการซื้อจากสวนของเกษตรกรโดยตรง
โดยจะเป็นการเหมาสวนหรือซื้อเฉพาะบางส่วนขึ้นอยู่กับกลไกการตกลงกันระหว่างล้งกับเกษตรกร ซึ่งผลไม้ที่นิยม
ทำสัญญาเหมาสวน คือ ทุเรียน และลำไย สำหรับราคาที่ล้งรับซื้อนั้นจะรับซื้อตามเกรด/คุณภาพของผลผลิต
หรือตั้งราคาตามความต้องการของตลาด จากนั้นเมื่อได้ผลผลิตมาแล้ว ล้งจะทำการคัดเกรดและคุณภาพของ
ผลผลิต ซึ่งในขั้นตอนนี้ต้องใช้แรงงานที่มีความเชี่ยวชาญ รวมถึงใช้แรงงานจำนวนมาก เนื่องจากต้องทำงาน
แข่งกับเวลาและให้ทันกำหนดส่งตามที่ผู้ส่งออกกำหนด รวมทั้งลดการสูญเสียน้ำหนักของผลผลิตและลดการ
เน่าเสีย ในขั้นตอนต่อไปจะนำผลผลิตที่ได้ไปทำความสะอาด บรรจุหีบห่อตามความต้องการของประเทศ
ปลายทาง จากนั้นส่งออกไปยังประเทศปลายทาง ซึ่งในการขนส่งส่วนใหญ่จะเป็นการขนส่งจากโรงบรรจุหีบห่อ
ไปยังประเทศปลายทาง โดยในการขนส่งจะใช้รถหัวลากตู้คอนเทนเนอร์พร้อมเครื่องปั่นไฟสำหรับปรับอุณหภูมิ
เพื่อรักษาคุณภาพของผลผลิต

อย่างไรก็ดี แม้ว่าล้งชาวจีนจะมีส่วนช่วยลดต้นทุน ค่าใช้จ่ายบางส่วนแก่เกษตรกร แต่เป็นดาบสองคม
ต่อการตลาดของอุตสาหกรรมทุเรียนไทยและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง จากการสอบถามเกษตรกรสวนทุเรียน
จำนวนหนึ่ง พบว่า ปัจจุบันเกษตรกรส่วนใหญ่ขายผลผลิตให้กับล้งชาวจีนเป็นหลัก เนื่องจากให้ราคาดี โดย
ตัวแทนจากล้งชาวจีนจะตระเวนสำรวจสวนต่าง ๆ ช่วงก่อนเก็บเกี่ยวผลผลิตเพื่อเข้าไปเสนอราคาซื้อเหมา
สวนและทำสัญญาเข้ามาเก็บเกี่ยวผลผลิต เมื่อถึงวันที่ตกลงตามสัญญา ล้งจะนำคนงานของตนเข้ามาเก็บเกี่ยว
ผลผลิตถึงสวนและบรรจุไปยังโรงคัดบรรจุเอง จากนั้นจะนำไปคัดแยกคุณภาพ บรรจุลงกล่อง แล้วส่งออก
ยังตลาดประเทศจีนเป็นหลัก แม้การเข้ามาของล้งชาวจีนจะมีข้อดีในการลดต้นทุนการดำเนินงานบางส่วน
ของเกษตรกร แต่ได้สร้างความท้าทายต่อการตลาดของอุตสาหกรรมทุเรียนไทย ดังนี้ (ศิริดา ศิริเบญจพุกษ์,
2561)

1. การกำหนดราคาซื้อทุเรียนที่ไม่เป็นธรรมแก่เกษตรกร ดังตัวอย่างจากประเด็นผู้ล้งชาวจีนที่บรรจุ
ทุเรียนไทยถูกตีกลับจากด่านศุลกากรจีนเนื่องจากนำทุเรียนอ่อนเข้าไปขายในประเทศจีน ส่งผลให้ล้งชาวจีน
บางรายนำประเด็นดังกล่าวมาคร่ำครวญซื้อผลผลิต โดยที่เกษตรกรไม่ทราบข้อเท็จจริง สะท้อนถึงการรับรู้
ข้อมูลที่ไม่สมดุลกัน (Information Asymmetry) ระหว่างผู้รับซื้อและผู้ขายผลผลิต เนื่องจากล้งในฐานะพ่อค้า
คนกลางมีความใกล้ชิดกับฝั่งผู้บริโภค จึงอ่อนไหวต่ออุปสงค์ของตลาดมากกว่า

2. อำนาจกำหนดราคาซื้อขายตกอยู่ในมือของล้งชาวจีนมากขึ้น เนื่องจากเกษตรกรชาวไทยส่วนใหญ่พึ่งพาการขายผลผลิตให้กับล้งชาวจีน และตลาดส่งออกของทุเรียนไทยกระจุกตัวในประเทศจีน

3. การแย่งส่วนแบ่งการตลาดกับธุรกิจส่งออกของไทย เนื่องจากล้งดำเนินการครบวงจรตั้งแต่การเก็บเกี่ยวผลผลิตจนกระทั่งส่งออก ทั้งยังมีแนวโน้มมีความได้เปรียบในด้านกฎระเบียบการนำเข้าสินค้าไปในตลาดประเทศจีน จึงสร้างผลกระทบต่อรายได้ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกชาวไทยอย่างเลี่ยงไม่ได้

รายงานศึกษาของกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ (2559) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียในการดำเนินธุรกิจของล้งไทยกับล้งต่างชาติได้ ดังตารางที่ 2-21

ตารางที่ 2-21 ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบในการดำเนินธุรกิจของล้งไทยกับล้งต่างชาติ

	ล้งไทย	ล้งต่างชาติ
ข้อดี	● มีทักษะ มีความสามารถ และมีความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจซื้อขายผลไม้ในประเทศไทย ● สามารถเข้าถึงแหล่งผลิตได้ดีกว่าล้งจีน ● สามารถเจรจาต่อรองราคากันได้ง่าย ● มีความประนีประนอม ไม่เข้มงวดในการคัดเกรดสินค้า ● สามารถรู้สถานการณ์ทั้งในตลาดไทยและตลาดจีน อาทิ สถานการณ์ด้านผลผลิตและราคา	● มีเงินทุนมาก ทำให้สามารถลงทุนซื้อได้จำนวนมาก ● รู้สถานการณ์ตลาดในประเทศจีนได้ดี ● สามารถต่อรองกับเกษตรกรได้ง่าย เนื่องจากเป็นผู้กำหนดราคา ● สามารถให้ราคาสูงได้ เมื่อสินค้ามีคุณภาพ
ข้อเสีย	● ขาดเงินทุนในการดำเนินการ และการลงทุนซื้อในจำนวนมาก ● ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่มากขึ้นจากล้งจีน และล้งต่างชาติอื่น ๆ ● ตลาดปลายทางไม่กว้างเหมือนกับล้งต่างชาติ	● ไม่สามารถซื้อโดยตรงกับเกษตรกรเนื่องจากไม่มีความเชี่ยวชาญ ไม่รู้ขั้นตอน ไม่รู้จักกับชาวสวน จึงทำสัญญาหรือมอบคำสั่งซื้อให้กับพ่อค้าคนกลางที่เป็นคนไทยรวบรวมผลผลิตให้ตามจำนวนที่ต้องการ ● เมื่อสินค้าบางล็อตไม่ได้มาตรฐาน ทำให้ส่งออกไม่ได้ ส่งผลให้ผลไม้ตกเกรดเหล่านี้ถูกนำกลับเอามาขายต่อในประเทศไทย ● ปัญหาทางด้านภาษา การสื่อสารกับเจ้าของสวน ทั้งการพูดและการเขียน ทำให้การทำ

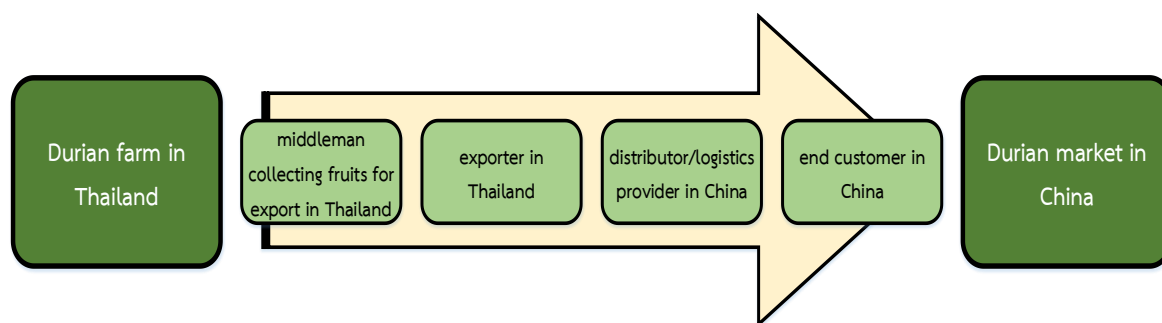
	ล้งไทย	ล้งต่างชาติ
		สัญญาหรือการดำเนินการในด้านต่าง ๆ ยังต้องใช้คนไทยในการดำเนินการให้ อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันผู้ประกอบการจีนได้ส่งลูกหลานเข้ามาศึกษาภาษาไทยมากขึ้น ทำให้เริ่มมีคนจีนที่พูด อ่าน เขียนไทย ได้และสามารถมาดูแลกิจการในไทย

ที่มา: กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ (2559)

ในขณะที่การศึกษาของ Wannarat Tantrakonnsab และ Nattapon Tantrakoonasab (2018)⁴⁵ ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของผู้ประกอบการชาวจีนในการค้าทุเรียน พบว่าจากผลของการเพิ่มในอุปสงค์ของการบริโภคผลไม้ของชาวจีนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 ยิ่งทำให้การแข่งขันในการค้าธุรกิจการค้าผลไม้เพิ่มสูงขึ้นและยังสร้างโอกาสในธุรกิจเพิ่มขึ้นด้วย จากผลการศึกษาการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจผลไม้ในจังหวัดชุมพร อำเภอลำปาง และจังหวัดจันทบุรี พบว่า ผู้ประกอบการชาวจีนในพื้นที่นั้นสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรก คือ นักธุรกิจที่ทำงานเพื่อขยายธุรกิจของตนเองในประเทศจีน ในขณะที่อีกกลุ่มหนึ่งเป็นนักลงทุนรุ่นใหม่ที่แสวงหาโอกาสทางธุรกิจ ผู้ประกอบการชาวจีนในกลุ่มแรกส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจที่เป็นเจ้าของบริษัทนำเข้าผลไม้ในประเทศจีนอยู่แล้ว จึงมีศักยภาพและประสบการณ์ที่มากกว่าและพยายามที่จะหาเส้นทางตรงที่สามารถหาผลผลิตมาเพื่อเป็นซัพพลายให้ธุรกิจของตนเองได้ ที่มีราคาต่ำและคุณภาพดี บริการมีประสิทธิภาพ บางครั้งสิ่งนี้เองทำให้คนเหล่านี้มีข้อได้เปรียบกว่านักธุรกิจท้องถิ่น เนื่องจากมีต้นทุนที่มากกว่า ดังนั้นคนเหล่านี้เห็นประเทศไทยเป็นเหมือนแหล่งสนับสนุนทางทรัพยากรหรือ Supply Resource ที่สามารถขยายธุรกิจที่เขามีอยู่ได้ ซึ่งรูปแบบของนักธุรกิจในกรณีศึกษาส่วนใหญ่จะเข้ามาอยู่ในประเทศไทยก่อนและหาเพื่อนคนไทยและค่อย ๆ ขยายธุรกิจ เช่น โรงคัดแยกบรรจุผลไม้ และหาวัตถุดิบจากทั้งในประเทศไทยและประเทศใกล้เคียง และส่งกลับไปยังประเทศจีนที่ตนทำธุรกิจอยู่ บางคนเริ่มมาซื้อที่ดินในประเทศไทยและเริ่มปลูกทุเรียนแล้ว ประเภทกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่มองหาโอกาสใหม่ ๆ ทางธุรกิจในการลงทุน เช่น อาจจะมาโดยคาดว่าจะมีโอกาสใหม่ ๆ ในการขยายหรือทำธุรกิจในประเทศไทย ซึ่งจะเป็นรูปแบบที่มาโดยถือกระเป๋ามาใบเดียวและขับรถส่วนตัวหาสวนผลไม้ และติดต่อขอซื้อผลไม้ด้วยตนเองโดยไม่ผ่านคนกลาง เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการประเภทนี้มักไม่ค่อยมีประสบการณ์และไม่สามารถทำธุรกิจได้นานนัก เพราะไม่สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการที่ใหญ่กว่าได้

⁴⁵ Wannarat Tantrakonnsab And Nattapon Tantrakoonasab .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, 2018

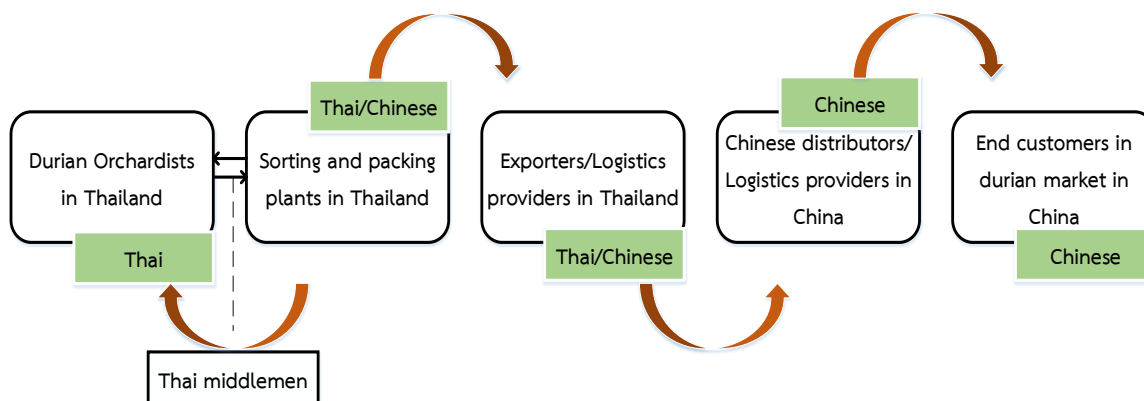
การศึกษาครั้งนี้ได้สรุปขั้นตอนกระบวนการของการส่งออกทุเรียนไทยของผู้ประกอบการจีน โดยในช่วงแรก (รูปที่ 2-17) ของการส่งออกทุเรียนผู้ประกอบการชาวจีนจำเป็นต้องใช้พ่อค้าคนกลางที่เป็นคนไทย ในการหาซัพพลายเออร์ แต่หลังจากนั้นพวกเขาสามารถเข้าหาเกษตรกรหรือชาวสวนได้โดยตรง และสามารถติดต่อเกษตรกรได้ ดังนั้นเกษตรกรสามารถไปหาโรงคัดแยกบรรจุผลไม้ของเขาได้เพื่อที่จะขายผลไม้ให้ และนี่เป็นเหตุผลว่าปัจจุบันนี้พ่อค้าคนกลางชาวไทยได้ถูกกำจัดออกไปจากห่วงโซ่การส่งออกทุเรียนจนเกือบหมด และโดนแทนที่โดยโรงคัดแยกบรรจุผลไม้ที่ลงทุนโดยชาวจีน (รูปที่ 2-18) อย่างไรก็ตามแม้ว่าจะดูเหมือนมีจุดหมายปลายทางในการส่งออกทุเรียนหลายที่ แต่ตลาดประเทศจีนยังคงเป็นตลาดที่สำคัญที่สุด และตลาดนี้ นิยมบริโภคแต่ทุเรียนสด ซึ่งไม่ค่อยมีความต้องการในการใช้กระบวนการหรือเทคโนโลยีการแปรรูป รวมทั้งมีต้นทุนที่ต่ำกว่าทุเรียนในรูปแบบอื่น อีกทั้งคุณภาพของทุเรียนที่ตลาดประเทศจีนต้องการและยอมรับค่อนข้าง กว้างมาก ไม่ได้มีการระบุประเภทหรือสเปค ดังนั้นสำหรับประเทศไทยแล้ว สถานการณ์นี้อาจทำให้ประเทศไทย สูญเสียโอกาสที่จะพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีการเกษตร ถ้าเราเลือกที่จะพึ่งพาตลาดอยู่ตลาดเดียว การพัฒนา ทุเรียนไทยและการส่งออกไปยังประเทศจีนดูเหมือนจะเกิดขึ้นตามระบบกลไกตลาดอยู่แล้ว อย่างไรก็ตามการ เปลี่ยนแปลงของกระบวนการส่งออกในประเทศไทยนั้นยังมีส่วนส่งเสริมให้ผู้ประกอบการชาวจีนเข้ามา มีบทบาทและแทรกแซงได้โดยง่าย



รูปที่ 2-17 แผนภูมิการส่งออกทุเรียนไทยไปยังตลาดจีนในอดีต

ที่มา: Wannarat Tantrakonnsab และคณะ (2018) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

จากแผนภูมิการส่งออกทุเรียนไทยในปัจจุบัน (รูปที่ 2-18) ซึ่งจากแผนภูมินี้แสดงให้เห็นว่าการเข้ามามีบทบาทของผู้ประกอบการชาวจีนหรือล้งจีนในกิจกรรมต่าง ๆ ของห่วงโซ่การส่งออกทุเรียนไทยได้ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงบทบาทของพ่อค้าคนกลางในห่วงโซ่เป็นอย่างมาก เนื่องจากพ่อค้าคนจีนไม่จำเป็นต้องใช้พ่อค้าคนกลางชาวไทยแล้ว เพราะสามารถเข้าถึงและติดต่อเกษตรกรชาวสวนได้เอง แตกต่างจากช่วงก่อนหน้านี้นี้ที่ต้องมีการผ่านพ่อค้าคนกลาง ดังนั้นจะเห็นได้ว่าพ่อค้าคนกลางได้มีการถูกกำจัดออกไปโดยการแทนที่ของโรงคัดแยกบรรจุผลไม้หรือล้งจีน ซึ่งล้งจีนนี้จะรวมการจัดการทุกอย่างตั้งแต่การแยก การบรรจุ การจัดซื้อ และขนส่งทุเรียนใส่คอนเทนเนอร์



รูปที่ 2-18 แผนภูมิการส่งออกทุเรียนไทยไปยังตลาดจีนในปัจจุบัน
ที่มา: Wannarat Tantrakonnsab และคณะ (2018) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

ทั้งนี้ คณะกรรมการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน สภานิติบัญญัติแห่งชาติ ได้มีการพิจารณาศึกษา “กรณีการตั้งโรงคัดบรรจุผลไม้ (ล้ง) ของผู้ประกอบการชาวต่างชาติ ในจังหวัดจันทบุรี” เพื่อเป็นการป้องกันการผูกขาดทางตลาด ลดการครอบงำการค้าผลไม้ไทย ให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมมากขึ้น และควบคุมการประกอบธุรกิจของคนต่างชาติให้มีการปฏิบัติที่ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งพบว่าปัญหาดังกล่าวสามารถแก้ไขได้ ดังนี้

- มาตรการการจัดระเบียบทางการค้า โดยการบังคับใช้กฎหมายหลายฉบับให้เข้มข้นขึ้น เช่น พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 พระราชบัญญัติการทำงานของคนต่างด้าว พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 พระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 และพระราชบัญญัติคลังสินค้าไซโล และห้องเย็น โดยการพิจารณาจากสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น เช่น
 - ปัญหาการประกอบอาชีพของคนต่างด้าวโดยไม่ได้รับอนุญาต : การประกอบธุรกิจโรงคัดบรรจุผลไม้ (ล้งจีน) เป็นการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าวโดยไม่ได้รับอนุญาต โดยธุรกิจการรับซื้อผลไม้ จากชาวสวนมาคัดกรองคุณภาพและขนาดบรรจุ เพื่อส่งไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน อาจถือเป็นการให้บริการบริษัทแม่ในต่างประเทศตามธุรกิจบริการตามบัญชี 3(21) ทำยพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 ซึ่งอยู่ภายใต้ขอบเขตการประกอบธุรกิจของสำนักงานผู้แทน จึงต้องขออนุญาตประกอบธุรกิจตาม พระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว นอกจากนี้ หากมีการคัดผลไม้เพื่อส่งออก แต่มีการขายผลไม้ที่ไม่ผ่านการคัดแยกบางส่วนในประเทศ ถือเป็นการประกอบธุรกิจการค้าภายในเกี่ยวกับผลิตผลทางการเกษตรตามบัญชี 3(13) ซึ่งจะต้องขออนุญาตประกอบธุรกิจตามกฎหมายดังกล่าวก่อนด้วยเช่นกัน มิฉะนั้นถือเป็นความผิดอาญาตามกฎหมาย ฉบับนี้

- ปัญหาพฤติกรรมทางการค้าไม่เป็นธรรมและมีการกระทำหรือตกลงร่วมกันอันมีลักษณะผูกขาดทางการค้า : การประกอบธุรกิจโรงคัดบรรจุผลไม้ (ล้งจีน) โดยมีการกระทำหรือตกลงร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการเพื่อซื้อผลไม้จากชาวสวนเป็นจำนวนมาก ในขณะที่เดียวกันมีการกำหนดราคาสำหรับผลไม้บางส่วนให้ต่ำกว่าราคาตลาด อาจเข้าข่ายความผิดตามพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542
- ปัญหาการทำงานของคนต่างด้าว (บุคคลธรรมดา) : การที่คนต่างด้าวที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยต้องได้รับใบอนุญาตทำงาน (Work Permit) ตามพระราชบัญญัติการทำงานของคนต่างด้าว พ.ศ. 2521 ประกอบกับต้องได้รับอนุญาตให้อยู่และทำงานในประเทศได้ (Permit to Stay) ตามพระราชบัญญัติคนเข้าเมือง พ.ศ. 2522 จึงควรตรวจสอบว่าคนต่างด้าวในธุรกิจนี้ได้รับอนุญาตให้ทำงานอย่างถูกต้องแล้วจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- ปัญหาการจัดเก็บภาษี : การประกอบธุรกิจซื้อผลไม้ หากมีการทำธุรกรรมขายสินค้าในประเทศไทยเพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศ ถือเป็นการทำให้เกิดรายได้ขึ้นในประเทศไทย ซึ่งผู้มีรายได้มีหน้าที่ต้องเสียภาษีตามประมวลกฎหมายรัษฎากร จึงควรมีการตรวจสอบและจัดเก็บภาษีจากธุรกิจนี้ให้ถูกต้องครบถ้วน
- การจัดระเบียบการส่งออกนำเข้าผลไม้ ควรมีการกำหนดให้สมาคมการค้าที่ตั้งขึ้นเฉพาะเป็นตัวช่วยเสริมบทบาทการกำกับดูแลการส่งออกนำเข้าผลไม้ของไทยให้เป็นมาตรฐานสากล เพื่อสร้างความถูกต้องและเป็นธรรม เช่น เรื่องการกำหนดเงื่อนไขทางการค้า การชำระเงิน เงื่อนไขการตลาด อย่างชัดเจน สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้เกิดความ เป็นธรรมของสมาชิกที่ส่งออกไป และเป็นการส่งเสริมเหตุผลในการต่อรองเงื่อนไขที่ไม่เป็นธรรมจากประเทศผู้ซื้อ โดยในโอกาสต่อไปอาจจำเป็นต้องมีการกำหนดผลไม้ที่สำคัญ และจำเป็นบางชนิดให้ต้องมีการออกใบอนุญาตนำเข้า (Import Licensing) และใบอนุญาตส่งออก (Export Licensing)
- มาตรการส่งเสริมการตลาด การส่งออก การค้าและการนำเข้า เช่น
 - การส่งเสริมการตลาด เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดให้แก่คนไทยที่เคยออกจากตลาดไปแล้ว ให้กลับมามีบทบาทในการส่งออก ควรให้การสนับสนุนผู้ประกอบการโดยเฉพาะกลุ่ม SMEs ในการหาตลาดใหม่ ๆ ในต่างประเทศ รวมทั้งวางแนวทางสนับสนุนให้การค้าผลไม้ไทยเป็นวาระแห่งชาติ และสร้างแพลตฟอร์มการบริหารจัดการ การค้า การตลาด และการทำเว็บไซต์ผลไม้ไทย เพื่อเป็นโมเดลแก่ผู้ประกอบการไทย
 - การส่งออก ควรมีมาตรการส่งเสริม เรื่องการส่งออกผลไม้ การแปรรูปผลไม้ โดยถือเป็นวาระสำคัญในการขับเคลื่อนผลไม้ไทย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อห่วงโซ่อุปทาน
 - การค้า การค้าผลไม้ในพื้นที่แหล่งผลิตในตลาดกลางและการเตรียมการบรรจุการส่งออก ควรส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดความคล่องตัวและมีระบบโลจิสติกส์ทั้งด้านการขนถ่ายและ

ห้องเย็นที่เอื้ออำนวย ซึ่งจะช่วยให้ผลประโยชน์ตกอยู่กับผู้ผลิตของไทย ทั้งในส่วนที่เป็น SMEs เกษตรกรหรือสหกรณ์ผู้ผลิต ในขณะที่เดียวกันจะเป็นการช่วยให้ผู้ประกอบการต่างชาติได้ทำหน้าที่เป็นผู้นำเข้าที่ดีต่อไป

- การนำเข้า การนำเข้าผลไม้บางประเภทที่เข้ามาค้าขายในตลาดเมืองไทยบางอย่าง ต้องมีการกำหนดมาตรฐานที่เข้มงวด เพื่อเป็นการป้องกันผู้บริโภคให้ได้รับของที่มีคุณภาพมาตรฐานสากล
- มาตรการเพิ่มเติมอื่น ๆ เช่น
 - ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มและการซื้อขายแบบออนไลน์ สนับสนุนให้เกษตรกรรวมกลุ่มกัน และทำการซื้อขายแบบออนไลน์ ซึ่งจะทำให้สามารถขายสินค้าได้ทั่วโลก นอกจากนี้ สหกรณ์การผลิตรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรผนึกกำลังเพื่อส่งเสริมให้มีการตั้งโรงคัดบรรจุผลไม้หรือส่งเสริมให้โรงคัดบรรจุผลไม้ให้มีความเข้มแข็ง เพื่อสามารถแข่งขันกับโรงคัดผลไม้ของคนต่างด้าวได้ ภาคเอกชน เช่น สมาอุตสาหกรรมจังหวัด สภาหอการค้าจังหวัด ต้องเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่นในการสร้างผู้นำทางการตลาด และเป็น Smart SMEs
 - ควรกำหนดให้ผู้ส่งออกผักและผลไม้ต้องขึ้นทะเบียนเป็นผู้ส่งออก โดยผลิตผลที่ส่งออกต้องมาจากแปลงปลูกที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรที่ดีที่เหมาะสม (Good Agricultural Practice : GAP) และมาจากโรงคัดบรรจุที่ผ่านการรับรองคุณภาพและมาตรฐานตามระบบการผลิตที่ดี (Good Manufacturing Practice : GMP) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในสินค้าเกษตรส่งออกของไทยแก่ประเทศคู่ค้า ตามระเบียบการส่งออกพืชผักและผลไม้สด ในเรื่องการปฏิบัติที่ดีในการผลิตสินค้าเกษตรด้านพืช
 - นอกจากบังคับใช้กฎหมายแล้ว ควรกำหนดมาตรการอื่น ๆ เช่น กำหนดให้ผลไม้เป็นรายการสินค้าสำคัญที่ควรมีการควบคุมกำกับดูแลปริมาณที่ส่งออก ตามพระราชบัญญัติการส่งออกนำเข้า พ.ศ. 2522 จัดระบบการเก็บภาษีรองรับ และมาตรการส่งเสริมอื่นๆ ให้ชาวสวนมีความเข้มแข็ง เช่น โครงการส่งเสริมการรวมตัวเป็นสมาคมการค้า และการหาตลาดอื่นนอกจากสาธารณรัฐประชาชนจีน โครงการนวัตกรรม การแปรรูปผลไม้หรือการเรียนรู้ เพื่อให้มีอำนาจต่อรองทางการค้ามากขึ้น
 - สร้างรูปแบบการดำเนินการของสหกรณ์การเกษตรให้มีความเข้มแข็งในการบริหารจัดการ การสนับสนุนการเปิดเว็บไซต์เพื่อการจำหน่ายผลไม้ออนไลน์

หากลักษณะตลาดยังมีความต้องการ (Demand) ผลิตผลทางการเกษตรสูง ประเด็นเรื่องดังกล่าว จะไม่มีผลกระทบต่อประเทศไทยมากนัก อาจส่งผลให้ผู้ประกอบการไทยขาดศักยภาพในการแข่งขันและเหลื่อมล้ำเป็นเพียงผู้ปลูกและดูแลสวนผลไม้ แต่ถ้าสถานการณ์ของตลาดพลิกผัน ความต้องการในผลิตผลทาง

การเกษตรน้อยลงจนเกิดสภาวะผลไม้ล้นตลาด ผู้ประกอบการฝ่ายไทยจะไม่สามารถหาตลาดเองได้เพราะขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการจีน อีกทั้งไม่มีผู้ซื้อรายอื่นรองรับสถานการณ์นี้ จะส่งผลให้ราคาผลไม้ตกต่ำ เกิดสภาวะผลไม้ล้นตลาด และต้องทิ้งเปล่าเป็นจำนวนมาก จนอาจกลายเป็นความเสียหายอย่างรุนแรงได้ ดังนั้น จึงควรเร่งรัดผลักดัน ให้มีมาตรการรองรับ และใช้กฎหมายอย่างจริงจัง เพื่อป้องกันการผูกขาดทางตลาด ลดการครอบงำการค้าผลไม้ไทย เพื่อให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม⁴⁶

2.1.5 การเพาะปลูกทุเรียนในประเทศไทย

สายพันธุ์ทุเรียนที่นิยมเพาะปลูกในประเทศไทยมีมากกว่า 30 สายพันธุ์ ซึ่งแต่ละสายพันธุ์มีรสชาติและเสน่ห์ที่แตกต่างกันออกไป โดยสายพันธุ์หลักที่เป็นที่นิยม 8 สายพันธุ์ ได้แก่⁴⁷

1. พันธุ์ก้านยาว

ก้านยาวเป็นพันธุ์ที่มีราคาแพง หากินยาก และมีรสชาติหวานมันกลมกล่อม นิยมปลูกในจังหวัดนนทบุรี ลักษณะเด่นของพันธุ์นี้ คือ ก้านจะยาวกว่าทุเรียนพันธุ์อื่น เปลือกค่อนข้างหนา ผลมีขนาดปานกลาง เนื้อมีลักษณะเนียนละเอียด สีเหลืองปานกลาง เมล็ดค่อนข้างกลมใหญ่ ทุเรียนก้านยาวที่ดีจะต้องมีก้านที่แข็งแรง ใหญ่ไม่แตก และมีหนามที่เรียงเป็นระเบียบ

2. พันธุ์หมอนทอง

เป็นสายพันธุ์ที่มีกลิ่นไม่แรงมาก รสชาติอร่อย หวานมันกำลังดี และมีสารต่อต้านอนุมูลอิสระมากกว่าสายพันธุ์อื่น ๆ ถ้าหากบริโภคในปริมาณที่เหมาะสมจะช่วยป้องกันการเกิดโรคหัวใจและโรคมะเร็งได้ ทุเรียนหมอนทองที่ดีจะต้องมีผลขนาดใหญ่ รูปร่างหนามแหลมตรง น้ำหนักประมาณ 3-4 กิโลกรัม เนื้อละเอียดและแห้ง ไม่แฉะติดมือ มีสีเหลืองอ่อน เมล็ดเล็กและลีบ ที่สำคัญต้องมีรสชาติที่ไม่หวานจนเกินไป

3. พันธุ์ชะนี

ชะนีเป็นสายพันธุ์ที่คนนิยมนำไปแปรรูปเป็นอาหารหรือขนม เช่น ข้าวเหนียวทุเรียน ไอศกรีมทุเรียน และสมูทตี้ทุเรียน เนื่องจากเป็นสายพันธุ์ที่มีกลิ่นแรงและมีรสจัด ลักษณะคือมีผลขนาดปานกลางถึงใหญ่ หนามมีขนาดใหญ่ และสั้น ระยะเวลาห่างกัน เนื้อละเอียดสีเหลืองจัด รสชาติหวาน เมล็ดค่อนข้างเล็กและมีจำนวนเมล็ดน้อย

⁴⁶ http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/article/thai_fruit.pdf

⁴⁷ กรุงเทพธุรกิจ “8 สายพันธุ์ทุเรียนอร่อย ราคาแห่งผลไม้สยาม” (9 พฤษภาคม 2561) สืบค้นที่ : <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/801170>

4. พันธุ์กระดุม

เป็นสายพันธุ์ทุเรียนที่หาซื้อได้ง่ายตามท้องตลาด และมีราคาถูกกว่าทุเรียนพันธุ์อื่น เพราะเป็นพันธุ์ที่ปลูกง่าย ได้ผลผลิตเร็ว มีลักษณะเป็นผลค่อนข้างเล็ก น้ำหนักประมาณ 1 กิโลกรัม มีเนื้อละเอียดอ่อนนุ่ม สีเหลืองอ่อน แต่มีเนื้อค่อนข้างบางและมีเมล็ดขนาดใหญ่ มีกลิ่นอ่อน รสชาติหวานแต่ไม่มันเหมือนพันธุ์อื่น ๆ

5. พันธุ์หลงลับแล

หลงลับแลเป็นพันธุ์ทุเรียนพื้นเมืองจากจังหวัดอุตรดิตถ์ ที่มีการผสมข้ามสายพันธุ์กันไปมาจนได้ทุเรียนพันธุ์ดี มีลักษณะเป็นผลที่มีขนาดเล็ก ทรงกลมรี มีรสชาติที่หวานมัน เนื้อเหนียวละเอียด มีเมล็ดเล็กกลีบ และมีกลิ่นที่ไม่แรงมาก จึงทำให้หลงลับแลเป็นอีกหนึ่งสายพันธุ์ทุเรียนที่คนนิยมรับประทาน

6. พันธุ์พวงมณี

เป็นสายพันธุ์ทุเรียนพื้นเมืองของภาคตะวันออก ที่ถึงแม้จะไม่ได้ได้รับความนิยมเท่าทุเรียนสายพันธุ์อื่น แต่ในช่วงระยะหลัง เริ่มมีคนสนใจสายพันธุ์พวงมณีมากขึ้น เพราะมีรสชาติที่อร่อย ลักษณะเด่นของสายพันธุ์นี้คือ มีผลที่เล็กกว่าพันธุ์อื่น ๆ จนเห็นได้ชัด มีรสชาติหวานจัด เนื้อละเอียด สีเหลืองเข้ม แต่ข้อเสียของทุเรียนพันธุ์พวงมณี คือ มีเนื้อที่ค่อนข้างน้อย และหาซื้อยากกว่าทุเรียนพันธุ์อื่น ๆ

7. พันธุ์ภูเขาไฟ

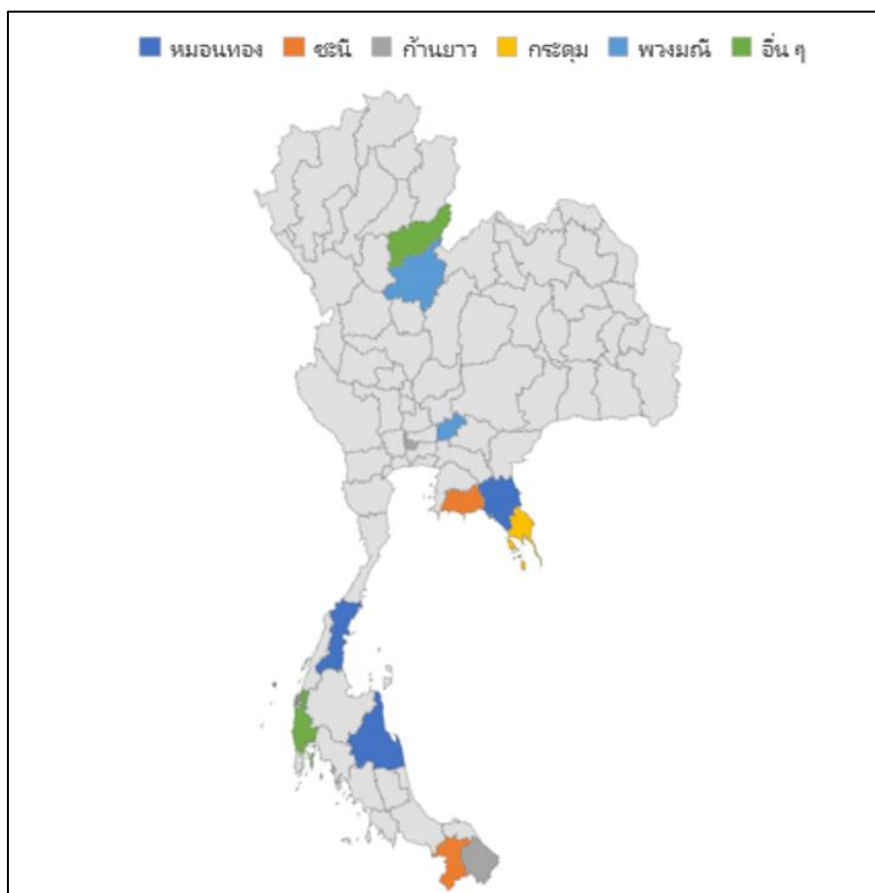
ทุเรียนพันธุ์นี้ เป็นแบรนด์ทุเรียนของ จังหวัดศรีสะเกษ (ทุเรียนศรีสะเกษ) นอกจากกลยุทธ์ทางการตลาดที่ทำให้ทุเรียนมีความโดดเด่นและเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง ยังมีคุณสมบัติเด่นของแหล่งผลิตที่ปลูกในบริเวณพื้นที่ภูเขาไฟเก่า เต็มไปด้วยหินบะซอลต์ ธาตุอาหารเป็นที่ต้องการของทุเรียน ทำให้ทุเรียนที่มีคุณสมบัติพิเศษ หอม หวาน มัน ใสแห้งและกลิ่นไม่ฉุนมากนัก จึงเป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภคหากได้มีโอกาสลิ้มลอง

8. พันธุ์ชะนีเกาะช้าง

"ทุเรียนชะนีเกาะช้าง" จังหวัดตราดสุดยอดทุเรียนที่ผ่านการตรวจวิเคราะห์แล้วว่ามียูนิโคดและสารอาหารที่มีประโยชน์ ปลูกบนเกาะ เหมาะสมทั้งดินฟ้าอากาศ ออกเร็วกว่าที่อื่นลักษณะของทุเรียนชะนีเกาะช้าง มีรสชาติดี เนื้อเนียน นุ่ม เปลือกบาง มากด้วยคุณค่าจากสารอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย หลักฐานด้านธรณีวิทยาพบว่าเกาะช้างเป็นพื้นที่ซึ่งเป็นดินภูเขาไฟ มีอากาศบริสุทธิ์ มีอิทธิพลจากน้ำทะเล ประกอบกับต้นทุเรียนอายุมาก ลำต้นสูงใหญ่ มีรากหยั่งลึก สามารถดูดแร่ธาตุในดินภูเขาไฟที่อยู่ลึก จึงทำให้ผลผลิตมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาจำแนกเป็นรายพันธุ์พบว่า พันธุ์หมอนทองมีเนื้อที่เพาะปลูกมากที่สุด โดยนิยมเพาะปลูกในจังหวัดจันทบุรี ชุมพร และนครศรีธรรมราช รองลงมาคือ พันธุ์ชะนี เพาะปลูกมากในจังหวัด

จันทบุรี ระยอง และยะลา ส่วนพันธุ์ที่ขายได้ราคาดีที่สุด คือ พันธุ์พวงมณี ซึ่งนิยมปลูกในจังหวัดพิษณุโลก ปราจีน และนครนายก ทั้งนี้ในรูปที่ 2-19 ได้แสดงพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนสายพันธุ์ต่าง ๆ ในแต่ละประเทศไทย⁴⁸



รูปที่ 2-19 พื้นที่เพาะปลูกทุเรียนในประเทศไทย ปี 2560
ที่มา: สำนักเศรษฐกิจการเกษตร (2560) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

2.1.5.1 ข้อมูลการปลูกทุเรียนและปริมาณผลผลิตในประเทศ

ข้อมูลสถิติพื้นที่เพาะปลูกและปริมาณผลผลิตทุเรียนช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 – 2560 ดังแสดงในตารางที่ 2-22 พบว่าราคาของทุเรียนที่ขายได้และมูลค่าผลผลิตเพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี แต่เนื้อที่ยืนต้น เนื้อที่ให้ผล และผลผลิตนั้นในแต่ละปีเพิ่มขึ้นแตกต่างกัน โดยเฉพาะผลผลิต จะเห็นว่าในปี พ.ศ. 2559 ประเทศไทยมีผลผลิตของทุเรียนลดลงร้อยละ 14 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2558 สาเหตุเนื่องมาจากจังหวัดจันทบุรี ประสบภัยแล้ง⁴⁹

⁴⁸ สำนักเศรษฐกิจการเกษตร (2560)

⁴⁹ เศรษฐกิจเกษตร. (3 กรกฎาคม 2559). วิเคราะห์ตลาดทุเรียน ปี 2559. สืบค้นจาก

<https://kasetgroup.com/contents/1223>

ตารางที่ 2-22 ข้อมูลสถิติพื้นที่เพาะปลูก ผลผลิต ราคาทุเรียน ระหว่างปี พ.ศ. 2550 - 2560

ปี	เนื้อที่ยืนต้น (1,000 ไร่)	เนื้อที่ให้ผล (1,000 ไร่)	ผลผลิต (1,000 ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)	ราคา (บาท/ กก.)	มูลค่าผลผลิต (ล้านบาท)
2550	683	629	662	1,053	16.75	11,089
2551	726	668	638	955	20.93	13,353
2552	683	629	662	1,053	21.52	14,246
2553	665	612	569	929	25.36	14,430
2554	662	604	509	843	27.76	14,130
2555	645	582	524	902	31.92	16,726
2556	656	577	569	986	40.45	23,016
2557	667	571	632	1,107	34.29	21,671
2558	687	573	602	1,050	46.96	28,270
2559	715	582	518	890	62.96	32,613
2560	788	605	635	1,049	71.81	44,235

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมส่งเสริมการเกษตร

สำหรับแหล่งผลิตสำคัญของทุเรียนในประเทศไทยอยู่ในภาคตะวันออกและภาคใต้ โดยปริมาณผลผลิตของภาคตะวันออกมีสัดส่วนมากที่สุด หากพิจารณาจากปริมาณผลผลิตเฉลี่ยของ 3 จังหวัดในภาคตะวันออก (ระยอง จันทบุรี และตราด) พบว่ามีสัดส่วนประมาณร้อยละ 60 ของผลผลิตทั้งประเทศ ที่เหลือประมาณร้อยละ 30 เป็นผลผลิตภาคใต้ และอีกร้อยละ 10 เป็นทุเรียนจากภาคอื่น ๆ ดังแสดงในตารางที่ 2-23

ตารางที่ 2-23 เปรียบเทียบปริมาณผลผลิตทุเรียนภาคตะวันออกและภาคใต้

	2558	2559	2560	2561
ผลผลิต (ตัน)	601,884	512,451	635,031	733,768
ภาคตะวันออก	343,776	281,578	427,909	410,066
ภาคใต้	239,513	224,656	172,235	283,880

ที่มา: กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ (2561)⁵⁰

เมื่อพิจารณาปริมาณผลผลิตทุเรียนในภาคตะวันออกพบว่าจังหวัดที่มีพื้นที่ปลูกและปริมาณผลผลิตทุเรียนมากที่สุด คือ จังหวัดจันทบุรี รองลงมา คือ จังหวัดระยอง และตราด ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 2-24 ซึ่งรายละเอียดของการเพาะปลูกในแต่ละจังหวัดมีดังนี้

ตารางที่ 2-24 ข้อมูลปริมาณการปลูกทุเรียนภาคตะวันออก (จันทบุรี ระยอง และตราด)

จังหวัด	จำนวน ครัวเรือน เกษตรกร	เนื้อที่ ปลูก (ไร่)	เนื้อที่ ให้ผล (ไร่)	เนื้อที่เก็บ เกี่ยว ผลผลิต (ไร่)	ผลผลิตที่เก็บ เกี่ยวได้ (กก.)	ผลผลิต เฉลี่ยเนื้อ ที่ผลผลิต (กก.)	ราคา ที่ เกษตรกร ขายได้ เฉลี่ย (บาท/กก.)
จันทบุรี	19,883	165,046	132,807	66,993	230,715,416	1,737	82.53
ระยอง	6,152	52,706	42,845	30,497	81,569,576	1,904	76.66
ตราด	4,089	25,761	20,118	18,579	27,569,418	1,370	78.50
รวมทั้ง ประเทศ	151,631	621,689	495,981	327,613	613,592,583	1,231	75.22
สัดส่วนภาค ตะวันออก เทียบกับทั้ง ประเทศ (%)	19.87	39.17	39.47	35.43	55.39		

ที่มา: ระบบสารสนเทศการผลิตทางการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร (20 เมษายน 2560)

⁵⁰ สืบค้นที่ : http://kbp.ops.moc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=875

- จังหวัดจันทบุรี

จังหวัดจันทบุรีมีเนื้อที่ให้ปลูกทุเรียนป. พ.ศ. 2560 รวม 173,672 ไร่ ผลผลิต 284,874 ตัน และผลผลิตต่อไร่เฉลี่ย 1,649 กิโลกรัม โดยมีเนื้อที่ปลูกทุเรียน 10 อำเภอ ได้แก่ อำเภотаใหม่ ซึ่งมีเนื้อที่ให้ผลมากที่สุด 61,875 ไร่ ผลผลิต 106,487 ตัน รองลงมาอำเภอขลุง 33,933 ไร่ ผลผลิต 55,311 ตัน และอำเภอเขาฉกขมกฏ 26,964 ไร่ ผลผลิต 46,028 ตัน ดังแสดงในตารางที่ 2-25

ตารางที่ 2-25 เนื้อที่เก็บเกี่ยว ผลผลิต ผลิตต่อไร่ ของทุเรียน แยกรายอำเภอจังหวัดจันทบุรี ปี พ.ศ. 2560

อำเภอ	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)
เมืองจันทบุรี	7,218	11,404	1,580
ขลุง	33,933	55,311	1,630
ท่าใหม่	61,875	106,487	1,721
โป่งน้ำร้อน	10,538	15,238	1,446
มะขาม	20,683	32,824	1,587
แหลมสิงห์	1,490	2,175	1,460
สอยดาว	347	355	1,024
แก่งหางแมว	3,923	4,511	1,150
นายายอาม	6,701	10,541	1,573
เขาฉกขมกฏ	26,964	46,028	1,707
รวม	173,672	284,874	1,649

ที่มา: ผลวิเคราะห์จากการสำรวจของคณะทำงานสำรวจข้อมูลไม้ผลเศรษฐกิจภาคตะวันออก ปี 2560 ครั้งที่ 4 (ผลสำรวจวันที่ 20 เม.ย. 2560)

เนื้อที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ของทุเรียนจังหวัดจันทบุรี ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (ป. พ.ศ.2556-2560) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.05 ร้อยละ 2.28 และร้อยละ 1.33 ตามลำดับ โดยเนื้อที่ให้ผลมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเนื่องจากการขยายพื้นที่ปลูก ปรับเปลี่ยนพื้นที่จากยางพารา และไม้ผลชนิดอื่น เช่น เงาะ ลองกอง มาปลูกทุเรียน เนื่องจากราคาที่เกษตรกรขายได้ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาอยู่ในเกณฑ์ดีจากการที่ตลาดต่างประเทศมีความต้องการเพิ่มขึ้น จึงจูงใจให้เกษตรกรดูแลรักษาสวนทุเรียนมากขึ้น ดังแสดงในตารางที่ 2-26

ตารางที่ 2-26 แนวโน้มเนื้อที่ให้ผล ผลผลิต ผลผลิตต่อไร่ ของทุเรียนจังหวัดจันทบุรี ปี พ.ศ. 2556 – 2560

ปี	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)
2556	166,584	223,889	1,344
2557	167,504	242,686	1,449
2558	167,004	234,514	1,404
2559	171,092	187,790	1,098
2560	173,672	284,874	1,649
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	1.05	2.28	1.33

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

- จังหวัดระยอง

จังหวัดระยองมีพื้นที่ปลูกทุเรียนปี พ.ศ. 2560 จำนวน 69,187 ไร่ และมีเนื้อที่ให้ผลจำนวน 57,648 ไร่ ให้ผลผลิต จำนวน 93,008 ตัน ซึ่งมีผลผลิตต่อไร่ 1,613 กิโลกรัม สำหรับอัตราการเจริญเติบโตในรอบ 5 ปี (ปี พ.ศ. 2556 - 2560) ทั้งพื้นที่เพาะปลูก พื้นที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น ดังแสดงในตารางที่ 2-27

ตารางที่ 2-27 พื้นที่ปลูก พื้นที่ให้ผล ผลผลิต ผลผลิตต่อไร่ ทุเรียน ช่วงปีเพาะปลูก
ปี พ.ศ. 2556 – 2560 จังหวัดระยอง

ปีเพาะปลูก	พื้นที่ปลูก (ไร่)	พื้นที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก./ไร่)
2556	67,521	59,013	72,881	1,235
2557	63,095	54,840	75,731	1,381
2558	64,998	55,192	71,182	1,290
2559	66,761	56,234	59,676	1,061
2560	69,187	57,648	93,008	1,613
2561*	70,441	61,005	85,880	1,408
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ) ปี 2556-2560	0.70	-0.51	9.40	9.88

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

แหล่งผลิตทุเรียนที่สำคัญของจังหวัดระยองในปี พ.ศ. 2560 มีพื้นที่ปลูกมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ อำเภอแกลง เขาชะเมา และอำเภอวังจันทร์ ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 2-28

ตารางที่ 2-28 เนื้อที่ปลูก ผลผลิต ผลผลิตต่อไร่ของทุเรียน จังหวัดระยอง ปี พ.ศ. 2560 จำแนกรายอำเภอ

อำเภอ	พื้นที่ปลูก (ไร่)	พื้นที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก./ไร่)
เมืองระยอง	6,060	5,075	7,673	1,512
แกลง	39,826	34,411	58,671	1,705
บ้านค่าย	2,019	1,876	2,739	1,460
ปลวกแดง	192	15	18	1,220
บ้านฉาง	18	18	21	1,150
วังจันทร์	9,866	7,135	10,560	1,480
เขาชะเมา	10,934	8,877	12,960	1,460
นิคมพัฒนา	272	241	366	1,520
รวม	69,187	57,648	93,008	1,613

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

● จังหวัดตราด

จังหวัดตราดมีพื้นที่ปลูกทุเรียนปี พ.ศ. 2560 จำนวน 34,911 ไร่ และมีพื้นที่ให้ผลจำนวน 24,766 ไร่ ให้ผลผลิต จำนวน 44,483 ตัน ซึ่งมีผลผลิตต่อไร่ 1,796 กิโลกรัม สำหรับอัตราการเจริญเติบโตในรอบ 5 ปี (ปี พ.ศ. 2556- 2560) ทั้งพื้นที่เพาะปลูก พื้นที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น ดังแสดงในตารางที่ 2-29

ตารางที่ 2-29 พื้นที่ปลูก พื้นที่ให้ผล ผลผลิต ผลผลิตต่อไร่ ทูเรียนในช่วงปีเพาะปลูก
ปี พ.ศ. 2556 – 2560 จังหวัดตราด

ปีเพาะปลูก	พื้นที่ปลูก (ไร่)	พื้นที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก./ไร่)
2556	25,708	20,941	25,736	1,229
2557	26,988	21,507	29,784	1,385
2558	28,925	23,155	31,922	1,379
2559	30,789	24,178	29,904	1,237
2560	34,911	24,766	44,483	1,796
2561*	36,893	24,187	38,951	1,610
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ) ปี พ.ศ. 2556-2560	8.00	4.30	16.33	11.79

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

แหล่งผลิตทุเรียนที่สำคัญของจังหวัดตราดในปี พ.ศ. 2560 มีพื้นที่ปลูกมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่
อำเภอเขาสมิง อำเภอเมือง และอำเภอบ่อไร่ ดังแสดงในตารางที่ 2-30

ตารางที่ 2-30 เนื้อที่ปลูก ผลผลิต ผลผลิตต่อไร่ของทุเรียน จังหวัดตราด ปี พ.ศ. 2560 จำแนกรายอำเภอ

อำเภอ	พื้นที่ปลูก (ไร่)	พื้นที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก./ไร่)
เมืองตราด	8,419	5,325	10,357	1,945
เขาสมิง	20,150	14,478	27,573	1,902
คลองใหญ่	580	526	586	1,114
แหลมงอบ	1,424	1,261	1,576	1,250
บ่อไร่	3,814	2,464	3,563	1,446
เกาะกูด	21	21	21	1,020

อำเภอ	พื้นที่ปลูก (ไร่)	พื้นที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก./ไร่)
เกาะช้าง	773	691	843	1,220
รวม	34,911	24,766	44,483	1,796

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร⁵¹

2.1.5.2 การพัฒนาคุณภาพของผลผลิตและความเข้มแข็งของเกษตรกร

การศึกษาของเสริมสุข และคณะ (2550)⁵² ดำเนินการวิจัยเพื่อหาวิธีการจัดการเทคโนโลยีการผลิตอย่างเหมาะสมในการควบคุมปริมาณผลิตผลทุเรียนคุณภาพให้มีเสถียรภาพ และพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรผู้ผลิตทุเรียนคุณภาพและเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างเกษตรกรผู้ผลิตกับผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องในลักษณะของธุรกิจที่มีความมั่นคงและยั่งยืน พบว่าการจัดการสวนทุเรียนอย่างถูกต้อง เหมาะสม ครบถ้วน และทันเวลาในแต่ละช่วงของการพัฒนาการของทุเรียนจะทำให้เกษตรกรสามารถผลิตทุเรียนที่มีคุณภาพ ปริมาณ และในช่วงเวลาที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดจะมีโอกาสได้กำไรสุทธิโลกรัมละ 8.71-11.79 บาท และคําค่าในการลงทุนแม้ว่าราคาขายจะลดลงร้อยละ 30 ของราคาขายเฉลี่ยฤดูการผลิต 2549/2550 แต่หากว่าเกษตรกรเลือกพันธุ์ปลูกที่ตลาดมีความต้องการน้อยหรือไม่ต้องการ แม้ว่าจะสามารถผลิตทุเรียนคุณภาพได้สูงถึงร้อยละ 88.45 ของน้ำหนักผลผลิตรวมทั้งหมด เกษตรกรจะมีกำไรสุทธิเพียงกิโลกรัมละ 4.41 บาท และไม่มีโอกาสได้กำไร ถ้าราคาขายลดลงร้อยละ 15-30 ของราคาขายเฉลี่ยฤดูการผลิต 2549/2550 แต่หากว่าเกษตรกรสามารถผลิตทุเรียนออกมาในช่วงที่ตลาดมีความต้องการแต่เป็นทุเรียนที่ไม่มีคุณภาพ (ผลเป็นโรคเน่า และมีหนอนเจาะเมล็ดทุเรียน) เนื่องจากไม่สามารถจัดการผลิตได้อย่างครบถ้วน และทันเวลาในแต่ละช่วงของการพัฒนาการของทุเรียน เกษตรกรจะได้กำไรสุทธิ 5.59 บาทต่อกิโลกรัม จึงสรุปได้ว่าการบริหารจัดการเพื่อลดความเสี่ยงต่อการขาดทุนเมื่อผลิตทุเรียนคุณภาพ จำเป็นต้องจัดการให้ทุเรียนออกดอก และติดผลมาก กระจายอยู่ทั่วต้น จัดการเพื่อส่งเสริมการพัฒนาการของผลและป้องกันความเสียหายจากศัตรูพืชและภัยธรรมชาติ เพื่อให้ได้ผลผลิตสอดคล้องกับความต้องการของตลาด (คุณภาพ ปริมาณ และช่วงเวลา) และการสร้างความตระหนักของการรวมกลุ่ม ร่วมมือกัน และเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจระหว่างกลุ่มเกษตรกรกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน

⁵¹ พิรพร พร้อมเทพ (2558) “การศึกษาแนวทางการพัฒนาการผลิตทุเรียนศรีสะเกษเพื่อการส่งออกไปยังประเทศจีน” หลักสูตรนักบริหารการทูตรุ่นที่ 7 ปี 2558 สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ. สืบค้นที่ : <http://www.mfa.go.th/dvifa/contents/filemanager/files/nbt/nbt7/IS/7037.pdf>

⁵² เสริมสุข สลักเพ็ชร์ และคณะ (2550) (RDG4920015) โครงการการจัดการการผลิตทุเรียนคุณภาพสำหรับบริโภคสดเพื่อการส่งออกในลักษณะเครือข่ายธุรกิจที่มีความมั่นคงและยั่งยืนระหว่างเกษตรกรและผู้ประกอบการ

ในปีเดียวกันการศึกษาของ นงนุช และคณะ (2558)⁵³ (RDG5720019) ได้ทำการประเมินสถานการณ์การประกอบการตามโซ่อุปทานลำไยสดและทุเรียนสดของไทย และนำเสนอแนะนโยบายส่งเสริมระบบการทำงานของโซ่อุปทานลำไยสดและทุเรียนสดให้มีความสามารถในการแข่งขันภายในตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ผลการประเมินสถานการณ์ตามโซ่อุปทานทั้งลำไยสดและทุเรียนสดเพื่อการส่งออก พบว่าการประกอบการตามโซ่อุปทานของไทยมีจุดอ่อนและอุปสรรคในทุกระดับตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ถึงปลายน้ำ จึงต้องมียุทธศาสตร์ส่งเสริมระบบการทำงานในทุกระดับ โดยต้องปรับการดำเนินงานตามนโยบายให้มีความเหมาะสมในแต่ละพื้นที่ ซึ่งเรื่องเร่งด่วนที่ต้องดำเนินการ ได้แก่ การส่งเสริมให้ผู้ปลูกไม้ผลเข้าสู่ระบบ GAP ทั้งหมด การจัดระบบการค้าของล้งต่างชาติ และให้มีการสร้างเครือข่ายในระดับพื้นที่เพื่อร่วมกันวางแผนการผลิตและการตลาดทั้งในและนอกฤดู ให้สอดคล้องกันในระหว่างผู้ประกอบการในโซ่อุปทาน ภายใต้เงื่อนไขของการผลิตผลไม้ที่ได้มาตรฐาน มีคุณภาพและความปลอดภัย บนฐานข้อมูลของการแข่งขันในระหว่างประเทศผู้ผลิตที่เป็นคู่แข่งทางการค้า เพื่อให้มีความพร้อมในการเข้าสู่ยุทธศาสตร์ทางการค้าทั้งตลาดในและนอก AEC

กลุ่มเบญจภาคีส่งออกผลไม้จันทบุรี เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2548 เป็นตัวอย่างของการทำงานร่วมกันในรูปแบบพันธมิตร (Cluster)⁵⁴ ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี หอการค้าจังหวัดจันทบุรี สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี กลุ่มพันธมิตรผู้ส่งออก และเกษตรกร พบว่าปี พ.ศ. 2548 ถึงปี พ.ศ. 2549 องค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรีได้เข้าไปกำหนดราคาขั้นต่ำอย่างเป็นธรรม เพื่อไม่ให้พ่อค้าคนกลางเอาเปรียบเกษตรกร และได้จัดสรรงบประมาณ ทำหน้าที่เป็นคนกลางรับซื้อทุเรียนที่ได้มาตรฐาน GAP ผ่านเครือข่ายขององค์การบริหารส่วนตำบล กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์การเกษตรจังหวัดจันทบุรี และกำหนดจุดรับซื้อเช่นเดียวกับล้ง ส่งผลให้ระดับราคารับซื้อของตลาดทุเรียนปรับสูงขึ้นจากกิโลกรัมละ 13 บาทเป็นกิโลกรัมละ 19 บาท สำหรับทุเรียนที่ได้รับมาตรฐานในการส่งออก จะถูกส่งไปประเทศอินโดนีเซีย ญี่ปุ่น และจีน โดยวิธีตกลงราคา ณ เวลาซื้อขาย และผู้ซื้อจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนส่งไปต่างประเทศทั้งหมด แม้ว่าการดำเนินการแทรกแซงตลาดดังกล่าวจะส่งผลต่อกลไกการตลาด และเกิดความคล่องตัวเป็นเพียงระยะสั้นมากและต้องทุ่มงบประมาณจำนวนไม่น้อย และไม่ได้รับผลตอบแทนในเชิงธุรกิจ แต่สร้างความเชื่อมั่นในตลาดต่างประเทศ และเป็นโอกาสอันดีของการทำธุรกิจการค้าระหว่างประเทศขององค์การบริหารส่วนจังหวัดที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานผลประโยชน์ของเกษตรกร ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาการทำงานร่วมกันของกลุ่มเบญจภาคี คือ การผลักดันให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมกันอย่างแท้จริง รวมถึงการวางแผนการตลาดอย่างชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบห้องเย็น ระบบขนส่ง และการเปิดช่องทางการตลาดให้กับทุเรียนในรูปแบบต่าง ๆ

⁵³ นงนุช อังยุริกุล และคณะ (2558) (RDG5720019) โครงการการสังเคราะห์โซ่อุปทานลำไยและทุเรียนสู่นโยบายส่งเสริมภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

⁵⁴ อรสา บัวตะมะ และคณะ, 2550 (PDG4920011) โครงการการศึกษากระบวนการทางการตลาดของเบญจภาคีส่งออกผลไม้จันทบุรี

2.1.6 การแข่งขันจากต่างประเทศ และโอกาสการขยายตลาดในต่างประเทศ

ข้อมูลการผลิตทุเรียนในปี พ.ศ. 2560 ของอาเซียนประมาณ 2,000,000 ตัน โดยประเทศอินโดนีเซียผลิตทุเรียนมากที่สุด ประมาณ 1,000,000 ตัน ของปริมาณผลิตทุเรียนทั้งโลก แต่ส่วนใหญ่เน้นบริโภคภายในประเทศ รองลงมาคือประเทศไทยประมาณ 600,000 ตัน ประเทศมาเลเซียประมาณ 300,000 ตัน ส่วนใหญ่เน้นส่งออกไปต่างประเทศ ผลจากการที่ประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านมีการขยายพื้นที่ปลูกทุเรียนเพิ่มขึ้น คาดว่าอีกประมาณ 2 ปีข้างหน้าปริมาณผลผลิตทุเรียนในภาพรวมทั้งอาเซียนน่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 2,500,000 – 3,000,000 ตัน (อัทธ์ พิศาลวานิช, 2560) ข้อมูลการปลูกและผลผลิตของทุเรียนในประเทศอาเซียน มีแนวโน้มดังต่อไปนี้

2.1.6.1 ข้อมูลในประเทศมาเลเซีย

ข้อมูลจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ⁵⁵ ระบุว่ามาเลเซียในปี พ.ศ. 2560 มีพื้นที่ปลูกทุเรียนซึ่งให้ผลได้แล้วทั้งสิ้น 319,053 ไร่ จากพื้นที่ปลูกทั้งหมด 441,298.75 ไร่ ในปี พ.ศ. 2558 มีผลผลิตทั้งสิ้น 368,270.7 ตัน หากเทียบกับประเทศไทย พบว่าประเทศมาเลเซียมีพื้นที่ปลูกน้อยกว่าไทยครึ่งหนึ่ง

อย่างไรก็ดีแม้พื้นที่ปลูกและผลผลิตจะน้อยกว่าไทย แต่มาเลเซียมีจุดเด่นที่สายพันธุ์ทุเรียนซึ่งได้รับการยอมรับในระดับ Premium Grade นั่นคือ พันธุ์มูซานคิง เป็นพันธุ์พื้นเมืองของมาเลเซียและได้รับการขนานนามว่าเป็น “ราชาแห่งทุเรียน” เพราะมีรสชาติดี เนื้อเนียน สีเหลืองเข้ม รสชาติหวานมัน มีกลิ่นเฉพาะตัวและเป็นที่นิยมของชาวจีน มูซานคิงมีราคาสูงกว่าหมอนทองมาก ซึ่งราคาประมาณกิโลกรัมละประมาณ 300-400 บาท

สำหรับการส่งออก ในปี พ.ศ. 2559 มาเลเซียส่งออกทุเรียนในรูปผลไม้แช่แข็งในปริมาณราว 1,300 ตัน มีตลาดส่งออกหลักอยู่ที่จีน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 78 ของการส่งออกทั้งหมด ขณะที่รัฐบาลมาเลเซียกำลังสนับสนุนให้เกษตรกรปลูกทุเรียนเพิ่มมากขึ้น เพื่อเพิ่มผลผลิตต่อปีให้มากถึง 303,000 ตัน

- การผลิตทุเรียนในมาเลเซีย⁵⁶

จากพื้นที่เพาะปลูกผลไม้ทั้งหมดของมาเลเซียจำนวน 194,329 เฮกเตอร์ (ประมาณ 1.2 ล้านไร่) และพื้นที่ให้ผลผลิต 143,676 เฮกเตอร์ (897,976 ไร่) ทุเรียนถือเป็นผลไม้ที่มีพื้นที่เพาะปลูกหรือเก็บเกี่ยวผลผลิตมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 36 รองลงมาเป็น กล้วย เงาะ แดงโม และสับปะรด

⁵⁵ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ “ข้อมูลการผลิตและการตลาดทุเรียนในมาเลเซีย” สืบค้นที่ :

https://www.ditp.go.th/contents_attach/226581/226581.pdf

⁵⁶ ที่มาของข้อมูล : Department of Agriculture, Ministry of Agriculture and Agro-based Industry, Malaysia (www.doa.gov.my) และสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (www.oae.go.th), 2017

พื้นที่ปลูกทุเรียนหรือพื้นที่ยืนต้น (Planted Area) ของมาเลเซียมีจำนวน 70,607.8 เฮกเตอร์ (319,053 ไร่) ในจำนวนนี้พื้นที่ที่มีการเก็บเกี่ยวผลผลิตหรือพื้นที่ให้ผล (Harvested Area) จำนวน 51,048.6 เฮกเตอร์ (319,053 ไร่) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 72.3 ของพื้นที่ปลูกทั้งหมด เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทย มาเลเซียมีพื้นที่ปลูกน้อยกว่าประมาณครึ่งหนึ่ง (ไทยมีพื้นที่ปลูกทุเรียนทั้งหมด 686,582 ไร่ โดยมีพื้นที่ให้ผล อยู่ที่ 573,282 ไร่)

ผลผลิตทุเรียนของมาเลเซียในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 368,270.7 เมตริกตัน คิดเป็นมูลค่าการผลิต 2,255 ล้านบาทหรือประมาณ 18,000 ล้านบาท (ประเทศไทยมีผลผลิต 601,884 เมตริกตัน) ทั้งนี้ รัฐที่มีผลผลิตทุเรียนมาก ได้แก่ รัฐปะหัง ยะโฮร์ กลันตัน เปรัก ซาบาห์ และซาราวัก โดยผลผลิตทุเรียนต่อไร่อยู่ที่ 1.152 ตัน ซึ่งยังสามารถที่จะเพิ่มผลผลิตได้เป็น 2.112 ตันต่อไร่ (ประเทศไทย มีผลผลิตต่อไร่ 1.05 ตัน) ดังแสดงในตารางที่ 2-31

ตารางที่ 2-31 พื้นที่ปลูกทุเรียนของประเทศมาเลเซีย

State	Durian			
	Hectareage (Ha)	Harvested Area (Ha)	Production (Mt)	Value of Production (RM)
JOHOR	15,051.5	12,092.7	79,974.7	489,844,771
KEDAH	3,470.9	3,205.7	17,448.3	106,871,118
KELANTAN	9,779.0	5,936.8	40,301.7	246,847,998
MELAKA	1,586.1	1,556.0	16,180.9	99,108,111
NEGERI SEMBILIAN	2,323.2	1,989.8	14,124.3	86,511,292
PAHANG	15,423.9	10,940.8	93,839.4	574,766,160
PERAK	4,592.9	3,524.5	33,987.1	208,170,946
PERILS	279.3	279.3	556.6	3,409,175
PULUA PINANG	1,306.3	1,187.5	6,298.9	38,580,697
SELANGOR	229.1	193.4	331.6	2,030,959
TERENGGANU	1,690.9	1,515.2	7,127.5	43,655,723
SEM. MALAYSIA	55,733.1	42,421.7	310,170.9	1,899,796,949

State	Durian			
	Hectareage (Ha)	Harvested Area (Ha)	Production (Mt)	Value of Production (RM)
Peninsular Malaysia				
SABAH	4,379.5	3,050.1	23,202.9	142,117,763
SARAWAK	10,484.2	5,569.6	34,879.0	213,633,875
W.P.LABUAN	11.0	7.2	17.9	109,515
MALAYSIA	70,607.8	51,048.6	368,270.7	2,255,658,102

ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

- การบริโภคทุเรียนในมาเลเซีย⁵⁷

ทุเรียนถือเป็นผลไม้ที่ชาวมาเลเซียมีความนิยมในการบริโภคเป็นอันดับ 2 รองจากมะพร้าว โดยมีปริมาณการบริโภคเฉลี่ยต่อคนต่อปี 11.2 กิโลกรัม ผลผลิตทุเรียนของมาเลเซียมีเพียงพอต่อความต้องการบริโภคภายในประเทศ โดยมีอัตราการพึ่งพาตนเอง (self-sufficiency ratio) คิดเป็นร้อยละ 102.4

ชาวมาเลเซียนิยมบริโภคทุเรียนที่แตกต่างจากไทย โดยชอบทุเรียนที่แก่จัดหรือสุกงอม บางครั้งพบว่าสุกงอมจนมีรสขม ทุเรียนพันธุ์พื้นเมืองพันธุ์หนึ่งมีชื่อว่า “runtuh” หรือรุนดุษ แปลว่า หล่น ในภาษา มาลายู จึงสื่อได้ถึงวิธีรับประทานทุเรียนของคนท้องถิ่น ทุเรียนมาเลเซียที่จำหน่ายในท้องตลาดจะมี เนื้อเหลว มีรสชาติเข้มข้น และมีกลิ่นรุนแรง และไม่นิยมทุเรียนของไทยที่ค่อนข้างห่ามหรือมีเนื้อแข็ง

- การนำเข้า-ส่งออกทุเรียนสดและแช่แข็งของมาเลเซีย⁵⁸

ในปี พ.ศ. 2559 มาเลเซียมีการนำเข้าผลไม้สดแช่เย็นแช่แข็ง (HS code 0810 และ 0811) จากต่างประเทศ ประมาณ 55,600 ตัน คิดเป็นมูลค่า 63.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในจำนวนนี้เป็นการนำเข้าทุเรียนสด (HS code 081060) ปริมาณ 11,900 ตัน คิดเป็นมูลค่า 5.92 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นการนำเข้าจากประเทศไทยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.8 มาเลเซียมีการนำเข้าทุเรียนจากไทยเพิ่มขึ้น ร้อยละ 6.3 ส่วนการคาดการณ์การนำเข้าทุเรียนแช่แข็ง (Hs code 081190 – ผลไม้แช่แข็งไม่ระบุชนิด) คาดว่าจะน้อยกว่า 856,000 เหรียญสหรัฐต่อปี หรือน้อยกว่า 150 ตันต่อปี โดยไทยมีส่วนแบ่งตลาดในเชิงมูลค่าและเชิงปริมาณ

⁵⁷ ที่มาของข้อมูล : Department of Statistics, Malaysia (www.dosm.gov.my), 2017

⁵⁸ ที่มาของข้อมูล : Global Trade Atlas, 2017

ร้อยละ 32.8 และ 27.2 ตามลำดับ และมีอัตราการขยายตัวสูงมาก ดังแสดงในตารางที่ 2-32 และ ตารางที่ 2-33 สำหรับกรณีทุเรียนสดและแช่แข็งตามลำดับ

ตารางที่ 2-32 มูลค่าการนำเข้าทุเรียนสดของมาเลเซีย (HS code 0801060)

ประเทศ	มูลค่า (ล้าน สรอ.)			สัดส่วน (%)			อัตราการเติบโต (%)
	2557	2558	2559	2557	2558	2559	
1.ไทย	4.31	5.56	5.91	98.5	98.7	99.8	6.3
2.ฟิลิปปินส์	0.06	0.07	0.01	1.4	1.3	0.2	-83.4
รวมทั้งโลก				100.00	100.00	100.00	

ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

ตารางที่ 2-33 ปริมาณการนำเข้าทุเรียนสดของมาเลเซีย (HS code 0801060)

ประเทศ	ปริมาณ (ตัน)			สัดส่วน (%)			อัตราการเติบโต (%)
	2557	2558	2559	2557	2558	2559	
1.ไทย	7,951	11,210	11,885	98	99	99.8	6.0
2.ฟิลิปปินส์	156	114	16	1.9	1.0	0.1	-85.9
รวมทั้งโลก	8,112	11,324	11,904	100.00	100.00	100.00	5.1

ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

ในด้านการส่งออก ในปี พ.ศ. 2559 มาเลเซียมีการส่งออกทุเรียนสดไปยังตลาดต่างประเทศ 17,754 ตัน คิดเป็นมูลค่า 18.1 ล้านบาทสหรัฐ โดยมียอดส่งออกหลักในเชิงมูลค่าอยู่ที่สิงคโปร์คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45 จีนร้อยละ 25 ฮองกงร้อยละ 13 สหรัฐอเมริการ้อยละ 6 และออสเตรเลียร้อยละ 4 สำหรับผลไม้แช่แข็ง (รวมทั้งทุเรียน) มาเลเซียมีการส่งออกรวมในปริมาณ 1,333 ตันในปี พ.ศ. 2559 คิดเป็น มูลค่า 14.76 ล้านบาทสหรัฐ โดยมียอดส่งออกหลักอยู่ที่จีน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 78 ในเชิงมูลค่าของการส่งออกทั้งหมด ดังแสดงในตารางที่ 2-34 และตารางที่ 2-35 สำหรับปริมาณการส่งออกทุเรียน

ตารางที่ 2-34 มูลค่าการส่งออกทุเรียนสดของมาเลเซีย (HS code 081060)

ประเทศ	มูลค่า (ล้าน สรอ.)			สัดส่วน (%)			อัตราการเติบโต (%)
	2557	2558	2559	2557	2558	2559	
1.สิงคโปร์	5.37	8.04	8.12	52.2	48.6	44.9	1.00
2.จีน	1.90	5.89	4.33	18.4	35.6	23.9	-26.6
3.ฮ่องกง	2.58	1.97	2.37	25.1	11.9	13.1	20.1
4.สหรัฐอเมริกา	-	0.07	1.07	0.0	0.4	5.9	1,347.3
5.ออสเตรเลีย	0.06	0.32	0.73	1.9	1.9	4.0	127.7
รวมทั้งโลก	10.28	16.54	18.11	100.00	100.00	100.00	9.4

ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

ตารางที่ 2-35 ปริมาณการส่งออกทุเรียนสดของมาเลเซีย (HS code 081060)

ประเทศ	ปริมาณ (ตัน)			สัดส่วน (%)			อัตราการเติบโต (%)
	2557	2558	2559	2557	2558	2559	
1.สิงคโปร์	12,062	18,816	16,595	91.3	94.6	93.5	-11.8
2.จีน	112	444	368	0.8	2.2	2.1	-17.1
3.ฮ่องกง	312	239	306	2.4	1.2	1.7	28.2
4.อินโดนีเซีย	704	228	174	5.3	1.2	1.0	23.9
5.สหรัฐอเมริกา	0	24	124	0	0.1	0.7	412.8
รวมทั้งโลก	13,215	19,892	17,754	100.00	100.00	100.00	-10.8

ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

- แนวโน้มการส่งเสริมการตลาดในมาเลเซีย

มาเลเซียมี Federal Agricultural Marketing Authority (FAMA) ที่ทำหน้าที่ส่งเสริมการตลาดสินค้าเกษตรโดยเฉพาะ อยู่ภายใต้กำกับของกระทรวงเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร โดยดูแลการตลาดทั้งภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ โครงการสำคัญของ FAMA ได้แก่

(1) RURAL TRANSFORMATION CENTER (RTC) เป็นตลาดกลางค้าส่งสินค้าเกษตรในส่วนภูมิภาคที่จะเชื่อมโยงผู้ผลิตและผู้ซื้อ รวมทั้งเป็นศูนย์กลางจัดเก็บข้อมูล ศูนย์กลางส่งเสริมความปลอดภัยในอาหารและการเพิ่มผลผลิต ตลอดจนศูนย์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (agro tourism) โดยดำเนินการผ่านการบูรณาการระหว่างภาครัฐและเอกชน

(2) CONTRACT FARMING โครงการทำการเกษตรแบบมีสัญญาครอบคลุมเกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนกับกรมวิชาการเกษตร (DOA) Farmers's Association Organization, Malaysian Pineapple Industrial Board (LPNM), กระทรวงเกษตรฯ (MOA) Sabah's Food Industry (KPIM Sabah) and Sarawak's Agriculture Modernization Ministry (KPP Sarawak) โดยมี FAMA เป็นผู้รับซื้อสินค้าเกษตร ปัจจุบันการรับซื้อเป็นบทบาทของ FAMACO ซึ่งเป็นหน่วยงานลูกของ FAMA Malaysia Agro Food Corporation (MAFC) และภาคเอกชน อาทิ ผู้ส่งออก ซุปเปอร์มาเก็ต โรงงานผลิตอาหาร ผู้ค้าส่ง

(3) COLLECTION CENTRE (CC) and DISTRIBUTION CENTRE (DC) FAMA ได้จัดตั้งศูนย์จัดเก็บสินค้าเกษตรในแหล่งผลิตสินค้าเกษตร เพื่อแก้ไขปัญหาด้านการตลาดของสินค้าเกษตรโดยเข้าไปบริหารจัดการหลังการเก็บเกี่ยว การคัดเกรดคุณภาพ และติดฉลาก ซึ่งจนถึงปัจจุบันมีศูนย์จัดเก็บสินค้าเกษตรแล้วจำนวน 91 ศูนย์ มีผู้ใช้บริการ 2,232 ราย นอกจากนี้ FAMA ยังได้จัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าในเมืองหลักรวม 14 ศูนย์ทั่วประเทศ ตั้งอยู่ใกล้ตลาดค้าส่งที่สำคัญ ซึ่งภายในศูนย์กระจายสินค้าจะมีการบรรจุภัณฑ์ (repackage) การจัดเก็บ การบ่ม และบริการขนส่ง อย่างครบวงจร

(4) 'Malaysia's Best' เป็นตราสัญลักษณ์รับรองคุณภาพและความปลอดภัยสำหรับสินค้าเกษตรของมาเลเซีย ซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงเกษตร และมาตรฐานระดับสากลคือ EUORGAP ซึ่งสินค้าภายใต้ตราสัญลักษณ์นี้จะได้รับการส่งเสริมและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและในต่างประเทศ

(5) SUPPLY & DEMAND VIRTUAL INFORMATION (SDVI) MATCHING SYSTEM ระบบ SDVI เป็นการติดตามสถานการณ์อุปสงค์และอุปทานสินค้าเกษตร โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

(6) MEGA FARMERS MARKET AND FRESH FRUITS STALL (GBBS) FAMA มีการจัดตั้งตลาดสำหรับเกษตรกรและชาวประมง เพื่อสามารถนำสินค้ามาจัดจำหน่ายได้โดยตรงต่อผู้บริโภค ปัจจุบันมีจำนวน 35 ตลาด นอกจากนี้ ยังมีการสร้างเครือข่ายร้านจำหน่ายผลไม้ที่มีผู้ประกอบการท้องถิ่นเป็นเจ้าของ ซึ่งจะได้รับการพัฒนาให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน มีความสะอาด และมีรูปแบบการจัดวางหรือนำเสนอสินค้าที่น่าสนใจมากขึ้น ปัจจุบันมีผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ 163 ราย หรือ 326 ร้านค้าทั่วประเทศ

(7) OLEMAS and AGROMAS OLEMAS เป็นตราสินค้าระดับของประเทศ (National Brand) สำหรับอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็กที่ผ่านมาตรฐานคุณภาพ (Small and Medium Industry: SMI) ปัจจุบันมีสินค้า 6 ประเภทที่ได้รับการพัฒนาภายใต้โครงการนี้ ได้แก่ Honey Sri Kaya Madu, Honey Mixed Fruit Sauce, Chilli Sauce, Chilli Soy Sauce, Chilli Pineapple Sauce และ Percik's gravy ส่วน

AGROMAS เป็นตราสินค้าสำหรับสินค้าที่ FAMA พัฒนาขึ้นเอง หรือคัดเลือกจากสินค้าที่มีศักยภาพของผู้ประกอบการ SMI

(8) SYSTEMS DEVELOPMENT AND MARKET CONTROL AND E-PERMIT เป็นมาตรฐานที่ออกโดย FAMA เพื่อควบคุมคุณภาพมาตรฐานและสร้างระบบตรวจสอบย้อนกลับ ให้กับสินค้าเกษตรของมาเลเซีย โดยครอบคลุมตั้งแต่การจัดเกรด การบรรจุภัณฑ์ การติดฉลาก และเป็นผู้ออกใบอนุญาต (permit) ให้แก่สินค้าเกษตรที่นำเข้ามายังมาเลเซีย

(9) TRADING DEVELOPMENT FAMA มีการรับซื้อและจำหน่ายสินค้าเกษตร มีการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด รวมทั้งมีการจัดตั้งสวนอุตสาหกรรมการผลิตอาหาร (Permanent Food Production Park : TKPM) เพื่อแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตรล้นตลาดในช่วงที่มีผลผลิตออกสู่ตลาดมาก โดยมีการตั้งเป้าหมายยอดการค้ารวม 1,002 ล้านริงกิต แบ่งเป็นการจำหน่ายผลไม้สดและแปรรูปโดยตรง 100 ล้านริงกิต การส่งออก 20 ล้านริงกิต การขายทางอ้อม 902 ล้านริงกิต (ผ่านตลาดเกษตรกร 350 ล้านริงกิต ร้านค้าผลไม้ย่อย ๆ 350 ล้านริงกิต และการแปรรูป 302 ล้านริงกิต) โดยมีสำนักงานสาขาที่ทำหน้าที่บริหารจัดการในภูมิภาค 5 สาขา และมีศูนย์ปฏิบัติการรับซื้อ-จำหน่ายอีก 35 ศูนย์

(10) HUMAN CAPITAL เป็นโครงการฝึกอบรมสำหรับบุคลากรของ FAMA และผู้ประกอบการ

- เวียดนาม
- พื้นที่เพาะปลูก⁵⁹

พื้นที่เพาะปลูก เวียดนามเริ่มปลูกทุเรียนครั้งแรกในภูมิภาค Tan Quy เมือง Bien Hoa จังหวัด Dong Nai ต่อมาขยายออกไปยังจังหวัดทางภาคใต้และที่ราบสูงภาคกลาง โดยเฉพาะในภูมิภาคสามเหลี่ยมปากแม่น้ำโขง ที่มีสภาพอากาศเอื้ออำนวยให้การปลูกทุเรียน กล่าวคือ อุณหภูมิเฉลี่ยอยู่ในช่วง 26.9 - 27.5 องศาเซลเซียส และแสงแดดเฉลี่ย 2,400 ชั่วโมงต่อปี เหมาะสมสำหรับการเจริญเติบโตของทุเรียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสามจังหวัด Tien Giang จังหวัด Ben Tre และจังหวัด Vinh Long ที่มีแหล่งน้ำจืดตลอดทั้งปี ที่ดินอุดมสมบูรณ์ ทำให้พื้นที่ปลูกทุเรียน พื้นที่เหล่านี้มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ในปี พ.ศ. 2543 พื้นที่ปลูกทุเรียนในเขตภาคใต้เพียง 7,853 เฮกตาร์ ปี พ.ศ. 2546 พื้นที่เพิ่มขึ้นเป็น 12,700 เฮกตาร์ อัตราเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 17 ต่อปี ในปี พ.ศ. 2557 พื้นที่ปลูกทุเรียนรวมทั้งประเทศประมาณ 27,000 เฮกตาร์ โดยพื้นที่ส่วนใหญ่ (15,200 เฮกตาร์) อยู่ในสี่จังหวัด Tien Giang จังหวัด Vinh Long จังหวัด Ben Tre และ จังหวัด Dong Nai

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาเวียดนามได้เปลี่ยนไปปลูกทุเรียนพันธุ์ใหม่แทนพันธุ์ท้องถิ่น ซึ่งพันธุ์ที่เลือกปลูกส่วนใหญ่เป็นพันธุ์ทุเรียนที่มีคุณภาพสูง เช่น พันธุ์ RI 6 (รี เซา) มีสัดส่วนร้อยละ 35 ของพื้นที่ปลูกทุเรียนทั่ว

⁵⁹ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครโฮจิมินห์ (2558) สืบค้นที่ :

https://www.ditp.go.th/contents_attach/138082/138082pdf

ประเทศ และพันธุ์หมอนทอง มีสัดส่วนร้อยละ 40 ของพื้นที่ปลูกทุเรียนทั่วประเทศ และอีกพันธุ์ที่ได้รับความนิยม คือ ทุเรียน Chin Hoa (ชินฮวา) ปัจจุบันเกษตรกรมีความรู้มากขึ้น โดยร้อยละ 80 ของเกษตรกรเวียดนามรู้จักประยุกต์เทคนิคขั้นสูงและเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์รวมถึงใช้ความรู้ทางวิศวกรรมในการเพาะปลูก ทำให้เกิดแหล่งปลูกทุเรียนสำหรับการส่งออกที่ได้มาตรฐานตาม Vietnamese Good Agricultural Practices (Viet GAP)

- ราคาและตลาดบริโภค

ในตลาดเวียดนาม ทุเรียนส่วนใหญ่จะมาจากจังหวัด Dong Nai จังหวัด Tien Giang จังหวัด Ben Tre จังหวัด Vinh Long และมีการนำเข้าจากต่างประเทศ ส่วนใหญ่นำเข้าจากไทยและกัมพูชา ช่วงนำเข้าจะอยู่ระหว่างเดือนเมษายนถึงเดือนกรกฎาคมของทุกปี โดยทุเรียนที่ได้รับความนิยมคือทุเรียนหมอนทอง สำหรับหน้าทุเรียนในประเทศส่วนใหญ่จะอยู่ระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงเดือนกรกฎาคม ซึ่งพันธุ์โชวาชานห์ (Kho Qua Xanh) มีฤดูเก็บเกี่ยวเร็วกว่าพันธุ์อื่น ๆ ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ส่วนพันธุ์อื่น หมอนทอง (Monthong) รีเซา (Ri-6) จะเก็บเกี่ยวช้ากว่า จะอยู่ระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนกรกฎาคม ในหลายปีที่ผ่านมา เกษตรกรเวียดนามรู้จักประยุกต์เทคนิคขั้นสูงช่วงฤดูเก็บเกี่ยวทุเรียนยาวนานกว่าเดิม ทำให้มีทุเรียนวางขายในตลาดเกือบตลอดทั้งปี

โดยราคาทุเรียนผันผวนขึ้นอยู่กับสายพันธุ์ ฤดูกาล รูปร่างข้างนอก และคุณภาพข้างใน ในฤดูกาลเก็บเกี่ยวหลัก คือ ตั้งแต่เดือนเมษายนถึงเดือนพฤษภาคม ราคาจะค่อนข้างต่ำ พันธุ์ที่มีคุณภาพสูง เช่น หมอนทอง รีเซา ชินฮวา เกษตรกรจะขายได้ราคาเฉลี่ย 18,000-25,000 เวียดนามต่อต็อกิโลกรัม หรือประมาณ 30-42 บาทต่อต็อกิโลกรัม ในขณะที่ทุเรียน โชวาชานห์ ราคาเพียง 3,000-5,000 เวียดนามต่อต็อกิโลกรัม หรือประมาณ 5-9 บาทต่อต็อกิโลกรัม แต่ตั้งแต่เดือนกันยายนถึงเดือนกุมภาพันธ์ จะมีทุเรียนน้อยกว่า ซึ่งเป็นเวลาที่ราคาทุเรียนสูงกว่าเดือนอื่น ๆ ของปีราคาเริ่มต้นตั้งแต่ 80,000 - 100,000 เวียดนามต่อต็อกิโลกรัม หรือประมาณ 130-160 บาทต่อต็อกิโลกรัม

- ตลาด

การบริโภคภายในประเทศคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 ตลาดบริโภคที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ คือ ภาคใต้ โดยเฉพาะนครโฮจิมินห์ ปัจจุบันเวียดนามส่งออกทุเรียนร้อยละ 60 ของผลผลิตทั้งหมด โดยส่งออกไปยังประเทศจีนเป็นหลัก ส่วนที่เหลือส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น

● อินโดนีเซีย

ทุเรียนที่มีชื่อเสียงของประเทศอินโดนีเซียอยู่ในเมืองเมดาน (Medan) เกาะสุมาตรา และชาว ปี พ.ศ. 2560 มีผลผลิตทั้งหมด 1 ล้านตัน จากพื้นที่ปลูกทั้งหมด 382,787 ไร่ โดยผลผลิตจะออกช่วงเดียวกับผลผลิตของประเทศมาเลเซีย รัฐบาลประเทศอินโดนีเซียมีนโยบายขยายพื้นที่ปลูกผลไม้นำเข้าทั้งทุเรียนและลำไย ไปยังเกาะต่าง ๆ ขณะเดียวกันรัฐบาลได้ใช้นโยบายลดการนำเข้าทุเรียนและผลไม้จากไทยโดยใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ

มาอย่างต่อเนื่อง แต่ด้วยจำนวนประชากรมาก มีอัตราการบริโภคในประเทศมาก ทำให้โอกาสในการผลิตผลไม้เพื่อการส่งออกแข่งขันในตลาดจีนเป็นไปได้ยาก⁶⁰

2.1.7 ประเมินการมูลค่าเพิ่มและกำไรของการส่งออกทุเรียน

ผู้เล่นสำคัญในห่วงโซ่มูลค่าของการส่งออกทุเรียน⁶¹ ได้แก่ เกษตรกรไทย ล้งจีน ล้งไทย บริษัทขนส่งจีน บริษัทขนส่งไทย บริษัทชิปปิงจีน บริษัทชิปปิงไทย บริษัทชิปปิงลาว และผู้ประกอบการในตลาดจีนหว่า กระบวนการส่งออกจะเริ่มจากเกษตรกรไทยเก็บผลผลิตขายให้กับล้งซึ่งอาจจะเป็นล้งจีนหรือล้งไทย จากการสัมภาษณ์พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วล้งจะรับซื้อทุเรียนจากเกษตรกรในราคาประมาณ 100 บาทต่อกิโลกรัม ล้งมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานประมาณ 5 บาทต่อกิโลกรัม และคิดกำไรประมาณ 45 บาทต่อกิโลกรัม จากนั้นทุเรียนจะถูกคัดเกรดและบรรจุลงกล่องที่ล้งและขนส่งขึ้นรถคอนเทนเนอร์ขนส่งไปยังด่านบ่อเต็น โดยผู้คอนเทนเนอร์สามารถบรรจุทุเรียนได้ประมาณ 18,000 กิโลกรัมต่อตู้

สำหรับค่าขนส่งจากจีนถึงด่านบ่อเต็นประมาณ 80,000 บาทต่อคัน หรือคิดเป็น 4.44 บาทต่อกิโลกรัม รถคอนเทนเนอร์จะข้ามฝั่งไปยัง สปป.ลาว ที่สะพานข้ามแม่น้ำโขงแห่งที่ 4 ซึ่งจะผ่านด่านศุลกากรเชียงของจังหวัดเชียงรายและด่านศุลกากรห้วยทราย แขวงบ่อแก้ว สปป.ลาว ที่ด่านศุลกากรเชียงของผู้ประกอบการจะเสียค่าใช้จ่าย 5,000 บาท หรือคิดเป็น 0.28 บาทต่อกิโลกรัม และที่ด่านศุลกากรห้วยทรายจะเสียค่าผ่านแดน สปป.ลาว จำนวน 6,000 บาทต่อคัน และเสียค่าลาดจอด 520 ต่อคัน รวมค่าใช้จ่ายที่เสียที่ด่านศุลกากรห้วยทรายเท่ากับ 6,520 บาทต่อคัน หรือคิดเป็น 0.36 บาทต่อกิโลกรัม จากนั้นเมื่อรถขนส่งทุเรียนถึงด่านบ่อเต็นจะต้องเปลี่ยนถ่ายสินค้าจากรถขนส่งไทยไปยังรถขนส่งจีนโดยจะเสียภาษีขนถ่ายสินค้าและค่าจอดลานที่บ่อเต็น 2,000 บาทต่อคัน และค่าแรงงานในการขนถ่ายสินค้าอีก 5,000 บาทต่อคัน รวมทั้งสิ้น 7,000 บาท หรือคิดเป็น 0.39 บาทต่อกิโลกรัม

หลังจากนั้นจะต้องไปเสียค่า CIQ และภาษีมูลค่าเพิ่มที่ด่านบ่อหาน โดยเสียค่า CIQ เท่ากับ 4,000 บาทต่อคัน และเสียภาษีมูลค่าเพิ่มประมาณ 130,000 บาทต่อคัน หรือคิดเป็น 0.22 และ 7.17 บาทต่อกิโลกรัม ตามลำดับ แล้วจึงขนส่งสู่ตลาดค้าส่งผลไม้จีนหว่าในคุนหมิงโดยค่าขนส่งจากด่านบ่อหานถึงคุนหมิง 125,000 บาทต่อคัน หรือคิดเป็น 6.94 บาทต่อกิโลกรัม พ่อค้าส่งผลไม้ในตลาดจีนหว่าเสียค่าเช่าแผงและต้นทุนค่าจัดการในตลาดจีนหว่าเฉลี่ยประมาณ 1,200 บาทต่อคัน หรือประมาณ 0.064 บาทต่อกิโลกรัม โดยจะได้กำไรประมาณ 80-90 บาทต่อกิโลกรัม

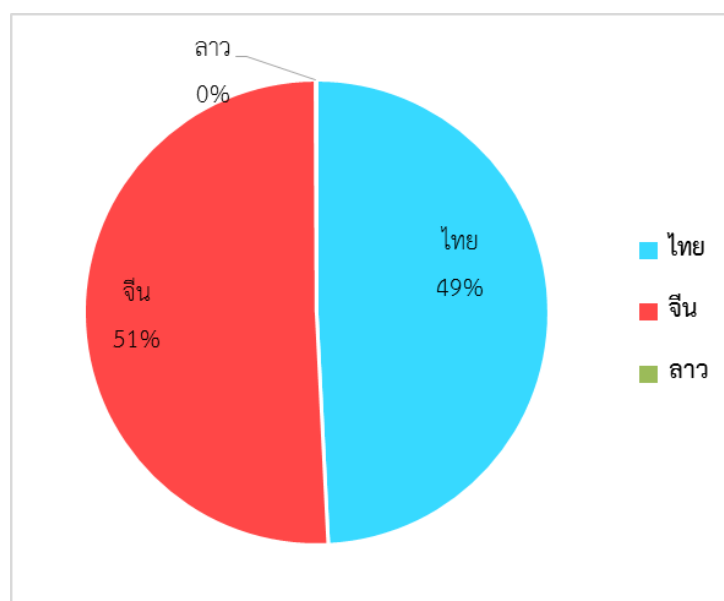
ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์พบว่า ส่วนแบ่งตลาดของบริการขนส่งจากจีนถึงด่านบ่อเต็นตกเป็นของผู้ประกอบการจีนสูงถึงร้อยละ 80 เหลือเป็นของผู้ประกอบการไทยเพียงร้อยละ 20 เท่านั้น และส่วนแบ่งตลาด

⁶⁰ ปราโมช ร่วมสุข และคณะ (2561) “ การสร้างทุเรียนมือใหม่สู่มืออาชีพ” เคหะการเกษตร

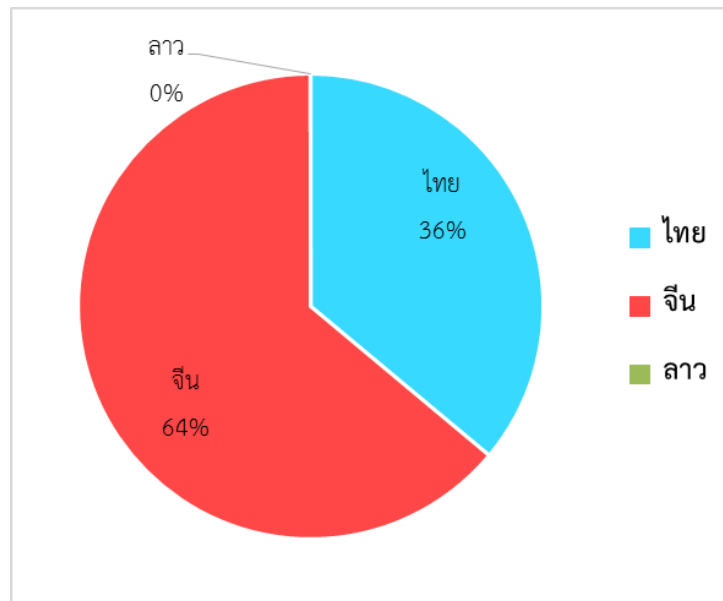
⁶¹ สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์. (2561). โครงการ "การใช้ประโยชน์จากเส้นทาง R3A เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการเกษตร ภาคการผลิต และภาคบริการโลจิสติกส์"

ของธุรกิจชิปปิ้งซึ่งทำหน้าที่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่ด้านศุลกากรต่างๆ ก็พบว่า ส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจชิปปิ้งในไทยเป็นของผู้ประกอบการจีนและไทยร้อยละ 80 และ 20 ตามลำดับ และส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจชิปปิ้งใน สปป.ลาว เป็นของผู้ประกอบการจีนและ สปป.ลาว ร้อยละ 80 และ 20 ตามลำดับ จะเห็นว่า ทั้งธุรกิจขนส่งและชิปปิ้งในการส่งออกทุเรียนถูกผู้ประกอบการจีนเข้ามาแย่งส่วนแบ่งตลาดของผู้ประกอบการไทยและลาวไปอย่างมาก นอกจากนี้กิจการล้งในจันทบุรีเองก็ถูกคนจีนเข้ามาทำกันมากโดยปัจจุบันพบว่า ล้งในจันทบุรีเป็นลงไทยประมาณร้อยละ 50 และเป็นล้งจีนประมาณร้อยละ 50

สำหรับการหาสัดส่วนมูลค่าเพิ่มและสัดส่วนกำไรของการส่งออกทุเรียนประเด็นสำคัญอยู่ที่อิทธิพลของล้งจีนว่ามีมากน้อยแค่ไหน กรณีที่ล้งจีนมีอิทธิพลต่อตลาดหรือมีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 50 ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในขณะนี้ พบว่า มูลค่าเพิ่มจะตกอยู่ในมือคนจีนและคนไทยร้อยละ 51 และ 49 ตามลำดับ และกำไรจะตกอยู่ในมือคนจีนและคนไทยร้อยละ 64 และ 36 ตามลำดับ กล่าวคือ จีนสร้างกิจกรรมที่สร้างอัตรากำไรได้ดีกว่าไทย

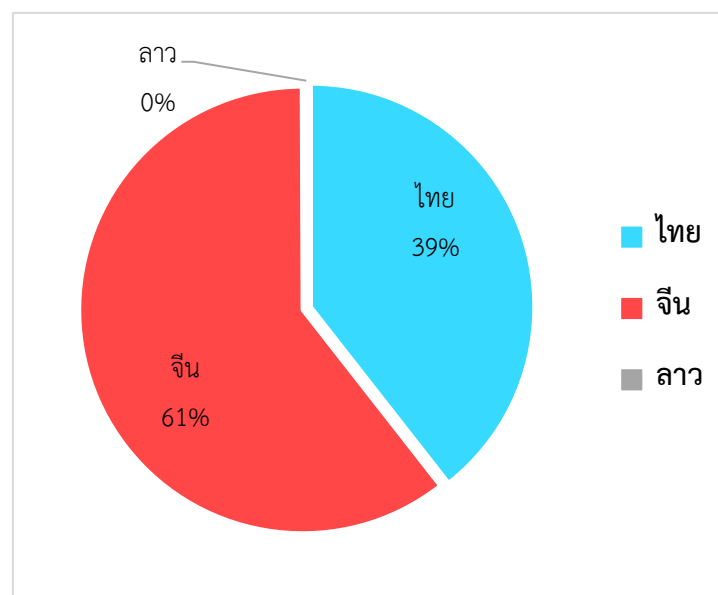


รูปที่ 2-20 สัดส่วนมูลค่าเพิ่มของการส่งออกทุเรียนจำแนกตามสัญชาติ
กรณีล้งจีนมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 50
ที่มา: สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์ (2561)

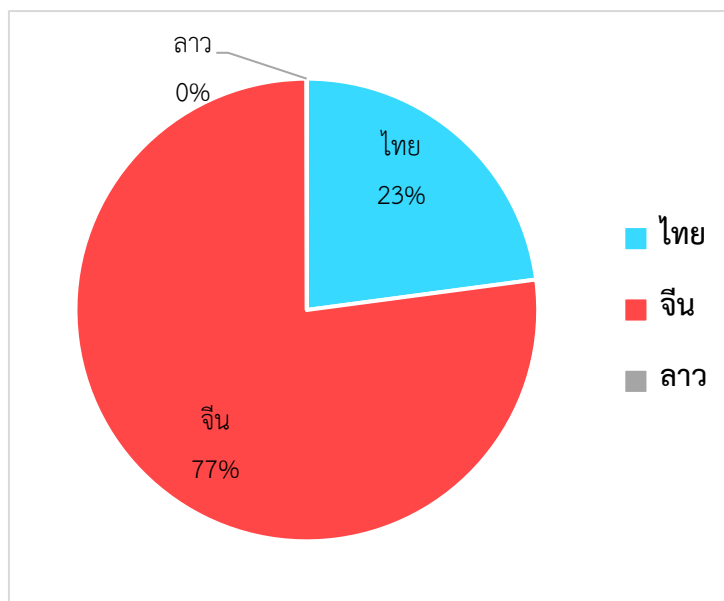


รูปที่ 2-21 สัดส่วนกำไรของการส่งออกทุเรียนจำแนกตามสัญชาติ กรณีล้งจีนมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 50
ที่มา: สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์ (2561)

และเมื่อสมมติต่อว่า ถ้าล้งจีนขยายอิทธิพลต่อไปเรื่อย ๆ จนมีอิทธิพลต่อตลาดหรือมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 100 พบว่า มูลค่าเพิ่มจะตกอยู่ในมือคนจีนและคนไทยร้อยละ 61 และ 39 ตามลำดับ และถ้าจะตกอยู่ในมือคนจีนและคนไทยร้อยละ 77 และ 23 ตามลำดับ

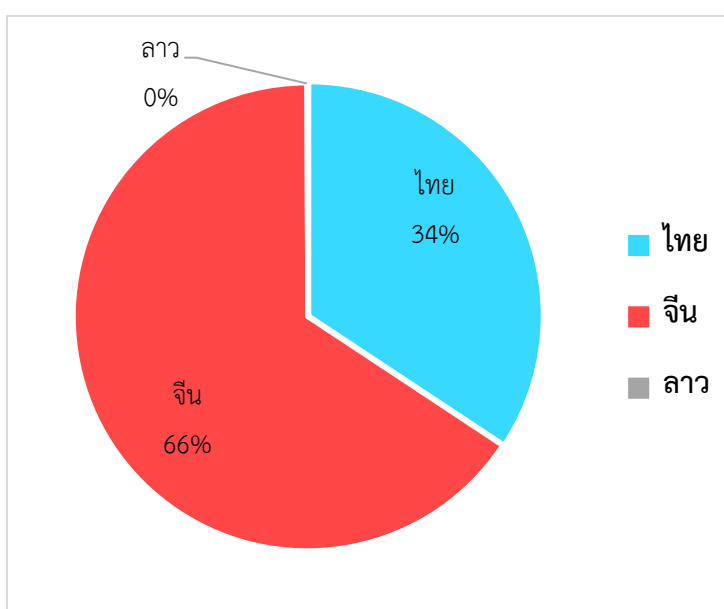


รูปที่ 2-22 สัดส่วนมูลค่าเพิ่มของการส่งออกทุเรียนจำแนกตามสัญชาติ กรณีล้งจีนมีส่วนแบ่งตลาด 100%
ที่มา: สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์ (2561)

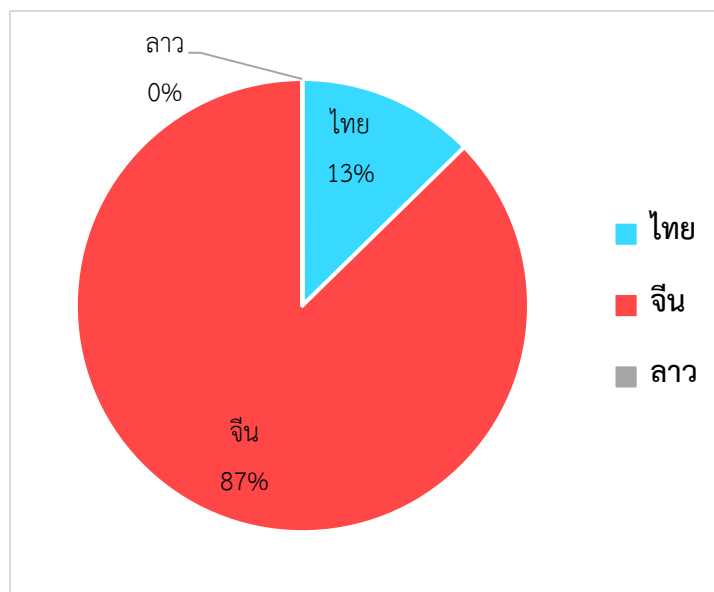


รูปที่ 2-23 สัดส่วนกำไรของการส่งออกทุเรียนจำแนกตามสัญชาติ กรณีล้งจีนมีส่วนแบ่งตลาด 100%
ที่มา: สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์ (2561)

นอกจากนี้หากสมมติต่อไปอีกว่า ถ้าล้งจีนมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 100 หรือครอบงำตลาดได้แล้วและยังสามารถกำหนดราคาได้คือ สามารถกดราคาลงซึ่งสมมติว่าราคาลดลงไปร้อยละ 20 เราจะพบว่า กำไรจะตกอยู่ในคนจีนสูงถึงร้อยละ 87 นี่เป็นสิ่งที่เราคาดคะเนหากล้งจีนยังสามารถขยายอิทธิพลต่อไปเรื่อย ๆ



รูปที่ 2-24 ส่วนมูลค่าเพิ่มของการส่งออกทุเรียนจำแนกตามสัญชาติ กรณีล้งจีนมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 100 และราคาทุเรียนลดลงร้อยละ 20
ที่มา: สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์ (2561)



รูปที่ 2-25 สัดส่วนกำไรของการส่งออกทุเรียนจำแนกตามสัญชาติ กรณีล้งจีนมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 100 และราคาทุเรียนลดลงร้อยละ 20
ที่มา: สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์ (2561)

2.2 การทบทวนสถานการณ์มังคุด

2.2.1 สถานการณ์ตลาดในต่างประเทศ กรณี: มังคุด

- ปริมาณการส่งออกมังคุดไปต่างประเทศ

มังคุดเป็นผลไม้ที่ได้รับความนิยมว่า “Queen of Fruits” เป็นผลไม้ที่ถูกกำหนดให้เป็นพืชเศรษฐกิจที่จะต้องเร่งรัดเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตเพื่อการส่งออก เนื่องจากมีความต้องการสูงทั้งตลาดภายในและตลาดต่างประเทศ สำหรับประเทศไทยถือเป็นผู้ผลิตและส่งออกมังคุดมากที่สุดในโลก จากสถิติการส่งออกมังคุดสดและผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นจาก 195,837 ตัน ในปี พ.ศ. 2557 เป็น 205,542 ตัน ในปี พ.ศ. 2560 จากนั้นลดลงเป็น 186,975 ตัน ในปี พ.ศ. 2561 โดยในปี พ.ศ. 2561 การส่งออกมังคุดสดและผลิตภัณฑ์ลดลงจาก 205,542 ตัน มูลค่า 7,444.84 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2560 ร้อยละ 9.03 และร้อยละ 1.91 ตามลำดับ เนื่องจากมีปริมาณผลผลิตลดลงจากปี พ.ศ. 2560 ดังแสดงในตารางที่ 2-36

ตารางที่ 2-36 ข้อมูลการส่งออกมังคุดแยกเป็นรายผลิตภัณฑ์ ระหว่างปี พ.ศ. 2557 – 2562

ปี	มังคุดสด		มังคุดแช่แข็ง		รวม	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
2557	195,108	4,780.71	729	54.66	195,837	4,835.37
2558	178,384	4,330.65	305	19.11	178,689	4,349.76

ปี	มังคุดสด		มังคุดแช่แข็ง		รวม	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
2559	142,855	4,274.11	371	34.62	143,226	4,308.73
2560	205,468	7,435.22	74	9.62	205,542	7,444.84
2561*	186,807	7,283.59	168	19.25	186,975	7,302.85
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	0.55	14.83	-35.28	-24.22	0.48	14.59
2562*	199,148	7,942.03	179	21.00	199,328	7,963.03

ที่มา : รายงานสถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้มปี พ.ศ. 2562 สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

สำหรับการส่งออก ปี พ.ศ. 2562 คาดว่าการส่งออกมังคุดสดและผลิตภัณฑ์จะเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา ร้อยละ 7.66 โดยมี ปริมาณ 199,070 ตัน แยกเป็น มังคุดสด 199,148 ตัน และมังคุดแช่แข็ง 179 ตัน เนื่องจากตลาดต่างประเทศมีความต้องการมังคุดสดและผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเกษตรกรมีการรวมกลุ่มปรับปรุงคุณภาพมังคุด ทำให้จำหน่ายได้ในราคาที่สูงขึ้นทั้งผลผลิตคุณภาพและเกรดรอง และสามารถขยายตลาดส่งออกได้มากขึ้น ทั้งในตลาดจีน สาธารณรัฐเกาหลีใต้ อาเซียน สหรัฐอเมริกา และยุโรป โดยจากข้อมูลสถิติการส่งออกมังคุดของศูนย์บริการข้อมูลสารสนเทศ กระทรวงพาณิชย์ พบว่าตลาดคู่ค้าหลักที่สำคัญของไทย คือ จีนและเวียดนาม ดังแสดงในตารางที่ 2-37

ตารางที่ 2-37 ข้อมูลสถิติมูลค่าการส่งออกมังคุดสดของไทยระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2561

ประเทศ	มูลค่า: ล้านบาท			อัตราขยายตัว (%)		
	2559	2560	2561	2559	2560	2561
เวียดนาม	2,088.32	4,876.06	3,551.30	18.93	133.4	-27.17
จีน	1,618.99	2,012.49	3,359.05	-22.43	24.30	66.91
ฮ่องกง	137.21	153.96	27.59	-6.05	12.20	-82.08
รวม 3 รายการ	3,844.5	7,042.5	6,937.9	-3.62	83.18	-1.48

ประเทศ	มูลค่า: ล้านบาท			อัตราขยายตัว (%)		
	2559	2560	2561	2559	2560	2561
รวมอื่น ๆ	429.2	393.7	333.3	25.60	-8.28	-15.34
รวมทุกประเทศ	4,273.73	7,436.17	7,271.20	-1.31	74.00	-2.22

ที่มา : ศูนย์บริการสารสนเทศ กระทรวงพาณิชย์ ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

จากข้อมูลตัวเลขทางสถิติในตารางที่ 2-37 จะเห็นได้ว่ามูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปยังประเทศเวียดนามมีมูลค่าสูงสุทธองลงมาเป็นเงิน อย่างไรก็ตามก็ตีหากพิจารณาจากการบริโภคที่เกิดขึ้นจริงแล้ว ทั้งนี้ น่าจะด้วยเหตุผลที่ว่า เวียดนามนำเข้าผลไม้ไทยเพื่อจำหน่ายไปยังประเทศใกล้เคียง เช่น จีน ที่มีพรมแดนติดกับเวียดนาม และเวียดนามได้รับสิทธิประโยชน์จากนโยบายด้านผ่อนปรนที่จีนตกลงไว้กับประเทศที่มีพรมแดนติดกัน เวียดนามจึงสามารถส่งออกไปจีนได้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบว่าภาษีบำรุงท้องที่ร้อยละ 5 ณ จุดผ่อนปรนบริเวณพรมแดนจีนกับภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 13 ที่ต้องชำระ ณ จุดนำเข้าสากลของจีน ทำให้ผู้ประกอบการจีนส่วนหนึ่งนิยมนำสินค้าที่ผ่านด่านผ่อนปรนชายแดน ผลไม้ไทยจำนวนไม่น้อยเมื่อเข้าเวียดนามแล้วก็จะถูกแปลงสภาพเป็นผลไม้เวียดนามเพื่อใช้สิทธิพิเศษของด่านผ่อนปรนดังกล่าว⁶²

2.2.1.2 พฤติกรรมการบริโภคมังคุดของคนจีน

ชาวจีนชื่นชอบการบริโภคผลไม้สด ประกอบกับวัฒนธรรมจีนให้ความสำคัญกับผลไม้อย่างมาก ไม่เพียงแต่บริโภคผลไม้เพื่อรักษาสมดุลร่างกาย แต่ยังนิยมใช้ผลไม้สำหรับพิธีทางศาสนา ไหว้บรรพบุรุษ รวมทั้งการให้ผลไม้เป็นของขวัญในช่วงเทศกาล คนจีนให้ความสำคัญกับสุขภาพการบริโภคผลไม้มักจะพิจารณาคุณสมบัติที่มีอยู่ในผลไม้ แล้วเลือกให้เหมาะกับภาวะร่างกายในแต่ละช่วงเวลา เพื่อปรับสมดุลภาวะสุขภาพให้สมดุล สำหรับมังคุด ชาวจีนเรียก ซาน-จู (山竹 เสียงจีนกลาง) เป็นผลไม้ที่มีคุณสมบัติเย็น ใช้ดับร้อนแก้กระหาย แก้กอแห้ง แก้แผลในช่องปาก ที่สำคัญคือกินเพื่อลดภาวะร้อนของร่างกาย แต่ไม่ควรกินมากเกินไป โดยเฉพาะคนที่มีอาการปวดท้องถ่ายเหลวอยู่แล้วไม่ควรกิน มังคุดเป็นผลไม้ที่ออกในฤดูกาลเดียวกับทุเรียน ซึ่งทุเรียนมีคุณสมบัติร้อนจัด จึงมักถูกจับคู่กันหนึ่งเย็นหนึ่งร้อน หลักการคือใช้เย็นแก้ร้อน และใช้ร้อนแก้เย็น ดังนั้น หากกินทุเรียนมากจนร่างกายเกิดภาวะร้อน อย่างที่เรียกกันว่าร้อนใน ให้กินมังคุดที่มีคุณสมบัติเย็นจัดเพื่อแก้ไขภาวะร้อนนี้ จากความนิยมบริโภคมังคุดของคนจีน ทำให้มีการริเริ่มปลูกในมณฑลไห่หนานของจีนแต่ได้ผลผลิตไม่มากนัก ทั้งนี้ จีนอนุญาตนำเข้ามังคุดได้จากไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย และเมียนมาร์

⁶² จัปตาเอเชียตะวันออก, “ผลไม้ไทยในตลาดจีน ปี 2557” (6 พฤษภาคม 2557) สืบค้นที่ :

<http://www.eastasiawatch.in.th/th/articles/politics-and-economy/302/>

ความนิยมในการบริโภคผลไม้ไทย ส่งผลต่อเนื่องให้ปัจจุบันมีนายทุนจากจีนเข้ามาร่วมกับชาวไทยตั้งโรงรับซื้อและคัดบรรจุผลไม้ (ล้าง) มากขึ้น เพื่อรับซื้อผลไม้จากสวนของเกษตรกรเพื่อส่งออกไปยังประเทศจีน โดยพบว่านายทุนหลายรายได้แต่งงานกับคนไทย เพื่อสามารถดำเนินกิจการได้สะดวกทั้งด้านกฎหมาย เงินทุน การบริหารจัดการ การหาผลไม้และแรงงาน เนื่องจากในปัจจุบันการซื้อผลไม้ ทั้งทุเรียน มังคุด ลำไย มีการแข่งขันสูง เพราะปัญหาภัยแล้ง ทำให้ผลผลิตผลไม้ที่มีคุณภาพออกมาไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคในจีน⁶³

2.2.1.3 โครงสร้างห่วงโซ่การนำเข้ามังคุดไปยังประเทศจีน

จากงานศึกษาของ ธนา แสงวงศ์ (2557) ที่ได้ทำการศึกษารูปแบบโซ่อุปทานส่งออกมังคุดไปยังประเทศจีนผ่านทางเส้นทาง R3A พบว่าโดยมีผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องดังต่อไปนี้⁶⁴

1. เกษตรกร

เกษตรกรเพาะปลูกมังคุดของประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายเดิม เป็นการเกษตรแบบรุ่นสู่รุ่น ทำให้เกษตรกรมีความเชี่ยวชาญในการเพาะปลูก มังคุดนั้นจะเริ่มออกผลเมื่ออายุได้ 7 ปี แต่จะออกผลผลิตดีที่สุดต่อเมื่อมีอายุไม่ต่ำกว่า 13 ปี เนื่องจากการเพาะปลูกใช้เวลานาน จึงไม่มีเกษตรกรรายใหม่มากนัก อีกนั้น มังคุดยังมีโรคและต้องดูแลรักษาอย่างดี เกษตรกรมีหน้าที่เพาะปลูก ซึ่งการเพาะปลูกนั้นจะทำการเพาะปลูกเองหรือตามพันธะสัญญา (Contract Farming) หลังจากดำเนินการเพาะปลูก เก็บเกี่ยว จากนั้นเกษตรกรจะทำการขายผลผลิต ซึ่งกระบวนการขายผลผลิตนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ คือ การดำเนินการขายเอง การขายแบบเหมาสวน การขายผ่านกลุ่มเป็นสหกรณ์ และการขายแบบเกษตรพันธะสัญญา

2. ผู้รวบรวมผลผลิต/ล้าง

กระบวนการรับซื้อมังคุดของล้างทั้งเพื่อจำหน่ายในประเทศและเพื่อทำการส่งออกไปยังต่างประเทศนั้นมีลักษณะใกล้เคียงกัน คือ พ่อค้ารวบรวมหรือล้าง สามารถแบ่งได้ 3 ประเภทหลัก ๆ คือ พ่อค้ารวบรวมซึ่งรวบรวมมังคุดเพื่อทำการจำหน่ายหรือส่งออกเองหรือมีผู้ว่าจ้างให้ทำการรวบรวมให้ ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการชาวจีน ซึ่งเข้ามาตั้งโรงงานบรรจุในประเทศไทย พ่อค้ารวบรวมเหล่านี้จะเข้ามาบอกความต้องการซื้อมังคุดก่อนทำการเก็บเกี่ยว และหลังทำการเก็บเกี่ยว เกษตรกรเป็นผู้ส่งมอบให้หรือว่าจ้างในการขนส่งแล้วแต่ตกลง ส่วนอีกประเภท คือ พ่อค้ารวบรวมซึ่งเข้ามาซื้อผลผลิตด้วยตนเองหลังจากการเก็บเกี่ยวแล้ว ความแตกต่างของพ่อค้าทั้ง 3 ประเภทนี้ คือ

⁶³ ผู้จัดการออนไลน์ (2559) พาณิชย์คุมเข้มพ่อค้าหัวหมอ นำเข้ามังคุดอินโดฯ สวมสิทธิ์ไทยส่งไปจีน ป้องกันชื่อเสียงเสียหาย
สืบค้นที่ : <https://mgronline.com/business/detail/9590000047966>

⁶⁴ ธนา แสงวงศ์ (2557). “ระบบโลจิสติกส์และการเปลี่ยนแปลงโซ่อุปทานการส่งออกมังคุดระหว่างไทย-จีนทางตอนใต้ : กรณีศึกษาเส้นทางขนส่ง ไทย - มณฑลยูนนาน โดยเส้นทางขนส่ง R3A”. การศึกษาอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

- พ่อค้าจะสามารถรู้ถึงคุณภาพผลผลิตที่จะออกมา พ่อค้ารูปแบบนี้จะสามารถคาดคะเนผลผลิตทำให้สามารถเก็บรักษาผลผลิตได้นานกว่ารูปแบบอื่น ๆ เนื่องจากรู้ช่วงเวลาออกผลผลิตที่แน่นอน
- คล้ายกับรูปแบบแรกที่พ่อค้าในรูปแบบนี้จะรับการว่าจ้างจากโรงงานบรรจุผลไม้ของจีนที่เข้ามาตั้งในประเทศไทยให้รวบรวมผลผลิตตามความต้องการของทางโรงงาน
- พ่อค้าซึ่งเข้ามาซื้อหลังจากเก็บเกี่ยวผลผลิตเรียบร้อยแล้ว ซึ่งทำให้พ่อค้าสามารถต่อรองราคาได้สูง เนื่องจากสินค้าจะเก็บไว้ไม่ได้นาน อีกทั้งยังสามารถกำหนดปริมาณตามที่ตนเองต้องการได้

3. สหกรณ์หรือกลุ่มเกษตรกร

สหกรณ์หรือกลุ่มเกษตรกร ส่วนใหญ่เป็นการรวมตัวกันของเกษตรกรผู้ปลูกมังคุด ทำหน้าที่ในการจัดการห่วงโซ่อุปทานและการตลาดของมังคุด โดยสหกรณ์ส่วนใหญ่จะมีฐานลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศอยู่แล้ว การรวมกันเป็นสหกรณ์ยังช่วยในเรื่องการต่อรองราคาผลผลิตกับพ่อค้ารวบรวม

4. ผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้ส่งออก

ผู้ประกอบการ พ่อค้ารวบรวมหรือผู้ที่ จะทำการส่งออกมังคุด จะทำการส่งออกด้วยตนเอง และวิธีว่าจ้างให้ตัวแทนส่งออกเป็นผู้ทำการส่งออก เนื่องจากสะดวกกว่าดำเนินการเอง โดยตัวแทนส่งออกจะมีหน้าที่รวบรวมผลผลิตจากพ่อค้าผู้รวบรวมผลผลิต หลังจากนั้นจะทำการผ่านขั้นตอนศุลกากรต่าง ๆ รวมถึงการจัดหาตู้และหีบห่อตู้คอนเทนเนอร์ เพื่อรับมังคุดจากผู้ประกอบการ จากนั้นจัดทำใบขนส่ง ยื่นใบขนส่งสินค้าต่อเจ้าพนักงานศุลกากร ณ ด่านศุลกากรของไทย ส่วนทางด้านศุลกากรจีนนั้นทางตัวแทนผู้ส่งออกจะทำการติดต่อตัวแทนนำเข้าชาวจีนไว้เนื่องจากการดำเนินการศุลกากรจีนโดยผู้ที่ไม่ใช่ชาวจีนนั้นทำได้ยาก การว่าจ้างจึงมีความสะดวกกว่า

5. ผู้นำเข้าและพ่อค้าส่งในประเทศจีน (ตอนใต้)

เนื่องจากมังคุดเสียหายง่ายและมีระยะเวลาการเก็บรักษาที่สั้น จึงต้องใช้ตู้คอนเทนเนอร์ปรับอากาศในการขนส่ง การขนส่งไปยังจีนตอนใต้นิยมใช้ 2 เส้นทางคือ

1. การขนส่งทางเรือที่ทำเรือพาณิชย์เชียงแสน โดยขนส่งจากท่าเรือเชียงแสนไปยังท่าเรือกว๋นเหล่ ประเทศจีน หรือ ท่าเรือจิงหนิง ก่อนทำการขนส่งไปยังคุนหมิง โดยรถบรรทุกและกระจายสินค้าต่อไป
2. จากอำเภอ เชียงของ จังหวัด เชียงราย เข้าสู่ประเทศลาว ผ่านทางห้วยทราย ในหลวงน้ำทา บ่อเต็น บ่อหาน แล้วเข้าสู่สิบสองปันนา ประเทศจีนก่อนขนส่งไปยังคุนหมิง และกระจายต่อไป หลังจากที่สินค้าได้ถูกส่งมายังประเทศจีนแล้วจะมีการตรวจคุณภาพและสิ่งแปลกปลอมตามมาตรฐานจีนอย่างเคร่งครัด ก่อนที่จะถูกส่งต่อไปให้กับผู้ประกอบการนำเข้า จากนั้นผู้ประกอบการนำเข้าจะนำสินค้าเข้าสู่ตลาดผลไม้ที่ใหญ่ที่สุด คือ ตลาดจิงหม่า ก่อนที่จะมีพ่อค้าปลีกมารับและกระจายสินค้าต่อไป

จากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปขั้นตอนการส่งออกมังคุดจากไทยไปจีนได้ดังต่อไปนี้ (ธนา แสงวงศ์, 2557)

1. เริ่มจากเกษตรกรทำการเพาะปลูกมังคุดจนกระทั่งออกผลผลิต โดยมีการทำพันธสัญญาการซื้อขายผลผลิตแบบเหมาสวนกับล้งหรือผู้ประกอบการตั้งแต่ออกผลผลิต เริ่มออกผลผลิต หรือช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดแล้ว
2. ล้งหรือผู้ประกอบการทำการรวบรวมมังคุดตามที่ได้ตกลงกับเกษตรกรไว้ โดยล้งหรือผู้ประกอบการนั้นจะทำการรวบรวมเพื่อทำการบรรจุแล้วส่งออกเองหรือรวบรวมเพื่อส่งโรงงานแปรรูปหรือโรงงานบรรจุอีกทีหนึ่ง โดยโรงงานบรรจุนี้มีทั้งของผู้ประกอบการชาวไทยและของผู้ประกอบการชาวจีน ซึ่งเข้ามาลงทุนในการตั้งโรงงานบรรจุเพื่อส่งออกเอง
3. ล้งหรือผู้ประกอบการหลังจากทำการบรรจุแล้วจะทำการขนส่งโดยรถบรรทุก โดยใช้เส้นทาง R3A ในประเทศไปยังด่านศุลกากรที่สะพานมิตรภาพไทย-ลาวแห่งที่ 4 ทันทิ ซึ่งในขั้นตอนนี้มีความแตกต่างจากรูปแบบโซ่อุปทานแบบเก่าซึ่งใช้ระบบท่าเรือพาณิชย์เชียงแสนในการขนส่ง ซึ่งต้องบรรทุกมังคุดโดยรถบรรทุกไปยังท่าเรือเชียงแสน ใช้เวลาประมาณ 12 ชั่วโมง ในการขนส่งก่อนที่จะทำการลำเลียงลงเรือและขนส่งต่อไปจากท่าเรือพาณิชย์เชียงแสน ไปยังท่าเรือกว๋นเหล่ย์ ประเทศจีน
4. เจ้าหน้าที่ด่านศุลกากรทำการตรวจคุณภาพของมังคุด
5. เมื่อเจ้าหน้าที่ด่านศุลกากรตรวจเสร็จเรียบร้อยแล้ว รถบรรทุกทำการวิ่งเข้าสู่ สปป.ลาว ซึ่งใน สปป.ลาวนั้น ต้องมีการเปลี่ยนรถบรรทุกที่ใช้ขนมังคุด โดยจะมีการเปิดตู้คอนเทนเนอร์เพื่อเปลี่ยนถ่ายมังคุด เนื่องจากรถบรรทุกของไทยไม่สามารถวิ่งเข้าสู่ประเทศจีนได้โดยตรง ส่วนในรูปแบบโซ่อุปทานการขนส่งแบบเก่าโดยเรือนั้นเมื่อถึงท่าเรือกว๋นเหล่ย์ ประเทศจีน แล้วจะมีการตรวจสอบมังคุดโดยด่านศุลกากรของจีนที่ทำเรือกว๋นเหล่ย์ จากนั้นจะมีพ่อค้าปลีกมารับมังคุดจากท่าเรือ ส่วนหนึ่งเพื่อทำการกระจายต่อไป (หากปริมาณน้ำในแม่น้ำมีปริมาณไม่เพียงพอจะทำให้การขนส่งทางเรือต้องสิ้นสุดที่ท่าเรือกว๋นเหล่ย์ จากนั้นจะทำการขนส่งโดยรถบรรทุกต่อไปยังคุนหมิง หากปริมาณน้ำในแม่น้ำมีเพียงพอ การขนส่งทางเรือจะไปสิ้นสุดที่ ท่าเรือซือเหมา จากนั้นจะมีรถบรรทุกมารับมังคุดเพื่อทำการขนส่งต่อไปยังตลาดผลไม้ในคุนหมิง)
6. รถบรรทุกของจีนทำการขนส่งมังคุดเข้าประเทศจีนโดยมีการตรวจมังคุดที่ด่านศุลกากรจีนที่บ่อหาน จากนั้นรถบรรทุกวิ่งตรงไปยังตลาดจิงหม่า ที่คุนหมิง
7. เมื่อถึงตลาดจิงหม่าแล้วจะมีพ่อค้าปลีก รวมถึงผู้ประกอบการรับมังคุดไปกระจายต่อในตลาดระดับต่าง ๆ ไปจนถึงห้างสรรพสินค้า

2.2.1.4 ช่องทางการจำหน่ายมังคุดในประเทศจีน

การนำเข้ามังคุดเพื่อไปจำหน่ายในมณฑลยูนนาน พบว่ามีช่องทางการจัดจำหน่ายมังคุดที่หลากหลาย โดยมีความแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ มีตั้งแต่การวางขายบนทางเดินเท้าไปจนถึงการวางขายใน

ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ จากการลงพื้นที่สำรวจสามารถแบ่งช่องทางการจำหน่ายมังคุดในมณฑลยูนนานเป็น 5 ช่องทางหลัก ได้แก่ (ธนา แสงวงศ์, 2557)

ช่องทางการจำหน่ายแบบที่ 1 ร้านค้าเคลื่อนที่ได้ เช่น รถตู้ขนาดเล็ก รถสามล้อเครื่อง รถเข็น

เป็นช่องทางการจำหน่ายที่พบเห็นได้หลากหลายที่สุดในมณฑลยูนนาน เนื่องจากสามารถเคลื่อนย้ายได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และเข้าถึงตัวผู้บริโภคได้อย่างง่ายดาย ส่งผลให้ช่องทางการจำหน่ายในลักษณะนี้พบเห็นได้ตามสถานที่ท่องเที่ยวหลักในเมือง ริมถนนหลวง สถานที่จอดรถโดยสารและลานจอดรถภัตตาคารหรือร้านอาหาร ราคาจำหน่ายมังคุดในช่องทางการจำหน่ายในลักษณะนี้ เป็นราคามาตรฐาน กิโลกรัมละ 15 – 17 หยวน (ประมาณกิโลกรัมละ 75 ถึง 85 บาท) ปริมาณผลไม้สดและความหลากหลายของผลไม้สดมีน้อยมาก อาจจะมีแค่สองถึงสามชนิดให้เลือก เนื่องจากพื้นที่วางสินค้ามีจำกัดและต้องเคลื่อนที่บ่อย ส่งผลให้เก็บผลไม้หลากหลายชนิดจะไม่สะดวกต่อการเคลื่อนย้าย

ช่องทางการจำหน่ายแบบที่ 2 ร้านค้าจำหน่ายผลไม้สดตามทางเดินเท้า

ช่องทางการจำหน่ายลักษณะนี้พบได้ตามทางเดินเท้าใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาดสด ย่านใจกลางเมือง จากการลงพื้นที่สำรวจพบว่า ร้านค้าลักษณะนี้จะพบเห็นได้ตามเมืองเล็ก ๆ เช่น เมือง MENG LA ในเขตปกครองตนเองสิบสองปันนา จะพบเห็นได้หลากหลายร้านค้า โดยเฉพาะย่านชุมชนจะมีร้านค้าวางขายติดกันเป็นจำนวนมาก แต่ละร้านค้าจะมีสินค้าให้เลือกที่หลากหลายกว่าช่องทางการจำหน่ายที่ 1 และสามารถต่อรองราคาหรือทดลองชิมสินค้าได้ ผลไม้สดจากประเทศไทยเป็นที่นิยมในประเทศจีนมาก โดยเฉพาะมังคุดและทุเรียนสามารถพบเห็นได้ทุกร้านค้าและช่องทางการจำหน่าย สำหรับราคาจำหน่ายมังคุดอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานประมาณ 15 -18 หยวน (ประมาณกิโลกรัมละ 75 – 90 บาท)

ช่องทางการจำหน่ายแบบที่ 3 ร้านค้าจำหน่ายผลไม้สดทั่วไป

ลักษณะของร้านค้าจำหน่ายผลไม้สดนี้จะเป็นแบบถาวร อยู่ในตัวตึกอาคารและมีชั้นวางสินค้าเรียบร้อย มีความหลากหลายของผลไม้สดจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค โดยเฉพาะลำไย มังคุด และทุเรียน ที่สามารถพบเห็นได้ทุกร้านค้า บางร้านค้าจำหน่ายมีการแกะมังคุดและทุเรียนให้ดูคุณภาพของสินค้าให้ผู้บริโภคได้เห็น เพื่อจูงใจในการซื้อบริโภค จากการสังเกตร้านค้าลักษณะนี้พบว่าราคาจำหน่ายจะสูงกว่าช่องทางการจำหน่ายที่หนึ่งและสอง โดยมังคุดจำหน่ายในราคาประมาณกิโลกรัมละ 17 – 20 หยวน (ประมาณกิโลกรัมละ 75 – 100 บาท)

ช่องทางการจำหน่ายแบบที่ 4 ร้านค้าจำหน่ายผลไม้สดค้าส่งในตลาด JING MA ZHENG CHANG

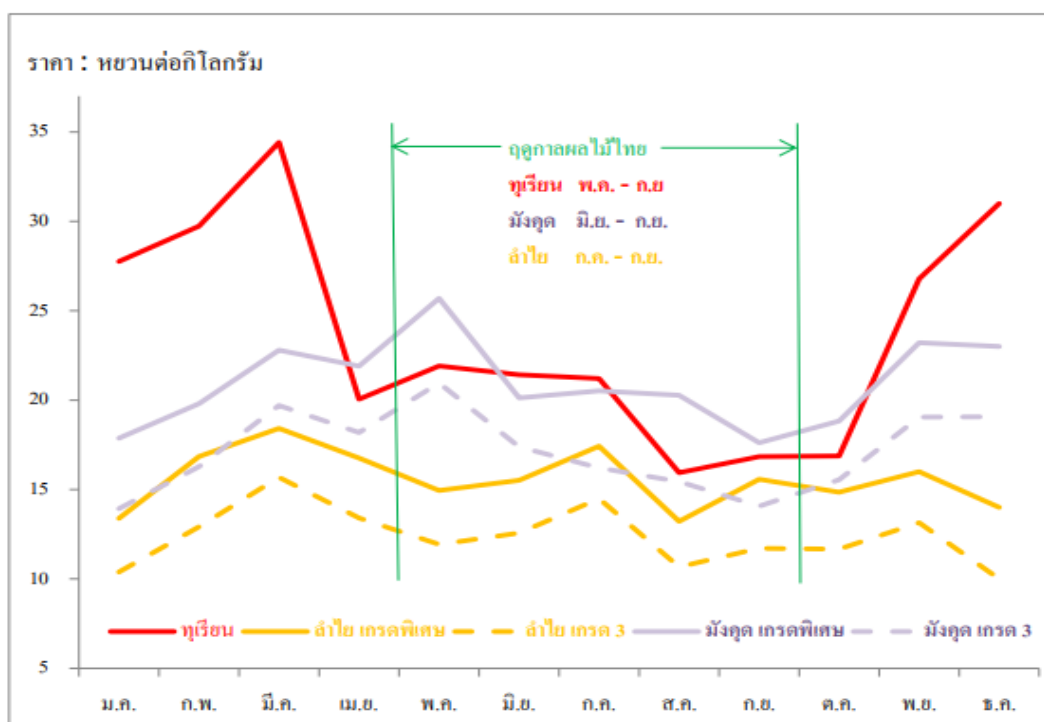
ตลาดแห่งนี้เป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดในมณฑลยูนนาน ผลไม้สดจากประเทศไทยที่ใช้เส้นทาง R3A จะขนส่งตรงมายังตลาดค้าส่งผลไม้สดแห่งนี้ ส่งผลให้ตลาดแห่งนี้เป็นที่นิยมของพ่อค้าปลีกและร้านค้าปลีกนิยมมาซื้อผลไม้สด นอกจากนี้ตลาดค้าส่ง JING MA ZHENG CHANG ยังมีห้องเย็นขนาดใหญ่ไว้สำหรับผู้ประกอบการ

บางรายที่ต้องการเก็บสินค้าไว้ในห้องเย็น จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่และผู้ประกอบการค้าส่งผลไม้ในตลาด JING MA ZHENG CHANG พบว่า ตลาดแห่งนี้มีร้านค้าประจำกว่า 500 ร้าน และร้านค้าเช่าจรกว่า 2,000 ร้าน รวมถึงมีห้องเย็นขนาดใหญ่สำหรับบริการการเก็บรักษาผลไม้สดบางชนิด โดยตลาดค้าส่งแห่งนี้เน้นการจำหน่ายผลไม้นำเข้าหรือเพาะปลูกและเก็บเกี่ยวภายในประเทศจีนเอง มีผักบางชนิด เช่น มะนาว ปัจจุบันตลาดแห่งนี้ได้รับใบประกาศนียบัตรรับรองคุณภาพทั้งจากประเทศจีนและมณฑลยูนนาน เพื่อยกระดับความมั่นใจให้แก่พ่อค้าและร้านค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าในตลาดแห่งนี้

ช่องทางการจำหน่ายแบบที่ 5 ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ

ปัจจุบันประเทศจีนมีความหลากหลายทางด้านกลุ่มผู้บริโภค กลุ่มที่มีรายได้สูงมีความต้องการเลือกซื้อผลไม้จากร้านค้าที่มีความหลากหลายของสินค้า รวมถึงความสะดวกของบริเวณร้านค้าโดยที่ราคาจำหน่ายไม่ใช่ตัวแปรหลัก ดังนั้นซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้าจึงมีกลุ่มลูกค้าเฉพาะ ซึ่งจากการลงพื้นที่สำรวจพบว่า ทุกหัวเมืองหลักในมณฑลยูนนาน จะพบว่าผลไม้สดมีจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าทุกเมืองและสามารถตั้งราคาขายได้สูงกว่าร้านค้าจำหน่ายอื่นทั่วไป โดยเฉพาะที่เมืองคุนหมิงสามารถตั้งราคาขายมั่งคุดได้สูงที่สุดและมีความหลากหลายของผลไม้สดมีให้เลือกสรร รวมทั้งยังมีบริการตัดแต่งผลไม้สดออกมาจำหน่ายเพื่อเพิ่มความสะดวกในการรับประทาน เช่น ทูเรียน และขนุน

สำหรับราคาผลไม้ไทยในตลาดจีนขึ้นอยู่กับฤดูกาล โดยผลไม้ไทยนอกฤดูกาล ราคาจำหน่ายในจีนจะสูงกว่าปกติ เช่น ทุเรียนไทย ผลผลิตออกสู่ตลาดมาก ในช่วงเดือน พฤษภาคมถึงกันยายน ราคาขายส่งที่ตลาดเจียงหนาน นครกว่างโจว ในช่วงเวลาดังกล่าวเมื่อปี พ.ศ. 2559 อยู่ในช่วง 15 – 21 หยวนต่อกิโลกรัม ในขณะที่ราคาขายส่งทุเรียนไทย เดือนพฤศจิกายนถึงธันวาคม ปี พ.ศ. 2559 อยู่ในช่วง 25-31 หยวนต่อกิโลกรัม ถือว่าราคาเพิ่มสูงขึ้นกว่าราคาทุเรียนไทยตามฤดูกาลมากถึงร้อยละ 40 – 60



รูปที่ 2-26 ราคาขายส่งผลไม้สดไทย (ราคาเฉลี่ย) ที่ตลาดเจียงหนาน นครกว่างโจว ปี พ.ศ. 2559

ที่มา : ฝ่ายเกษตร ประจำกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว, เมษายน 2560

2.2.2 สถานการณ์การขนส่งและโลจิสติกส์ในการขนส่งมังคุดจากภาคตะวันออกไปยังประเทศจีน กรณี: มังคุด

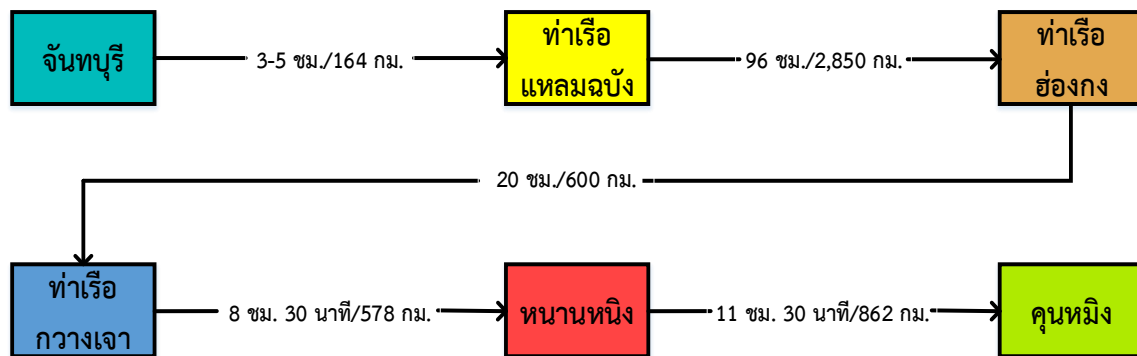
2.2.2.1 เส้นทางขนส่งมังคุดไปยังประเทศจีน

ประเทศไทยส่งออกมังคุดไปขายยังประเทศจีนโดยใช้การขนส่งทั้งทางบก ทางเรือ และทางอากาศ โดยมีรายละเอียดเส้นทางดังนี้

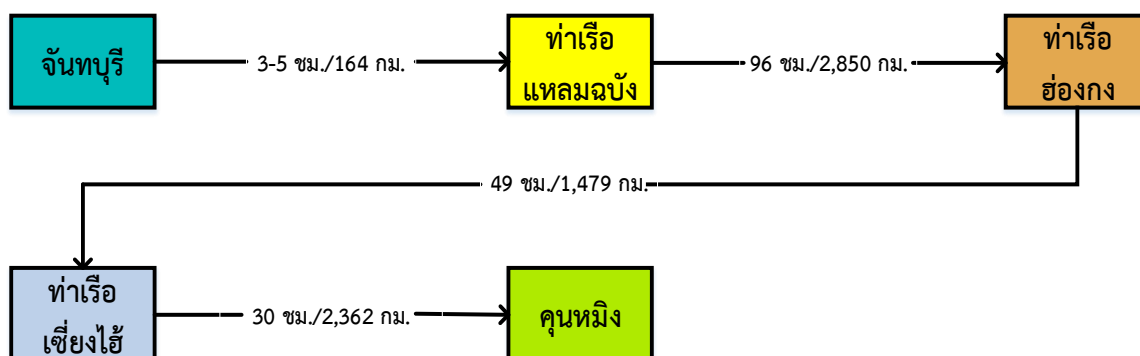
1. ทางเรือ

- ท่าเรือเชียงแสน เป็นการขนส่งตามลุ่มแม่น้ำโขง ใช้เส้นทางจากท่าเรือเชียงแสน อำเภอยางตลาด จังหวัดเชียงราย เดินทางไปยังท่าเรือที่เมืองสิบสองปันนาในมณฑลยูนนาน หรือไปยังท่าเรือเมืองหนานหนิง เขตปกครองอิสระกวางสี จากนั้นกระจายสินค้าไปยังเมืองต่าง ๆ ต่อไป

- การขนส่งทางทะเล การขนส่งมังคุดเริ่มจากแหล่งเพาะปลูกและจุดรับซื้อขนาดใหญ่อยู่ทางภาคตะวันออก คือ จังหวัดจันทบุรี เป็นจุดต้นทางและสิ้นสุดปลายทางที่ประเทศจีน การขนส่งจากต้นทางผู้ประกอบการส่งออกจะใช้รถบรรทุกหกล้อ 18 ล้อ เพื่อลากตู้คอนเทนเนอร์ไปยังท่าเรือแหลมฉบัง ผ่านทะเลจีนใต้ไปยังฮ่องกง ใช้เวลาเดินทางประมาณ 4 วัน จากนั้นขนถ่ายสินค้าลงเรือเล็ก เพื่อขนส่งต่อไปยังท่าเรือหนานไห่ เข้าสู่ตลาดค้าส่งผลไม้นำเข้าหลิสุ่ย เมืองกว่างโจว และกระจายสินค้าไปยังเมืองต่าง ๆ ของมณฑลกวางตุ้งและมณฑลอื่น ๆ เช่น เซี่ยงไฮ้ ปักกิ่ง เซี่ยเหมิน รวมถึงเมืองคุนหมิง แต่การกระจายไปเมืองคุนหมิง มณฑลยูนนาน ต้องใช้ระยะเวลาและระยะการเดินทางค่อนข้างนาน เสียค่าใช้จ่ายสูง ดังรูปที่ 2-27 และรูปที่ 2-28



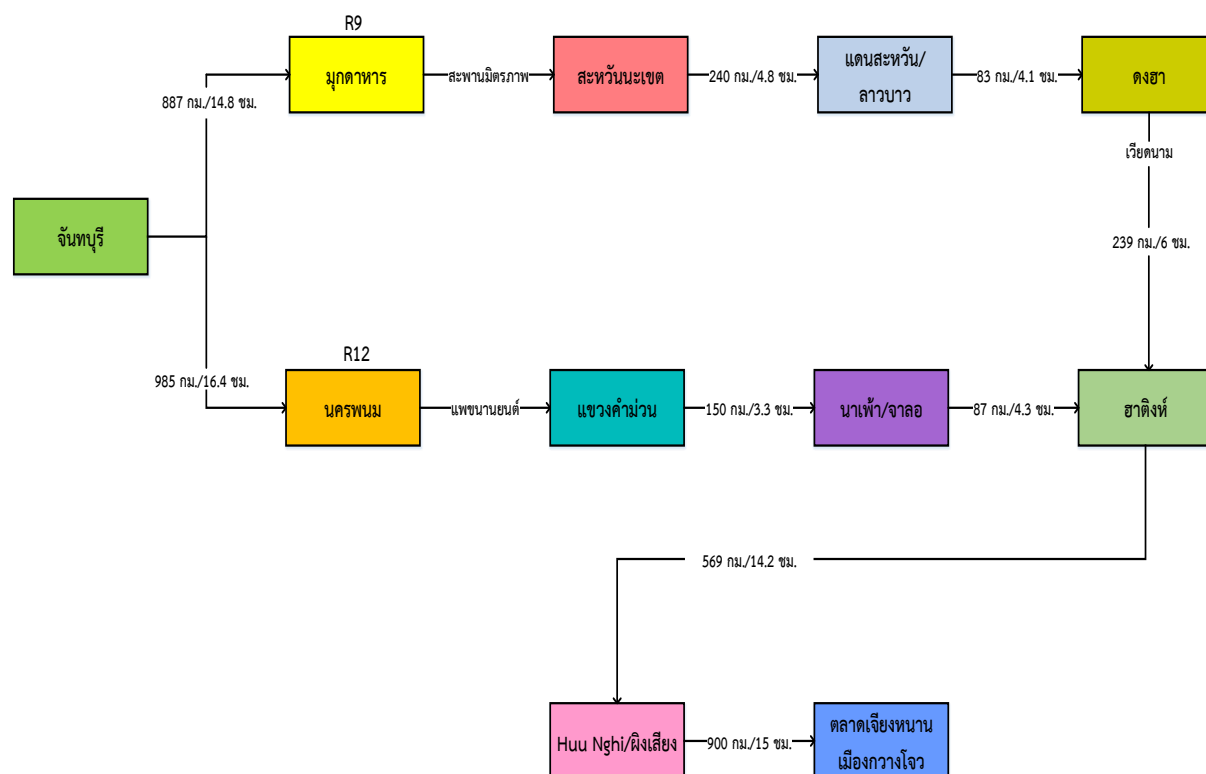
รูปที่ 2-27 เส้นทางส่งออกมังคุดผ่านท่าเรือกวังเจาสู่เมืองคุนหมิง
ที่มา : ภัทร ทิพย์ศรีและคณะ (2555) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย



รูปที่ 2-28 เส้นทางส่งออกมังคุดผ่านท่าเรือเชียงใหม่สู่เมืองคุนหมิง
ที่มา : ภัทร ทิพย์ศรีและคณะ (2555) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

2. ทางถนน

- เส้นทาง R9 ผ่านจังหวัดมุกดาหาร-สปป.ลาว-เวียดนาม-จีน ระยะทางประมาณ 2,918 กิโลเมตร ระยะเวลาประมาณ 58.90 ชั่วโมง ผลไม้ไทยที่ส่งทางเส้นทางนี้ต้องมีการบรรจุหีบห่อที่เหมาะสม มีมาตรฐาน และมีการเก็บภาษีที่เส้นทางนี้ โดยเก็บภาษีผลไม้สดอยู่ที่ร้อยละ 7 และผลไม้แห้งที่ร้อยละ 13 ถือว่าเป็นพิกัดภาษีที่สูงสำหรับผู้ส่งออกผลไม้ชาวไทย ทำให้ต้นทุนการส่งออกสูงขึ้น และส่งผลให้ผลไม้มีราคาสูงขึ้น
- เส้นทาง R12 ผ่านนครพนม-ลาว-เวียดนาม-จีน (เจียงหนาน) ระยะทางประมาณ 2,691 กิโลเมตร ระยะเวลาประมาณ 53.20 ชั่วโมง ซึ่งเส้นทางนี้ต้องขนส่งผ่านชายแดนเวียดนามโดยไม่ต้องเสียภาษี แต่มังคุดไทยที่ส่งผ่านเส้นทางนี้จะต้องถูกเปลี่ยนแบรนด์สินค้าเป็นสินค้าเวียดนาม



รูปที่ 2-29 เส้นทางส่งออกมังคุดผ่านทางเส้นทาง R9 และ R12

ที่มา: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2552) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

- เส้นทาง R3A ผ่านอำเภอเชียงของ-ห้วยทราย-บ่อเต็น/ห่อหาน-จันทอนใต้ (คุนหมิง) ซึ่งผู้ประกอบการส่งออกของไทย ได้เริ่มใช้เส้นทางนี้ส่งออกผลไม้ไทยไปจีนเป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2552

3. การขนส่งทางอากาศ

การขนส่งทางอากาศผ่านท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ส่วนใหญ่ผู้ส่งออกไม่นิยม เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายสูง และส่งออกได้ปริมาณไม่มาก ไม่มีเที่ยวบินรับส่งเฉพาะผลไม้โดยตรง การขนส่งทางอากาศนั้นผลไม้ไม่ต้องใส่ตู้คอนเทนเนอร์ แต่จะบรรจุลงกล่องแล้วลำเลียงขึ้นรถกระบะ 4 ล้อ และเมื่อถึงสนามบินสุวรรณภูมิจะถูกลำเลียงวางบนแพ จากนั้นทำการห่อหุ้มสินค้าอีกครั้งหนึ่ง เพื่อป้องกันความเสียหายที่จะเกิดจากความกดอากาศและอุณหภูมิการขนส่งทางอากาศด้วยเครื่องบินไปยังประเทศจีน ปลายทางอยู่ที่ทางอากาศยานกว่างโจวและเซี่ยงไฮ้ ใช้ระยะเวลา 1-2 วัน

2.2.2.2 ต้นทุนการส่งออกมังคุดไปยังประเทศจีน

ต้นทุนการส่งออกมังคุด หมายถึง ต้นทุนที่เกิดขึ้นตั้งแต่กระบวนการหาค่าสั่งซื้อมังคุดจากลูกค้า การติดต่อสื่อสาร การรับซื้อมังคุด การคัดเกรด การบรรจุใส่กล่อง เพื่อเตรียมการส่งออก การขนส่งไปยังลูกค้า

รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการสนับสนุนการส่งออกมังคุด เช่น การตรวจสอบโรคพืชและสารพิษตกค้าง ซึ่งข้อมูลจากการศึกษา “โครงการการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของการส่งออกมังคุดไปยังประเทศจีนตอนใต้” (ณภัทร ทิพย์ศรีและคณะ, 2555) เส้นทางเคลื่อนย้ายมังคุดจากจังหวัดจันทบุรีไปยังประเทศจีนตอนใต้ ณ ตลาดคุนหมิง โดยผ่าน 2 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางถนน ผ่านอำเภอเชียงของ ห้วยทราย บ่อเต็น บ่อหาน ซื่อเหมา เข้าสู่คุนหมิง และเส้นทางเรือ ผ่านท่าเรือเชียงแสน ท่าเรือกวนเหล่ย์เข้าสู่คุนหมิง⁶⁵ ดังแสดงใน

ตารางที่ 2-38 และแสดงต้นทุนที่ใช้ในการขนส่งมังคุดในตารางที่ 2-39 สำหรับตารางที่ 2-40 เป็นการเปรียบเทียบต้นทุนระหว่างการส่งออกมังคุดจากท่าเรือแหลมฉบังไปยังท่าเรือกว่างโจวเทียบกับท่าเรือเซี่ยงไฮ้ ซึ่งท่าเรือกว่างโจวมีระยะเวลาและค่าขนส่งที่น้อยกว่าการส่งออกมังคุดไปยังท่าเรือเซี่ยงไฮ้ ทั้งนี้การสรุปและเปรียบเทียบค่าขนส่งและเวลาที่ใช้ในการขนส่งของแต่ละเส้นทางจะถูกแสดงให้เห็นในตารางที่ 2-41 และตารางที่ 2-42 ตามลำดับ

ตารางที่ 2-38 ต้นทุนการขนส่งมังคุดจากจังหวัดจันทบุรีไปยังประเทศจีนตอนใต้

เส้นทาง	ต้นทาง	ปลายทาง	ต้นทุนการขนส่ง (บาท)
ทางถนน อำเภอเชียงของ	จันทบุรี	เชียงของ	45,000-53,000
	เชียงของ	ห้วยทราย	70,000-80,000
	ห้วยทราย	บ่อเต็น/บ่อหาน	
	บ่อเต็น/บ่อหาน	ซื่อเหมา	
	ซื่อเหมา	คุนหมิง	
	รวม		115,000-133,000
ทางเรือ ท่าเรือเชียงแสน	จันทบุรี	ท่าเรือเชียงแสน	45,000-53,000
	ท่าเรือเชียงแสน	ท่าเรือกวนเหล่ย์	12,000-16,000
	ท่าเรือกวนเหล่ย์	คุนหมิง	50,000-55,000
	รวม		107,000-124,000

ที่มา : ณภัทร ทิพย์ศรีและคณะ (2555) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

⁶⁵ ณภัทร ทิพย์ศรีและคณะ (2555) “โครงการการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของการส่งออกมังคุดไปยังประเทศจีนตอนใต้” สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ตารางที่ 2-39 ต้นทุนการส่งออกมังคุดจากจังหวัดจันทบุรีไปยังประเทศจีนตอนใต้

ต้นทุน	ทางถนน อำเภอเชียงของ	ทางเรือ ท่าเรือเชียงแสน
ต้นทุนมังคุด	19,800 x 50 บาท/กก. = 990,000 บาท/ตู้คอนเทนเนอร์	
ต้นทุนของเสีย (ไม่เกิน 2.5%)	1 ตู้คอนเทนเนอร์ สามารถบรรจุมังคุดได้ 2,200 ตะกร้า (ตะกร้าละ 9 กก.) x ต้นทุนมังคุด กก. ละ 50 บาท คิดเป็นต้นทุนค่าเสียโอกาส (2.5%) = 24,750 บาท	
รวมต้นทุนมังคุด	1,014,750 บาท/ตู้	
ต้นทุนติดต่อสื่อสาร	3,000 บาท/ตู้	
ต้นทุนคัดเกรด และบรรจุ	13,200 บาท/ตู้	
ต้นทุนตรวจสอบคุณภาพ	966 บาท	
ต้นทุนการขนส่ง (บาท)	115,000-133,000	107,000-124,000
รวมต้นทุนดำเนินการ	132,166-150,166	124,166-141,166
ต้นทุนการผลิตทั้งสิ้น (ต่อตู้คอนเทนเนอร์)	1,146,916-1,164,916	1,138,916-1,155,916
ต้นทุนต่อกิโลกรัม (2,200 x 9 กก./ตะกร้า)	57.93-58.83 บาท/กก.	57.52-58.38 บาท/กก.

ที่มา : ภัทร ทิพย์ศรีและคณะ (2555) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

ตารางที่ 2-40 เปรียบเทียบศักยภาพเส้นทางการส่งออกมังคุดไปยังประเทศจีนตอนใต้

(ต้นทุน (บาท) ต่อ 1 ตู้คอนเทนเนอร์ ขนาด 8 ฟุต x 8 ฟุต x 40 ฟุต)

เส้นทาง	ต้นทาง	ปลายทาง	ระยะทาง (กิโลเมตร)	ระยะเวลา (ชั่วโมง)	ต้นทุนการขนส่ง (บาท)
ท่าเรือ แหลมฉบัง- ท่าเรือกว่าง โจว	จันทบุรี	ท่าเรือแหลมฉบัง	164	4	18,000-22,000
	ท่าเรือแหลมฉบัง	ท่าเรือฮ่องกง	2,850	96	18,600-93,000
	ท่าเรือฮ่องกง	ท่าเรือกว่างโจว	600	20	45,000
	ท่าเรือกว่างโจว	หนานหนิง	578	8.50	
	หนานหนิง	คุนหมิง	862	11.50	
	รวม		5,054	140	81,600-160,000
ท่าเรือ แหลมฉบัง- ท่าเรือเซี่ยง ไฮ้	จันทบุรี	ท่าเรือแหลมฉบัง	164	4	18,000-22,000
	ท่าเรือแหลมฉบัง	ท่าเรือฮ่องกง	2,850	96	13,950-62,000
	ท่าเรือฮ่องกง	ท่าเรือเซี่ยงไฮ้	1,149	49	95,614-105,300
	ท่าเรือเซี่ยงไฮ้	คุนหมิง	2,362	30	
	รวม		6,525	179	127,564-189,300

ที่มา : ภัทร ทิพย์ศรีและคณะ (2555) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

ตารางที่ 2-41 สรุปเปรียบเทียบศักยภาพเส้นทางการส่งออกมังคุดทางบกและทางเรือไปยัง
ประเทศจีนตอนใต้

(ต้นทุน (บาท) ต่อ 1 ตู้คอนเทนเนอร์ ขนาด 8 ฟุต x 8 ฟุต x 40 ฟุต)

เส้นทาง	ต้นทาง	ปลายทาง	ระยะทาง (กิโลเมตร)	ระยะเวลา (ชั่วโมง:นาที)	ต้นทุนการขนส่ง (บาท)
ทางถนน อำเภอเชียงของ	จันทบุรี	คุนหมิง	2,176.40	33:10	115,000-133,000
ทางเรือ ท่าเรือเชียงแสน	จันทบุรี	คุนหมิง	2,075	42	107,000-124,000
ทางเรือ ท่าเรือแหลมฉบัง - ท่าเรือกว่างโจว	จันทบุรี	คุนหมิง	5,054	140	81,600-160,000
ทางเรือ ท่าเรือแหลมฉบัง - ท่าเรือเซี่ยงไฮ้	จันทบุรี	คุนหมิง	6,525	179	127,564-189,300

ที่มา : ภัทร ทิพย์ศรีและคณะ (2555) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

ตารางที่ 2-42 สรุปเปรียบเทียบต้นทุนการส่งออก ระยะทาง และระยะเวลาของแต่ละเส้นทาง

รายการ	ท่าเรือเชียงของ	ท่าเรือเชียงแสน	ท่าเรือแหลมฉบัง - ท่าเรือกว่างโจว	ท่าเรือแหลมฉบัง - ท่าเรือเซี่ยงไฮ้
ต้นทุนรวม	1,146,916 - 1,164,916	1,138,916 - 1,155,916	1,113,516 - 1,191,916	1,159,480 - 1,221,216
ต้นทุนต่อกิโลกรัม	57.93 - 58.83	57.52 - 58.38	56.24 - 60.20	58.56 - 61.68
ระยะทาง	2,176.40 กม.	2,075 กม.	5,054 กม.	6,525 กม.
ระยะเวลา	33 ชม. 10 นาที	42 ชม.	140 ชม.	179 ชม.

ที่มา : ภัทร ทิพย์ศรีและคณะ (2555) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

2.2.3 สถานการณ์ตลาดในประเทศ กรณี: มังคุด

โครงสร้างการตลาดของมังคุดมีศูนย์กลางตลาดหลักอยู่ในเขตอำเภอเมือง และศูนย์กลางตลาดรองอยู่ในเขตอำเภออื่น ๆ ของแต่ละจังหวัด สำหรับรูปแบบการซื้อขายในปี พ.ศ. 2551 พบว่ามีการซื้อขายผ่านพ่อค้าคนกลางมากที่สุดร้อยละ 53.7 รองลงมาคือบริษัทร้อยละ 26.8 ในพื้นที่⁶⁶

การกำหนดราคามังคุดจะถูกกำหนดจากลักษณะของเกรดมังคุดในประเทศไทย โดยพิจารณาจากลักษณะของผิวและขนาด ซึ่งประกอบด้วย 7 ประเภทได้แก่ มักรวม มักลาย ผิวกาก มัจิว ตกไซส์ ดำ และแตก โดยแต่ละประเภทมีรายละเอียดของลักษณะผิว ดังนี้⁶⁷

- มักรวม มีลักษณะ น้ำหนัก 80 กรัมขึ้นไป, ผิวมัน 95%, ขั้วไม่เหี่ยวไม่ดำ ไม่ตกดิน ไม่แตกร้า ไม่ดิบ, ขนาดผลต้องไม่ลอดห่วงฟ้า และมีหูเขียวอย่างน้อย 3 หู
- มักลาย ผิวมัน 95% หูแดง, น้ำหนัก 80 กรัมขึ้นไป, ขั้วไม่เหี่ยวไม่ดำ ไม่ตกดิน ไม่แตกร้า ไม่ดิบ, ขนาดผลต้องไม่ลอดห่วงฟ้า และมีหูเขียวรวมกับแดงอย่างน้อย 3 หู
- ผิวกาก น้ำหนัก 80 กรัมขึ้นไป, ลักษณะผิวกาก, ขั้วไม่เหี่ยวไม่ดำ ไม่ตกดิน ไม่แตกร้า ไม่ดิบ, ขนาดผลต้องไม่ลอดห่วงฟ้า และมีหูเขียวอย่างน้อย 3 หู
- มัจิว น้ำหนักประมาณ 70 ถึง 80 กรัม, มีลักษณะผิวมัน 95% ลายได้ 10%, ผิวมัน ขนาดผลไม่ลอดห่วงขาว, ขั้วไม่เหี่ยวไม่ดำ ไม่ตกดิน ไม่แตกร้า ไม่ดิบ, ขนาดผลต้องไม่ลอดห่วงฟ้า และมีหูเขียวอย่างน้อย 3 หู
- ตกไซส์ กรณีผิวมันน้ำหนักน้อยกว่า 60 กรัม สำหรับผิวกากน้ำหนักน้อยกว่า 80 กรัม, หูเขียวอย่างน้อย 3 หู ขั้วดำ และรูปทรงเบี้ยว
- ดำ มังคุดดำไม่ตกดิน ไม่แตก ไม่ร้า และไม่แข็ง
- แตก ตกดินไม่เกิน 2 วัน และไม่ดิบ

สำหรับผลผลิตที่ถูกคัดตามคุณภาพของน้ำหนัก และสภาพผิวที่เปลือก โดยผลผลิตที่มีลักษณะผิวผลมัน (มักรวมและมักลาย) มีมูลค่าขายปลีกสูงกว่าผิวผลกระ (ผิวกาก) ทั้งนี้ผลผลิตของมังคุดจะใช้ในการบริโภคภายในประเทศร้อยละ 73.32 ส่งออกร้อยละ 25.25 ซึ่งการส่งออกจะมีการส่งออกมังคุดสดและมังคุดแช่แข็ง โดยคาดว่าประเทศไทยมีอัตราการส่งออกมังคุดสดร้อยละ 99.35 และผลแช่แข็งร้อยละ 0.65 ซึ่งมีตลาดอยู่ในกลุ่มเอเชียมากที่สุด รองลงมาเป็นกลุ่มอเมริกา และออสเตรเลีย ทั้งนี้ประเทศคู่แข่งสำคัญในการส่งออกมังคุด

⁶⁶ กษมศักดิ์ ผลการ, วิทย์ นามเรืองศรี., จารุพรรณ มนัสสาร, สุภาภรณ์ สาชาติ., (2551). วิเคราะห์โครงสร้างการตลาดมังคุด *Mangosteen Marketing Structural Analysis*. สืบค้นจาก <http://www.doa.go.th/research/attachment.php?aid=1715>

⁶⁷ สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี กรมส่งเสริมวิชาการเกษตร, ลักษณะเกรดมังคุดเข้าร่วมการประมูล

ของไทยคือประเทศอินโดนีเซีย และเวียดนาม แต่คุณภาพของผลผลิตยังไม่เทียบเท่ากับประเทศไทย และมีปริมาณการส่งออกที่น้อย⁶⁸

ด้านการบริโภคมังคุดในประเทศพบว่า ปี พ.ศ. 2557 - 2561 ความต้องการบริโภคภายในประเทศลดลงจาก 93,813 ตัน ในปี พ.ศ. 2557 เหลือ 7,039 ตัน ในปี พ.ศ. 2561 หรือลดลงร้อยละ 47.84 ต่อปี เนื่องจากผลผลิตลดลง และผลผลิตที่มีคุณภาพส่วนใหญ่ถูกส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ ในปี พ.ศ. 2561 การบริโภคภายในประเทศลดลงจาก 10,431 ตัน ในปี พ.ศ. 2560 ร้อยละ 32.52 เนื่องจาก ผลผลิตที่มีคุณภาพส่งออกได้มากขึ้นทั้งประเทศจีน และประเทศในอาเซียนที่รองรับผลผลิตเกรดรอง ส่งผลให้ปริมาณผลผลิตที่ใช้บริโภคภายในประเทศลดลง ดังแสดงในตารางที่ 2-43⁶⁹

อย่างไรก็ดี ในปี พ.ศ. 2562 คาดว่าความต้องการบริโภคมังคุดสดและผลิตภัณฑ์ภายในประเทศมีจำนวน 12,994 ตัน เพิ่มขึ้นจาก 7,039 ตัน ในปี พ.ศ. 2561 ร้อยละ 54.17 เนื่องจากปริมาณผลผลิตที่เพิ่มขึ้น และนโยบายการส่งเสริมการบริโภคภายในประเทศของภาครัฐ

ตารางที่ 2-43 การบริโภคภายในประเทศ การนำเข้าและการส่งออกมังคุดสดและผลิตภัณฑ์
ปี พ.ศ. 2557 – 2562

ปี	การบริโภคภายในประเทศ (ตัน)	การนำเข้า		การส่งออก	
		ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
2557	93,813	277	22.59	195,837	4,835.37
2558	39,431	18,209	464.54	178,689	4,349.76
2559	57,187	13,046	291.14	143,226	4,308.73
2560	10,431	6,093	113.38	205,542	7,444.84
2561	7,039	9,431	197.39	186,975	7,302.85
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	-47.84	81.50	33.98	0.48	14.59
ประมาณการ 2562	12,994	9,125	190.99	199,070	7,952.74

ที่มา: จากการคำนวณ, กรมศุลกากร

⁶⁸ อ่างแล้วโน วิเคราะห์โครงสร้างการตลาดมังคุด *Mangosteen Marketing Structural Analysis*

⁶⁹ สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2562) สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้ม ปี 2562

2.2.3.1 สถานการณ์ด้านราคาของมังคุดในประเทศ

ในปี พ.ศ. 2553-2557 จากการสำรวจของสำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร⁷⁰ พบว่า ข้อกำหนดการซื้อขายผลไม้ไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน สร้างความสับสนให้แก่เกษตรกรและผู้เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ในบางกรณี มีการกำหนดมาตรฐาน โดยอ้างตลาดต่างประเทศเพื่อกีดกัน หรือกดราคารับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร ทำให้เกษตรกรไม่สามารถกำหนดราคาผลผลิต ส่งผลให้ราคามังคุดในช่วงปี พ.ศ. 2553- 2557 มีความผันผวนมากพอสมควร ซึ่งในปี พ.ศ. 2554 ราคามังคุดสูงกว่าปี พ.ศ. 2553 ถึงร้อยละ 92.38 แต่กลับมีราคาลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2555 ถึงร้อยละ 31.87 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2554 ดังแสดงในตารางที่ 2-44⁷¹

ตารางที่ 2-44 ราคามังคุดในช่วงปี พ.ศ. 2549-2558 (หน่วย: บาท/กิโลกรัม)

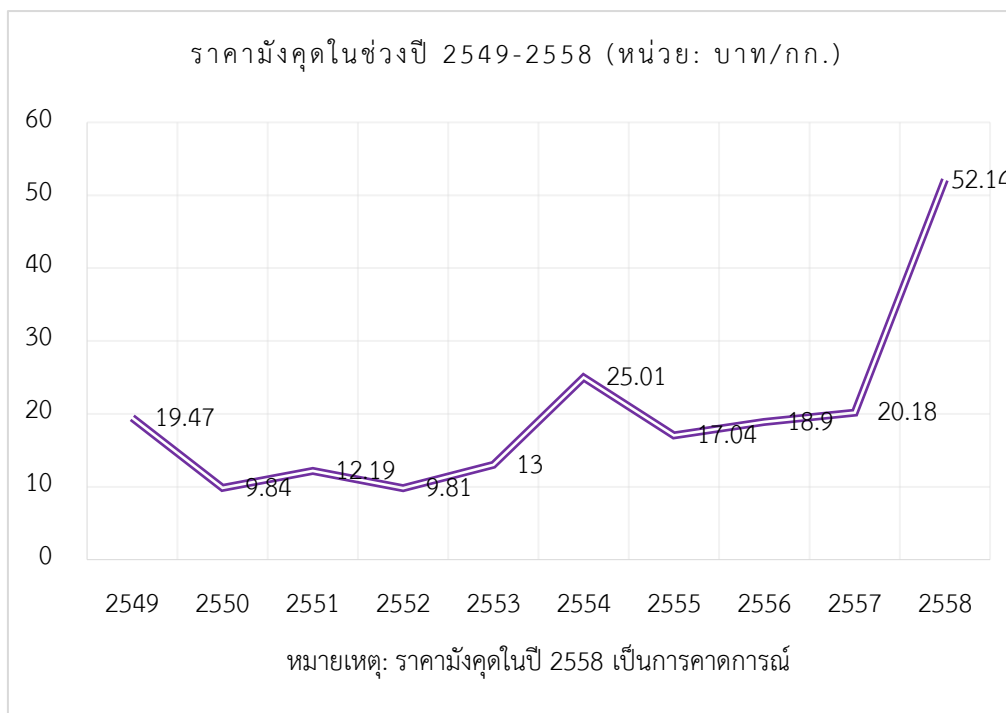
ปี	ราคามังคุด (หน่วย: บาท/กิโลกรัม)	อัตราการเปลี่ยนแปลงเทียบกับปีก่อนหน้า (หน่วย: ร้อยละ)
2549	19.47	
2550	9.84	-49.46
2551	12.19	23.88
2552	9.81	-19.52
2553	13	32.52
2554	25.01	92.38
2555	17.04	-31.87
2556	18.9	10.92
2557	20.18	6.77
ประมาณการ 2558	52.14	158.37

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2557) และสำนักและพัฒนากการเกษตรเขตที่ 8 (2559)

⁷⁰ สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร. (2552). ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย 2553 ถึง 2557

⁷¹ สำนักวิจัยและพัฒนากการเกษตรเขตที่ 8. (2559). สถานการณ์การผลิตมังคุด.สืบค้นที่

<http://www.oard8.go.th/information/kpi/mangosteen/58/mgPDF/1.pdf>



รูปที่ 2-30 ราคามังคุดในช่วงปี พ.ศ. 2549-2558 (หน่วย: บาท/กิโลกรัม)

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2557)

และสำนักและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 8 (2559) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

นอกจากการกำหนดมาตรฐานโดยอ้างตลาดต่างประเทศเพื่อกีดกันหรือกดราคารับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรส่งผลต่อราคามังคุดแล้ว ยังส่งผลให้เกษตรกรไม่มีอำนาจต่อรองในการขายผลผลิต รวมถึงผลผลิตผ่านพ่อค้าคนกลางหลายขั้นตอน ส่งผลให้ราคาผลผลิตตกต่ำ ทั้งนี้สถานการณ์ในปี พ.ศ. 2557 ผลผลิตออกสู่ตลาดช้ากว่าปีที่ผ่านมา โดยผลผลิตช่วงต้นฤดูมีปริมาณน้อย แต่ตลาดมีความต้องการผลผลิตสูง ทำให้มังคุดในช่วงปี พ.ศ. 2557 มีราคาสูงในช่วงต้นฤดูของผลผลิต แต่ในช่วงหลังฤดูผลผลิตพบว่ามังคุดออกสู่ตลาดค่อนข้างมาก และผลผลิตกระจุกตัวในช่วงเดือนมิถุนายน อีกทั้งผลผลิตออกมากในช่วงฤดูฝน ส่งผลให้ผลผลิตด้อยคุณภาพ ราคาเฉลี่ยมังคุด ณ แหล่งผลิตประมาณ 28.40 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นมูลค่าโดยรวมประมาณ 2,923.08 ล้านบาท ซึ่งราคาในส่วนนี้จะสูงกว่าราคามังคุดปี พ.ศ. 2557 ที่ถูกแสดงในตารางที่ 2-44 เนื่องจากราคามังคุดปี พ.ศ. 2557 ในตารางที่ 2-44 เป็นราคาเฉลี่ยมังคุดทั้งปี พ.ศ. 2557 ไม่ใช่ราคาเฉลี่ยมังคุด ณ แหล่งผลิต ในช่วงปลายฤดูของมังคุด

จากสถานการณ์ผลผลิตมังคุดที่ไม่มีคุณภาพออกมาในช่วงเดือนมิถุนายนปี พ.ศ. 2557 ทำให้ความต้องการบริโภคภายในประเทศของมังคุดผลสด มังคุดแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์ ในปี พ.ศ. 2558 ลดลงจากปีที่ผ่านมา เนื่องจากผลผลิตที่ลดลงจากสภาพภูมิอากาศที่แปรปรวน และมาตรการส่งเสริมการส่งออก ทำให้การส่งออกมังคุดสดและผลิตภัณฑ์จะเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา เนื่องจากตลาดต่างประเทศมีความต้องการมังคุดสดและผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะตลาดจีน ประกอบกับนโยบายส่งเสริมการบริโภคผลไม้ในตลาดต่างประเทศของภาครัฐ ส่งผลให้ราคาที่เกษตรกรขายได้ที่ตลาดกรุงเทพมหานคร และราคาส่งออก ในปี

พ.ศ.2558 จะเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา เนื่องจากปริมาณผลผลิตที่ลดลง ประกอบแหล่งผลิตใหญ่ภาคใต้ปรับเปลี่ยนมาผลิตมังคุดคุณภาพ รวมทั้งมาตรการส่งเสริมการส่งออก อย่างไรก็ตามอาจเกิดปัญหาราคาตกต่ำในช่วงผลผลิตกระจุกตัวได้ จากการประเมินราคาผลผลิตมังคุดที่เกษตรกรสามารถจำหน่ายได้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549-2558 พบว่า ราคาต่ำสุดที่เกษตรกรจำหน่ายอยู่ที่ 9.81 บาทต่อกิโลกรัม ในปี พ.ศ. 2552 เนื่องจากปีดังกล่าวมีผลผลิตมังคุดออกมาจำนวนมากและคุณภาพไม่ตรงตามมาตรฐานการส่งออก จึงทำให้ราคาผลผลิตมังคุดต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนในการผลิตอยู่ที่ 18.80 บาทต่อกิโลกรัม ถือว่าเกษตรกรขาดทุน สำหรับปี พ.ศ. 2558 มีผลผลิตออกสู่ตลาดน้อยและมีแนวโน้มในการจำหน่ายผลผลิตมังคุดอยู่ที่ 52.14 บาทต่อกิโลกรัม เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2557 เป็นเท่าตัว จัดเป็นราคาจำหน่ายที่สูงมากสำหรับการผลิตในฤดูกาล ดังแสดงในตารางที่ 2-44

สำหรับปี พ.ศ. 2561 สถานการณ์ของมังคุดในทางภาคใต้ โดยเฉพาะพื้นที่บริเวณ ตำบลสี่ขีด อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่ามีมังคุดหลงฤดู สามารถเก็บเกี่ยวได้บ้างแล้วในบางส่วน โดย นายบรรทิศ กรรัฐสุทธิ์ หรือ “ไก่อ๋ยม” กล่าวว่า ตำบลสี่ขีด อำเภอสิชล มีปริมาณมังคุดหลงฤดูประมาณ 25 ตัน และราคาเหมาสวนเมื่อ 2 เดือนก่อน ราคาประมาณ 80,000 บาท ในขณะนั้นมังคุดในสวนแห่งนี้แค่เริ่มออกดอกเท่านั้น ทั้งนี้การเก็บเกี่ยวมังคุดนอกฤดูกาลครั้งแรกของปีนี้สามารถเกี่ยวได้ประมาณ 500 กิโลกรัม ซึ่งเป็นการเก็บเกี่ยวมังคุดแก่ ผิวเปลือกยังเขียว เพื่อส่งให้แม่ค้ามังคุดคัดหรือมังคุดปอก เพื่อนำไปผลิตเป็นมังคุดคัด จำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยราคาประมาณ 120 บาทต่อกิโลกรัม และมังคุดที่เก็บเกี่ยวจะมีน้ำหนักอยู่ที่ 6-7 ลูกต่อกิโลกรัม ราคานี้ยังถือว่าราคาปานกลาง ทั้งนี้เพื่อให้พ่อค้าแม่ค้าที่ประกอบธุรกิจมังคุดคัดในเมืองนครศรีธรรมราชอยู่ได้ ส่วนการเก็บเกี่ยวเพื่อส่งออกจำหน่ายต่างประเทศคาดว่าจะเริ่มเก็บได้ในช่วงปลายเดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2561 เป็นต้นไป⁷²

2.2.3.2 มาตรการและแผนการจัดการผลผลิตด้านการตลาด⁷³

เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาขายผลไม้ไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน การกำหนดมาตรฐานโดยอ้างตลาดต่างประเทศเพื่อกีดกัน หรือกีดราคารับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร ทางรัฐบาลจึงควรเข้ามาสนับสนุนและกำหนดมาตรการและแผนการจัดการผลผลิตด้านการตลาดสำหรับผลไม้ประเภททุเรียน ลองกอง และมังคุด ซึ่งประกอบด้วย การเพิ่มประสิทธิภาพกลไกตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ ประชาสัมพันธ์ จัดหาตลาดทั้งในและต่างประเทศ สนับสนุนให้ผู้ซื้อสินค้าเป็นภาคีในการบริหารจัดการผลผลิต ปรับปรุงและพัฒนาระบบการ

⁷² ไทยรัฐออนไลน์. (25 ตุลาคม 2561). มังคุดเมืองคอนไปโสด นายทุน "ตกเขียว" เหมาสวนขายจีน กก. 250. ไทยรัฐ. Retrieved from

https://www.thairath.co.th/content/1403304?fbclid=IwAR12BAAoksy4hGJxZJ7LZIICTvErUX_tTekk3VD3jVfbaY3AGckhdEolNeU

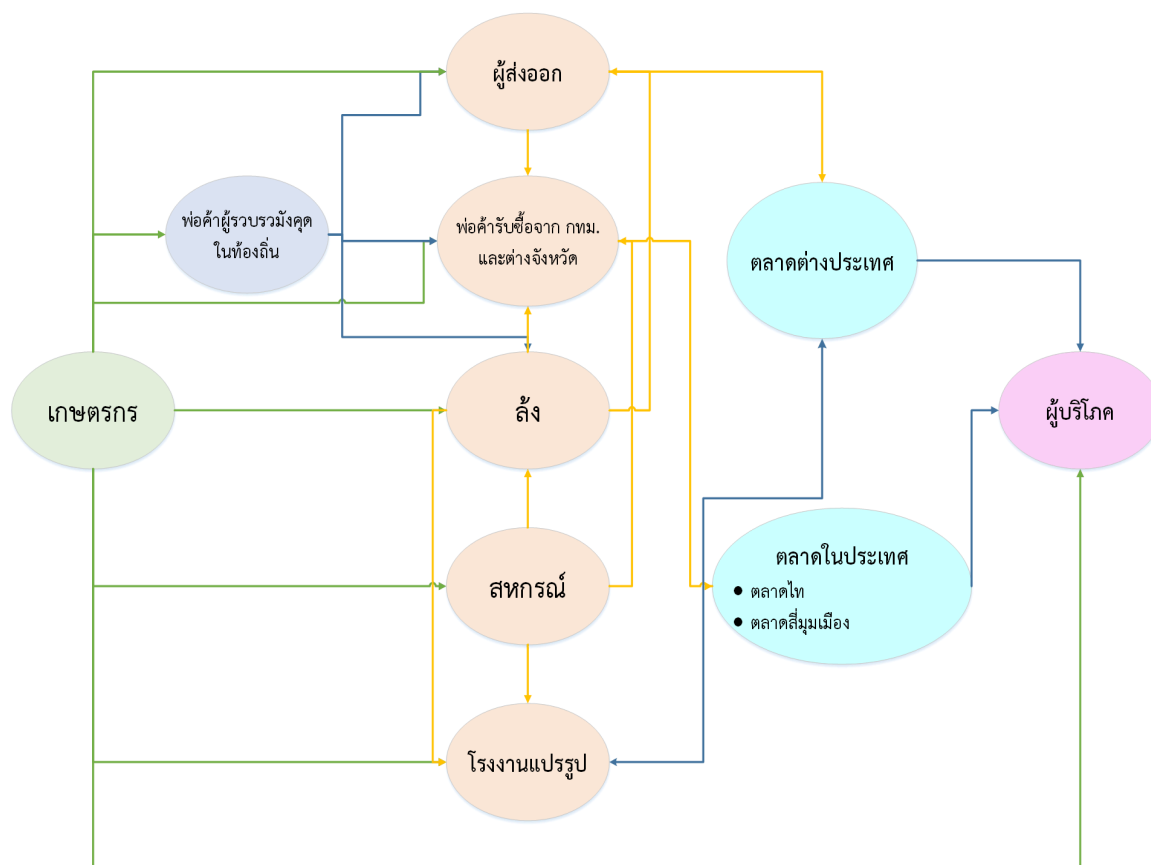
⁷³ สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี. (2557). สรุปสถานการณ์ผลิตทุเรียน เงาะ มังคุด ลองกอง ปี 2557 จังหวัดจันทบุรี.

จัดการเพื่อการส่งออกให้มีประสิทธิภาพ รัฐบาลต้องให้ความสำคัญจัดทีมดูแลเรื่องการเจรจาข้อตกลงทางการค้า (FTA) และส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปให้มีคุณภาพ มีรายละเอียดดังนี้

1. เพิ่มประสิทธิภาพกลไกตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ บูรณาการทุกภาคส่วนจัดทำแผนการกระจายผลผลิตที่ชัดเจน เช่น หาดตลาดล่วงหน้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดำเนินการอย่างจริงจังตั้งแต่เห็นผลผลิตในแปลงเกษตรกร
2. ประชาสัมพันธ์และจัดหาตลาดทั้งในและต่างประเทศ เนื่องจากจังหวัดจันทบุรีมีโรงบรรจุหีบห่อแบบ Fresh chilled จำนวน 3 โรง สหกรณ์การเกษตรของจังหวัดจันทบุรี จึงควรผลิตสินค้าแพคเกจพร้อมบริโภค ส่งขายตลาดซูเปอร์มาเก็ต หรือตู้แช่ทั่วไป โดยรัฐจะเข้ามาช่วยเหลือในด้านการประชาสัมพันธ์และจัดหาตลาดทั้งในและต่างประเทศ
3. สนับสนุนให้ผู้ซื้อสินค้าเป็นภาคีในการบริหารจัดการผลผลิต พัฒนาการบริหารจัดการผลผลิตอย่างเป็นระบบ ให้ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และเกษตรกร รวมถึงสถาบันการศึกษาในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาบริหารจัดการผลผลิตทั้งระยะสั้นและระยะยาว
4. ปรับปรุงและพัฒนาระบบการจัดการเพื่อการส่งออกให้มีประสิทธิภาพ ทันสมัยและรวดเร็วทันต่อความต้องการของลูกค้า รวมไปถึงระบบโลจิสติกส์ (Logistics) ต้องปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น มีการขนส่งผลผลิตจากแหล่งผลิตในจังหวัดไปสู่ผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว มีความเสียหายน้อยที่สุด และกระจายทั่วถึงทั้งประเทศและต่างประเทศ
5. รัฐบาลต้องให้ความสำคัญจัดทีมดูแลเรื่องการเจรจาข้อตกลงทางการค้า (FTA) กับประเทศคู่ค้าเพื่อต่อรองและลดข้อจำกัดทางการค้า
6. ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปให้มีคุณภาพ และมีความหลากหลาย เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดเดิมและเปิดตลาดใหม่ รวมทั้งเป็นการเพิ่มมูลค่าของผลผลิตและผลิตภัณฑ์ (Value Added และ Value Creation)

2.2.4 ห่วงโซ่การค้าในประเทศ กรณี: มังคุด

ภาพรวมการจำหน่ายมังคุดในภาคตะวันออกส่วนใหญ่พบว่าเกษตรกรจำหน่ายมังคุดให้กับล้งมากที่สุด ส่วนที่เหลือจำหน่ายให้กับผู้ส่งออก สหกรณ์การเกษตร พ่อค้าผู้รวบรวมในท้องถิ่น พ่อค้ารับซื้อจากกรุงเทพมหานครหรือต่างจังหวัด โรงงานแปรรูป และผู้บริโภคโดยตรง ตามลำดับ เนื่องจากในพื้นที่ที่เก็บข้อมูลนั้น มีล้งและผู้ส่งออกจำนวนมากรายอยู่ในพื้นที่และอยู่ไม่ไกลกันนัก ประกอบกับมีสหกรณ์การเกษตรที่รับซื้อผลผลิต ทำให้เกษตรกรมีทางเลือกในการจำหน่าย โดยเฉพาะการได้รับความสะดวก เนื่องจากอยู่ใกล้สวนของเกษตรกร และการขนส่งไม่ค่อยยากลำบาก ดังแสดงในรูปที่ 2-31



รูปที่ 2-31 วิถีตลาดในโซ่อุปทานมังคุดเพื่อการส่งออก ในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี
ที่มา: บัณฑิต หนองบัว (2560) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

2.2.4.1 การจัดจำหน่ายและการกระจายผลผลิตมังคุด

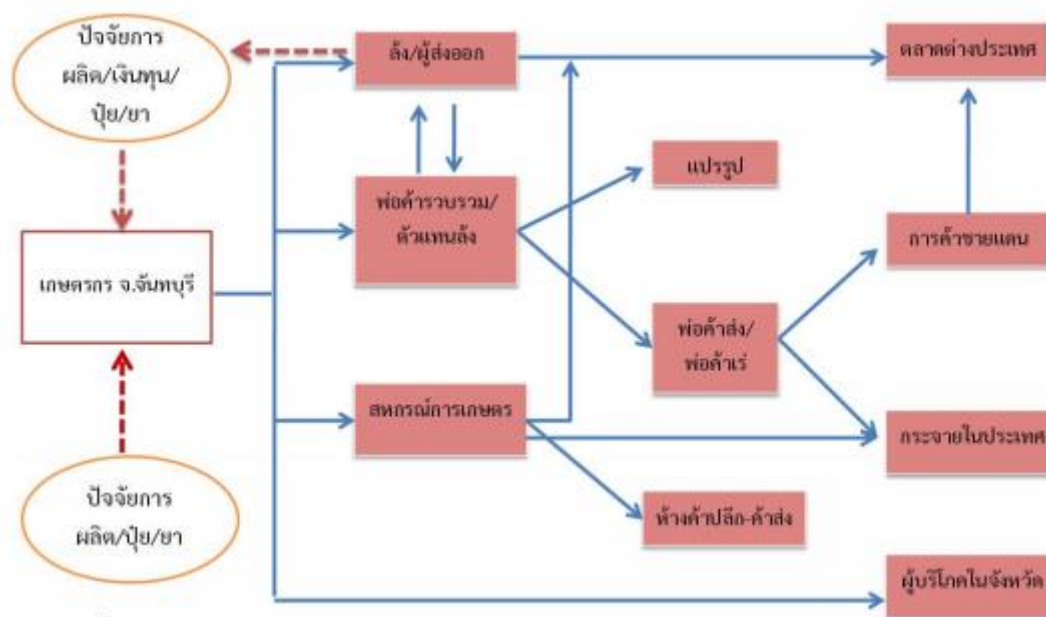
จากรายงานการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน และวิถีการตลาดสินค้าเกษตรที่สำคัญของจังหวัดจันทบุรี โดยสำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สามารถสรุปภาพรวมสถานการณ์การตลาดของมังคุดได้ดังต่อไปนี้

1. การจำหน่ายมังคุดของเกษตรกร ลักษณะการจำหน่ายผลผลิตของเกษตรกรมีรูปแบบ ดังนี้
 - การขายเหมาสวนให้กับผู้ส่งออก เช่น ทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้าด้วยวาจาหรือลายลักษณ์อักษรในวงเงิน 3-5 แสนบาท ขึ้นอยู่กับสภาพต้นมังคุด เมื่อถึงเวลาผู้ส่งออกจะไปเก็บเกี่ยวจนกว่าผลผลิตจะหมดฤดูกาล โดยมีการมัดจำผลผลิตกันล่วงหน้า
 - เกษตรกรนำผลผลิตไปขายเองที่ผู้ส่งออก ซึ่งจะเป็นผู้กำหนดราคาซื้อ แพงรับซื้อ และตลาดขายส่งและขายปลีกในจังหวัด เช่น ตลาดปากแซง และตลาดหนองคล้า เป็นต้น ตลอดจนการขายให้กับพ่อค้ารวบรวมในท้องถิ่น พ่อค้าส่งสหกรณ์การเกษตร และโรงงานแปรรูปหรือผู้แปรรูป ซึ่งผู้รับซื้อจะมีทั้งซื้อรวมหรือซื้อเหมา คือ ซื้อเหมาราคาเดียวทั้งตะกร้าและซื้อคัต คือ ซื้อแบบแยกเกรด ให้ราคาตามเกรดคุณภาพ เกษตรกรส่วนใหญ่นิยมขายแบบเหมาตะกร้า เพราะสะดวกไม่ต้องคัดแยกเกรด แต่ทำให้ได้รับราคาต่ำกว่าการขายแบบแยกเกรด

2. โครงสร้างตลาดมังคุดของจังหวัดจันทบุรี

ผู้ที่เกี่ยวข้องในโครงสร้างตลาดประกอบด้วย เกษตรกร ล้ง/ตัวแทนผู้ส่งออก/ผู้ส่งออก ตลาดกลาง ท้องถิ่น/พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น สหกรณ์การเกษตร ผู้แปรรูป พ่อค้าส่ง และพ่อค้าขายแดน ดังแสดงในรูปที่ 2-32 โดยมีหน้าที่ทางการตลาด ดังนี้

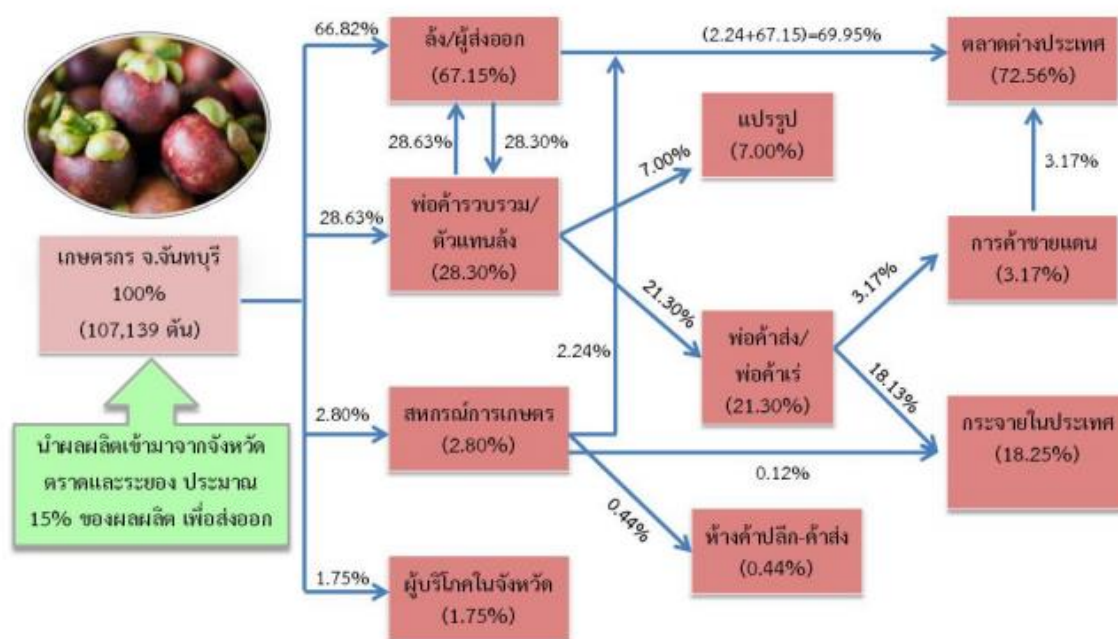
1. เกษตรกร มีทั้งรายเล็ก รายกลาง และรายใหญ่ ทำหน้าที่ผลิต ดูแลรักษาต้นมังคุด เก็บเกี่ยว รวบรวมผลผลิตของตนเองและคัดเกรดเบื้องต้น เพื่อส่งจำหน่ายให้กับล้ง/ตัวแทนผู้ส่งออก/ผู้ส่งออก พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นที่ตลาดกลางค้าส่ง (ตลาดปากแซง และตลาดหนองคล้า) โดยส่วนใหญ่เป็นแหล่งรับซื้อของพ่อค้าขายส่ง พ่อค้าเร่ภายในประเทศ และบางส่วนส่งเข้าโรงงานแปรรูป สหกรณ์การเกษตร รวมถึงการจำหน่ายให้ผู้บริโภคโดยตรง ทั้งนี้ ผลผลิตของเกษตรกรมากกว่าร้อยละ 80 จะส่งขายให้กับผู้ส่งออก
2. ล้ง/ตัวแทนผู้ส่งออก/ผู้ส่งออก ทำหน้าที่รับซื้อมังคุดจากเกษตรกรเพื่อการส่งออก โดยจะคัดเกรด แยกขนาดและคุณภาพจากเกษตรกรอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งราคารับซื้อจะแตกต่างกันตามขนาดและคุณภาพของผลผลิต ผู้ส่งออกจะเป็นผู้กำหนดมาตรฐานการรับซื้อตามความต้องการของตลาดปลายทาง ได้แก่ ตลาดจีนซึ่งเป็นตลาดหลัก และตลาดที่รับซื้อเกรดพรีเมียม เน้นผลมันใหญ่ ผิวสวย มีหูครบ เช่น ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ เป็นต้น เกรดของล้งส่งออกมีการคัดแยกหลายรูปแบบ เช่น ขนาดมันใหญ่ มันเล็ก มันจั่ว ลูกกาก ลูกลาย ตกไซด์ และรวมไซด์ เป็นต้น
3. พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น/พ่อค้าขายส่ง ซึ่งจะทำหน้าที่รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเกรดคละและตกเกรด เพื่อนำไปจำหน่ายตลาดภายในประเทศ ซึ่งพ่อค้าอาจจะไปรับซื้อผลผลิตจากสวนของเกษตรกร หรือรับซื้อที่ตลาดขายส่งปากแซง และตลาดหนองคล้า นอกจากนี้ พ่อค้าบางรายจะไปรับซื้อผลผลิตที่ตกเกรดจากล้งส่งออก เพื่อนำไปจำหน่ายตลาดต่างจังหวัดภายในประเทศ
4. สหกรณ์การเกษตร ทำหน้าที่รวบรวมผลผลิตมังคุดจากเกษตรกรที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกของสหกรณ์ โดยสหกรณ์การเกษตรจะตกลงคุณภาพกับเกษตรกรตามความต้องการของตลาด เพื่อส่งจำหน่ายให้กับผู้ส่งออกซึ่งเป็นคู่ค้า เพื่อส่งจำหน่ายตลาดต่างประเทศ จำหน่ายให้กับห้างสรรพสินค้า แมคโคร โลตัส และบางส่วนส่งจำหน่ายให้กับสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดต่าง ๆ ที่มีการเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างสหกรณ์ด้วยกันเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกัน
5. โรงงานแปรรูป/ผู้แปรรูป ทำหน้าที่รวบรวมผลผลิตจากเกษตรกร และพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น ซึ่งผลผลิตส่วนใหญ่นำมาแปรรูปเป็นแบบตกเกรด ผลแตก ยางซึม ไม่สามารถจำหน่ายเพื่อการบริโภคได้ โดยผู้แปรรูปจะทำการแยกเนื้อออก แช่เย็นหรือแช่แข็ง เพื่อขายต่อให้กับโรงงาน ซึ่งจะนำไปแปรรูป ทำน้ำมังคุด มังคุดกวน รวมถึงเปลือกมังคุดนำไปทำเครื่องสำอาง เป็นต้น



รูปที่ 2-32 โครงสร้างตลาดของมังคุดจังหวัดจันทบุรี
ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

3. วิธีการตลาดมังคุดของจังหวัดจันทบุรี

วิธีการตลาดของมังคุดจังหวัดจันทบุรี พบว่า การเคลื่อนย้ายผลผลิตมังคุดของเกษตรกรก่อนจะถึงมือผู้บริโภค ผลผลิตต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง ได้แก่ ล้ง/ผู้ส่งออกมากกว่าร้อยละ 70 ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในตลาดและกำหนดราคาซื้อขาย โดยผลผลิตเกรดดี และเกรดรองส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ สำหรับผลผลิตตกเกรดส่งออกจะจำหน่ายให้กับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นและพ่อค้าส่ง เพื่อกระจายต่อไปยังตลาดต่างจังหวัดในประเทศ เกษตรกรที่จำหน่ายมังคุดให้กับพ่อค้ารวบรวมที่ตลาดค้าส่งโดยตรง มีประมาณร้อยละ 28.30 จากนั้นผลผลิตจะถูกกระจายต่อไปยังโรงงานแปรรูป/ผู้แปรรูป ประมาณร้อยละ 7 และพ่อค้าส่งร้อยละ 21.30 สำหรับสหกรณ์การเกษตร เกษตรกรส่งจำหน่ายผลผลิตคิดเป็นร้อยละ 2.80 โดยผลผลิตจะถูกส่งต่อไปยังห้างสรรพสินค้า ค้าปลีก/ค้าส่ง ผู้ส่งออก และเครือข่ายสหกรณ์ ทั้งในและนอกจังหวัด ดังแสดงในรูปที่ 2-33



รูปที่ 2-33 วิธีการตลาดมังคุดของจังหวัดจันทบุรี
ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

2.2.4.2 ราคามังคุดที่เกษตรกรขายได้

จากรายงานสถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้ม ปี พ.ศ. 2562 โดยสำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ได้ทำการรวบรวมข้อมูลราคามังคุดที่เกษตรกรขาย ในช่วงปี พ.ศ. 2557 – 2561 ดังแสดงในตารางที่ 2-45

ตารางที่ 2-45 ราคาที่เกษตรกรขายมังคุดได้ และราคาที่ตลาดขายส่งกรุงเทพมหานคร ในช่วงปี พ.ศ. 2557-2561
(หน่วย: บาท/กก.)

ปี	ราคาที่เกษตรกร ขายได้ ¹	ราคาขายส่งตลาด กรุงเทพฯ ²	ราคาส่งออก ³	
	เกรดคละ	มังคุดผิวมัน	มังคุดสด	มังคุดแช่แข็ง
2557	20.18	24.58	24.50	74.93
2558	34.87	35.73	24.28	62.65
2559	35.56	46.57	29.92	93.37
2560	40.10	39.28	36.19	130.55

ปี	ราคาที่เกษตรกร ขายได้ ¹	ราคาขายส่งตลาด กรุงเทพฯ ²	ราคาส่งออก ³	
	เกรดคละ	มังคุดผิวมัน	มังคุดสด	มังคุดแช่แข็ง
2561*	43.57	52.89	38.99	114.41
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	18.28	17.67	14.20	17.12

หมายเหตุ: * ประมาณการ

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, กรมการค้าภายใน และจากการคำนวณ

สำหรับต้นทุนการผลิตมังคุดของเกษตรกรผู้ปลูกมังคุด จากการศึกษาของ บัณฑิต หนองบัว และคณะ (2560)⁷⁴ ได้ทำการศึกษาด้านต้นทุนการผลิตมังคุดจากกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรผู้ปลูกมังคุด บ้านโป่งแรด ตำบลพลับพลา จังหวัดจันทบุรี จำนวน 30 ราย เมื่อพิจารณาถึงต้นทุนและผลตอบแทน ในการผลิตมังคุดเพื่อการส่งออกในพื้นที่ศึกษา (ปี พ.ศ. 2557-2558) พบว่า ต้นทุนเฉลี่ยทั้งหมด เท่ากับ 29,066.96 บาทต่อไร่ แบ่งเป็น ต้นทุนผันแปรที่เป็นเงินสดทั้งหมดเฉลี่ยเท่ากับ 22,436.62 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 77.19 ของต้นทุนทั้งหมด ส่วนต้นทุนผันแปรไม่เป็นเงินสดทั้งหมดเฉลี่ยเท่ากับ 6,617.44 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 22.77 ของต้นทุนทั้งหมด นอกจากนี้ ต้นทุนคงที่ทั้งหมดเฉลี่ย เท่ากับ 12.90 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 0.04 ของต้นทุนทั้งหมด ด้านผลตอบแทนนั้น พบว่าเกษตรกรมีรายได้ทั้งหมดเฉลี่ยเท่ากับ 59,520.73 บาทต่อไร่ มีรายได้สุทธิเท่ากับ 30,466.67 บาทต่อไร่ และมีกำไรสุทธิ 30,453.77 บาท

2.2.5 การเพาะปลูกมังคุดในประเทศไทย

การเพาะปลูกมังคุดในช่วงปี พ.ศ. 2558-2560 พบว่าประเทศไทยมีพื้นที่เพาะปลูกและการให้ผลผลิตต่อไร่ลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2558 และ พ.ศ. 2559 โดยพื้นที่เพาะปลูกในช่วงปี พ.ศ. 2558 ลดลงร้อยละ 1.42 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2557 ในส่วนของผลผลิตต่อไร่ลดลงถึงร้อยละ 31.24 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2557 สำหรับปี พ.ศ. 2559 สถานการณ์ของการเพาะปลูกและการให้ผลผลิตต่อไร่ของมังคุดคล้ายกับปี พ.ศ. 2558 คือ มีพื้นที่เพาะปลูกลดลงร้อยละ 0.44 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2558 และผลผลิตต่อไร่ลดลงร้อยละ 7.05 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2558 ในส่วนของปี พ.ศ. 2560 และ พ.ศ. 2561 จากข้อมูลของสำนักเศรษฐกิจการเกษตร (2559) พบว่าพื้นที่เพาะปลูกและผลผลิตต่อไร่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.17 และ 19.87 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2559 ตามลำดับ แต่แนวโน้มของปี พ.ศ. 2561 จะคล้ายกับปี พ.ศ. 2558 และ พ.ศ. 2559 คือ พื้นที่เพาะปลูกและผลผลิตต่อไร่ลดลง โดยลดลงร้อยละ 0.15 และ 18.25 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2560 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 2-46

⁷⁴ บัณฑิต หนองบัว, เอมอร อังสุรัตน์, ปราโมทย์ สฤณีสินรัตน์. (2560). การพัฒนาศักยภาพการผลิตมังคุดเพื่อการส่งออกในห่วงโซ่อุปทาน พื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี

ตารางที่ 2-46 พื้นที่เพาะปลูก และผลผลิตต่อไร่ของมังคุด ในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2557-2561

ปี	พื้นที่เพาะปลูก (ไร่)	ร้อยละ	ผลผลิตต่อไร่ (ตัน)	ร้อยละ
2557	456,405		701	
2558	449,932	-1.42	482	-31.24
2559	447,945	-0.44	448	-7.05
2560	448,693	0.17	537	19.87
2561*	448,008	-0.15	439	-18.25

หมายเหตุ: * ประเมินการ

ที่มา: สำนักเศรษฐกิจการเกษตร (2560)⁷⁵

สำหรับพื้นที่เพาะปลูกมังคุด โดยส่วนมากจะอยู่ในทางภาคใต้ของประเทศไทย ได้แก่ จังหวัด นครศรีธรรมราช จังหวัดชุมพร และทางภาคตะวันออกของประเทศไทย ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี ระยอง และ ตราด ซึ่งจากข้อมูลสถิติการให้ผลผลิตต่อไร่ ในช่วงปี พ.ศ. 2558 - 2560 จังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดที่มีค่าเฉลี่ย ของผลผลิตต่อไร่มากที่สุด ดังแสดงในตารางที่ 2-47 และ ตารางที่ 2-48 ตามลำดับ และจังหวัดจันทบุรีมีเนื้อที่ ในการเพาะปลูกมังคุด ในปี พ.ศ. 2560 คิดเป็นร้อยละ 29.63 ของพื้นที่เพาะปลูกมังคุดทั่วประเทศ ประกอบด้วย อำเภอเมือง มะขาม โป่งน้ำร้อน สอยดาว แก่งหางแมว เขาคิชฌกูฏ นายายอาม ท่าใหม่ แห่ม สิงห์ และขลุง ดังแสดงในตารางที่ 2-49 รองลงมา คือจังหวัดนครศรีธรรมราช มีเนื้อที่เพาะปลูกร้อยละ 20.36 ของพื้นที่เพาะปลูกมังคุดทั่วประเทศ ดังแสดงในตารางที่ 2-47

⁷⁵ สำนักเศรษฐกิจการเกษตร. (2560). สถิติการเกษตรของประเทศไทย ปี 2560

ตารางที่ 2-47 พื้นที่เพาะปลูก และผลผลิตต่อไร่ของมังคุด ภาคใต้ (จังหวัดนครศรีธรรมราช และชุมพร)
ปี พ.ศ. 2557-2560

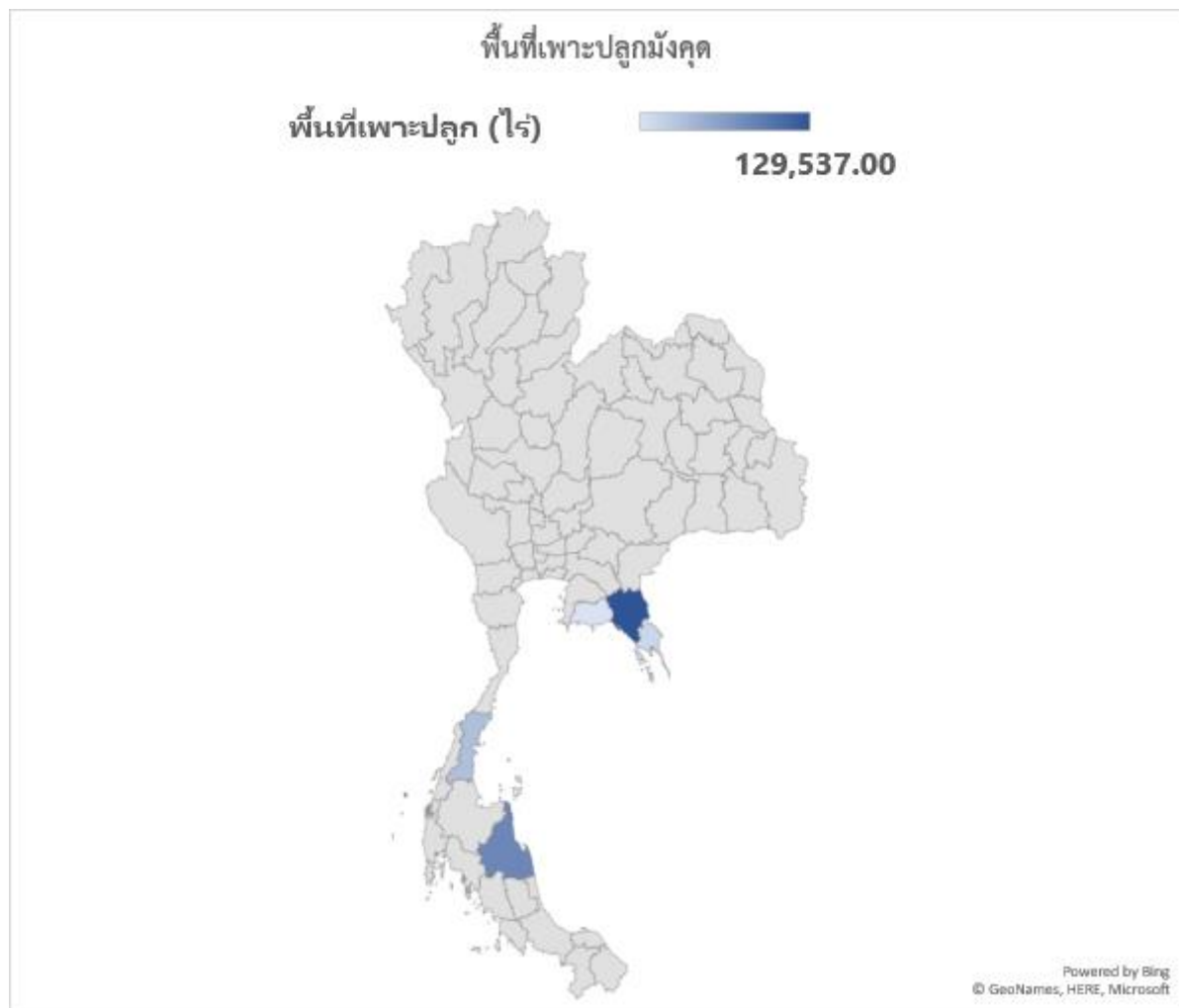
จังหวัด	ผลผลิต	2557	2558	2559	2560
นครศรีธรรมราช	พื้นที่เพาะปลูก (ไร่)	93,455	90,835	90,620	92,923
	เทียบทั่วประเทศ	20.48	19.90	19.86	20.36
	ผลผลิตต่อไร่ (ตัน)	604	392	364	316
ชุมพร	พื้นที่เพาะปลูก (ไร่)	56,326	55,758	55,509	53,337
	เทียบทั่วประเทศ	12.34	12.22	12.16	11.69
	ผลผลิตต่อไร่ (ตัน)	705	245	464	265

ที่มา: สำนักเศรษฐกิจการเกษตร (2560)

ตารางที่ 2-48 พื้นที่เพาะปลูก และผลผลิตต่อไร่ของมังคุด ภาคตะวันออก
(จังหวัดจันทบุรี ระยอง และตราด) ปี พ.ศ. 2557-2560

จังหวัด	ผลผลิต	2557	2558	2559	2560
จันทบุรี	พื้นที่เพาะปลูก (ไร่)	136,209	134,500	133,522	132,961
	เทียบทั่วประเทศ	29.84	29.89	29.81	29.63
	ผลผลิตต่อไร่ (ตัน)	812	640	532	867
ระยอง	พื้นที่เพาะปลูก (ไร่)	28,564	28,445	28,219	28,226
	เทียบทั่วประเทศ	6.26	6.32	6.30	6.29
	ผลผลิตต่อไร่ (ตัน)	706	544	502	640
ตราด	พื้นที่เพาะปลูก (ไร่)	38,293	38,268	38,437	38,790
	เทียบทั่วประเทศ	8.39	8.51	8.58	8.65
	ผลผลิตต่อไร่ (ตัน)	744	545	448	702

ที่มา: สำนักเศรษฐกิจการเกษตร (2560)



รูปที่ 2-34 แสดงพื้นที่เพาะปลูกมังคุดในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2560
ที่มา: สำนักเศรษฐกิจการเกษตร (2560) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

ตารางที่ 2-49 พื้นที่เพาะปลูกมังคุดในจังหวัดจันทบุรี ปี พ.ศ. 2557

พื้นที่	พื้นที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)
อำเภอเมือง	16,509	13,868
อำเภอมะขาม	31,477	26,157
อำเภอโป่งน้ำร้อน	2,883	2,041
อำเภอสอยดาว	596	406
อำเภอแก่งหางแมว	3,328	2,409
อำเภอเขาคิชฌกูฏ	19,529	15,818

พื้นที่	พื้นที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)
อำเภอนายายอาม	5,423	4,235
อำเภอบำเหน็จ	20,807	16,125
อำเภอแหลมสิงห์	3,066	2,401
อำเภอขลุ้ง	23,070	19,448

ที่มา: สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี (2556)

2.2.5.1 ปัญหาการผลิตมังคุดในประเทศ

จากตารางที่ 2-47 และ ตารางที่ 2-48 พบว่าแนวโน้มของพื้นที่เพาะปลูกและผลิตรองของมังคุดในช่วงปี พ.ศ. 2557-2559 แนวโน้มลดลง ทำให้ส่งผลกระทบต่อผลิตรองของประเทศไทย สาเหตุที่ทำให้ผลผลิตต่อไร่ของมังคุดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557-2559 ลดลง คาดว่ามาจาก 3 สาเหตุหลักด้วยกันคือ

1) สภาพอากาศที่แปรปรวน เนื่องจากสภาพอากาศที่แปรปรวน ส่งผลให้มังคุดไม่ค่อยออกดอกหรือออกดอกช้า ทำให้การเก็บเกี่ยวล่าช้าออกไป เมื่อเข้าสู่ฤดูฝนมักเกิดปัญหาเนื้อแกว้งยางไหล ยังพบอีกว่าในปี พ.ศ. 2557 ผลผลิตผลไม้ของจังหวัดจันทบุรีจะออกสู่ตลาดช้ากว่าปีที่ผ่านมา และผลผลิตจะออกมาในลักษณะกระจุกตัว โดยเฉพาะมังคุด ซึ่งกระจุกตัวในช่วงกลางเดือนพฤษภาคมถึงกลางเดือนมิถุนายน เนื่องจากการพัฒนาของช่อดอกจะออกมาในรุ่นเดียวกัน ซึ่งจะทำให้ผลผลิตมังคุดในปี พ.ศ. 2557 มีมากกว่าปีที่ผ่านมา⁷⁶ ซึ่งจังหวัดจันทบุรีในปี พ.ศ. 2557 ผลผลิตมังคุดประมาณ 102,908 ตัน คิดเป็นร้อยละ 35.56 ของผลผลิต⁷⁷

2) เกษตรกรขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช ส่งผลให้ใช้ในปริมาณที่ไม่เหมาะสมเกิดสารพิษตกค้างในผลผลิต นอกจากจะส่งผลกระทบต่อผลผลิตของมังคุดแล้ว ยังมีผลต่อการส่งออกมังคุดไปจำหน่ายที่ต่างประเทศ เนื่องจากถ้ามีการตรวจพบสารเคมีตกค้างมากเกินไป จะส่งผลให้กลายเป็นข้อกีดกันทางการค้า^{78,79} จึงได้มีการสนับสนุนให้ระบบการเกษตรที่ดีที่เหมาะสม (Good Agricultural Practice: GAP) อย่างเป็นรูปธรรมในสินค้าเกษตรเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ผู้ประกอบการต้องมีการตรวจสอบผลผลิตว่ามาจากสวนที่ได้รับรอง GAP หรือไม่⁸⁰

⁷⁶ สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี. (2557). สรุปสถานการณ์ผลิตทุเรียน เงาะ มังคุด ลองกอง ปี 2557 จังหวัดจันทบุรี.

⁷⁷ สำนักเศรษฐกิจการเกษตร. (2559). สถิติการเกษตรของประเทศไทย ปี 2559.

⁷⁸ สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี. (2556). สรุปสถานการณ์ผลิตทุเรียน เงาะ มังคุด ลองกอง ปี 2556 จังหวัดจันทบุรี.

⁷⁹ สำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 6. (2554). สภาพพื้นที่และการผลิตพืชภาคตะวันออก.

⁸⁰ อ่างแล้วโน สรุปสถานการณ์ผลิตทุเรียน เงาะ มังคุด ลองกอง ปี 2557 จังหวัดจันทบุรี

ปัญหาสุดท้ายคือ 3) ปัญหาด้านแรงงานในกระบวนการเก็บเกี่ยว ซึ่งปัญหานี้มีผลต่อการดูแลผลผลิต มังคุดโดยตรง จากการศึกษาของ รุจิณี สันติกุล (2556) ชี้ให้เห็นว่า ปัญหาด้านแรงงานในกระบวนการ เก็บเกี่ยว และกระบวนการหลังการเก็บเกี่ยวที่ล่าช้า ส่งผลให้มังคุดสุกมากเกินไป หรือมีลักษณะผิวดำ ไม่สามารถส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศได้ ทั้งนี้แรงงานที่ใช้ในการดูแลสวนยังมีผลต่อการประเมินมาตรฐาน ระบบการเกษตรที่ดีที่เหมาะสม (GAP) ของแต่ละสวนด้วย⁸¹ รวมถึงการคัดแยกผลผลิต นอกจากนี้ปัญหาด้าน แรงงานในกระบวนการเก็บเกี่ยว พบว่า มีปัญหาด้านต้นทุนการผลิตสูง เนื่องจาก ปุ๋ย สารเคมี (ในปี พ.ศ. 2557) มีการปรับราคาเพิ่มสูงขึ้น เกษตรกรจึงมีการลดการใช้ปุ๋ยและสารเคมีลง ทำให้ส่งผลต่อคุณภาพผลผลิต⁸²

2.2.5.2 มาตรการและแผนการจัดการผลผลิต⁸³

สำหรับมาตรการด้านการผลิต ได้มีการส่งเสริมให้มีการผลิตมังคุดที่มีคุณภาพ รวมถึงมีการปลูกพืช ทดแทน ถ้าหากเกิดปัญหามังคุดเสียหายและราคาตกต่ำ ซึ่งประกอบด้วยการส่งเสริมการจัดทำทะเบียนและ ปรับปรุงข้อมูลผู้ปลูกพืชแต่ละชนิด ส่งเสริมการผลิตนอกฤดู สนับสนุนการรวมกลุ่ม เน้นการผลิตที่มีคุณภาพ ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีสถานที่คัดแยกสินค้า ส่งเสริมให้เกษตรกรลดต้นทุนการผลิต และสนับสนุนให้ เกษตรกรปลูกพืชทางเลือก มีรายละเอียดดังนี้

1. จัดทำทะเบียนและปรับปรุงข้อมูลผู้ปลูกพืชแต่ละชนิด (ทุเรียน เงาะ มังคุด ลองกอง) ให้ถูกต้อง และเป็นปัจจุบัน โดยความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรีเป็น เจ้าภาพร่วมกับ องค์การบริหารส่วนตำบลทุกตำบล เทศบาลทุกเทศบาล จัดทำข้อมูลการผลิตพืช ในเขตของตนเองให้เป็นเอกภาพ จัดโซน (Zoning) การปลูกไม้ผลเป็นพื้นที่ส่งเสริมทั่วไป พื้นที่ ส่งเสริมเพื่อการส่งออก เป็นต้น ให้มีการวางแผนการผลิตเป็นรุ่น เพื่อลดปัญหาการกระจุกตัวของ ผลไม้
2. ส่งเสริมการผลิตนอกฤดู เป็นการปรับโครงสร้างการผลิตเพื่อกระจายให้ผลผลิตออกสู่ตลาดอย่าง สม่าเสมอ และปรับปรุงการประมาณการผลิตล่วงหน้าหรือการพยากรณ์ผลผลิตให้แม่นยำ ยิ่งขึ้น เนื่องจากสถานการณ์ธรรมชาติเป็นตัวแปรสำคัญ ที่ทำให้ข้อมูลเกิดความคลาดเคลื่อน จึงมี การประเมินผลผลิตเป็นระยะ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ให้ผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ พ่อค้าและเกษตรกร รับทราบสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับผลผลิต เพื่อให้เกิดการเตรียมการและวางแผนที่ถูกต้อง
3. สนับสนุนการรวมกลุ่ม เชื่อมโยงและสร้างเครือข่ายเพื่อจำหน่ายผลผลิต ทั้งในรูปของสหกรณ์ การเกษตร และกลุ่มปรับปรุงคุณภาพไม้ผล หรือ กลุ่มคลัสเตอร์ (cluster) ให้มีความเข้มแข็งเพื่อ ดำเนินการผลิตและการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ละกลุ่มมีการจัดการข้อมูล ด้านการผลิต

⁸¹ รุจิณี สันติกุล. (2556). สถานการณ์ไม้ผลภาคตะวันออกปี 56. เคาเกษตร, 37, 114-117.

⁸² อ้างแล้วใน สรุปสถานการณ์ผลิตทุเรียน เงาะ มังคุด ลองกอง ปี 2557 จังหวัดจันทบุรี

⁸³ สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี. (2557). สรุปสถานการณ์ผลิตทุเรียน เงาะ มังคุด ลองกอง ปี 2557 จังหวัดจันทบุรี.

และการตลาดล่วงหน้า ทั้งนี้ส่วนราชการสามารถช่วยเหลือด้วยการจัดหาผู้ซื้อ และอำนวยความสะดวก

4. เน้นการผลิตที่มีคุณภาพ นำระบบการจัดการคุณภาพด้านพืช (Plant Quality Management System: PQMS) มาใช้เป็นเครื่องมือสร้างความเชื่อมั่น มีการผลักดันให้เกษตรกรทุกคนเข้าสู่ระบบการจัดการคุณภาพ GAP พืช ซึ่งเป็นระบบการจัดการคุณภาพด้านการผลิตทางการเกษตรให้ได้ผลผลิตที่มีความปลอดภัยตามหลักเกณฑ์ของสากล เพื่อให้ผู้ซื้อมีความมั่นใจและเชื่อถือในสินค้า และควรมีการพัฒนากระบวนการมาตรฐานการตรวจสอบ การรับรองคุณภาพ ตลอดจนการผลิตสินค้าเกษตรที่ปลอดภัย ปราศจากการปนเปื้อนสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช รวมถึงการตรวจสอบย้อนกลับสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ส่งเสริมให้ความรู้ที่ถูกต้องในการจัดการผลผลิตทั้งก่อนการเก็บเกี่ยวและหลังการเก็บเกี่ยว (Pre-post-harvest) อย่างถูกวิธีเพื่อลดความเสียหายของผลผลิต เช่น วิธีการเก็บเกี่ยว การบรรจุหีบห่อ การขนส่ง การรักษาคุณภาพ และเน้นให้เกษตรกรคัดแยกสินค้าตามเกรดคุณภาพ
5. ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีสถานที่คัดแยกสินค้า และพัฒนาโรงคัดแยกบรรจุให้ได้มาตรฐาน GMP วัสดุอุปกรณ์ในการบรรจุ เช่น ตะกร้า ข่ง ลัง กล่องบรรจุ ให้เพียงพอต่อความต้องการ ให้มีการสร้างตราสินค้าเป็นของตนเอง เพื่อสร้างความแตกต่างและเป็นการยกระดับสินค้าสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค เช่น เครือข่ายมังคุดจันทบุรี (cluster) มีบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ กล่องบรรจุขนาด 5 และ 10 กิโลกรัม ตะกร้าบรรจุขนาด 20 กิโลกรัม
6. ส่งเสริมให้เกษตรกรลดต้นทุนการผลิต โดยการผลิตปุ๋ยอินทรีย์ใช้เอง และนำผลผลิตที่ไม่มีคุณภาพมาจัดทำ
7. สนับสนุนให้เกษตรกรปลูกพืชทางเลือกอื่นที่ให้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจสูง ทดแทนพืชที่มีปัญหาด้านราคาและเก็บรักษา รวมทั้งรัฐควรสนับสนุนเงินทุนดอกเบี้ยต่ำเพื่อให้เกษตรกรนำไปปลูกพืชทดแทนชนิดอื่น

2.3 การทบทวนสถานการณ์ลำไย

2.3.1 สถานการณ์ตลาดในต่างประเทศ กรณี: ลำไย

ลำไยเป็นผลไม้ที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย ในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยได้มหาศาล ในอดีตการปลูกลำไยเกิดขึ้นในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และลำพูน โดยลำไยจะมีฤดูกาลออกผลผลิตในช่วงเดือนมิถุนายนถึงสิงหาคมของทุกปี พันธุ์ที่ปลูก ได้แก่ พันธุ์สีชมพู พันธุ์เขียวเขียว พันธุ์แก้ว และพันธุ์อีดอ (พันธุ์ที่ออกก่อนฤดู) ด้วยปริมาณการบริโภคภายในประเทศและความต้องการลำไยในต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นทุกปี แต่ในขณะเดียวกันราคาลำไยตามฤดูกาลยังอยู่ในระดับต่ำ ทำให้การพัฒนาการปลูกลำไยเกิดขึ้นเป็นวงกว้าง ทั้งในด้านการพัฒนาคุณภาพของ

ลำไยและปริมาณผลผลิตต่อไร่ ทำให้เกษตรกรมีรายได้ดีขึ้น⁸⁴ ประกอบกับการส่งออกลำไยอบแห้งขยายตัวเพิ่มขึ้น⁸⁵

2.3.1.1 สถานการณ์ลำไยสดในต่างประเทศ

สถิติการส่งออกลำไยสดของไทยจะถูกแสดงให้เห็นในตารางที่ 2-50 โดยพบว่าในช่วงปี พ.ศ. 2551 ถึง ปี พ.ศ. 2556 ประเทศไทยมีการส่งออกและมูลค่าการส่งออกลำไยสดไปประเทศจีนมากกว่าส่งออกไปประเทศเวียดนาม ฮองกง อินโดนีเซีย และสิงคโปร์ สำหรับมูลค่าการส่งออกนั้น พบว่าในช่วงปี พ.ศ. 2557 ถึง ปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีการส่งออกลำไยสดไปประเทศจีนลดลง คาดว่าประเทศจีนมีการนำเข้าลำไยสดจากประเทศเวียดนามเพิ่มขึ้น อีกทั้งประเทศไทยมีการส่งออกลำไยสดไปประเทศเวียดนามเพิ่มขึ้นด้วย โดยในปี พ.ศ. 2557 ถึงปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยส่งออกลำไยสดไปประเทศเวียดนามมากกว่าไปประเทศจีน ดังแสดงในรูปที่ 2-35 สาเหตุหลักเนื่องมาจาก ประเทศไทยต้องการส่งออกลำไยสดไปยังประเทศเวียดนามเพื่อทำการคัดแยกเกรดและจำหน่ายในเวียดนาม รวมทั้งมีการส่งออกไปยังประเทศจีนทางด้านการค้าชายแดน จีน-เวียดนาม ซึ่งได้รับสิทธิประโยชน์ด้านภาษีจากจีน ทั้งการไม่เรียกเก็บภาษีนำเข้าและภาษีมูลค่าเพิ่ม หากเป็นการขนส่งสิ่งของที่มีมูลค่าไม่เกิน 8,000 หยวนต่อวันต่อคัน แต่ถ้าเป็นการขนส่งผลไม้เชิงพาณิชย์จะมีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการผ่านแดนหรือภาษีท้องถิ่นไม่มากนัก⁸⁶

ตารางที่ 2-50 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยสดไปยังต่างประเทศ (หน่วย : ตัน/ล้านบาท)

ปี (พ.ศ.)	จีน		เวียดนาม		ฮ่องกง	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
2550	49,208.07	850.93	1,705.69	26.66	40,550.14	518.01
2551	52,492.99	861.39	2,115.70	16.79	57,447.60	669.13
2552	72,694.79	1,070.25	11,745.12	147.28	65,357.54	901.67
2553	72,546.59	1,032.97	7,788.46	90.82	58,434.01	894.59
2554	123,015.06	1,959.30	32,725.13	309.85	89,790.42	1,319.29

⁸⁴ ลำไยนอกฤดูเงินล้าน กับเกษตรกรมืออาชีพ อำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่ ข่าวจากหนังสือพิมพ์ไทยนิวส์ ฉบับวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2553 ปีที่ 40 ฉบับที่ 14,385 สืบค้นจาก

<http://research.rae.mju.ac.th/raebase/index.php/knowledge/2010/114-longan> เมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2560

⁸⁵ คณิง โยธาใหญ่, การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกลำไยอบแห้งไปสาธารณรัฐประชาชนจีน การค้นคว้าแบบอิสระ หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

⁸⁶ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ “อุปสรรคในการส่งออกลำไยไปจีน” 2557 สืบค้นที่

http://www.thaifita.com/ThaiFTA/Portals/0/logan_cnsep57.pdf

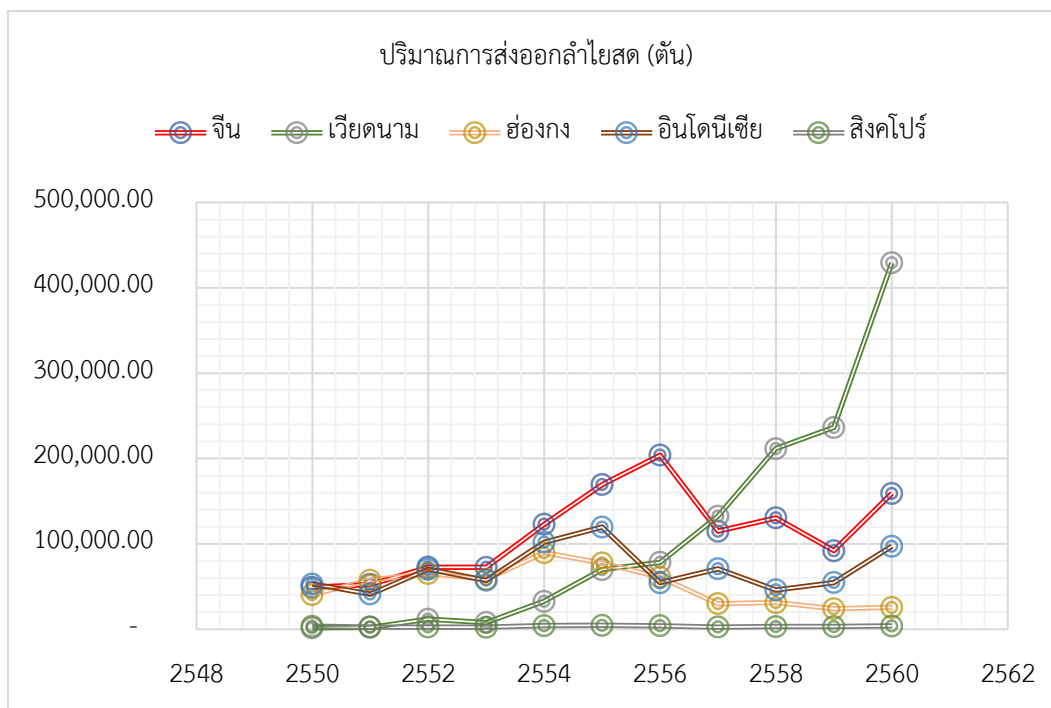
ปี (พ.ศ.)	จีน		เวียดนาม		ฮ่องกง	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
2555	169,495.16	3,181.01	69,878.34	811.49	77,566.79	1,313.96
2556	203,869.05	4,292.85	78,286.26	1,068.73	60,921.34	1,370.17
2557	114,961.81	2,710.21	132,511.31	2,029.91	29,853.43	862.63
2558	130,476.29	3,734.53	211,679.56	3,384.92	31,168.82	826.66
2559	91,917.65	2,839.22	236,301.84	5,809.00	24,005.27	706.04
2560	159,132.71	5,250.44	429,327.22	11,677	25,645.78	772.23

ที่มา: สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมศุลกากร ประมวลผลข้อมูลโดยคณะผู้วิจัย

ตารางที่ 2-50 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยสดไปยังต่างประเทศ (ต่อ) (หน่วย : ตัน/ล้านบาท)

ปี (พ.ศ.)	อินโดนีเซีย		สิงคโปร์	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
2550	53,014.86	737.14	3,539.37	42.66
2551	41,113.92	647.92	2,522.52	57.58
2552	70,243.17	1,048.87	2,485.45	37.91
2553	57,395.03	1,096.46	2,416.58	39.00
2554	101,930.99	2,107.05	4,163.36	68.76
2555	119,695.25	2,677.14	4,616.84	74.38
2556	54,469.53	1,311.80	4,131.77	92.62
2557	70,839.60	1,996.41	2,533.93	80.87
2558	46,077.83	1,377.66	3,188.25	129.54
2559	54,691.04	1,769.65	3,038.42	109.72
2560	97,206.46	2,826.96	3,954.71	123.25

ที่มา: สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมศุลกากร ประมวลผลข้อมูลโดยคณะผู้วิจัย



รูปที่ 2-35 ปริมาณการส่งออกลำไยสด (ตัน)

ที่มา: สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมศุลกากร ประมวลผลข้อมูลโดยคณะผู้วิจัย

2.3.1.2 สถานการณ์ลำไยแปรรูปในต่างประเทศ

สำหรับประเทศไทยนั้นเป็นประเทศที่สามารถแปรรูปลำไยได้ทั้งลำไยอบแห้ง ลำไยกระป๋อง และลำไยแช่แข็ง ข้อมูลราคาส่งออกลำไยแปรรูปของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2555 – 2559 แสดงให้เห็นว่าราคาส่งออกลำไยอบแห้ง ลำไยกระป๋อง เพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี โดยมีอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 20.11 และ 2.77 ตามลำดับ ในส่วนของลำไยแช่แข็งนั้นพบว่ามีราคาส่งออกที่ลดลง เมื่อพิจารณาราคาส่งออกในช่วงปี พ.ศ. 2555 – 2559 โดยลดลงร้อยละ 8.18⁸⁷ ถึงแม้ราคาในปี พ.ศ. 2559 จะเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 77.3 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2558 ดังแสดงให้เห็นในตารางที่ 2-51 ในส่วนของตลาดส่งออกลำไยสด ลำไยอบแห้ง ลำไยกระป๋อง และลำไยแช่แข็งในปี พ.ศ. 2561 มีรายละเอียดดังนี้

- ตลาดส่งออกสำคัญของลำไยสด ได้แก่ เวียดนาม (ร้อยละ 55.68) จีน (ร้อยละ 24.93) อินโดนีเซีย (ร้อยละ 13.48) ฮ่องกง (ร้อยละ 3.66) และมาเลเซีย (ร้อยละ 0.93)
- ตลาดส่งออกลำไยอบแห้งสำคัญของไทย ได้แก่ เวียดนาม (ร้อยละ 67.82) จีน (ร้อยละ 26.64) เมียนมา (ร้อยละ 2.09) ฮ่องกง (ร้อยละ 1.29) และอินโดนีเซีย (ร้อยละ 0.38)

⁸⁷ ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (มีนาคม 2560). ลำไย ปี 2555 - 59. Retrieved from http://www.agriinfo.doae.go.th/5year/price/market_price/55-59/longan.pdf

- ตลาดส่งออกลำไยกระป๋องที่สำคัญ ได้แก่ มาเลเซีย (ร้อยละ 36.72) สิงคโปร์ (ร้อยละ 17.32) อินโดนีเซีย (ร้อยละ 15.35) สหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 11.24) และกัมพูชา (ร้อยละ 5.88)
- ตลาดส่งออกลำไยแช่แข็งที่สำคัญ ได้แก่ ฮองกง (ร้อยละ 62.66) ญี่ปุ่น (ร้อยละ 33.62) และมาเก๊า (ร้อยละ 3.72)⁸⁸

ตารางที่ 2-51 ราคาส่งออกลำไยสดและผลิตภัณฑ์ ปี พ.ศ. 2555-2559 (หน่วย: บาท/กิโลกรัม)

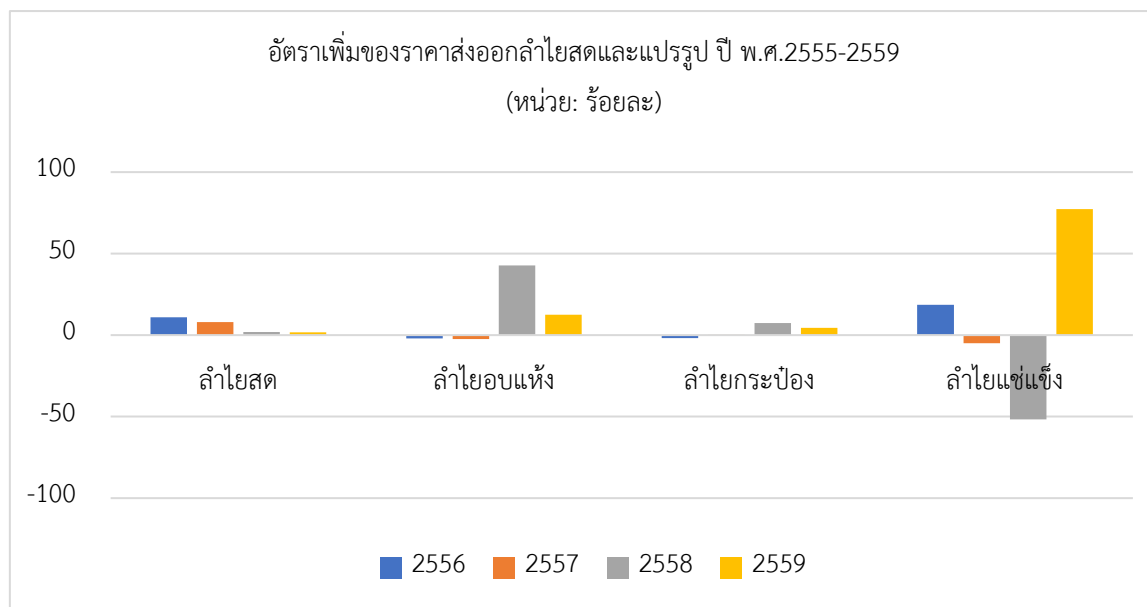
ลำไยสดและผลิตภัณฑ์	2555	2556	2557	2558	2559*	อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)
ลำไยสด	18.55	20.57	22.21	22.62	23.00	5.39
ลำไยอบแห้ง	29.27	28.71	28.02	49.00	56.00	20.11
ลำไยกระป๋อง	52.48	51.57	51.63	55.48	58.00	2.77
ลำไยแช่แข็ง	137.93	163.64	155.56	75.00	133.00	- 8.18

หมายเหตุ: * ค่าประมาณการ

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (มีนาคม 2560) ลำไย ปี 2555 – 2559

ตารางที่ 2-51 จะพบว่าประเทศไทยมีราคาการส่งออกลำไยอบแห้ง ที่เพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงปี พ.ศ. 2558 และ พ.ศ. 2559 โดยคิดเป็นร้อยละ 42.8 และ 12.5 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า และมีอัตราการเพิ่มขึ้นที่มากกว่าลำไยสด ลำไยกระป๋อง ดังแสดงในรูปที่ 2-36 ทำให้ทางคณะผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมงานวิจัย และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ลำไยอบแห้งในต่างประเทศ เพื่อวิเคราะห์ตลาด และความนิยมบริโภค ลำไยอบแห้ง ซึ่งจะนำเสนอในหัวข้อที่ 2.3.1.3

⁸⁸ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. (13 กรกฎาคม 2561). กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศจับมือสภาเกษตรกรแห่งชาติ เยือนสวนลำไยเมืองเหนือ แวะโอกาสการค้าผ่าน FTA. *อาร์วายทีไนน์*. Retrieved from <https://www.ryt9.com/s/beco/2856464>



รูปที่ 2-36 อัตราเพิ่มของราคาส่งออกลำไยสดและแปรรูป ปี พ.ศ. 2555-2559
ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (มีนาคม 2560) ลำไย
ปี พ.ศ. 2555 – 2559 ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

2.3.1.3 สถานการณ์ลำไยอบแห้งในต่างประเทศ

ลำไยอบแห้งที่นิยมส่งออกไปยังประเทศจีน และประเทศอื่น ๆ จะมีอยู่ 3 รูปแบบ ดังนี้

1. ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก ลำไยกลุ่มนี้มีปริมาณส่งออกมากที่สุด โดยจะมีการแบ่งเกรดลำไยออกเป็น AA A B C และขนาดคละเกรด ส่วนใหญ่เป็นลำไยพันธุ์อีดอ ดังแสดงในรูปที่ 2-37
2. เนื้อลำไยอบแห้งคุณภาพดี จะแกะเปลือกและคว้านเมล็ดออกก่อนจะนำไปอบแห้ง เมื่อผ่านการอบแล้วเนื้อลำไยจะมีสีทอง กลิ่นหอม นิยมบริโภคเป็นผลไม้อบแห้ง ดังแสดงในรูปที่ 2-38
3. เนื้อลำไยอบแห้งคุณภาพปานกลาง เนื้อมีสีคล้ำ นิยมนำไปทำน้ำลำไยและเป็นส่วนประกอบของยาจีน

จากสถิติการส่งออกลำไยอบแห้งของประเทศไทย ส่วนมากจะส่งออกไปยังประเทศจีน สปป. ลาว เวียดนาม ฮองกง ไต้หวัน และสิงคโปร์ พบว่ามีสถานการณ์การส่งออกคล้ายกับการส่งออกลำไยสด โดยพบว่าในปี พ.ศ. 2550 ถึงปี พ.ศ. 2554 ประเทศไทยมีการส่งออกลำไยอบแห้งไปยังประเทศจีนมากกว่าไปยังประเทศอื่น ๆ แต่ในปี พ.ศ. 2556 ถึงปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยส่งออกลำไยอบแห้งไปยังประเทศจีนลดลง กลายเป็นประเทศเวียดนามที่มากเป็นอันดับหนึ่ง แต่กลับพบว่าในปี พ.ศ. 2556 นั้นประเทศไทยส่งออกลำไยอบแห้งไปยังประเทศจีนน้อยกว่าไปยังประเทศเวียดนามถึง 14,170.97 ตัน แต่มูลค่าการส่งออกของประเทศจีนสูงกว่าประเทศเวียดนามถึง 876.72 ล้านบาท ดังแสดงในตารางที่ 2-52



รูปที่ 2-37 ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก

ที่มา: คณะผู้วิจัย



รูปที่ 2-38 ลำไยอบแห้งเนื้อสีทอง (ซ้าย) และลำไยอบแห้งเนื้อสีคล้ำ (ขวา)

ที่มา: คณะผู้วิจัย

ตารางที่ 2-52 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยอบแห้งไปยังต่างประเทศ (หน่วย : ตัน / ล้านบาท)

ปี (พ.ศ.)	จีน		สปป. ลาว		เวียดนาม	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
2550	82,483.21	1,356.80	11,412.65	206.55	206.76	3.98
2551	84,376.68	1,604.55	3,758.00	74.13	87.45	1.28
2552	137,726.75	2,280.37	2,426.66	43.46	926.80	14.93
2553	65,235.00	1,672.10	994.37	29.66	1,647.07	32.17
2554	130,236.23	7,435.25	1,326.49	24.82	26,703.90	519.93
2555	59,951.22	2,219.20	3,838.29	58.26	56,162.62	1,200.38
2556	60,960.43	2,341.61	299.58	14.19	75,131.40	1,464.89
2557	34,730.59	1,412.03	469.12	2.76	154,861.82	3,658.65
2558	12,761.46	678.05	240.18	3.32	91,083.28	4,013.48
2559	27,930.07	1,619.94	24.97	0.47	87,031.87	6,023.56
2560	60,467.92	2,965.54	0.03	0.01	145,778.14	7,534.79

ที่มา: สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมศุลกากร ประมวลผลข้อมูลโดยคณะผู้วิจัย

ตารางที่ 2-52 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยอบแห้งไปยังต่างประเทศ (ต่อ) (หน่วย : ตัน / ล้านบาท)

ปี (พ.ศ.)	ฮ่องกง		ไต้หวัน		สิงคโปร์	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
2550	5,841.77	201.70	135.12	6.91	275.73	17.34
2551	2,715.35	103.97	126.13	6.82	120.56	17.13
2552	1,784.25	142.62	494.00	14.35	169.35	33.23
2553	443.05	136.38	108.30	7.47	128.12	34.40
2554	357.77	67.67	25.93	1.80	196.74	36.52

ปี (พ.ศ.)	ฮ่องกง		ไต้หวัน		สิงคโปร์	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
2555	351.52	81.89	113.58	4.54	106.77	25.07
2556	290.24	67.64	99.83	5.31	108.48	26.83
2557	447.76	111.75	50.50	2.40	173.39	47.10
2558	527.89	95.94	127.56	6.11	118.95	35.16
2559	452.56	104.34	107.94	8.38	139.38	39.85
2560	611.94	143.25	102.63	6.54	132.21	38.02

ที่มา: สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมศุลกากร ประมวลผลข้อมูลโดยคณะผู้วิจัย

สาเหตุที่ประเทศจีนนำเข้าลำไยอบแห้งจากประเทศไทยลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2556 ถึงปี พ.ศ. 2560 นั้น จะคล้ายกับกรณีของลำไยสด คือ หลีกเลียงภาชนะนำเข้า โดยใช้ประเทศเวียดนามในการแปลงสินค้าเพียงอย่างเดียว ไม่ทำการคัดเกรดที่ประเทศเวียดนามเหมือนกับกรณีของลำไยสด แต่จะทำการคัดเกรด และแปรรูปที่โรงงานในประเทศไทย ซึ่งโรงงานแปรรูปส่วนมากจะตั้งอยู่บริเวณภาคเหนือของประเทศไทย โดยเส้นทางที่ใช้ขนส่งไปประเทศจีนที่สั้นและรวดเร็ว คือ เส้นทาง R3A (ประเทศไทย-สปป. ลาว-ประเทศจีน) แต่ผู้ส่งออกลำไยอบแห้งมักจะเลือกเส้นทางขนส่งผ่านประเทศเวียดนามไปยังประเทศจีนมากกว่า เนื่องจากภาษีบริเวณ สปป. ลาว มีความยากลำบากในการขนส่งบนเส้นทาง R3A รวมทั้งการสวมสิทธิ์สินค้าเป็นสินค้าเวียดนาม เพื่อใช้ในการลดหย่อนภาษีสำหรับการค้าขายแดน สาเหตุที่แปลงสินค้าลำไยอบแห้งเป็นของ สปป. ลาวไม่ได้ เนื่องจาก สปป. ลาว ไม่มีโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้ง⁸⁹

ทั้งนี้ประเทศจีนถือว่าเป็นประเทศที่นำเข้าลำไยอบแห้งจากประเทศไทยมากที่สุด ดังแสดงในตารางที่ 2-52 โดยมีตลาดที่สำคัญในประเทศจีนและจุดกระจายสินค้า ดังนี้

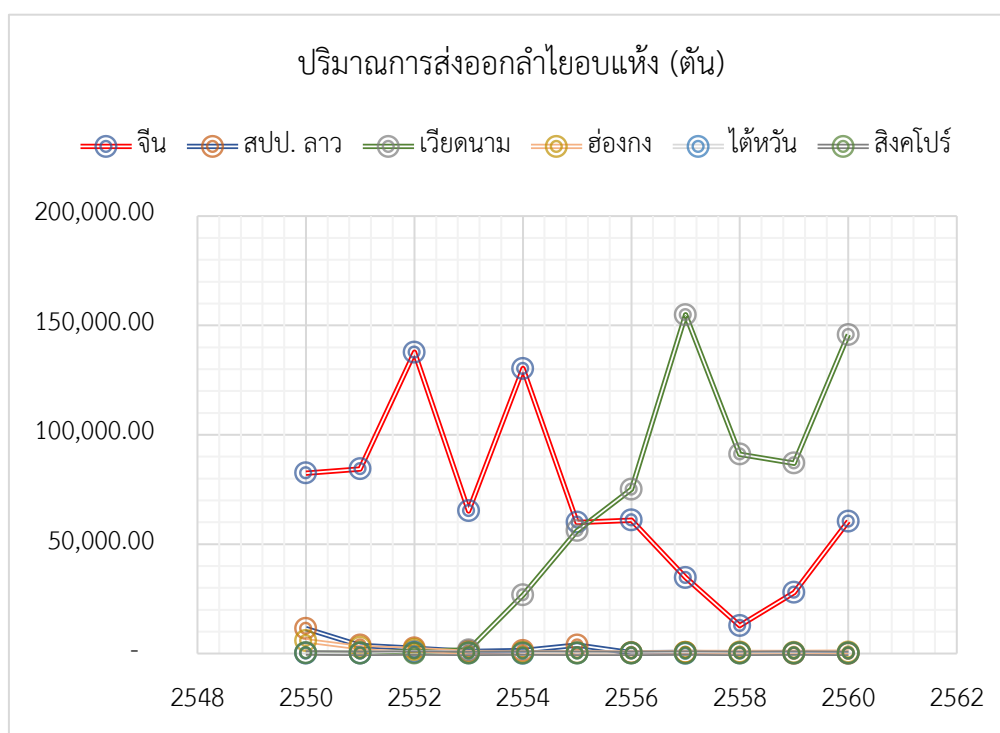
- ตลาดเมืองฝูเจี้ยน มณฑลฝูเจี้ยน เป็นแหล่งผลิตลำไยที่สำคัญของจีนมาตั้งแต่อดีตและได้กลายเป็นศูนย์กลางการค้าลำไยอบแห้งที่มีชื่อเสียงมากที่สุดของจีน
- ตลาดอู่ฮั่น เป็นเมืองที่ตั้งอยู่ตอนกลางของมณฑลเจ้อเจียง ซึ่งปัจจุบันกลายเป็นศูนย์กลางตลาดขายส่งของสินค้าอุปโภคบริโภคที่ใหญ่ที่สุดของจีนที่กระจายสินค้าไปทั่วประเทศ ทั้งลำไยอบแห้งของจีน ไทย และเวียดนาม ถูกส่งเข้ามายังตลาดขายส่งอู่ฮั่น เพื่อกระจายต่อไปยังเมืองต่าง ๆ ในมณฑล⁹⁰

⁸⁹ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ โดยทีมผู้วิจัย

⁹⁰ มาริสา สมเพชร. (26 ตุลาคม 2559). การตลาดลำไยในต่างประเทศ. Retrieved from https://thailonganpremium.blogspot.com/2016/10/blog-post_12.html#more

สำหรับจุดกระจายลำไยอบแห้งที่สำคัญ 3 แห่งด้วยกัน ได้แก่

- แห่งที่ 1 นครกว่างโจว เป็นศูนย์กลางนำเข้าและกระจายผลไม้สดเข้าที่ใหญ่ที่สุดของจีน
- แห่งที่ 2 นครฝูโจว เป็นเมืองหลวงของมณฑลฝูเจี้ยน ปัจจุบันมีบริษัทการค้าฝูโจวเหว่ยไท จำกัด ได้เป็นบริษัทเดียวที่ได้รับอนุญาตนำเข้าผลไม้สด และเป็นเจ้าของตลาดค้าส่งผลไม้สด ชื่อ “ฝูโจวกลั้วผิ่นฟิฟาซือฉาง”
- แห่งที่ 3 ชางไห่ (เซี่ยงไฮ้) ซึ่งเป็นมหานครที่รวยที่สุดในจีน ปัจจุบันชางไห่เริ่มมีบทบาทเป็นเมืองทำนำเข้าผลไม้สดจากไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่จีนและไทยจัดทำความตกลงเขตการค้าเสรี (FTA)⁹¹



รูปที่ 2-39 ปริมาณการส่งออกลำไยอบแห้ง (ตัน)

ที่มา: สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมศุลกากร ประมวลผลข้อมูลโดยคณะผู้วิจัย

2.3.1.3.1 พฤติกรรมผู้บริโภคลำไยอบแห้งในประเทศจีน

ลำไยอบแห้ง เป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย และเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนในการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแก่ภาคเกษตรกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตจังหวัดพื้นที่ภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดลำพูน และจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นแหล่งเพาะปลูกลำไยที่สำคัญที่สุดของประเทศไทย โดยมีประเทศจีนเป็นตลาดนำเข้าลำไยอบแห้งสำคัญที่สุดเพียงรายเดียวของประเทศไทย กล่าวคือ มากกว่าร้อยละ 70 ของปริมาณการส่งออกลำไยอบแห้งไทยถูกส่งไปยังตลาดประเทศจีนโดยตรง ยังไม่นับรวมอีกกว่าร้อยละ 20 (ปี

⁹¹ อ้างอิงแล้วใน “การตลาดลำไยในต่างประเทศ” มาริสา สมเพชร. (26 ตุลาคม 2559).

พ.ศ. 2557) แต่กลับพบว่าในปี พ.ศ. 2561 ประเทศไทยส่งออกไปยังประเทศจีนร้อยละ 26.64 แต่ส่งไปประเทศเวียดนามถึงร้อยละ 67.82⁹² ซึ่งเป็นการคาดว่าปริมาณส่วนหนึ่งเป็นการส่งออกผ่านประเทศเวียดนามเพื่อไปประเทศจีน สำหรับประเทศไทยที่ใช้เป็นทางผ่านเข้าสู่ประเทศจีน โดยส่วนมากจะเป็นประเทศที่มีชายแดนติดกับจีน ได้แก่ เมียนมาร์ ลาว และฮ่องกง

สาเหตุที่ทำให้ชาวจีนนิยมบริโภคลำไยอบแห้ง ส่วนหนึ่งเพราะชาวจีนมีความเชื่อที่ว่า ลำไยอบแห้งมีคุณสมบัติที่คล้ายคลึงกับโสม โดยมีสรรพคุณเป็นยาบำรุงกำลัง สร้างความอบอุ่นให้กับร่างกาย และยังมีปัจจัยด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม และปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- 1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (culture factors) ในอดีตลำไยอบแห้งถูกใช้เป็นของขวัญ ของไหว้ในช่วงเทศกาลต่าง ๆ แต่หลังจากประเทศจีนเปิดประเทศ ความสำคัญของลำไยอบแห้งได้ลดลง วิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปทำให้ความเชื่อต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงไปด้วย ขณะเดียวกันผู้ซื้อเองมีทางเลือกมากขึ้น และมีได้เคร่งครัดต่อระเบียบแบบแผนดั้งเดิมทางวัฒนธรรม
- 2) ปัจจัยด้านสังคม (social factors) ปัจจัยด้านสังคมมีผลอย่างยิ่งต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดลำไยอบแห้งของประเทศจีน เพราะจากเดิมลำไยอบแห้งถูกจัดว่าเป็นสินค้าในกลุ่มสินค้าฟุ่มเฟือย เหมาะสำหรับใช้เป็นของขวัญหรือของฝากแก่บุคคลสำคัญ แต่ภายหลังจากที่ประเทศจีนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจโลกและมีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ลำไยอบแห้งจึงเป็นเพียงสินค้าในกลุ่มสินค้าปกติ (normal goods) ที่ทุกคนสามารถซื้อเพื่อบริโภคได้
- 3) ปัจจัยส่วนบุคคล (personal factors) ด้วยสรรพคุณในการใช้เป็นอาหารเสริมบำรุงกำลังที่มีอยู่ในลำไยอบแห้ง ทำให้กลุ่มผู้บริโภคส่วนหนึ่งที่มีกำลังซื้อยังคงนิยมบริโภคลำไยอบแห้งเป็นประจำ ทั้งนี้พบว่ากลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ที่มีกำลังซื้อสูงกลับไม่ค่อยรับทราบถึงคุณค่าของลำไยอบแห้ง ลำไยอบแห้งเป็นสินค้าที่จำเป็นต้องได้รับการกระตุ้นการรับรู้ หากต้องการขยายฐานกลุ่มลูกค้าที่มีอยู่ให้มีขนาดใหญ่ขึ้น⁹³

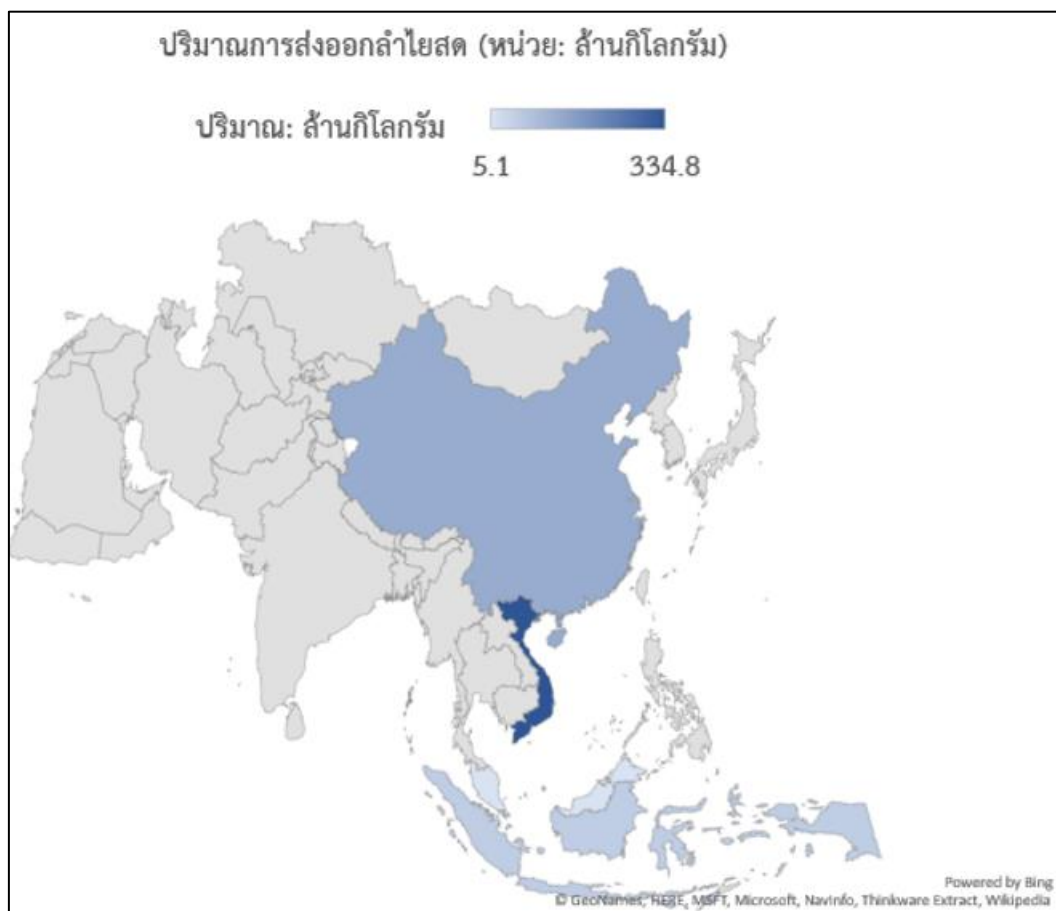
2.3.2 สถานการณ์การขนส่งและโลจิสติกส์ในการส่งลำไยออกจากภาคเหนือและตะวันออกไปยังประเทศจีน กรณี: ลำไย

เมื่อพิจารณาประเทศที่นำเข้าลำไยสดและลำไยอบแห้งจากประเทศไทย พบว่าประเทศไทยส่งออกลำไยไปประเทศเวียดนามมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือประเทศจีน ซึ่งจะเห็นว่าทั้งประเทศเวียดนามและจีนเป็นประเทศที่มีพรมแดนติดต่อกัน ดังแสดงให้เห็นในรูปที่ 2-40 สำหรับกรณีลำไยสด และรูปที่ 2-41

⁹² อ้างอิงแล้วใน “กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศจับมือสภาเกษตรกรแห่งชาติ เยือนสวนลำไยเมืองเหนือ แวะโอกาสการค้าผ่าน FTA อาร์วายทีไนน์”

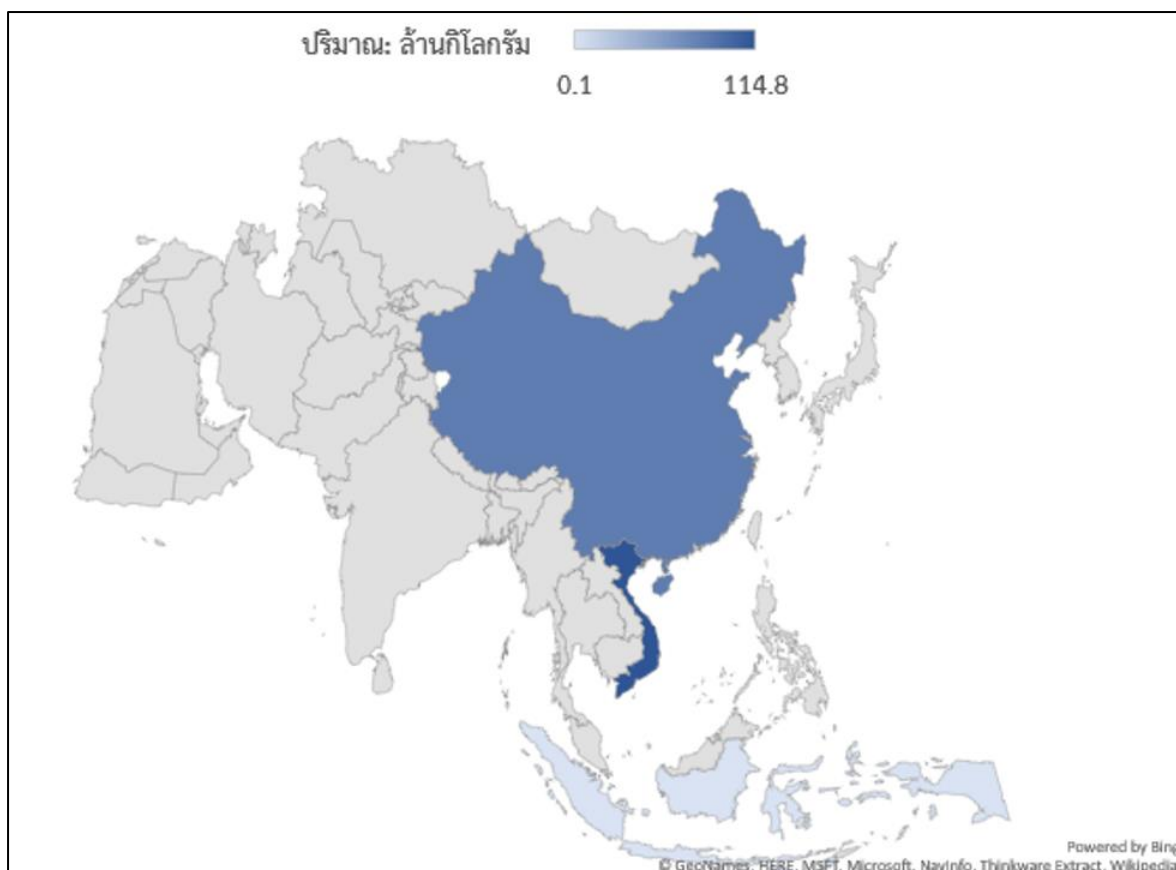
⁹³ ดนัยธัญ พงษ์พัชรารท. (12 พฤษภาคม 2557). พฤติกรรมผู้บริโภค “ลำไยอบแห้ง” ในตลาดประเทศจีน. Retrieved from <http://www.phtnet.org/2014/05/139/>

สำหรับกรณีลำไยอบแห้ง ทำให้สามารถแบ่งเส้นทางที่ใช้ในการขนส่งลำไยสดและลำไยอบแห้งไปยังประเทศจีนและเวียดนาม (เฉพาะเส้นทาง R9 และ R12) ได้ 3 เส้นทางหลักดังนี้



รูปที่ 2-40 ปริมาณการส่งออกลำไยสดไปต่างประเทศ 15 อันดับแรก ปี พ.ศ. 2561
ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร⁹⁴
ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

⁹⁴ ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร. (2562). ตลาดส่งออก 15 อันดับแรกของไทยรายประเทศ. Retrieved from <http://tradereport.moc.go.th/Report/Default.aspx?Report=HarmonizeYearly&Lang=Th&ImExType=2&Option=6>



รูปที่ 2-41 ปริมาณการส่งออกผลไม้ไปต่างประเทศ 15 อันดับแรก ปี พ.ศ. 2561
ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร
ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

2.3.2.1 เส้นทางที่ใช้ในการขนส่งลำไยสดและแปรรูปของไทยเข้าสู่ประเทศจีน (ทางบก)

- เส้นทาง R9

เส้นทางสาย R9 เป็นเส้นทางจากมุกดาหาร ผ่าน สปป. ลาว เวียดนาม เข้าสู่จีนทางด้านด่านผิงเสียง ผ่านเมืองหนานหนิง แล้วจึงกระจายมายังเสฉวนและฉงชิ่ง รวมใช้เวลาประมาณ 5-7 วัน มีระยะทางทั้งสิ้น 1,900 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง 39-42 ชั่วโมง (นับจากกรุงเทพมหานคร) ค่าขนส่งประมาณ 2,110-2,440 เหรียญสหรัฐ สำหรับสถานการณ์การใช้เส้นทาง R9 นั้น พบว่ามีธุรกิจส่งออกผลไม้เพิ่มมากขึ้น หลังจากเปิดเส้นทางในปี พ.ศ. 2552 โดยผลไม้ส่วนใหญ่ที่ส่งออกไปจะเป็นทุเรียน มังคุด และลำไย ซึ่งส่วนมากจะถูกส่งไปยังประเทศเวียดนาม ทั้งนี้ข้อมูลจากกระทรวงพาณิชย์ชี้ให้เห็นว่า ในปี พ.ศ. 2557 มีการส่งออกผลไม้ไปยังเวียดนามมากขึ้นร้อยละ 82.8 เพราะผู้ประกอบการหันมาเลือกใช้เส้นทางขนส่ง R9 (เวียดนามไปยังหนานหนิง

และกว้างซีของจีน)⁹⁵ และอีกหนึ่งสาเหตุ คือ เวียดนามเป็นประเทศที่ได้สิทธิประโยชน์จากการส่งออกสินค้าเข้าจีน⁹⁶

- เส้นทาง R12

เส้นทางสาย R12 เป็นเส้นทางที่ผ่านจังหวัดนครพนม-ด่านท่าแขก แขวงคำม่วน สปป.ลาว-จังหวัด Quang Binh จังหวัด Lang Son ของเวียดนามเข้าสู่จีน โดยผ่านด่านผิงเสียงหรือโฮว้อี้กวาน มณฑลกว่างซี⁹⁷ มีระยะทางทั้งสิ้น 1,383 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง 26-29 ชั่วโมง (นับจากกรุงเทพมหานคร) ค่าขนส่งประมาณ 1,985 เหรียญสหรัฐ โดยเส้นทางนี้ประเทศจีนได้กำหนดให้เป็นประตูการค้าสู่อาเซียนเต็มรูปแบบ โดยจีนกำหนดนโยบายลงใต้ทางนี้เรียกว่าระเบียงเศรษฐกิจหนานหนิง-สิงคโปร์ เชื่อมจีนตอนใต้สู่คาบสมุทรอินโดจีน เริ่มต้นเส้นทางจากนครหนานหนิง เขตเศรษฐกิจกว่างซี ผ่านประเทศเวียดนาม กัมพูชา (หรือลาว) ไทย มาเลเซีย และสิ้นสุดเส้นทางที่ประเทศสิงคโปร์ โดยอาศัยเส้นทางถนนหลวงและเส้นทางรถไฟเป็นเส้นเลือดใหญ่ในการเชื่อมโยงและพัฒนาเศรษฐกิจจีน-อาเซียน จึงเป็นการขนส่งสินค้าการเกษตรเข้าสู่จีนที่ข้ามภูมิภาค

นอกจากเส้นทาง R12 จะถูกสนับสนุนให้เป็นระเบียงเศรษฐกิจหนานหนิง-สิงคโปร์ ยังมีความน่าสนใจในการส่งออกผลไม้ เนื่องจากถือว่าเป็นเส้นทางการค้าสายใหม่ที่สามารถเชื่อมโยงไทยผ่านลาว-เวียดนามไปถึงตลาดจีนได้ และในปี พ.ศ. 2554 ผู้ประกอบการไทยได้เริ่มหันมาใช้เส้นทาง R12 ในการขนส่งผลไม้สดจากไทยไปตลาดจีน เพราะสะดวกกว่าเส้นทาง R9 และยังสะดวกกว่าเส้นทาง R3A (ทางหลวงคุนหมิง-กรุงเทพฯ) ที่เชื่อมโยงจากเชียงของไปคุนหมิง⁹⁸

- เส้นทาง R3A

เส้นทางสาย R3A จากเชียงของ ผ่านลาว เข้าสู่จีนด่านบ่อหาน มณฑลยูนนาน ผ่านเมืองคุนหมิง แล้วจึงกระจายมายังเสฉวนและฉงชิ่ง รวมใช้เวลาประมาณ 5-7 วัน มีระยะทางทั้งสิ้น 1,858 กิโลเมตร (นับจากกรุงเทพมหานคร) ใช้เวลาเดินทาง 50 ชั่วโมง ค่าขนส่งประมาณ 7,840 เหรียญสหรัฐ

สำหรับเส้นทาง R3A พบว่าผู้ประกอบการไทยนิยมขนส่งลำไยผ่านเส้นทางนี้ เพื่อนำสินค้าไปกระจายที่ตลาดจีนหม่าเจิ้งจาง นครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ซึ่งตลาดนี้เป็นตลาดที่ใช้ในการกระจายผลไม้ไทยไปยังมณฑลต่าง ๆ ของจีนทางตอนใต้ แต่เส้นทาง R3A พบว่ายังมีปัญหาเนื่องจากยังไม่ได้ลงนามสัตยาบันพิธีสารให้

⁹⁵ ประชาชาติธุรกิจ. (18 กุมภาพันธ์ 2558). ผู้ส่งออกผลไม้รุढ़ใช้ถนน R3A-R9 ขนเข้าจีนเร็วกว่าทางเรือ. Retrieved from http://www.thaitribune.org/contents/detail/303?content_id=9057&rand=1486551866

⁹⁶ กรุงเทพธุรกิจ. (15 มกราคม 2557). เกษตรแฉงเหตุส่งออกลำไยเข้าจีนไม่ได้. *กรุงเทพธุรกิจ*. Retrieved from <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/556131>

⁹⁷ http://www.asean thai.net/mobile_detail.php?cid=4&nid=4617

⁹⁸ ฐานเศรษฐกิจ. (27 กันยายน 2554). สะพานโขง3ตันที่ดินนครพนมฟุ้ง. Retrieved from <http://www.icons.co.th/newsdetail.asp?lang=EN&page=newsdetail&newsno=28187>

รถบรรทุกไทยสามารถผ่านแดนเข้าจีนได้โดยตรง ต้องเปลี่ยนเป็นรถบรรทุกของลาวหรือจีน แต่ช่วง 3 ปีหลังเส้นทางนี้ถูกขนส่งกล้วยไปจำหน่ายที่มณฑลเสฉวน⁹⁹

เส้นทาง R9 R12 และ R3A ล้วนเป็นเส้นทางที่ใช้ในการขนส่งลำไยสดและอบแห้งจากประเทศไทยไปยังประเทศจีนแต่มีจุดกระจายสินค้า ระยะทาง เวลาที่ใช้ในการขนส่ง และต้นทุนในการขนส่งที่แตกต่าง โดยข้อมูลจากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555) ที่ได้ศึกษาเส้นทาง เวลา และค่าขนส่งบนเส้นทาง R3A R3B R9 และ R12 แสดงให้เห็นว่า เส้นทาง R12 เป็นเส้นทางที่มีระยะทาง เวลาที่ใช้ในการขนส่ง น้อยกว่าเส้นทาง R9 และ R3A แต่กลับพบว่าเส้นทาง R12 มีต้นทุนในการขนส่งมากกว่าเส้นทาง R3A ดังแสดงในตารางที่ 2-53

ตารางที่ 2-53 ระยะทาง เวลา และค่าขนส่งบนเส้นทาง R3A R3B R9 และ R12 ณ ปี พ.ศ. 2554

เส้นทางขนส่ง	ระยะทาง (กิโลเมตร)	ระยะเวลา	ค่าขนส่ง (สำหรับคอนเทนเนอร์ 40 ฟุต)
เส้นทาง R3A	1,858	50 ชั่วโมง	7,840 เหรียญสหรัฐ
กรุงเทพฯ – เชียงราย	830		3,140 เหรียญสหรัฐ
เชียงราย – เชียงของ	110		
เชียงของ – บ่อเต็น (สปป.ลาว) / บ่อหาน (จีน)	228		
บ่อหาน – कुนหมิง	690		4,700 เหรียญสหรัฐ
เส้นทาง R3B	1,383	45 ชั่วโมง	9,400 เหรียญสหรัฐ
กรุงเทพฯ – ต้าหลั่ว			4,606 เหรียญสหรัฐ
ต้าหลั่ว – कुนหมิง			4,794 เหรียญสหรัฐ
เส้นทาง R9	1,900	39-42 ชั่วโมง	2,110 – 2,440 เหรียญสหรัฐ
กรุงเทพฯ – มุกดาหาร	680	15 ชั่วโมง	450 – 470 เหรียญสหรัฐ
สะพานนะเขต-แดนสะหวัน	250	5-6 ชั่วโมง	250 – 270 เหรียญสหรัฐ

⁹⁹ ประชาชาติธุรกิจ. (18 กุมภาพันธ์ 2558). ผู้ส่งออกผลไม้สดใช้ถนน R3A-R9 ขนเข้าจีนเร็วกว่าทางเรือ. Retrieved from http://www.thaitribune.org/contents/detail/303?content_id=9057&rand=1486551866

เส้นทางการขนส่ง	ระยะทาง (กิโลเมตร)	ระยะเวลา	ค่าขนส่ง (สำหรับคอนเทนเนอร์ 40 ฟุต)
ลาวบาว – หนานหนิง	970	19-21 ชั่วโมง	1,400 – 1,700 เหรียญ สหรัฐ
เส้นทาง R12	1,383	26-29 ชั่วโมง	1,985 เหรียญสหรัฐ
กรุงเทพฯ – นครพนม	740	14 ชั่วโมง	445 เหรียญสหรัฐ
นครพนม - ท่าแขก	ข้ามน้ำโขง	2-3 ชั่วโมง	40 เหรียญสหรัฐ
ท่าแขก (นาพาว) – จาลอ – วังห้- ฮานอย	643	10-12 ชั่วโมง	1,350 – 1,500 เหรียญ สหรัฐ

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555

จากการขนส่งทั้ง 3 เส้นทางจะพบว่าแต่ละเส้นทางมีเป้าหมายนำสินค้าไปกระจายในประเทศจีน ซึ่งเป็นประเทศที่นำเข้าลำไยสดและอบแห้งของไทย ประกอบด้วย นครคุนหมิง มณฑลยูนนาน โดยใช้เส้นทาง R3A ในการขนส่ง และเมืองหนานหนิง มณฑลกวางซี ใช้เส้นทาง R9 และ R12 ทำให้ทางประเทศไทยและจีนได้มีการตกลงกฎระเบียบและมาตรฐานการส่งออกลำไยสด และลำไยอบแห้งไปยังประเทศจีน และมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช ดังแสดงในหัวข้อ 2.3.2.2

2.3.2.2 กฎระเบียบและมาตรฐานการส่งออกลำไยสด และลำไยอบแห้งไปยังประเทศจีน

- ข้อตกลงการค้าเสรีจีน-อาเซียน

จากข้อตกลงการค้าเสรีระหว่างประเทศจีนและอาเซียน โดยจีนลดภาษีนำเข้าลำไยสดจากที่จัดเก็บอยู่ที่ร้อยละ 12 และลำไยอบแห้งจากที่จัดเก็บอยู่ที่ร้อยละ 20 ให้เหลือร้อยละ 0 ในวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2546 โดยยังคงจัดเก็บภาษี VAT ของลำไยสด ลำไยแห้ง และสินค้าเกษตรอื่น ๆ ไว้ที่ร้อยละ 13 และร้อยละ 17 สำหรับลำไยกระป๋อง ทำให้เกิดความต้องการลำไยของไทยเพิ่มขึ้นในตลาดจีนอย่างมาก พ่อค้าคนกลางชาวจีนและล้งจีนจึงรับซื้อลำไยในปริมาณที่สูงมาก พ่อค้าลำไยไทยและเกษตรกรจึงได้รับกำไรในช่วงนั้นเป็นจำนวนมาก โดยในช่วงแรกทั้งพ่อค้าผู้ส่งออกชาวไทยและชาวจีนต่างแข่งขันในการส่งออกลำไย โดยอยู่บนพื้นฐานภาษีเดียวกัน แต่ทางรัฐบาลจีนได้ประกาศเข้มงวดกับการจัดเก็บภาษี VAT ของลำไยฝากขาย (Consignment)¹⁰⁰

¹⁰⁰ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (ระหว่างปี 2557-2558) “อุปสรรคในการส่งออกลำไยไปจีน” สืบค้นที่:

http://www.dtn.go.th/images/86/ntm/longantocn_ntm.pdf

และลำไยถูกประเมินมูลค่าสูงเกินกว่าความเป็นจริง ทำให้ต้องเสียภาษีมากเกินความจำเป็น ในขณะที่ลำไยที่เป็นของพ่อค้าชาวจีน มีการสำแดงหลอกเกรดลำไยเพื่อลดมูลค่าทำให้เสียภาษีได้ต่ำลง เช่น ลำไยเกรด AA เสียภาษีกล่องละ 32 หยวน แต่กลับระบุว่าเป็นลำไยเกรด A ซึ่งเสียภาษีกล่องละ 24 หยวน ทำให้เกิดส่วนต่างกล่องละ 8 หยวน¹⁰¹ พ่อพ่อค้าจีนรับไปขายต่อจะโดนตรวจจับเพราะแสดงที่มาไม่ได้ ซึ่งทำให้ลำไยที่ส่งไปขายในรูปแบบขายฝากไม่สามารถขายได้เพราะราคาที่แพงกว่ามาก

เมื่อจีนได้เข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) จีนได้ออกกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ มารองรับการค้าเสรีมากมาย โดยมีเงื่อนไขระบุว่า การนำเข้าผลไม้หรือสินค้าเกษตรจะต้องมีใบอนุญาตหรือหนังสืออนุญาตสำหรับสินค้าควบคุมการนำเข้า (Import License) ให้กับผู้นำเข้าซึ่งส่วนใหญ่ที่ได้รับอนุญาตเป็นคนจีน ทำให้ประเทศไทยต้องส่งออกสินค้าผ่านผู้นำเข้าชาวจีน รูปแบบการค้าของไทยจึงทำได้เพียงการฝากขายไม่สามารถดำเนินการเองได้¹⁰²

จากการสัมภาษณ์คุณชัยนันท์ (โดยทีมผู้วิจัย) ทำให้ได้ทราบว่าทางการจีนอนุญาตให้บริษัทของจีนเพียง 5 บริษัทเป็นผู้ดูแลปริมาณโควตาการนำเข้าผลไม้จากไทย ซึ่งทั้ง 5 บริษัทมีรัฐบาลเป็นผู้ถือหุ้น

จีนมีการตั้งกฎให้ใบอนุญาตแก่ผู้ค้าปลีกหรือผู้ค้ารายย่อย เพื่อลดช่องทางการนำเข้าของผู้ประกอบการไทย ทำให้เกิดการควบคุมราคาสินค้า และผู้ขายชาวไทยไม่สามารถติดต่อกับลูกค้าจีนได้¹⁰³

จากกฎเกณฑ์ทั้งหมดนี้ สามารถกล่าวได้ว่าทางการจีนควบคุมปริมาณการนำเข้าผลไม้อย่างเป็นระบบทั้งจากโควตาการนำเข้า ระบบภาษีนำเข้าและภาษีมูลค่าเพิ่ม รวมไปถึงกฎเกณฑ์อื่น ๆ ที่ไม่ใช่ภาษี (Non-tariff Barrier) ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น นอกจากประเทศจีนจะมีการควบคุมโควตาการนำเข้า ระบบภาษีนำเข้าและภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยพบว่า เมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2552 เจ้าหน้าที่ด่านศุลกากรท่าเรือหนิงโป¹⁰⁴ ตรวจจับผู้เกี่ยวข้องในการนำเข้าลำไยอบแห้งจากประเทศไทย ทำให้ลำไยอบแห้งส่งออกจากประเทศไทยจำนวนมากถูกกักไว้ที่ด่านศุลกากรท่าเรือหนิงโป สาเหตุที่ทำการตรวจจับเนื่องจากผู้นำเข้าเหล่านี้หลบเลี่ยงภาษีมูลค่าเพิ่มโดยการแจ้งเกรดและราคาลำไยอบแห้งต่ำกว่าความเป็นจริง ก่อให้เกิดความเสียหายต่อพ่อค้าไทยเป็นจำนวนมาก

¹⁰¹ The North อนาคตเหนือ (10 กรกฎาคม 2559) “ลำไยในเงาจีน” สืบค้นที่: <https://www.youtube.com/watch?v=o-gx-fxRc7Y>

¹⁰² ทีมข่าว TCJ (8 พฤษภาคม 2559) “ทุนจีนรุกคืบทำ ‘ล้งจีน’ บุกสวนผลไม้ไทย จีรัฐ ‘ล้อมคอก-ขันนอต-ใช้กฎหมาย’” สืบค้นที่: <http://www.tcjthai.com/news/2016/08/scoop/6187>

¹⁰³ ผศ.ดร. อภิชาติ ไสยาแดง และคณะ (กุมภาพันธ์ 2551) “โครงการศึกษาระบบจัดการโซ่อุปทานลำไยสดในประเทศไทย” บทสัมภาษณ์ ดร.ธนะชัย พันธุ์เกษมสุข

¹⁰⁴ แสนดี สีสุนทิโพธิ์ (14 มกราคม 2553) “อนาคตลำไยอบแห้งส่งออกของไทยไปจีนอยู่ที่ห่วงโซ่อุปทานที่แข็งแกร่ง” สืบค้นที่: http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/interesting-facts/detail.php?SECTION_ID=607&ID=1666

สุดท้ายด้วยระบบภาษีมูลค่าเพิ่มของจีนมีความแตกต่างจากไทย กฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ และด้วยวิธีปฏิบัติที่ซับซ้อนของจีนกลับกลายเป็นพ่อค้าจีนไม่ได้เสียภาษีมูลค่าเพิ่มแต่อย่างใด¹⁰⁵ ซึ่งจากมาตรการภาษีที่แตกต่างกันดังกล่าว ทำให้ผลไม้จากล้งไทยมีราคาสูงกว่าล้งจีน ย่อมทำให้ไทยเสียเปรียบในด้านต้นทุนและการเข้าสู่ตลาดจีน

- มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช

ลำไยสดเป็นผลไม้ 1 ใน 5 ชนิดของไทยที่ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขภายใต้พิธีสารว่าด้วยข้อกำหนดการส่งออกผลไม้จากไทยไปจีนและจีนมาไทย (AQSIQ) ซึ่งกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ลงนามร่วมกับสำนักงานควบคุมคุณภาพตรวจสอบและกักกันโรคแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีนเมื่อปี พ.ศ. 2547 และฉบับใหม่ ปี พ.ศ. 2548 โดยมีข้อกำหนดดังนี้

- (1) ต้องเป็นลำไยจากสวนที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน GAP และโรงคัดบรรจุที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน GMP จากกรมวิชาการเกษตร เพื่อเป็นข้อมูลสามารถตรวจสอบย้อนหลังได้กรณีพบปัญหาที่ปลายทาง
- (2) ผู้ส่งออกต้องจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกลำไยสดกับกรมวิชาการเกษตร
- (3) ลำไยต้องผ่านการตรวจสอบสารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (SO₂) โดยมีค่า (SO₂) ในเนื้อไม่เกิน 50 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม (PPM) และต้องมีใบรับรองวิเคราะห์แนบไปกับสินค้าทุกล็อต
- (4) ต้องไม่มีดิน ใบ กิ่ง และก้านติดผลยาวไม่เกิน 15 cm.
- (5) ภาชนะบรรจุต้องใหม่ สะอาดและระบุข้อความตามข้อกำหนด (Name of the Exporting company, Fruit type, Orchard register number, Packing house register number, Packing date, Export to the People's Republic of China)
- (6) ใบรับรองสุขอนามัยพืชที่กำกับไปกับผลไม้ต้องระบุข้อความในช่อง additional declaration (This fruit is in compliance with the protocol on inspection and quarantine conditions of tropical fruits to be exported from Thailand to China) ด้วย

มาตรการนี้ เป็นอุปสรรคสำคัญในการส่งออกที่ทำให้ล้งไทยเสียเปรียบล้งจีน เนื่องจากล้งไทยจะต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดทุกข้อเพื่อให้ได้สิทธิ์ส่งออก ทำให้ต้นทุนในการดำเนินการสูงขึ้น บางรายไม่มีทุนก็ไม่สามารถดำเนินการต่อได้ หรือบางรายต้องยอมเข้าร่วมกับทุนจีน

¹⁰⁵ ทีมข่าว TCJ (8 พฤษภาคม 2559) “ทุนจีนรุกคืบทำ ‘ล้งจีน’ บุกสวนผลไม้ไทย จีรัฐ ‘ล่อมคอก-ขันนอต-ใช้กฎหมาย’”
สืบค้นที่: <http://www.tcijthai.com/news/2016/08/scoop/6187>

อย่างไรก็ดี กรมวิชาการเกษตรได้ดำเนินการติดตามปัญหาอย่างต่อเนื่อง โดยในวันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2557 นายดำรง จิระสุทัศน์ อธิบดีกรมวิชาการเกษตร เปิดเผยว่าจากการที่ นายสัญญา ปุณณะชัยศิริ นายกสมาคมผู้ค้าและส่งออกผลไม้ไทย ให้ข้อมูลว่าขณะนี้จีนห้ามนำเข้าลำไยจากประเทศไทย เป็นเรื่องเข้าใจผิด และเป็นการกล่าวหาแบบไม่มีความรับผิดชอบ ซึ่งข้อเท็จจริง คือ กรมวิชาการเกษตรได้งดออกใบรับรองสุขอนามัยพืชจาก 2 บริษัทที่มีผู้ประกอบการจีนเป็นผู้ถือหุ้น เนื่องจากตรวจพบว่าทั้ง 2 บริษัทมีการใช้ซิลเฟอรัมทั้งเปลือกลำไยในปริมาณที่เกินมาตรฐานที่ 50 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม¹⁰⁶

วันที่ 13 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 มีรายงานว่า ทางกรีนได้ออกหนังสือแจ้งระงับการนำเข้าลำไยสดจากผู้ประกอบการไทย 9 แห่ง เนื่องจากตรวจพบปริมาณสารซิลเฟอไรด์ออกไซด์เกินกว่าเกณฑ์ที่กำหนด 50 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม (PPM)¹⁰⁷

จากปัญหาสารซิลเฟอไรด์ออกไซด์และปริมาณกำมะถันตกค้างในเนื้อผลลำไย เกินกว่าเกณฑ์ที่ทางการจีนกำหนด ทำให้มีงานวิจัยของคณะวิศวกรรมและอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ โดยมี ผศ. จักรพงษ์ พิมพ์มิล เป็นหัวหน้าโครงการวิจัย สนับสนุนทุนวิจัยโดย สกว. ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 ผลที่ได้จากการวิจัยนี้ คือ การพัฒนาและปรับปรุงเทคนิคการรมสารซิลเฟอไรด์ออกไซด์กับผลลำไยสดด้วยการนำแก๊สซิลเฟอไรด์ออกไซด์จากถังอัดความดันโดยตรง รวมทั้งนำระบบบังคับอากาศแนวตั้งเข้ามาใช้ในกระบวนการรม จากวิธีดังกล่าวทำให้ผลลำไยสดมีปริมาณการตกค้างในส่วนเนื้อผลหลังจากรมทันทีประมาณ 15-20 PPM นอกจากนี้ยังสามารถควบคุมโรคและป้องกันการเกิดสีน้ำตาลบนเปลือกผลลำไยได้มากกว่า 20 วัน ที่อุณหภูมิ 2 องศาเซลเซียส ความชื้นสัมพัทธ์ร้อยละ 95

ทั้งนี้ต้นทุนการสร้างห้องรมแก๊สซิลเฟอไรด์ออกไซด์ตามเทคนิคนี้ ค่าใช้จ่ายประมาณ 500,000-550,000 บาท สามารถรมแก๊สซิลเฟอไรด์ออกไซด์กับผลลำไยได้สูงสุดต่อการผลิต 1 ครั้งเท่ากับ 4,140 กิโลกรัม (ประมาณ 360 ตะกร้า) ใช้เวลาประมาณหนึ่งชั่วโมงครึ่งถึงสองชั่วโมง¹⁰⁸

2.3.3 สถานการณ์ตลาดในประเทศ กรณี: ลำไย

เมื่อพิจารณาการบริโภคลำไยในประเทศ จากสถิติในปี พ.ศ. 2549 พบว่า ปริมาณบริโภคในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 17 ของปริมาณผลผลิตลำไยทั้งหมด¹⁰⁹ ที่เหลือร้อยละ 83 คือ ลำไยที่ถูกส่งออกไปยัง

¹⁰⁶ กรุงเทพธุรกิจ (15 มกราคม 2557) “เกษตรแจ้งเหตุส่งออกลำไยเข้าจีนไม่ได้” สืบค้นที่:
<http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/556131>

¹⁰⁷ เดลินิวส์ (13 พฤษภาคม 2557) “ลำไยไทยผ่านด่านสุดโหดตลาดจีน ลดสารตกค้างด้วยห้องรมจากแม่โจ้” สืบค้นที่:
<https://www.dailynews.co.th/agriculture/236971>

¹⁰⁸ อ้างอิงแล้วใน “ลำไยไทยผ่านด่านสุดโหดตลาดจีน ลดสารตกค้างด้วยห้องรมจากแม่โจ้”

¹⁰⁹ อ้างอิงแล้วใน “โครงการศึกษาระบบจัดการโซ่อุปทานลำไยสดในประเทศไทย”

ต่างประเทศ โดยช่องทางในการกระจายลำไยภายในประเทศจะดำเนินการผ่านตลาดที่สำคัญ ได้แก่ ตลาดไท ตลาดมหนาค ตลาดสี่มุมเมือง และตลาด อตก.

- ตลาดไท เป็นตลาดสำหรับกระจายลำไยที่มาจากภาคเหนือและภาคกลาง ผู้ค้าที่ตลาดไทจะรับผลผลิตจากเกษตรกรทั้งที่เป็นคู่ค้าประจำและทั่วไป โดยจะรับวันละประมาณ 1 ตัน แต่ถ้าเป็นช่วงฤดูลำไยจะรับประมาณวันละ 30 ตัน โดยคู่ค้าจะเป็นผู้รวบรวมสินค้าจากเกษตรกรแล้วขนส่งโดยรถกระบะมายังตลาดไท การตรวจสอบคุณภาพลำไยนั้นจะเกิดขึ้น ณ จุดรับซื้อ สำหรับลำไยสดจะตรวจแบบคละเกรด โดยพิจารณาจากขนาดและสีผิว ถ้ากรณีลำไยในฤดูจะมีการคัดเกรดแบ่งย่อยตามคุณภาพของลำไย
- ตลาดมหนาค เป็นตลาดค้าปลีก ส่วนใหญ่เป็นลำไยพันธุ์อีดอ โดยราคาขายปลีกลำไยอยู่ที่ประมาณ 35 บาทต่อกิโลกรัม
- ตลาดสี่มุมเมือง เป็นตลาดขายส่ง จะมีพ่อค้าคนกลางมาขายให้พ่อค้าที่ตลาดสี่มุมเมือง และกระจายไปยังพ่อค้าแผง ลำไยส่วนใหญ่มาจากจังหวัดจันทบุรี ซึ่งลำไยเหล่านี้จะผ่านการรมซัลเฟอร์แล้ว มีสีสวย เปลือกหนา ราคาซื้อจะอยู่ที่ประมาณ 21 บาทต่อกิโลกรัม และราคาขายประมาณ 26 บาทต่อกิโลกรัม
- ตลาด อตก. เป็นตลาดค้าปลีก มีการขายปลีกลำไยนอกฤดู ซึ่งมีบรรจุก้นอย่างดี ลำไยที่ขายมาจากพ่อค้าคนกลางที่รับมาจากชาวสวนอีกทอดหนึ่ง ราคาขายสูงกว่าตลาดอื่น ๆ ราคาประมาณกล่องละ 90 บาท

เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนการผลิต และการบริโภคลำไย ปริมาณลำไยที่ประเทศไทยสามารถผลิตได้ในแต่ละปีมากกว่าปริมาณความต้องการบริโภคลำไยภายในประเทศ ทำให้ผลผลิตส่วนใหญ่ถูกส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ โดยถูกส่งออกไปในลักษณะของลำไยสดและลำไยแปรรูป ได้แก่ ลำไยอบแห้ง (ทั้งแบบอบแห้งทั้งเปลือกและแบบอบแห้งเฉพาะเนื้อ) ลำไยแช่แข็ง และลำไยกระป๋อง โดยมีตลาดส่งออกลำไยสดที่สำคัญของไทยได้แก่ จีน ฮองกง อินโดนีเซีย เวียดนาม มาเลเซีย และสิงคโปร์ ซึ่งเป็นตลาดดั้งเดิม ส่วนตลาดใหม่ได้แก่ แคนาดา ฝรั่งเศส และอังกฤษ สำหรับตลาดส่งออกลำไยอบแห้งสำคัญของไทยได้แก่ จีน ฮองกง เวียดนาม และสิงคโปร์ ตลาดลำไยกระป๋องส่งออกไปยังสิงคโปร์ มาเลเซีย ฮองกงและสหรัฐอเมริกา

2.3.3.1 ความต้องการบริโภคลำไยภายในประเทศไทย

สำหรับลำไยที่นิยมบริโภคในประเทศไทยที่มีความต้องการบริโภคมากที่สุด คือ ลำไยพันธุ์สีชมพู เนื่องจากผลใหญ่ขนาดปานกลาง ทรงผลค่อนข้างกลม ผิวสีน้ำตาลอมแดง ผิวเรียบ มีกระสีคล้ายตลอดผล เนื้อหนานปานกลาง นุ่มและกรอบ ยิ่งผลแก่จัดสีของเนื้อยิ่งเข้ม เนื้ออ่อน รสหวาน กลิ่นหอม เมล็ดค่อนข้างเล็ก ซึ่งลำไยพันธุ์นี้เป็นลำไยที่นิยมเพาะปลูกมากในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดอุบลราชธานี สกลนคร

และนครราชสีมา รองลงมาคือพันธุ์อีดอ เพาะปลูกในทางภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และ เชียงราย¹¹⁰

จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรและกรมศุลกากร (2561) แสดงให้เห็นถึงปริมาณการ บริโภคลำไยสดและแปรรูปภายในประเทศไทยเพิ่มขึ้น โดยพบว่าในปี พ.ศ. 2560 การบริโภคลำไยสดและแปรรูปภายในประเทศไทยมีมากถึง 30,592 ตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.37 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2559 ดังแสดงให้เห็น ในตารางที่ 2-54

ตารางที่ 2-54 ปริมาณบริโภคลำไยสดและแปรรูปภายในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2559-2560

ปี	ปริมาณบริโภคลำไยสด และแปรรูปในประเทศ (ตัน)	สัดส่วนเมื่อเปรียบเทียบกับ ปีก่อนหน้า (ร้อยละ)
2559	25,000	
2560	30,592	22.37

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรและกรมศุลกากร¹¹¹ ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

2.3.4 ห่วงโซ่การค้าในประเทศ กรณี: ลำไย

ช่องทางการจัดจำหน่ายลำไยภายในประเทศไทย (ในปี พ.ศ. 2551) ประกอบด้วย 4 ช่องทางหลัก คือ ตลาดไท ตลาดมหานาค ตลาดสี่มุมเมือง และตลาด อตก. ซึ่งได้กล่าวมาแล้วในหัวข้อที่ 2.3.3

การซื้อขายลำไยในประเทศไทยมี 3 รูปแบบคือ การขายแบบเหมาสวน เกษตรกรขายเอง และการ รวมกลุ่มกันขาย ซึ่งลักษณะทั้ง 3 แบบนี้ ส่วนมากพ่อค้าจะเป็นผู้กำหนดราคาซื้อขายลำไย มีรายละเอียดดังนี้

- การขายแบบเหมาสวน เป็นการซื้อขายลำไยก่อนผลผลิตจะออกสู่ตลาด (เป็นการซื้อขายล่วงหน้า นิยมเรียกว่า ตกเขียว) โดยเกษตรกรอาจจะขายเป็นบางส่วนหรือเหมาทั้งสวน ซึ่งการติดต่อซื้อขาย จะมีพ่อค้าเข้ามาติดต่อกับเกษตรกร เมื่อตกลงราคาซื้อขายกันได้แล้ว พ่อค้าจะจ่ายเงินมัดจำไว้ และทยอยจ่ายจนครบ เมื่อเก็บเกี่ยวผลผลิตจนหมดสวนแล้ว ในกรณีที่เกษตรกรขายลำไยเหมาสวนในช่วงที่ติดผลแล้วจะได้ราคาดีกว่าเกษตรกรที่ขายลำไยเหมาสวนในช่วงลำไยออกดอกและติดผลช่วงเริ่มต้น เนื่องจากในขณะที่ขายยังไม่ทราบราคาตลาดที่แน่นอน

¹¹⁰ ศูนย์เครือข่ายวิจัยและพัฒนาลำไยแม่โจ้-สกว. (กันยายน 2553). ลำไยสาส์น ฉบับที่ 4 ประจำเดือน สิงหาคม-กันยายน 2553. Retrieved from <http://www.longancenter.mju.ac.th/main/assets/files/newsletter/1362767447.pdf>

¹¹¹ กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์. (2561). ปฏิทินฤดูกาลสินค้าเกษตร ปี 2561. Retrieved from https://www.dit.go.th/PR_PublicationViewer.aspx?id=1179#p

- เกษตรกรขายเอง กรณีนี้เกษตรกรสามารถขายหน้าสวนเองได้ มีพ่อค้ามารับซื้อถึงสวน นำไปวางขายเองที่ตลาด และนำไปขายที่จุดรับซื้อของพ่อค้าระดับต่าง ๆ โดยเกษตรกรจะขายตามเกรดหรือคละเกรดก็ได้
- การรวมกลุ่มกันขาย กรณีนี้เกษตรกรจะรวมกลุ่มกันขายลำไยให้กับพ่อค้า ข้อดีของการรวมกลุ่มคือเกษตรกรจะมีอำนาจต่อรองราคาลำไยกับพ่อค้าได้ แต่วิธีนี้ไม่เป็นที่นิยมมากนักในหมู่เกษตรกรลำไย¹¹²

ด้วยรูปแบบการซื้อขายที่นิยมทั้ง 2 รูปแบบคือ การซื้อขายแบบเหมาสวนและเกษตรกรขายเอง ส่งผลให้มีกลุ่มพ่อค้าคนจีน (ผู้ประกอบการล้งจีน) เข้ามาติดต่อซื้อขายลำไยกับชาวสวนโดยตรง ซึ่งเหตุการณ์นี้เริ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2545 – 2546 เนื่องจากคนจีนเริ่มมีความนิยมบริโภคลำไยของไทย ทำให้มีปริมาณความต้องการลำไยเพิ่มขึ้นมาก พ่อค้าจีนจึงเริ่มเข้ามาตั้งล้งหรือโกดังรับซื้อผลไม้เพื่อรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรในพื้นที่โดยตรง¹¹³ การเข้าดำเนินการนี้มีอยู่หลายรูปแบบ อาจจะใช้วิธีจ้างพ่อค้าคนกลางที่เคยรวบรวมผลผลิตให้กับล้งไทยอยู่แล้ว เพื่อรวบรวมผลผลิตให้กับล้งจีน หรืออาจจะใช้วิธีเข้าไปร่วมทุนกับเจ้าของล้งคนไทย แล้วให้คนไทยเป็นพนักงานของบริษัท (ให้คนไทยเป็นนอมินี) โดยรูปแบบของนอมินีมีลักษณะดังนี้¹¹⁴ พ่อค้าจีนเข้ามาแต่งงานกับคนไทย ทำให้สามารถดำเนินการในฐานะเป็นล้งไทย และพ่อค้าจีนเข้ามาหาคนไทยร่วมดำเนินการ ในทางเอกสารเป็นการจดทะเบียนร่วมทุน เพื่อให้ทุกอย่างเป็นไปตามระเบียบข้อกำหนดของไทย แต่ในความเป็นจริงแล้วการดำเนินการทุกอย่าง รวมไปถึงเงินทุนต่าง ๆ พ่อค้าจีนเป็นคนบริหารจัดการทั้งหมด คนไทยทำหน้าที่เพียงการสำรวจพื้นที่และกว้านซื้อผลผลิตถึงในสวนลำไยในลักษณะเหมาซื้อล่วงหน้าเท่านั้น

2.3.4.1 ระบบห่วงโซ่อุปทานลำไยของภาคตะวันออก¹¹⁵

ห่วงโซ่อุปทานลำไยของภาคตะวันออก ประกอบด้วย ชาวสวนผู้ปลูกลำไย พ่อค้ารวบรวม สหกรณ์หรือกลุ่มเกษตรกร ล้ง (ตัวแทนผู้ส่งออก) และผู้ส่งออก มีการดำเนินกิจกรรมหลักแตกต่างกันไปตามบทบาทหน้าที่ ตั้งแต่การจัดการด้านการผลิตจนถึงผู้บริโภคปลายทาง โดยเกษตรกรชาวสวนในจังหวัดจันทบุรีมีรูปแบบการผลิตลำไย 2 รูปแบบ ได้แก่ เกษตรกรผลิตลำไยตามระบบการจัดการคุณภาพ GAP (Good Agricultural Practices) และเกษตรกรผู้ปลูกลำไยที่ไม่ได้ปฏิบัติตามระบบการจัดการคุณภาพ GAP โดยสาเหตุที่เกษตรกรไม่ปฏิบัติตามระบบการจัดการคุณภาพ GAP อาจเนื่องมาจากราคาขายของผลผลิตทั้งสองรูปแบบเท่ากัน และ

¹¹² อ้างอิงแล้วใน “โครงการศึกษาระบบจัดการห่วงโซ่อุปทานลำไยสดในประเทศไทย”..

¹¹³ ประชาธรรม (29 เมษายน 2559) “พ่อค้าลำไย กับนักลงทุนกระเป๋าทูจากจีน” สืบค้นที่:
http://www.prachatham.com/article_detail.php?id=431

¹¹⁴ กรุงเทพธุรกิจ (13 มีนาคม 2560) “ทุนจีนฮุบล้งรับซื้อลำไย หวั่นระยะยาวเกษตรกรเสียเปรียบ” สืบค้นที่:
<http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/744965>

¹¹⁵ พนิดา บุญฤทธิ์ธงไชย. (2561). โลจิสติกส์ของลำไยในภาคตะวันออกของประเทศไทย. from ศูนย์นวัตกรรมเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว <http://www.phtnet.org/2018/01/737/>

เกษตรกรที่ เป็นผู้ผลิตรายใหม่ซึ่งพื้นที่ในการปลูกอาจยังมีขนาดเล็ก และขั้นตอนในการปฏิบัติตามหลัก GAP นั้นค่อนข้างยาก จึงทำให้เป็นอุปสรรคต่อการยอมรับของเกษตรกร ทั้งนี้พบว่าจำนวนเกษตรกรผู้ปลูกลำไยใน จันทบุรีที่ทำการขอ GAP มีปริมาณมากขึ้น เนื่องจากทางหน่วยงานราชการมีการเผยแพร่ความรู้และประโยชน์ ของการจัดการตามระบบคุณภาพ GAP

จากรายงานการวิจัย พนิดา บุญฤทธิ์ธงไชย และคณะ (2556)¹¹⁶ พบว่าปริมาณผลผลิตลำไยของ เกษตรกรกลุ่มที่มีการจัดการคุณภาพตามระบบ GAP มีปริมาณผลผลิต 1,543 กิโลกรัมต่อไร่ ซึ่งมีปริมาณสูง กว่ากลุ่มที่ไม่ได้ปฏิบัติตามระบบ GAP (1,499 กิโลกรัมต่อไร่) อาจเนื่องมาจากการจัดการคุณภาพตามระบบ GAP เกษตรกรต้องมีการวางแผนและการจัดการที่มีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นการจัดการเพื่อให้ได้ผลลำไยที่มี ขนาดใหญ่ สม่าเสมอ การควบคุมปริมาณดอกและผล การจัดการเพื่อให้ได้ผลผลิตลำไยที่ปลอดจากศัตรูพืช จึง ทำให้ได้ผลผลิตมีปริมาณมากกว่าการจัดการแบบไม่ได้ปฏิบัติตามระบบ GAP นอกจากนี้ยังพบว่าต้นทุนการ ผลิตรวมลำไยของเกษตรกรที่มีการจัดการคุณภาพตามระบบ GAP มีต้นทุนการผลิตรวมต่ำกว่าของเกษตรกรที่ ไม่ได้ปฏิบัติตามระบบ GAP เนื่องจากการจัดการตามระบบ GAP เกษตรกรต้องมีการจัดการพื้นที่ปลูกและ แผนการปลูกให้เหมาะสม ซึ่งการจัดทำแผนการปลูกและการจัดการพื้นที่ปลูกให้เหมาะสม เช่น ในบาง กิจกรรมนั้นสามารถลดหรือตัดขั้นตอนบางส่วนออกไปได้ เกษตรกรต้องใส่ใจในจุดนั้น เพราะทำให้ค่าใช้จ่ายใน ส่วนนั้นลดลง ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตลำไยลดลงและให้ผลกำไรเพิ่มขึ้น

ดังนั้นการลดต้นทุนการผลิตเกษตรกรควรปลูกลำไยตามระบบ GAP เนื่องจากเป็นระบบการประกัน คุณภาพและมาตรฐานของลำไย ทำให้ลำไยได้ราคาดีกว่าการปลูกแบบไม่เป็นไปตามระบบ GAP รวมถึง เกษตรกรต้องหันมาใส่ใจเรื่องคุณภาพสินค้าและมาตรฐานมากขึ้น การลดต้นทุนการผลิต และต้นทุนโลจิสติกส์ ของเกษตรกร ในด้านการจัดหาปัจจัยการผลิต เกษตรกรควรรวมกลุ่มผู้ปลูกลำไย เพื่อวางแผนการจัดซื้อปัจจัย การผลิตภายนอก เช่น สารกำจัดวัชพืช ปุ๋ยเคมี ปุ๋ยอินทรีย์ และผลิตภัณฑ์การเกษตรอื่น ๆ ทั้งนี้ทำให้สามารถ ต่อรองราคาซื้อผลิตภัณฑ์การเกษตรจากร้านจำหน่าย และควรจัดซื้อในครั้งเดียว เพื่อให้เพียงพอต่อรอบการ ผลิตในแต่ละครั้ง ซึ่งช่วยให้สามารถลดต้นทุนได้

สำหรับการขนส่งลำไยจากสวนที่ปลูกไปยังโรงคัดบรรจุนั้น ทางล้งหรือผู้รวบรวมเป็นผู้ขนส่งผลผลิต ดังนั้นต้นทุนด้านการขนส่งผลผลิตลำไยจึงเป็นของผู้รวบรวม การผลิตลำไยเพื่อการส่งออกของจังหวัดจันทบุรีมี ความแตกต่างกับการผลิตผลไม้ชนิดอื่น ๆ โดยล้งจะทำการติดต่อตกลงซื้อขายก่อนถึงฤดูเก็บเกี่ยว แต่ละล้งมี ตลาดในเมืองจีนที่แน่นอนและต้องมีสินค้าส่งให้ลูกค้าตามกำหนดเวลาที่ตกลงกันไว้ เนื่องจากจีนมีความ ต้องการสินค้าเป็นจำนวนมากประกอบกับความต้องการบริโภคลำไยในตลาดจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามจำนวน ประชากรที่เพิ่มขึ้นของประเทศจีน ทำให้แต่ละล้งจำเป็นต้องมีลำไยไว้ในมือก่อนที่จะถึงฤดูเก็บเกี่ยว ทั้งนี้

¹¹⁶ พนิดา บุญฤทธิ์ธงไชย และคณะ. (2556). การวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ของลำไยในจังหวัดจันทบุรี. วารสารวิทยาศาสตร์ เกษตร, 45(2), 385-388.

ผู้รวบรวมหรือล้งจะเป็นผู้รับผิดชอบในกระบวนการเก็บเกี่ยว คัดแยกขนาดและคุณภาพ โดยแรงงานส่วนมากเป็นแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้าน ทำการเก็บเกี่ยวคัดแยกขนาดและคุณภาพที่สวน ตลอดจนเตรียมรถสำหรับขนส่งลำไยจากสวนหรือสถานที่รวบรวมไปที่โรงคัดบรรจุ ดำเนินการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์เพื่อยืดอายุการเก็บรักษา รวมทั้งเพื่อให้สีผิวเปลือกเป็นสีทองสวยงาม หลังจากรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์แล้ว จึงทำการหึ่งให้แห้ง บรรจุ และลำเลียงในตู้คอนเทนเนอร์ควบคุมอุณหภูมิเพื่อส่งออกประเทศจีน

เมื่อลำไยส่งถึงประเทศจีนแล้วจะถูกสุ่มตรวจจากกระทรวงควบคุมคุณภาพตรวจสอบและกักกันโรคแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน (The General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine AQSIQ) โดยต้องมีก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ตกค้างในเนื้อลำไยไม่เกิน 50 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม ถ้าพบว่าปริมาณซัลเฟอร์ไดออกไซด์สูงกว่าที่กำหนด ลำไยจะถูกส่งตักกลับประเทศไทย นอกจากนี้พบว่าผู้รวบรวมลำไยเพื่อการส่งออกไปยังประเทศจีนในเขตอำเภอสอยดาวและโป่งน้ำร้อน ผู้รวบรวมลำไยจะเป็นผู้จัดหาแรงงานเข้าไปเก็บเกี่ยว บรรจุและขนส่งจากสวนสู่โรงคัดบรรจุ จากนั้นดำเนินการจนลำเลียงสู่ตู้คอนเทนเนอร์ที่ควบคุมอุณหภูมิ 0-1 องศาเซลเซียส

2.3.4.2 บทบาทของผู้ประกอบการจีนต่อห่วงโซ่อุปทานลำไยไทย

การเข้ามาของผู้ประกอบการล้งจีนริเริ่มในช่วงปี พ.ศ. 2546 – 2548 โดยเข้ามาในพื้นที่ภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ และลำพูน อีกกลุ่มหนึ่งเข้ามาที่ชายแดน อำเภอเชียงของ และ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ซึ่งสถานการณ์ในช่วงนี้พบว่าเกษตรกรและพ่อค้าชาวไทยมีความได้เปรียบมากกว่าพ่อค้าชาวจีน¹¹⁷ เนื่องจากพ่อค้าชาวจีนยังคงต้องอาศัยพ่อค้าท้องถิ่น เพราะปัญหาด้านภาษาและการสื่อสารกับเจ้าของสวนเป็นหลัก จากนั้นเมื่อลำไยที่ขยายการปลูกไปยังพื้นที่จังหวัดจันทบุรี ช่วงปี พ.ศ. 2554 – 2555¹¹⁸ ล้งจีนได้ขยายตัวไปตั้งในจังหวัดจันทบุรีด้วย โดยลักษณะการเข้ามาของล้งจีนในแต่ละพื้นที่มีความคล้ายคลึงกัน และล้งไทยเริ่มเสียเปรียบล้งจีนมากขึ้น เนื่องจากล้งจีนสามารถรับซื้อลำไยจากเกษตรกรได้ในราคาที่สูงกว่าไทยรับซื้อเล็กน้อยหรือบางครั้งเท่ากับราคาที่ล้งไทยรับซื้อ อีกทั้งล้งจีนสามารถรับซื้อได้ในปริมาณที่ไม่จำกัด แต่ล้งไทยมีกระแสเงินสดจำกัด ไม่สามารถรับซื้อปริมาณลำไยสดทั้งหมดที่ออกมาพร้อมกันในตลาดได้ การที่เกษตรกรขายให้ล้งจีนจึงมีรายได้ดีกว่า จากเหตุผลเหล่านี้ทำให้เกษตรกรตัดสินใจขายให้ล้งจีนหมด ผู้ประกอบการที่เป็นล้งไทยจึงค่อย ๆ เลิกกิจการไป บางรายที่มีฝีมือดีก็หันไปเป็นตัวแทนให้กับบริษัทของคนจีน บางรายก็กลายเป็นพนักงานบริษัทแทน ทำให้จำนวนผู้ประกอบการล้งจีนเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว ยกตัวอย่างเช่น ในจังหวัดลำพูน ปัจจุบันมีล้งลำไยทั้งหมด 70 ล้ง เป็นล้งไทย 10 ล้ง และเป็นล้งจีนมากถึง 60 ล้ง¹¹⁹ รวมทั้งล้งจีนมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่ดีกว่าพ่อค้าชาวไทย กล่าวคือ เมื่อลำไยเริ่มออกผลผลิต ได้เกิดเหตุการณ์ที่ล้งทั้งหมด

¹¹⁷ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ โดยทีมผู้วิจัย

¹¹⁸ spring NEWS (30 พฤษภาคม 2560) “ทุนจีนฮุบ! ตลาดผลไม้ไทย” สืบค้นที่: <http://money.sanook.com/487477/>

¹¹⁹ The North องค์กรเหนือ (10 กรกฎาคม 2559) “ลำไยในเงาจีน” สืบค้นที่: <https://www.youtube.com/watch?v=o-gx-fxRc7Y>

นัดกันไม่รับซื้อลำไยจากเกษตรกรเจ้าของสวนลำไยหรือจากพ่อค้าลำไย โดยอ้างว่าลำไยที่ตลาดปลายทางนั้น ยอดขายไม่ดี ส่วนลำไยที่อยู่ในท้องถิ่นก็ยังไม่ได้ออกไป ทำให้เกิดการกดราคารับซื้อลำไยอย่างหนัก โดยที่ทั้งเกษตรกรและพ่อค้าลำไยไม่มีทางรู้ได้เลยว่า ที่ตลาดในจีนมีปริมาณลำไยล้นตลาดจริงหรือไม่ เพราะตลาดจีนกว้างใหญ่ไพศาล สิ่งที่เป็นข้อขัดแย้งคือพนักงานคนไทยในล้งได้ยื่นข้อเสนอแก่คนจีนบ่นว่าขายลำไยปีนี้ขาดทุน แต่เค้าแก่ก็สามารถซื้อรถเบนซ์ใหม่ได้ ซื้อที่ดินขยายโกดังได้ เมื่อถึงฤดูกาลที่ลำไยออกผล โกดังที่ว่างอยู่จะมีชาวจีนมาเช่าเพื่อรับซื้อลำไย ทำให้มีโกดังใหม่เกิดขึ้นเยอะมาก เมื่อรับซื้อผลผลิตเสร็จก็สามารถส่งออกไปประเทศจีนได้กำไรเป็นจำนวนมาก จากนั้นเลิกเช่าโกดังกลับประเทศจีนไป กลายเป็นกำไรจากลำไยตกอยู่ในมือคนจีนทั้งหมด ส่วนชาวบ้านกลับไม่สามารถกำหนดอะไรได้

จากสภาพดังกล่าว ทำให้ราคาลำไยร่วงลงอย่างหนัก ในปี พ.ศ. 2558 รัฐบาลนายกฯ ประยุทธ์ จันทร์โอชา จึงประกาศประกันราคารับซื้อลำไยเกรดสองเอ ไม่ต่ำกว่ากิโลกรัมละ 15 บาท แต่ผลที่เกิดขึ้น คือ ล้งจีนใช้วิธีปิดไม่รับซื้อลำไยทั้งหมด เกษตรกรจึงไม่สามารถขายลำไยได้เช่นเดิม ล้งจีนมีความได้เปรียบมากกว่า คือไม่ซื้อก็ไม่เป็นไร สุดท้ายผลผลิตลำไยเน่าเสียเป็นจำนวนมาก เกษตรกรจึงมีมุมมองว่านโยบายรับประกันราคาลำไยไม่มีประโยชน์อะไรกับการค้าในยุคนี้อยู่¹²⁰

นายอรรชฎา เวชปริชา ผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ 6 ตำบลคลองใหญ่ อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี และเกษตรกรสวนลำไย 30 ไร่เปิดเผยว่า¹²¹ เมื่อเดือนมกราคม พ.ศ. 2559 ที่ผ่านมา ในพื้นที่หมู่ 6 เกิดปัญหา ล้งจีนเหมาสวนลำไยผิดสัญญาจำนวนหลายราย เกษตรกรได้รับความเสียหายตั้งแต่หลักแสนถึงหลักล้านบาท ซึ่งการผิดสัญญาเป็นเทคนิคของแต่ละล้ง เช่น เก็บครั้งแรกเลือกเก็บเฉพาะขนาดใหญ่ เบอร์ 1-2-3 จากนั้นไม่มาเก็บตามกำหนด หากชาวสวนนำไปขายให้ล้งอื่นก็จะถูกปรับ ในที่สุดลำไยจะสุกงอมและร่วง ทำให้ตกเกรดมาเป็นเบอร์ 5 หรือการคัดเลือกลำไยก็มีมาตรฐานต่างกัน ทำให้ราคาต่างกัน เกษตรกรเสียเปรียบสัญญา ล้งจีนมาตลอด

ล้งจีนจะมีนายหน้าคนไทยมาติดต่อเหมาสวนตั้งแต่ยังไม่ราดสารเร่งให้ลำไยออกนอกฤดู โดยจ่ายเงินมัดจำให้ร้อยละ 20-30 การทำสัญญาจะกำหนดราคาซื้อเหมาสวน กำหนดวันราดสารเร่งและกำหนดระยะเวลาที่เก็บผลผลิตประมาณ 6 เดือน และห้ามขายลำไยให้พ่อค้ารายอื่น หากทำผิดสัญญาแต่ละล้งจะระบุค่าปรับไว้ เช่น การขายลำไยให้พ่อค้ารายอื่นจะถูกปรับ 5-6 เท่าของเงินมัดจำ หากคุณภาพลำไยไม่ได้มาตรฐานต้องปรับราคาเหมาลดลง ข้อดีของล้งจีน คือ การให้เงินมัดจำล่วงหน้าร้อยละ 20-30 โดยไม่คิดดอกเบี้ย เพื่อนำมาบำรุงให้ผลผลิตมีคุณภาพ เพราะการปลูกลำไยนอกฤดูมีต้นทุนสูง

¹²⁰ ประชาธรรม (29 เมษายน 2559) “พ่อค้าลำไย กับนักลงทุนกระเป๋าทูจากจีน” สืบค้นที่:

http://www.prachatham.com/article_detail.php?id=431

¹²¹ ประชาชาติธุรกิจ (18 กุมภาพันธ์ 2559) “ลัทธิคอก"ล้งจีน"เบียดซื้อลำไย ดีห่วยเปียน-ทำสัญญามาตรฐาน” สืบค้นที่:

https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1455771557

ด้านเกษตรกรรายใหญ่ บ้านเขาชะอม อำเภอเขาสมิง จังหวัดตราด เปิดเผยว่า ประสบปัญหาไล่
เช่นกัน ซึ่งตนทำสวนลำไยมา 10 กว่าปี มีผลผลิตปีละ 150 ตัน เดิมขายให้คนไทยที่รวบรวมไปให้ล้งจีน
กิโลกรัมละ 35 บาท ล่าสุดเพิ่งเปลี่ยนมาขายให้ล้งจีนเป็นครั้งแรก เพราะผลผลิตออกในเดือนมกราคมจะได้
ราคาดีเพราะใกล้เทศกาลตรุษจีน โดยตกลงราคาเหมาที่ 40 บาทต่อกิโลกรัม วางเงินมัดจำไว้ 1 ล้านบาท ตอน
เก็บจะเลือกเฉพาะลูกใหญ่เบอร์ 1 เบอร์ 2 โดยเก็บผลผลิตไปแคว่งเงินที่มัดจำไว้ประมาณ 30 ตัน ที่เหลือ 100
ตัน ไม่มาเก็บอีก ถ้ามาเก็บก็จะกดราคาเหลือ 20 บาทต่อกิโลกรัม จึงต้องปล่อยลำไยร่วงหล่นเสียหาย ขาด
รายได้ไปกว่า 2 ล้านบาท

ทั้งนี้ผู้ประกอบการเงินบางรายเข้ามาแทรกแซงตลาดลำไยด้วยวิธี 1) การจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท
ประกอบธุรกิจในประเทศไทย ผ่านทางกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ โดยบริษัทต่างชาติจะใช้
เทคนิคในการจ้างคนไทยเป็นตัวแทนหรือนอมินี คือเป็นกรรมการบริษัทที่ถือหุ้นลม จากนั้นไปขอจดทะเบียน
ตั้งบริษัท (บริษัทที่ว่านี้เป็นบริษัทไทยตามกฎหมาย แต่รูปแบบการบริหาร เงินลงทุน การโอนเงิน และกิจกรรม
ต่าง ๆ ล้วนดำเนินการโดยคนต่างชาติ อาจจะมีคนไทยบ้าง แต่งานที่สำคัญจะบริหารและควบคุมโดย
ชาวต่างชาติ บริษัทและคนต่างชาติเหล่านี้มีจำนวนมากที่ อำเภอเชียงแสนและอำเภอเชียงของ จังหวัด
เชียงราย จังหวัดเชียงใหม่ และตลาดไท)

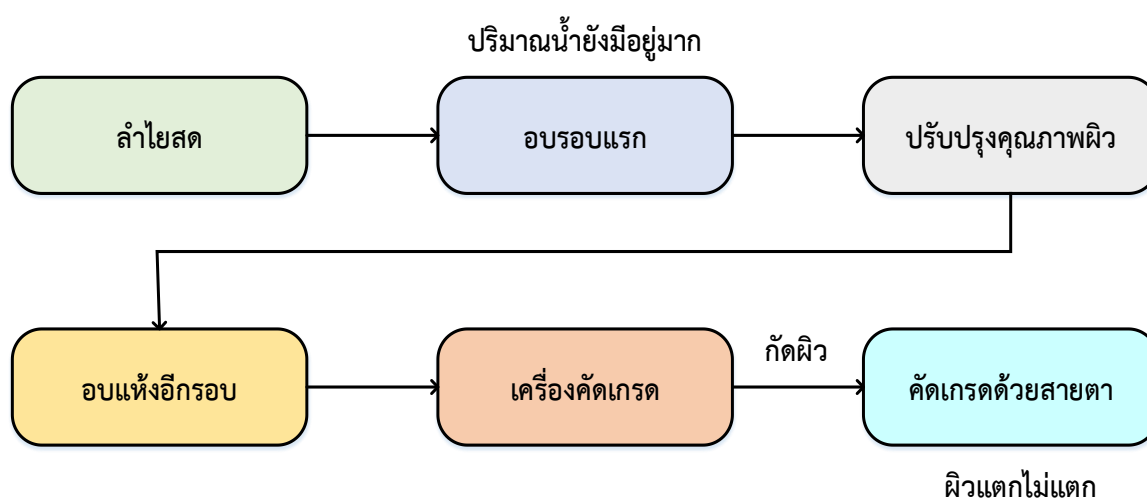
2) การตั้งโรงคัดบรรจุผลไม้ (ล้ง) โดยสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 50 เป็นของชาวจีน กลุ่มชาวต่างชาติจะ
รวมตัวกันเข้าไปติดต่อชาวสวนที่ปลูกผลไม้ โดยประเมินผลผลิตในแต่ละฤดูกาล แล้วเสนอราคาซื้อในราคา
ตามที่ล้งกำหนด ส่วนใหญ่จะให้ราคาสูงกว่าหรือใกล้เคียงกับราคาตลาด เมื่อเจ้าของสวนตกลง ล้งจะจ่ายเงิน
มัดจำส่วนหนึ่งให้แก่เจ้าของสวน ขั้นตอนนี้ทราบกันโดยทั่วไปว่าเป็นการ “ตกเขียว” ด้านผู้ปลูกลำไยใน
ภาคเหนือบอกว่า การกำหนดราคาซื้อในแต่ละวันถูกกำหนดโดยชาวต่างชาติ เจ้าของสวนไม่สามารถกำหนด
ราคาได้ ซึ่งผู้ประกอบการปลูกมังคุดและทุเรียนในจังหวัดระยองได้กล่าวในที่ประชุมเมื่อคราวสมาชิกสภา
ปฏิรูปแห่งชาติไปร่วมประชุมว่า คนต่างชาติจะให้ราคาซื้อสูงในช่วงต้นฤดู ชาวสวนจึงเร่งผลผลิต เมื่อคน
ต่างชาติเห็นว่าผลผลิตมาก จึงจะกำหนดราคาซื้อต่ำ ทำให้ชาวสวนมีความจำเป็นต้องขาย¹²²

2.3.4.3 การเข้ามาตั้งโรงงานแปรรูปลำไยของผู้ประกอบการจีน

สาเหตุที่ผู้ประกอบการชาวจีนสามารถเข้ามาตั้งล้งและโรงงานในประเทศไทยได้ เนื่องจากชาวจีนมี
การรวมกลุ่มกัน เพื่อทำการตรวจสอบราคาลำไยในแต่ละสวน ว่าแต่ละสวนให้ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของ
ลำไยหรือไม่ ทำให้ผู้ประกอบการชาวจีนสามารถคำนวณราคาซื้อลำไยที่หน้าสวนเป็นที่พึงพอใจต่อเกษตรกร
มากกว่าผู้ประกอบการชาวไทย ทั้งนี้การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการชาวจีนยังส่งผลให้มีอำนาจต่อรองเพิ่มมากขึ้น
ซึ่งสามารถทำให้ควบคุมปริมาณการรับซื้อลำไยสด เพื่อทำการต่อรองราคาลำไยของเกษตรกร สำหรับการ

¹²² ฐานเศรษฐกิจ. (18 เมษายน 2559). ‘ล้ง’ผลไม้ปัญหาระดับชาติ ลามชิปป์-พีชและธุรกิจอื่น ฐานเศรษฐกิจ. Retrieved
from <http://www.thansettakij.com/content/44048>

แก้ไขปัญหที่ผู้ประกอบการชาวจีนมีอำนาจต่อรองในการซื้อมากเกินไป ทางสมาคมผู้ส่งออกลำไยเองได้มีการแก้ไขปัญหาด้วยวิธีตรวจสอบคุณภาพลำไยสด และมีการให้ใบรับรอง แต่กลับพบว่ามีการนำลำไยเกรด B ไปรวมกับลำไยเกรด AA แล้วส่งออกลำไยเป็นเกรด AA จึงทำให้ไม่ประสบความสำเร็จในการแก้ไขปัญหานี้ และสาเหตุอีกประการที่ทำให้ผู้ประกอบการชาวจีนได้เปรียบ คือ การสนับสนุนจากรัฐบาลจีน โดยหน่วยงานรัฐบาลจากจีน (Bank of China) จะเข้ามาลงพื้นที่พัฒนาชุมชน และดูว่าคนในชุมชนนั้นมีใครสนใจที่จะทำธุรกิจหรือไม่ ถ้าหากมีผู้สนใจ หน่วยงานนี้จะทำการตรวจสอบประวัติการลงทุน จึงจะปล่อยเงินกู้ให้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ แต่ในกรณีของผู้ประกอบการไทยนั้นต้องดูแลทุกอย่าง เนื่องจากหน่วยงานของรัฐบาลไทยเอง (กองทุนหมู่บ้าน สหกรณ์ และรัฐวิสาหกิจ) ให้เงินสนับสนุนแต่ไม่ได้ส่งเสริมผู้มีความสามารถ¹²³



รูปที่ 2-42 ขั้นตอนการผลิตลำไยอบแห้ง
ที่มา: คณะผู้วิจัย

จากรูปที่ 2-42 ขั้นตอนของการคัดเกรดลำไยสดก่อนที่จะทำการอบรอบแรกนั้น จะทำการคัดเกรดที่ล้างและที่โรงงาน สำหรับการคัดเกรดลำไยที่ล้างนั้น ทางล้างจะมาขอยืมเครื่องคัดเกรดจากโรงงาน ทั้งนี้การแปรรูปลำไยอบแห้งต้องใช้เวลาผลิตประมาณ 50 ถึง 60 วันต่อปี เนื่องจากต้องใช้ลำไยในฤดูในการผลิตสาเหตุที่ไม่ใช้ลำไยนอกฤดูนั้น เนื่องจากมีปริมาณไม่เพียงพอ และลำไยนอกฤดูนิยมส่งออกไปยังประเทศจีนในลักษณะของลำไยสด ทั้งนี้ในช่วงเวลาที่เหลือทางโรงงานจะต้องเตรียมความพร้อมในเรื่องของการขนส่ง การหาเชื้อเพลิง (Wood Pellet) ในการทำลำไยอบแห้ง ซึ่งเชื้อเพลิง 2,000,000 กิโลกรัมจะสามารถอบลำไยสดได้ 10,000,000 กิโลกรัม การซ่อมบำรุงโรงงาน และการวางระบบอบลำไยอบแห้งด้วยไอน้ำ สำหรับแรงงานที่ใช้ในการคัดเกรดนั้นจะเป็นแรงงานในพื้นที่รวมถึงชาว โดยจะจ่ายค่าแรงเป็นรายสัปดาห์¹²⁴

¹²³ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ โดยทีมผู้วิจัย

¹²⁴ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ โดยทีมผู้วิจัย

2.3.4.4 ผลกระทบของผู้ประกอบการเงินต่อรูปแบบการซื้อขายลำไย

จากการเข้ามาของพ่อค้าชาวจีนในลักษณะของล้งจีน และการมาตั้งโรงงานแปรรูปลำไย ส่งผลให้ลักษณะการรับซื้อ และการส่งออกลำไยอบแห้งไปประเทศจีนมีการเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน โดยในช่วงแรกพบว่า ผู้ประกอบการแปรรูปลำไยจะเป็นผู้เจรจากับกลุ่มพ่อค้าชาวจีน โดยการสร้างความเชื่อมั่นให้กับพ่อค้าชาวจีน ผู้ประกอบการแปรรูปลำไยจะนำคณะพ่อค้าชาวจีนมาเยี่ยมชมโรงงานแปรรูป และนำไปชมสวนลำไยของเกษตรกรรายย่อย จึงทำให้พ่อค้าชาวจีนได้มีโอกาสคุยกับเกษตรกรรายย่อยโดยตรง จึงทราบว่าราคาส่วนต่างระหว่างหน้าโรงงานอบแห้งกับราคาที่เกษตรกรขายให้มีความแตกต่างอยู่มาก พ่อค้าชาวจีนจึงเล็งเห็นช่องทางที่จะสามารถเข้ามาชิงส่วนแบ่งที่แตกต่างกันส่วนนี้ ส่วนหนึ่งต้องยอมรับความจริงว่า ผู้ประกอบการล้งและโรงงานแปรรูปของไทยต่างมีความพยายามกดราคารับซื้อลำไยสดจากเกษตรกร เพื่อประกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นเนื่องจากลำไยราคาดกต่ำ ซึ่งราคารับซื้อเป็นสิ่งที่เกษตรกรรายย่อยพยายามเรียกร้องความเป็นธรรมมาโดยตลอด เพราะราคารับซื้อที่แท้จริงมักจะต่ำกว่าราคารับซื้อกลางที่ประกาศโดยสมาคมผู้ค้าและส่งออกผลไม้ไทย ทำให้ผู้ประกอบการล้งไทยต้องเลิกกิจการไป เพราะไม่มีเงินทุนมากพอที่จะสู้กับพ่อค้าจีนอีกประการหนึ่ง คือ ล้งจีนสามารถส่งออกลำไยเองได้โดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าจีน ล้งจีนบางรายสามารถดำเนินการได้ตั้งแต่การรวบรวมผลผลิต มีเตาอบแห้งของตนเอง ไปจนถึงส่งออกลำไยอบแห้งไปยังตลาดปลายทางในประเทศจีน พร้อมกับมีเครือข่ายในการกระจายสินค้าในประเทศจีน ซึ่งแตกต่างจากล้งไทยที่ต้องรอพ่อค้าชาวจีนมารับซื้อลำไยอบแห้งที่โรงงาน ทั้งนี้กลุ่มพ่อค้าชาวจีนทราบดีว่าโรงงานลำไยอบแห้งขาดเงินทุนหมุนเวียนไม่ได้ ถ้ากลุ่มพ่อค้าจีนหายไปเพียง 7 วัน กลุ่มโรงงานขนาดเล็กจำเป็นต้องขายลำไยอบแห้งในราคาต่ำกว่าปกติ ซึ่งจะส่งผลต่อราคาขายทั้งระบบ

สาเหตุหลักของการเข้ามาของพ่อค้าชาวจีนมีสาเหตุสำคัญมาจากการที่เกษตรกรไทยและพ่อค้าชาวไทยไม่สามารถควบคุมปริมาณและคุณภาพลำไยสด เนื่องจากประเทศไทยมีการผลิตลำไยสดได้ทั้งในและนอกฤดูกาล รวมทั้งเป็นที่ต้องการของตลาดจีน ทำให้การรับซื้อลำไยสดเปลี่ยนแปลงไป โดยมีล้งจีนเริ่มเข้ามารับซื้อลำไยสด ทำให้รูปแบบการซื้อขายเปลี่ยนแปลงไป เริ่มมีการส่งซื้อลำไยล่วงหน้าจากเกษตรกร และมีพ่อค้าคนกลางที่เป็นบริษัทส่งออกลำไยไปประเทศจีน ซึ่งพ่อค้าคนกลางเหล่านี้จะทำหน้าที่เหมือนล้ง (ล้งจีน) ซึ่งแต่ละล้งจะมีความสัมพันธ์กับตลาดในเมืองจีนเป็นของตนเอง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ ล้งเหล่านี้มีตลาดที่แน่นอน และไม่จำเป็นต้องพึ่งพาหน่วยงานจากรัฐหรือหน่วยงานอื่น ๆ ในการส่งออกลำไยไปประเทศจีน และอีกหน้าที่ของล้งจีนเหล่านี้ คือ รวบรวมผลผลิต (ลำไย) ให้ได้ตามใบสั่งซื้อที่ตกลงกันไว้ ส่งผลให้ล้งเหล่านี้จะมีสินค้าไว้ในมือก่อนที่จะถึงฤดูเก็บเกี่ยว ด้วยสาเหตุนี้ทำให้ล้งลำไยเริ่มมีบทบาทที่จะสามารถควบคุมตลาดลำไยที่จังหวัดจันทบุรีได้ และอีกสาเหตุ คือ กลุ่มพ่อค้าคนกลางดังกล่าวมีการโยงใยเครือข่ายระหว่างกัน ซึ่งในปี พ.ศ. 2550 พบว่ากลุ่มพ่อค้าเหล่านี้เริ่มเข้ามาตั้งล้งในจังหวัดจันทบุรีมีมากถึง 30 บริษัท¹²⁵

¹²⁵ ทรงศักดิ์ ทองขำ, “เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยการขยายตัวของตลาดการค้าลำไยแห่งใหม่

การเข้ามาของล้งจีนทำให้พ่อค้าชาวจีนสามารถควบคุม “โซ่อุปทานในการผลิต” (Supply Chain) ตั้งแต่การผลิต แปรรูป และการดำเนินการส่งออก โดยใช้ “โซ่อุปสงค์” (Demand Chain) หรือความต้องการสินค้าของลูกค้าปลายทางในประเทศจีนเป็นเครื่องมือในการต่อรองการเข้าซื้อผลไม้ตามลักษณะที่ต้องการ ทำให้พ่อค้าจีนสามารถควบคุมห่วงโซ่คุณค่าได้โดยตลอดห่วงโซ่ ทำให้ผู้ประกอบการไทยตลอดห่วงโซ่คุณค่าไม่ได้รับประโยชน์ใด ๆ¹²⁶ ยังส่งผลให้บทบาทผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการกระจายลำไยเปลี่ยนแปลงไป และมีผู้เกี่ยวข้องกับกระบวนการกระจายลำไยเพิ่มขึ้น ซึ่งสามารถจำแนกบทบาทและหน้าที่ได้ดังนี้¹²⁷

1. พ่อค้าขายส่งในท้องถิ่น จะจำหน่ายผลผลิตต่อไปให้กับพ่อค้าขายส่งในท้องถิ่น พ่อค้าขายส่งในกรุงเทพฯ พ่อค้าขายส่งในต่างจังหวัด โรงงานแปรรูป พ่อค้าขายปลีกและผู้ส่งออก โดยจะรับซื้อสินค้าจากเกษตรกรในปริมาณไม่มากนัก เนื่องจากมีเงินทุนในการดำเนินการไม่มาก
2. พ่อค้าขายส่งในท้องถิ่น จะรับซื้อสินค้าจากเกษตรกรโดยตรง และจำหน่ายผลผลิตต่อไปให้กับพ่อค้าขายส่งในกรุงเทพฯ พ่อค้าคนกลางกลุ่มนี้มีทุนดำเนินการค่อนข้างสูง สถานที่ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในต่างจังหวัดหรืออำเภอใหญ่ ๆ
3. พ่อค้าขายส่งในกรุงเทพฯ จะจำหน่ายผลผลิตให้กับพ่อค้าขายส่งในต่างจังหวัด พ่อค้าขายปลีกและผู้บริโภคภายในประเทศ
4. พ่อค้าขายส่งในต่างจังหวัด จะมารับซื้อสินค้าจากเกษตรกรในแหล่งผลิตโดยตรง หรือผ่านพ่อค้าระดับต่าง ๆ และจำหน่ายผลผลิตให้แก่พ่อค้าขายปลีกและผู้บริโภคภายในประเทศ พ่อค้าประเภทนี้ไม่มีร้านค้าเป็นของตนเอง
5. พ่อค้าขายปลีก จะรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรและจากพ่อค้าระดับต่าง ๆ และจำหน่ายผลผลิตไปยังผู้บริโภคภายในประเทศ ซึ่งพ่อค้าขายปลีกอาจไปเช่าแผงในตลาดสด ซึ่งจะทำธุรกิจค้าผลไม้ตามฤดูกาลตลอดปี และอีกประเภทหนึ่งจะทำธุรกิจเฉพาะในฤดูกาลลำไยเท่านั้น แล้วขายให้ผู้บริโภคโดยตรง
6. โรงงานแปรรูป จะรับซื้อผลผลิตจากพ่อค้าจากแหล่งต่าง ๆ รวมทั้งจากเกษตรกร โดยโรงงานจะให้ราคาลำไยของเกษตรกรมากกว่าล้งประมาณ 20 ถึง 50 สตางค์ และอาจมีลำไยสดมาจากจังหวัดแพร่ น่าน และจันทบุรี ราคาลำไยสดและชาวสวนขายโรงงานฟู้โห ทางโรงงานจะเป็นผู้ประกาศราคารับซื้อลำไย โดยลำไยเกรด AA จะอยู่ที่ประมาณ 20 บาทต่อกิโลกรัม เกรด A

ในเขตจังหวัดจันทบุรี,” (ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี 2556).

¹²⁶ ทีมข่าว TCJ (8 พฤษภาคม 2559) “ทุนจีนรุกคืบทำ ‘ล้งจีน’ บุกสวนผลไม้ไทย จีรัฐ ‘ล้อมคอก-ขันนอต-ใช้กฎหมาย’”

สืบค้นที่: <http://www.tcjthai.com/news/2016/08/scoop/6187>

¹²⁷ อ้างอิงแล้วใน “โครงการศึกษาระบบจัดการโซ่อุปทานลำไยสดในประเทศไทย”

15 บาทต่อกิโลกรัม และเกรด C 1 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งโรงงานจะประกาศรับซื้อลำไยเวลา 13:00 น. ทั้งนี้สัดส่วนของลำไยสดในแต่ละเกรดจะแตกต่างกันออกไปดังนี้ 1) ช่วงต้นฤดูลำไยเกรด A จะมีปริมาณร้อยละ 50 ลำไยเกรด AA ประมาณร้อยละ 30 และที่เหลือเป็นลำไยเกรด B และ C รวมกันประมาณร้อยละ 20 2) ช่วงกลางฤดู ลำไยเกรด AA จะอยู่ที่ประมาณร้อยละ 60 เกรด A ร้อยละ 30 และที่เหลือคือเกรด B และ C รวมกันร้อยละ 10 และ 3) ช่วงท้ายฤดู ลำไยเกรด AA จะมีปริมาณเยอะมาก เนื่องจากเป็นช่วงที่ลำไยสุก มีเปลือกบาง เนื้อเยื่อ และมีปริมาณน้ำตาลมาก มาทำการคัดเกรดและแปรรูปที่โรงงาน¹²⁸ ผลผลิตที่ได้จะขายให้กับพ่อค้าระดับต่าง ๆ และผู้บริโภค โดยผู้แปรรูปจะมีทั้งรายย่อยและรายใหญ่ สำหรับรายย่อยจะส่งไปยังโรงอบใหญ่หรือพ่อค้าคนกลาง ดังนี้

- พ่อค้าคนกลางที่เป็นคนไทย เข้ามารับซื้อผลผลิตจากโรงงานแปรรูปย่อยและทำการตั้งโรงอบลำไยและส่งออกเอง
 - พ่อค้าคนกลางที่เป็นคนจีน ทำหน้าที่เช่นเดียวกับพ่อค้าคนกลางที่เป็นคนไทย
7. ผู้ส่งออก มีทั้งผู้ที่มารับซื้อเพื่อนำไปขายต่อในต่างประเทศ โดยไม่มีกระบวนการแปรรูปและผู้ส่งออกที่ทำครบวงจรคือทั้งแปรรูปและส่งออก
 8. สหกรณ์การเกษตรประจำอำเภอและจังหวัด ที่มีการช่วยเหลือเรื่องการระบายถ่ายเทสินค้าซึ่งกันและกันโดยได้รับทุนสนับสนุนจากภาครัฐ

สำหรับบทบาทของล้งต่อสหกรณ์นั้น จากการศึกษาของ Narat Hasachoo (2013) ที่ได้ทำการศึกษาห่วงโซ่อุปทานและความสามารถในการแข่งขันของลำไยทางภาคเหนือ¹²⁹ พบว่าสหกรณ์ผู้รับซื้อลำไยสดจากเกษตรกรท้องถิ่นไม่มีกำลังซื้อเพียงพอต่อปริมาณลำไยที่เกษตรกรต้องการขาย ความสามารถในการแปรรูปลำไยอบแห้ง และการติดต่อซื้อขายกับชาวจีน ตัวอย่างเช่น ในแต่ละปีชาวสวนสามารถส่งลำไยให้กับสหกรณ์นี้ได้เฉลี่ยแล้ว 10,000 ตันต่อปี แต่สหกรณ์ฯ อำเภอป่าแดด ไม่สามารถซื้อผลผลิตจากสมาชิกได้ทุกราย เนื่องจากสหกรณ์ไม่มีโรงอบแห้งเป็นของตนเอง เนื่องจากราคาในการลงทุนทำโรงอบแห้งลำไยค่อนข้างสูงและมีอุปสรรคทางด้านการใช้ภาษาจีนในการขาย การศึกษานี้จึงแสดงให้เห็นว่าสหกรณ์มีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงเช่นกัน เนื่องจากเป็นช่องทางเดียวสำหรับชาวสวนหรือผู้ปลูกลำไยที่จะขายลำไยสด

¹²⁸ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ โดยทีมผู้วิจัย

¹²⁹ Narat Hasachoo and Phattaraporn Kalaya. Competitiveness of Local Agriculture: the Case of Longan Fruit Trade between China and the North of Thailand Les Notes de l'Irased n°15 - Irased's Discussion Papers #15, 2013

2.3.4.5 ส่วนแบ่งการตลาดและกำไรของโรงคัดบรรจุ

ในปัจจุบันโรงคัดบรรจุ (ล้าง) ทำหน้าที่เป็นทั้งผู้คัดบรรจุและส่งออกประเทศจีน พบว่าแหล่งผลิตที่สำคัญ ได้แก่ เชียงใหม่ ลำพูน และจันทบุรี ประมาณ 212 ราย (ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP) แบ่งเป็นโรงคัดบรรจุลำไยสด 129 ราย และโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก 83 ราย ซึ่งมีการดำเนินธุรกิจและบริหารจัดการ 3 รูปแบบ 1) ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุที่เป็นของคนไทย 2) โรงคัดบรรจุที่คนไทยถือหุ้นร่วมกับต่างชาติ 3) โรงคัดบรรจุที่เป็นของต่างชาติ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบการถือหุ้นร่วมกัน

สำหรับสัดส่วนการตลาดที่โรงคัดบรรจุในแต่ละภาคนั้นจะแตกต่างกันออกไป พบว่า ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุภาคตะวันออก มีส่วนเหลือการตลาดกิโลกรัมละ 44.17 บาท แบ่งเป็นต้นทุนการตลาดกิโลกรัมละ 25.54 บาท และกำไรกิโลกรัมละ 18.63 บาท ในขณะที่ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุภาคเหนือ มีส่วนเหลือการตลาดกิโลกรัมละ 45.07 บาท แบ่งเป็น ต้นทุนการตลาดกิโลกรัมละ 26.57 บาท และกำไรกิโลกรัมละ 18.50 บาท ส่วนผู้ประกอบการแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกภาคเหนือ พบว่า มีส่วนเหลือการตลาดกิโลกรัมละ 105.78 บาท แบ่งเป็นต้นทุนการตลาดกิโลกรัมละ 29.28 บาท และกำไรกิโลกรัมละ 76.50 บาท

ด้านการส่งออกมีผลกำไรจากการส่งออกลำไยสดและลำไยอบแห้งทั้งเปลือกในปี พ.ศ. 2560 มีกำไรทั้งสิ้น 16,964 ล้านบาท แบ่งเป็นแต่ละภาคดังนี้

1. ลำไยสดภาคตะวันออก กำไร 8,871 ล้านบาท
2. ลำไยสดภาคเหนือ กำไร 2,402 ล้านบาท
3. ลำไยอบแห้งทั้งเปลือกภาคเหนือ กำไร 5,691 ล้านบาท

จะเห็นว่าลำไยสดจากภาคตะวันออกมีกำไรจากการส่งออกมากกว่าจากภาคเหนือถึง 6,469 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 52.3 ของกำไรลำไยสดและแปรรูปของประเทศไทยทั้งหมด เมื่อพิจารณาผลกระทบทางเศรษฐกิจ ซึ่งแบ่งตามสัดส่วนทุนในการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยของผู้ประกอบการไทย และผู้ประกอบการต่างชาติ พบว่า ปัจจุบันสัดส่วนทุนโดยส่วนใหญ่เป็นของชาวต่างชาติ เนื่องจากมีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอในการประกอบธุรกิจ ขณะที่ผู้ประกอบการไทยบางรายที่ขาดเงินทุนหมุนเวียน ไม่สามารถแข่งขันในธุรกิจดังกล่าวนี้ได้ จำเป็นต้องออกจากธุรกิจไป หรือปรับเปลี่ยนบทบาทหน้าที่ไปรับจ้างบรรจุ (Packing) ลำไยเพื่อการส่งออกแทน¹³⁰

2.3.4.6 แรงงานที่ใช้ในการเพาะปลูกลำไย

แรงงานที่ใช้ในการเพาะปลูกและดูแลลำไยทั้งในภาคตะวันออกและภาคเหนือ โดยส่วนใหญ่เป็นแรงงานต่างด้าวร้อยละ 90 และแรงงานไทยร้อยละ 10 เนื่องจากแรงงานไทยมีการเคลื่อนย้ายไปทำงานใน

¹³⁰ สำนักงานวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร. (6 ธันวาคม 2561). สศก. เผยผลศึกษาธุรกิจผู้ประกอบการลำไยไทย ต่อระบบเศรษฐกิจและการจ้างงาน. Retrieved from <https://www.thaipr.net/finance/906579>

นิคมอุตสาหกรรมมากขึ้น เพราะได้รับค่าตอบแทนที่สูงกว่า ในการประกอบธุรกิจลำไย มีมูลค่าการจ้างงานทั้งสิ้น 3,793 ล้านบาทต่อปี โดยแบ่งเป็นค่าจ้างแรงงานไทย 313 ล้านบาทต่อปี (ร้อยละ 8 ของค่าจ้างแรงงานทั้งหมด) และค่าจ้างแรงงานต่างด้าว 3,480 ล้านบาทต่อปี (ร้อยละ 92 ของค่าจ้างแรงงานทั้งหมด)

จะเห็นได้ว่าการประกอบธุรกิจลำไย ส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจและการจ้างงาน โดยมีสัดส่วนของกำไรในการส่งออกค่อนข้างมาก ดังนั้น เกษตรกรควรเน้นการผลิตลำไยคุณภาพ และขายลำไยเมื่อเห็นผลผลิต แทนการขายใบ เพื่อสร้างอำนาจต่อรองด้านราคา และลดปัญหาการผิดสัญญาเกี่ยวกับลัง โดยภาครัฐควรสนับสนุนให้มีการนำสัญญากลางมาใช้ (สัญญาที่ร่างขึ้นร่วมกันระหว่างเกษตรกร ลังส่งออก สมาคมการค้า ภาครัฐ และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดให้ใช้เป็นมาตรฐานเดียวกัน) ซึ่งจะช่วยให้เกิดความเป็นธรรมแก่ทั้งสองฝ่าย รวมถึงการสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนให้กับผู้ประกอบการไทยในการดำเนินธุรกิจลำไย เพื่อลดการผูกขาดของลังต่างชาติ การสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ และผู้ประกอบการในการบริหารจัดการวางแผนด้านแรงงานไทยและแรงงานต่างด้าว เพื่อให้เกิดความสมดุลของแรงงานและให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้นอกจากนี้ ควรเข้มงวดในการตรวจสอบผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจ โดยใช้กฎหมายควบคุมการประกอบธุรกิจผลไม้ที่เป็นตัวแทน (Nominee) กับชาวต่างชาติ และควรมีข้อกำหนดให้ชาวต่างชาติที่เข้ามาประกอบธุรกิจผลไม้มีการนำเงินทุนของตนเองมาลงทุน เนื่องจากเงินลงทุนของชาวต่างชาติส่วนใหญ่มาจากการกู้ยืมเงินของธนาคารในประเทศไทยในอัตราดอกเบี้ยต่ำ ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการไทยขาดโอกาสในการกู้เงินจากสถาบันการเงิน¹³¹

2.3.5 การเพาะปลูกลำไยในประเทศไทย

ลำไยเป็นผลไม้ที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย ในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยได้มหาศาล ในอดีตการปลูกลำไยเกิดขึ้นในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และลำพูน โดยลำไยจะมีฤดูกาลออกผลผลิตหลักในช่วงเดือนมิถุนายนถึงสิงหาคมของทุกปี พันธุ์ที่ปลูกได้แก่ พันธุ์สีชมพู พันธุ์เบ๊ยวเขียว พันธุ์แห้ว และพันธุ์อีดอ (พันธุ์ที่ออกก่อนฤดู) ด้วยปริมาณการบริโภคภายในประเทศและความต้องการลำไยในต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นทุกปี แต่ในขณะเดียวกันราคาลำไยตามฤดูกาลยังอยู่ในระดับต่ำ ทำให้การพัฒนาการปลูกลำไยเกิดขึ้นเป็นวงกว้าง ทั้งในด้านการพัฒนาคุณภาพของลำไยและปริมาณผลผลิตต่อไร่ ทำให้เกษตรกรมีรายได้ดีขึ้น¹³² กอปรกับการส่งออกลำไยอบแห้งขยายตัว

¹³¹ อ้างอิงแล้วใน สำนักงานวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร. (6 ธันวาคม 2561).

¹³² ลำไยนอกฤดูเงินล้าน กับเกษตรกรมีอาชีพ อำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่ ขาวจากหนังสือพิมพ์ไทยนิวส์ ฉบับวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2553 ปีที่ 40 ฉบับที่ 14,385 สืบค้นจาก

<http://research.rae.mju.ac.th/raebase/index.php/knowledge/2010/114-longan> เมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2560

เพิ่มขึ้น¹³³ ทำให้มีการเพิ่มพื้นที่การปลูกลำไย ส่งผลให้ผลผลิตล้นตลาด ราคาผลผลิตตกต่ำไม่คุ้มค่างับต้นทุนการผลิต

สำหรับพฤติกรรมเฉพาะปลูกลำไยไทย จากการศึกษาของ Narat Hasachoo (2013)¹³⁴ ชี้ให้เห็นว่าเกษตรกรผู้ปลูกลำไยในภาคเหนือส่วนใหญ่อยู่ภายใต้ระบบผลัก (Push System) คือ การพยายามที่จะผลักดันเพื่อให้ไปเจอกับอุปสงค์ นั้นแสดงว่าเกษตรกรมีความพยายามที่จะผลิตผลผลิตให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยที่ไม่ได้มีข้อมูลในฝั่งของอุปสงค์เลย ผู้วิจัยกล่าวว่า สิ่งนี้ไม่ใช่ความผิดของผู้ปลูกหรือเกษตรกร เนื่องจากไม่มีใครเคยบอกพวกเขาว่าพวกเขาผลิตหรือปลูกมากเกินไปหรือควรผลิตเท่าไร โดยข้อมูลเดียวที่เกษตรกรได้รับในช่วงไม่เกิน 10 ปีที่ผ่านมา ทั้งนี้เกษตรกรยังถูกชักจูงจากข้อมูลที่ว่า “ผู้นำเข้าชาวจีนยินดีที่จะซื้อผลผลิตทั้งหมดเพราะว่ามีผู้บริโภคเป็นพันล้านคนอยู่ในประเทศจีน” และผู้ปลูกยังกล่าวว่าพวกเขาไม่ทราบว่าการปลูกนั้นนำไปขายที่ประเทศไหนบ้าง เพราะว่าผู้ซื้อไม่ได้ให้ข้อมูลใด ๆ นอกจากเรื่องราคา ซึ่งเกษตรกรจะพิจารณาแค่ว่าตราใบใดที่ยังสามารถเพาะปลูกลำไยสดได้ ผู้ซื้อยินดีที่จะซื้อทั้งหมด นอกจากนี้งานวิจัยนี้ยังพบว่า เกษตรกรหรือผู้ปลูกไม่สามารถขายลำไยได้โดยตรงกับตลาดได้ เนื่องจากตลาดผู้บริโภคภายในประเทศนั้นต่ำมากและลำไยเป็นสินค้าประเภทเน่าเสียได้ง่าย นี่คือเหตุผลที่ทำให้ผู้ปลูกส่วนใหญ่จะต้องขายตรงให้กับสหกรณ์ไม่เช่นนั้นพวกเขาจะได้ขายในราคาที่ต่ำ และไม่สามารถที่จะขายลำไยออกได้ และพบว่าปัญหาหลักของผู้ปลูกลำไย คือ การขาดแคลนแรงงานโดยเฉพาะในช่วงเก็บเกี่ยว ซึ่งแรงงานส่วนใหญ่จำเป็นต้องมีความชำนาญ และยังมีความขาดแคลนแรงงานในส่วนนี้ ทำให้เจ้าของสวนจึงจำเป็นต้องไปจ้างแรงงานมาช่วยในราคาค่าจ้างที่สูง

ในปัจจุบันจังหวัดที่มีผลผลิตลำไยในเชิงพาณิชย์มี 11 จังหวัด ประกอบด้วย เชียงใหม่ ลำพูน เชียงราย พะเยา ลำปาง แพร่ น่าน อุดรดิตถ์ ตาก แม่ฮ่องสอน จันทบุรี โดยจังหวัดที่มีพื้นที่ปลูกมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ เชียงใหม่ ลำพูน เชียงราย ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีลำไยจากจังหวัดจันทบุรี โดยเฉพาะในพื้นที่อำเภอโป่งน้ำร้อน และอำเภอสอยดาว ปัจจุบันจังหวัดจันทบุรีเป็นแหล่งปลูกลำไยนอกฤดูเพื่อการส่งออกที่สำคัญ เพราะเป็นผลไม้ที่สามารถบังคับและกำหนดระยะเวลาให้ผลผลิตออกได้ตามความต้องการ โดยการใช้สารโพแทสเซียมคลอเรตหรือชาวสวนเรียกว่าสารราดลำไย ทำให้ลำไยสามารถออกดอกนอกฤดูได้ โดยจะส่งออกผลผลิตส่วนใหญ่ไปสาธารณรัฐประชาชนจีน รองลงมาได้แก่ เวียดนาม อินโดนีเซีย พื้นที่ปลูกลำไยในเขตจังหวัดจันทบุรี มีความได้เปรียบในเรื่องของแหล่งน้ำ แรงงานจากประเทศเพื่อนบ้าน เทคนิคการจัดการในแปลง และการบริหารจัดการลำไยนอกฤดู โดยชาวสวนจะบังคับผลผลิตให้ออกตรงกับความต้องการของตลาดที่ประเทศจีน โดยจะ

¹³³ คณิง โยธาใหญ่, การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกลำไยอบแห้งไปสาธารณรัฐประชาชนจีน การค้นคว้าแบบอิสระ หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

¹³⁴ Narat Hasachoo and Phattaraporn Kalaya. Competitiveness of Local Agriculture: the Case of Longan Fruit Trade between China and the North of Thailand. Les Notes de l'Irasc n°15 - Irasc's Discussion Papers #15, 2013

ให้สารราดในเดือนมีนาคม และสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้เดือนกันยายน ซึ่งตรงกับวันชาติจีน นอกจากนั้นยังมีการให้สารราดในเดือนมิถุนายน ชาวสวนจะเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ในเดือนมกราคม ซึ่งเป็นช่วงก่อนถึงเทศกาลตรุษจีน และการให้สารราดในเดือนกรกฎาคม จะทำให้สามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ในเดือนมีนาคม ซึ่งเป็นช่วงเทศกาลเซ่งเม้งของชาวจีน ซึ่งการให้ผลผลิตล่าช้าในช่วงมกราคมถึงพฤษภาคม เป็นช่วงที่ตลาดคู่แข่ง ได้แก่ ประเทศเวียดนามและประเทศจีนเองไม่มีผลผลิต ดังนั้นลำไยของจังหวัดจันทบุรีจึงเป็นที่ต้องการของตลาดจีนอย่างมาก โดยลำไยนอกฤดูที่ผลิตออกมาในช่วงก่อนตรุษจีน ปีใหม่ และวันชาติจีน จะสามารถขายได้ในราคาที่ดีกว่าช่วงอื่น ทั้งนี้ชาวสวนจะมีการวางแผนในการทำลำไยนอกฤดู โดยถ้าต้องการให้ได้ราคาดีจะบังคับให้ออกก่อนช่วงเทศกาลเล็กน้อยซึ่งจะขายได้ราคาดีที่แพงขึ้น¹³⁵

ทั้งนี้เนื้อที่เพาะปลูกลำไยทั้งประเทศในช่วงปี พ.ศ. 2558 – 2560 พบว่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2560 คิดเป็นร้อยละ 6.88 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2559 และมีผลผลิตต่อไร่เพิ่มร้อยละ 31.08 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2559 ดังแสดงในตารางที่ 2-55 ทั้งนี้ในปี พ.ศ. 2559 มีสัดส่วนของพื้นที่เพาะปลูก พื้นที่ให้ผล และผลผลิตต่อไร่ เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2558 ลดลง เนื่องจากในช่วงเวลานั้นจังหวัดจันทบุรีที่เป็นจังหวัดมีพื้นที่เพาะปลูกลำไยหลักของประเทศไทยประสบปัญหาภัยแล้ง¹³⁶ ซึ่งในเวลาดังกล่าวจังหวัดจันทบุรีมีพื้นที่เพาะปลูกลำไยคิดเป็นร้อยละ 18.42 เมื่อเทียบกับพื้นที่เพาะปลูกรวมทั้งประเทศ ดังแสดงให้เห็นในตารางที่ 2-56 ซึ่งให้ผลผลิตต่อไร่ได้น้อยกว่าปี พ.ศ. 2558 ร้อยละ 11.79 ทั้งนี้เนื้อที่เพาะปลูกลำไยในปี พ.ศ. 2558 คิดเป็นร้อยละ 17.47 เมื่อเทียบกับพื้นที่เพาะปลูกรวมทั้งประเทศ

ตารางที่ 2-55 พื้นที่เพาะปลูก พื้นที่ให้ผล และผลผลิตต่อไร่ลำไยในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2558-2560

ปี	พื้นที่ เพาะปลูก (ไร่)	สัดส่วนเมื่อ เทียบกับปีก่อน หน้า	พื้นที่ให้ผล (ไร่)	สัดส่วนเมื่อ เทียบกับปีก่อน หน้า	ผลผลิตต่อ ไร่ (กก.)	สัดส่วนเมื่อ เทียบกับปีก่อน หน้า
2558	1,101,551	0.44	1,060,391	-12.3	822	-13.03
2559	1,096,546	-0.45	1,052,257	-13.4	718	-12.69
2560	1,172,000	6.88	1,091,000	35.9	941	31.08

ที่มา: สถิติการเกษตรของประเทศไทย ปี 2560¹³⁷ ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

¹³⁵ อ้างแล้วใน โลจิสติกส์ของลำไยในภาคตะวันออกของประเทศไทย (2561)

¹³⁶ เคหากรเกษตร. (3 กรกฎาคม 2559). วิเคราะห์ตลาดทุเรียน ปี 2559. Retrieved from <https://kasetgroup.com/contents/1223>

¹³⁷ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2561). สถิติการเกษตรของประเทศไทย ปี 2560.

ตารางที่ 2-56 เปรียบเทียบพื้นที่เพาะปลูกลำไยระหว่างจังหวัดจันทบุรีเทียบกับทั้งประเทศ ปี พ.ศ.2558-2560

ปี	พื้นที่เพาะปลูกทั้งประเทศ (ไร่)	พื้นที่เพาะปลูกจังหวัดจันทบุรี (ไร่)	สัดส่วน (ร้อยละ)
2558	1,101,551	192,394	17.47
2559	1,096,546	201,967	18.42
2560	1,172,000	209,242	17.85

ที่มา: สถิติการเกษตรของประเทศไทย ปี 2560 ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

เมื่อพิจารณาแหล่งเพาะปลูกลำไยที่สำคัญของประเทศไทย ได้แก่ จังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ ลำพูน และจันทบุรี ในช่วงปี พ.ศ. 2558 – 2560 พบว่าจังหวัดจันทบุรีมีผลผลิตต่อไร่เฉลี่ยในช่วงเวลาดังกล่าวมากเป็นอันดับหนึ่ง และมีเนื้อที่ให้ผลผลิตเฉลี่ยน้อยกว่าจังหวัดเชียงรายและลำพูน แต่มากกว่าจังหวัดเชียงราย นั้นแสดงว่าจังหวัดจันทบุรีนั้นมีศักยภาพในการให้ผลผลิตของลำไยมาก ดังแสดงให้เห็นในตารางที่ 2-57

ตารางที่ 2-57 พื้นที่ให้ผลและผลผลิตต่อไร่ของลำไยในจังหวัดเชียงราย ลำพูน เชียงใหม่ และจันทบุรี
ปี พ.ศ. 2558-2560

ปี	เชียงราย		ลำพูน		เชียงใหม่		จันทบุรี	
	เนื้อที่ให้ผล	ผลผลิตต่อไร่	เนื้อที่ให้ผล	ผลผลิตต่อไร่	เนื้อที่ให้ผล	ผลผลิตต่อไร่	เนื้อที่ให้ผล	ผลผลิตต่อไร่
2558	130,308	499	270,580	552	298,013	883	161,515	2,038
2559	130,727	330	268,224	458	295,177	696	169,376	1,798
2560	131,356	482	269,333	848	297,443	855	183,294	1,879
ค่าเฉลี่ย	130,797	437	269,379	619	296,878	811	171,395	1,905

ที่มา: สถิติการเกษตรของประเทศไทย ปี 2560

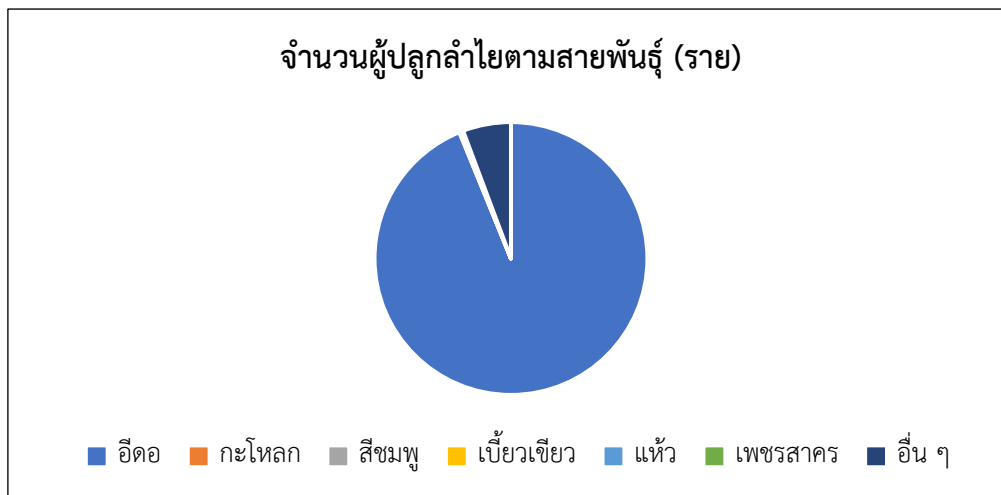
สำหรับพันธุ์ลำไยที่นิยมเพาะปลูกในประเทศไทยมากเป็นอันดับหนึ่งคือ พันธุ์อีดอ โดยมีจำนวนผู้ปลูก 167,562 ราย มีเนื้อที่ให้เพาะปลูก 1,112,819 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 95 ของเนื้อที่ให้เพาะปลูกลำไยทั้งหมดในปี พ.ศ. 2560 รองลงมาคือพันธุ์สีชมพู ซึ่งนิยมปลูกมากในภาคอีสาน โดยจังหวัดที่เพาะปลูกมาก 3 อันดับแรกคือ จังหวัดอุบลราชธานี สกลนคร และนครราชสีมา มีจำนวนผู้ปลูก 455 ราย มีเนื้อที่ให้เพาะปลูกคิดเป็น

ร้อยละ 0.26 ของเนื้อที่เพาะปลูกลำไยทั้งหมดในปี พ.ศ. 2560 ซึ่งมีเนื้อที่เพาะปลูกน้อยกว่าลำไยพันธุ์กะโหลก ที่นิยมเพาะปลูกในจังหวัดพิษณุโลก ยะลา และกาญจนบุรี มีจำนวนผู้ปลูก 177 ราย มีเนื้อที่เพาะปลูกคิดเป็น ร้อยละ 0.4 ของเนื้อที่เพาะปลูกลำไยทั้งหมดในปี พ.ศ. 2560 สำหรับกรณีไม่พิจารณาพันธุ์อื่น ๆ ซึ่งมี ผู้เพาะปลูก 10,201 ราย มีเนื้อที่เพาะปลูกร้อยละ 4.43 ของเนื้อที่เพาะปลูกลำไยทั้งหมดในปี พ.ศ. 2560 ดังแสดงในตารางที่ 2-58

ตารางที่ 2-58 การเพาะปลูกลำไยพันธุ์ต่าง ๆ ในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2560

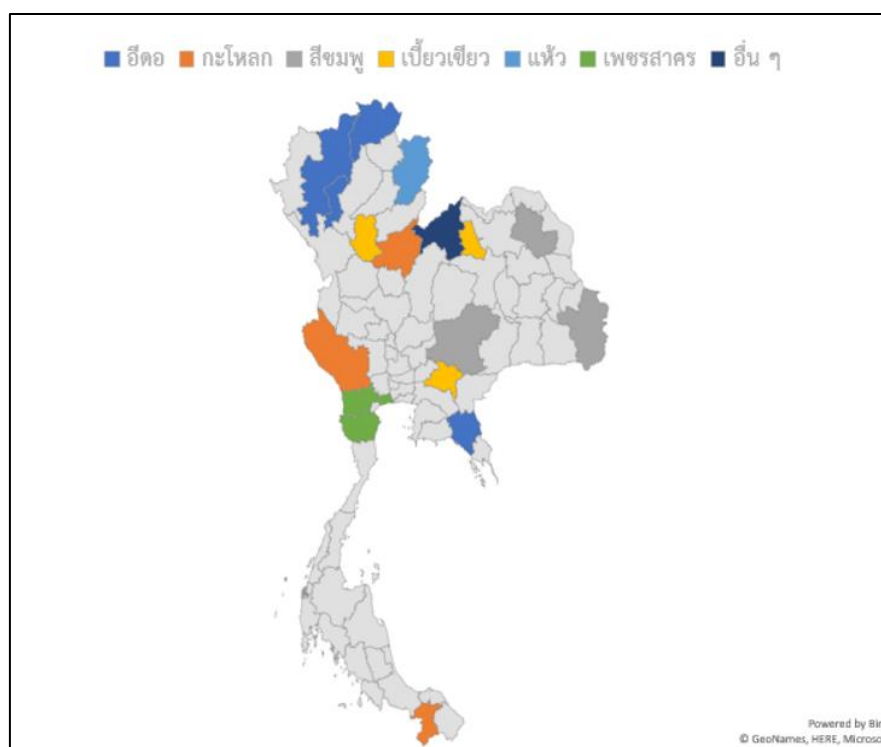
พันธุ์	จำนวนจังหวัดที่ ปลูก	จังหวัดที่ปลูก 3 อันดับแรก	จำนวนผู้ปลูก (ราย)	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	สัดส่วน (ร้อยละ)
อีตอ	55	เชียงใหม่ ลำพูน เชียงราย	167,562	1,112,819	94.93
กะโหลก	8	พิษณุโลก ยะลา กาญจนบุรี	177	4,593	0.39
สีชมพู	12	อุบลราชธานี สกลนคร นครราชสีมา	455	2,638	0.23
แป้น เขียว	6	หนองบัวลำภู สุโขทัย ปราจีนบุรี	88	33	0.00
แห้ว	2	น่าน สุโขทัย	84	163	0.01
เพชร สาคร	6	ราชบุรี เพชรบุรี สมุทรสาคร	17	115	0.01
อื่น ๆ	40	เลย เชียงใหม่ น่าน	10,201	51,924	4.43

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย



รูปที่ 2-43 จำนวนผู้ปลูกลำไยตามสายพันธุ์ ปี พ.ศ. 2559

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมส่งเสริมการเกษตร ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย



รูปที่ 2-44 พื้นที่เพาะปลูกลำไยตามสายพันธุ์

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมส่งเสริมการเกษตร ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย¹³⁸

หมายเหตุ: เป็นการพิจารณาเฉพาะจังหวัดที่ปลูก 3 อันดับแรก ในปี พ.ศ. 2559

¹³⁸ กุหลาบ หลายสุขกลาง (พฤษภาคม 2560) ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมส่งเสริมการเกษตร

2.3.5.1 การส่งเสริมจากภาครัฐและเอกชน และการจัดการผลผลิตลำไย

- การส่งเสริมจากภาครัฐและเอกชน

เมื่อมีการเพาะปลูกลำไยเป็นจำนวนมากอาจจะส่งผลให้เกิดปัญหาลำไยล้นตลาดและลำไยมีคุณภาพต่ำถูกส่งออกไปยังต่างประเทศ ซึ่งส่งผลต่อความมั่นใจของประเทศที่นำเข้าลำไยจากประเทศไทย อย่างเช่น ประเทศจีน ส่งผลให้ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าของลำไยไทย โดยพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ได้ดำเนินการเพิ่มช่องทางจำหน่ายลำไยของเกษตรกร และขยายเข้าสู่ตลาดจีน โดยจัดให้มีการประชุมกับหน่วยงานกงสุลใหญ่จีนประจำเชียงใหม่ ผู้ประกอบการส่งออกลำไยจากไทย ผู้ประกอบการนำเข้าลำไยจากจีน บริษัท ประชารัฐสามัคคี จำกัด และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง โดยในที่ประชุมเห็นควรให้มีการส่งเสริมแปรรูปลำไยเนื้อสีทองและลำไยกระป๋องให้มากขึ้น (เพื่อความสะดวกในการขนส่ง) และให้ผลผลิตลำไยสดจากไทยไปจัดจำหน่ายที่งานแฟร์ประเทศจีน ได้แก่ กว่างโจวแฟร์ งานเอ็กซ์โพรลานนา และเฉพาะงานแฟร์ลำไยสดและผลิตภัณฑ์จากลำไย ในส่วนของ E-Commerce กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศร่วมมือกับ Alibaba.com ของจีน นอกจากการส่งเสริมการขยายตลาดลำไยไทยในประเทศจีนแล้ว กระทรวงพาณิชย์ยังมีมาตรการในการเร่งกระจายผลผลิตลำไยสดสู่ผู้บริโภคในทุกจังหวัดที่ไม่ได้ปลูกลำไย โดยอาศัยพาณิชย์ภาค (MINI MOC ทั้ง 6 ภาค)¹³⁹

นอกจากพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้ร่วมมือกับ Tmall.com ยักษ์ใหญ่ตลาดออนไลน์สัญชาติจีน จัดกิจกรรม “Thai Flagship Store Business Matching” ภายในงาน THAIFEX – World of Food Asia 2018 เพื่อคัดเลือกสินค้าคุณภาพของไทยไปขึ้นขายบนเว็บไซต์ Tmall.com การเจรจาจับคู่ธุรกิจ เนื่องจากลำไยของไทยได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก คาดการณ์ว่าจะมีคำสั่งซื้อลำไยจากไทยเพื่อขายบน TMall.com ประมาณ 8,000-10,000 ตัน คิดเป็นมูลค่าราว 200 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเท่าตัว และจะต่อเนื่องภายใน 3 ปีมากกว่าร้อยละ 100 ทุกปี นับเป็นโอกาสทองของเกษตรกรไทยที่ต้องการจะผลักดันลำไยไทยสู่ตลาดจีน¹⁴⁰

ทั้งนี้กรมส่งเสริมสหกรณ์ ได้เตรียมความพร้อมสำหรับฤดูกาลผลิตในภาคเหนือโดยเฉพาะลำไย ได้มีนำกระบวนการสหกรณ์การเกษตรใน 8 จังหวัดภาคเหนือ เปิดจุดรับซื้อผลผลิตลำไยคุณภาพจากสมาชิกสหกรณ์ และเกษตรกรในแหล่งผลิต ที่ผ่านมาก็จัดหาช่องทางจำหน่ายผลผลิตลำไยประสานความร่วมมือกับห้างสรรพสินค้า โมเดิร์นเทรด และเครือข่ายสหกรณ์ในภาคต่าง ๆ สั่งซื้อลำไยจากสหกรณ์ภาคเหนือเพื่อนำไปกระจายสู่ผู้บริโภคทั่วประเทศ สนับสนุนเงินทุนดอกเบี้ยต่ำแก่สหกรณ์ใช้ในการรวบรวมผลผลิตลำไยในฤดูกาล และเพิ่มศักยภาพธุรกิจรวบรวม แปรรูปลำไย อย่างไรก็ตามหากคาดหวังนำระบบซื้อขายล่วงหน้า หรือ

¹³⁹ ชาวสด. (20 กรกฎาคม 2560). พาณิชย์รุกส่งออกลำไยไปจีน หวังระบายผลผลิต. *ชาวสด* Retrieved from https://www.khaosod.co.th/economics/news_447296

¹⁴⁰ กรุงเทพธุรกิจ. (1 มิถุนายน 2561). ลำไยไทยบูม ขายตลาดออนไลน์ส่งตรงผู้บริโภคจีนเพิ่มขึ้นเท่าตัว. *กรุงเทพธุรกิจ*. Retrieved from <http://www.bangkokbiznews.com/pr/detail/41875>

การตลาดออนไลน์ เช่นที่ทุเรียนประสบผลสำเร็จนั้นคงเป็นไปได้ยาก เนื่องจากลำไยเป็นผลไม้แพ้ง่าย ต่างจากลำไยที่ผู้บริโภคต้องการสรรพคุณของผลไม้ ประกอบกับลำไยไม่เกียจกรำ ได้ผูกขาดตลาดรับซื้อส่งออกครบวงจรในพื้นที่ ลำพูน - เชียงใหม่ ถ้านำระบบที่มาร์ทหรืออาลิบาบา เข้ามาจะสามารถทำให้ราคาสูงขึ้นได้เพียงเล็กน้อย ถ้าจะแก้ปัญหาอย่างยั่งยืน รัฐต้องรื้อสัมพันธ์ผูกขาดของแต่ละล้ง ไม่เช่นนั้นชาวสวนลำไยจะมีจำนวนน้อยลงและหันไปปลูกหรือทำการเกษตรอย่างอื่นแทน¹⁴¹

- การประชุมหารือมาตรการและวางแผนรองรับผลผลิตลำไยภาคเหนือ ปี พ.ศ. 2561

ที่ผ่านมากระทรวงพาณิชย์ได้วางแผนด้านการตลาดผลผลิตลำไยซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจหลักในพื้นที่ ทั้งรูปแบบการขยายตลาดและแปรรูป ไม่ว่าจะเป็นการกระจายผลผลิตภายในและการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ ปัจจุบันที่ทีมงานกระทรวงพาณิชย์ ได้มีการนำนโยบายการตลาดเป็นตัวนำการผลิต (Demand Driven) เข้ามาเป็นแนวทางในการทำงาน โดยเน้นให้เกิดเสถียรภาพด้านราคา ถือเป็นแนวทางการแก้ปัญหาการขาดดุลการค้าลำไยตกต่ำ ทั้งนี้คณะกรรมการเพื่อแก้ไขปัญหาเกษตรกรอันเนื่องมาจากผลิตผลการเกษตรระดับจังหวัด (คพจ.) ได้จัดแนวทางการบริหารจัดการลำไยปี พ.ศ. 2561 จังหวัดเชียงใหม่ โดยกำหนดให้มีการเชื่อมโยงตลาดล่วงหน้าระหว่างเกษตรกรแปลงใหญ่กับห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ ได้แก่ บิ๊กซี แม็คโคร เทสโก้โลตัส และท็อปส์ เดอสมอลล์ โดยผ่านกลไกประชารัฐ สหกรณ์สารภี พัว และสันป่าตอง รวมถึงการสนับสนุนการกระจายผลผลิตลำไยสด (ช่อ) มีการหาพื้นที่ให้เกษตรกรนำผลผลิตไปจำหน่ายได้โดยตรง รวมถึงการเพิ่มจุดจำหน่ายลำไยเป็นของฝาก ตลอดจนรณรงค์ประชาสัมพันธ์การบริหารลำไย โดยเชิญชวนผู้ประกอบการโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่นำลำไยมาเป็นเมนูอาหารทั้งของหวานและของสด¹⁴²

2.3.5.2 การบริหารจัดการลำไยภาคเหนือ

สำหรับการบริหารจัดการลำไยในภาคเหนือ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (นายเกษรา บุญราช) ในฐานะประธานคณะกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้ (fruit board) ได้นำแนวทางการบริหารจัดการลำไยภาคเหนือตอนบน โดยให้ทางจังหวัดทำแผนบริหารจัดการลำไยของจังหวัด ใน 3 ช่องทางหลัก คือ

1. การกระจายผลผลิตออกนอกพื้นที่ที่ไม่มีการเพาะปลูก โดยเป็นการสนับสนุนให้บริโภคผลสดภายในประเทศ
2. การแปรรูป ทั้งลำไยอบแห้งและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ
3. การส่งออกเป็นผลสดไปยังต่างประเทศ โดยมีตลาดใหญ่ที่ประเทศจีน

¹⁴¹ เชียงใหม่นิวส์. (29 พฤษภาคม 2561). ลำไยคัมภีร์การค้ารับซื้อลำไย ชาวสวนน่าจะสะอื้นอีกฤดู. *เชียงใหม่นิวส์*. Retrieved from <https://www.chiangmainews.co.th/page/archives/720281>

¹⁴² สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์. (13 กรกฎาคม 2561). กระทรวงพาณิชย์ ประชุมหารือมาตรการและวางแผนรองรับผลผลิตลำไย ภาคเหนือ ปี 2561. *สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์*. Retrieved from http://thainews.prd.go.th/th/website_th/news/print_news/TNSOC6107130010105

ทั้งนี้ ทุกจังหวัดในเขตภาคเหนือตอนบนทั้ง 8 จังหวัด ได้นำแนวทางดังกล่าวมาทำแผนบริหารจัดการภายในจังหวัด โดยร่วมมือกับทุกภาคส่วนในจังหวัด ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคเกษตรกร ร่วมกันวางแผนบริหารจัดการตั้งแต่ต้นฤดู โดยมีการบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ กระทรวงเกษตรฯ ได้ตั้งศูนย์ปฏิบัติการเฉพาะกิจ โดยให้สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร เขต 6 จังหวัดเชียงใหม่ เป็นวอร์รูมในการติดตามปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละพื้นที่ หากปัญหาใดที่เกินกว่าในพื้นที่จะบริหารจัดการได้ ทางกรมส่งเสริมการเกษตรในฐานะเลขานุการของคณะกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้ (fruit board) จะเข้ามาบริหารจัดการต่อไป

นอกจากนี้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยกรมส่งเสริมการเกษตร ได้ทำงานในเชิงรุก มีการรณรงค์ร่วมกับพี่น้องเกษตรกรให้พัฒนาคุณภาพผลผลิตลำไยให้ได้มาตรฐานที่ดียิ่งขึ้น ตรงตามความต้องการของตลาด โดยมีหลักการดำเนินงานใน 3 ส่วน ได้แก่

1. การส่งเสริมให้ลำไยออกนอกฤดู ซึ่งภาพรวมผลผลิตลำไยในเขตภาคเหนือตอนบน สามารถดำเนินการได้ร้อยละ 40 ทำให้ผลผลิตลำไยมีการกระจายตัว
2. การพัฒนาคุณภาพของลำไย ให้มีระดับของเกรดที่สูงขึ้น โดยวิธีการตัดแต่งช่อลำไยให้มีปริมาณที่มีความเหมาะสม จากการเปรียบเทียบใน 2 ฤดูกาลที่ผ่านมา ทำให้มีสัดส่วนเกรดเพิ่มขึ้นจาก ปี พ.ศ. 2560 สัดส่วนเกรด AA : A : B เท่ากับ 50 : 45 : 5 เพิ่มขึ้นเป็นเกรด AA : A : B เท่ากับ 60 : 40 : 0 จากเกษตรกรที่มาร่วมโครงการระบบส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่ (ลำไย) และถ่ายทอดเทคโนโลยีผ่านศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพก.) เพื่อให้ลำไยในเขตภาคเหนือเป็นลำไยที่มีคุณภาพและสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก
3. การลดต้นทุนการผลิต โดยส่งเสริมให้มีการตัดแต่งกิ่งเป็นทรงพุ่มเตี้ย ทำให้มีความสะดวกในการเก็บเกี่ยว รวมถึงไม่ต้องใช้ไม้ค้ำยันที่ยาวเกินไป¹⁴³

สำหรับลำไยภาคเหนือ นั้นถือได้ว่าเป็นแหล่งผลผลิตลำไยนอกฤดูหลักของประเทศไทย ได้มีการพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าลำไยนอกฤดูด้วยเทคโนโลยี โดยวิจัยร่วมกับสำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน) หรือสวก. มาส่งเสริมให้เกษตรกรในระบบเกษตรแปลงใหญ่ลำไย ในพื้นที่จังหวัดลำพูนและพื้นที่ภาคเหนือ ได้ปรับประสิทธิภาพการผลิตและขายผลผลิตในราคาดี นอกจากนี้ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรฯ ได้ตั้งทีมเกษตร เกษตรจังหวัด และเกษตรอำเภอ ในการกำกับดูแล ปัญหาสินค้าเกษตร ประสานธนาคารเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ยังมีแผนที่จะจัดทำเว็บไซต์ และข้อมูลสำคัญ (big data) เกี่ยวกับผลผลิตการเกษตรมาจัดทำเป็นข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน เพื่อเป็นช่องทางให้ผู้สนใจสามารถติดต่อแหล่งซื้อขายสินค้าการเกษตร โดยตรงจากพื้นที่ต่าง ๆ มีการดำเนินการร่วมกับ

¹⁴³ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (1 สิงหาคม 2561). รณช.ลักษณ์ ตรวจเยี่ยม “การบริหารจัดการลำไยภาคเหนือ” พร้อมสานพลังประชารัฐ. Retrieved from <https://www.moac.go.th/news-preview-401591791808>

ไปรษณีย์ไทยเพื่อจัดส่งสินค้า รวมถึงมีการจัดทำ Website Thailand Post Mart และได้วางเป้าสินค้าเกษตรอื่น ๆ ด้วย โดยเฉพาะลำไยจะกระจายออกนอกพื้นที่ในช่วงผลผลิตออกพร้อมกันได้รวดเร็ว¹⁴⁴

ทั้งนี้ได้มีการจัดการผลผลิตลำไยในภาคอื่น ๆ นอกจากภาคเหนือ ในด้านการบริหารจัดการเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระยะ คือระยะก่อนเก็บเกี่ยวผลผลิต ระยะเก็บเกี่ยวผลผลิต และระยะหลังเก็บเกี่ยวผลผลิต ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- การบริหารจัดการเชิงคุณภาพ

1) ระยะก่อนเก็บเกี่ยวผลผลิต เน้นการกระจายผลผลิตออกนอกฤดู และพัฒนาคุณภาพผลผลิต ภายใต้โครงการรณรงค์การผลิตลำไยคุณภาพ โครงการส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่ และศูนย์การเรียนรู้เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพก.) และงบประมาณจังหวัด โดยมีกิจกรรมสำคัญ ดังนี้

- การกระจายผลผลิตออกนอกฤดู ให้มีสัดส่วน ในฤดู : นอกฤดู 60 : 40
- ส่งเสริมให้ผลิตตามมาตรฐาน (GAP)
- รณรงค์การผลิตลำไยคุณภาพ โดยการตัดแต่งข้อผล
- ส่งเสริมและให้คำแนะนำการทำลำไยคุณภาพ
- จัดทำแปลงเรียนรู้การผลิตลำไยคุณภาพตามความเหมาะสมของพื้นที่
- ส่งเสริมการรวมกลุ่มพัฒนาคุณภาพผลผลิตและการตลาด
- ส่งเสริมการดำเนินการในรูปแบบแปลงใหญ่
- การจัดงานวันถ่ายทอดความรู้ (Field Day)
- พัฒนาความรู้เกษตรกรโดยการใช้สารชีวภัณฑ์
- ส่งเสริมการใช้ปุ๋ยเคมีอินทรีย์เพื่อลดต้นทุนการผลิต
- พัฒนาศักยภาพการผลิตลำไยเนื้อสีทอง

2) ระยะเก็บเกี่ยวผลผลิต

เน้นการให้คำแนะนำ รณรงค์เกษตรกร เก็บเกี่ยวผลผลิตในระยะที่เหมาะสม เป้าหมาย 8 จังหวัดในภาคเหนือ

3) ระยะหลังเก็บเกี่ยวผลผลิต

เน้นรณรงค์ให้เกษตรกรมีการเตรียมดินในฤดูกาลถัดไป

- ให้คำแนะนำการเตรียมพร้อมของดินลำไยหลังเก็บเกี่ยวผลผลิต ด้วยเทคโนโลยีที่เหมาะสม เช่น การตัดแต่งกิ่ง การปรับปรุงบำรุงดิน การเตรียมความพร้อมของดิน เป็นต้น
- สรุประเบียบผล และจัดทำแนวทางพัฒนาลำไยคุณภาพในปีต่อไป

¹⁴⁴ คมชัดลึก. (6 มิถุนายน 2561). ปีทอง ! "อาลีบาบา" จ่อซื้อลำไยหมื่นตัน. *คมชัดลึก*. Retrieved from <http://www.komchadluek.net/news/economic/329187>

- การบริหารจัดการเชิงปริมาณ

ผลผลิตลำไยในฤดูจะเริ่มออกสู่ตลาดตั้งแต่เดือนมิถุนายนถึงกันยายน

- 1) ระยะก่อนเก็บเกี่ยวผลผลิต เน้นการจัดทำข้อมูลประมาณการผลผลิตเอกภาพ ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และจัดทำแผนบริหารจัดการผลผลิตโดยใช้กลไกของคณะกรรมการเพื่อแก้ไขปัญหาเกษตรกรอันเนื่องมาจากผลิตผลการเกษตรระดับจังหวัด (คพจ.) มีกิจกรรม คือ

- จัดทำข้อมูลเอกภาพเพื่อคาดการณ์ผลผลิตลำไย และจัดทำแผนการบริหารจัดการผลผลิตของจังหวัด
- ประชุมเชื่อมโยงตลาดลำไยล่วงหน้า เป้าหมาย 8 จังหวัดภาคเหนือ
- ประชาสัมพันธ์แหล่งผลิตลำไยคุณภาพผ่านสื่อและกิจกรรม Press tour
- จัดทำกิจกรรมบันทึกความร่วมมือน (MOU) ระหว่างกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ กลุ่มลำไยเนื้อสีทอง และผู้ผลิตน้ำสกัดลำไยเข้มข้น
- จัดทำโครงการสนับสนุนให้มีจุดรวบรวมและคัดคุณภาพลำไยเพื่อกระจายออกนอกแหล่งผลิต
- ขุดเซยดอกเบี้ยเพื่อเพิ่มสภาพคล่องร้อยละ 3 ไม่เกินรายละ 300,000 บาท
- จัดเตรียมข้อมูลความต้องการรับซื้อผลผลิตของผู้ประกอบการลำไยอบแห้ง

- 2) ระยะเก็บเกี่ยวผลผลิต

- 2.1) การดำเนินการกระจายผลผลิต

- การบริโภคสดในประเทศ ด้วยการจัดงานประชาสัมพันธ์ และการกระจายผลผลิตนอกแหล่งผลิตผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น ผู้ประกอบการ Modern Trade วิสาหกิจชุมชน ตลาดภายในจังหวัด การท่องเที่ยวชุมชน รวมทั้งกระจายผ่านเครือข่ายสหกรณ์การเกษตร
- การแปรรูป ด้วยวิธีการอบแห้งทั้งเปลือก อบเนื้อสีทอง และแปรรูปลำไยกระป๋อง น้ำสกัดลำไยเข้มข้น
- การส่งออกลำไยสด

- 2.2) การเตรียมการบริหารจัดการผลผลิตส่วนเกินในช่วง Peak ซึ่งคาดว่าจะมีผลผลิตส่วนเกิน

- จัดงานประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการบริโภคในจังหวัดปลายทางนอกแหล่งผลิต
- เชื่อมโยงตลาดลำไย GAP โดยการขายลำไยเหมาตัน และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวโดยชุมชน

- 2.3) แผนเผชิญเหตุที่จังหวัดดำเนินการเองไม่ได้ โดยขอให้คณะกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้ช่วยพิจารณาแนวทางแก้ไขปัญหา ได้แก่

- การกำหนดมาตรฐานการรับซื้อที่ชัดเจน และเป็นมาตรฐานเดียวกันทุกฝั่ง
- การประกาศราคารับซื้อล่วงหน้าอย่างน้อย 1 วัน ของจุดรับซื้อ (ล้ง) ในพื้นที่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้แก่ กระทรวงพาณิชย์

- 3) ระยะหลังเก็บเกี่ยวผลผลิต กำหนดให้มีการสรุปและประเมินผล เพื่อจัดทำแนวทางพัฒนา¹⁴⁵

¹⁴⁵ สำนักงานพาณิชย์ จังหวัดลำปาง. (14 สิงหาคม 2561). การบริหารจัดการผลไม้ประจำฤดูกาลผลิต ปี 2561. Retrieved from <http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER21/DRAWER056/GENERAL/DATA0000/00000130.PDF>

บทที่ 3

การประเมินสถานการณ์แนวโน้มและภาพอนาคตทุเรียนไทย

ในการศึกษาผลกระทบระยะยาวของการขยายอิทธิพลของโรงคัดบรรจุชาวต่างชาติ การศึกษานี้เลือกทุเรียนเป็นสินค้าตัวแทนผลไม้ไทย เนื่องจากสินค้าทุเรียนเป็นสินค้าที่มีปริมาณและมูลค่าการส่งออกสูงสุด เป็นผลผลิตที่ยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก และเป็นอุตสาหกรรมที่มีโรงคัดบรรจุชาวต่างชาติเข้ามาประกอบการเป็นจำนวนมากที่สุด โดยบทนี้นำเสนอผลการวิเคราะห์เบื้องต้นถึงแนวโน้มของสถานการณ์ในห่วงโซ่การปลูกและการค้าทุเรียนของไทยในอนาคต ซึ่งสามารถแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วน งานส่วนแรกเป็นการมองย้อนไปในอดีต ทบทวนเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับสินค้าเกษตรไทย ประกอบด้วย ยางพาราและลำไย ซึ่งเป็นผลผลิตการเกษตรที่มีวิถีการค้าคล้ายคลึงกับวิถีการค้าที่ประสบในธุรกิจทุเรียน ในแง่ที่ตลาดจีนเป็นลูกค้ารายหลักแทบจะเป็นเพียงรายเดียวของการค้า และเป็นสินค้าที่พ่อค้าคนกลางชาวจีนเข้ามามีบทบาทสูงในการเข้ามารับซื้อผลผลิตในตลาดภายในของไทย สิ่งที่เคยเกิดขึ้นกับชะตากรรมของยางพาราและลำไย น่าจะเป็นบทเรียนที่เป็นประโยชน์ให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องได้นำไปใช้ประกอบการคาดคะเนความเป็นไปในอนาคตของห่วงโซ่การค้าทุเรียน

งานส่วนที่สองเป็นความพยายามที่จะประเมินแนวโน้มของสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในห่วงโซ่ทุเรียนอนาคต โดยในเบื้องต้นได้ทำการวิเคราะห์แนวโน้มของปัจจัยหลัก (Influencing Factors) ที่จะส่งผลกระทบต่อทิศทางของวิถีการปลูกและการค้าทุเรียนในไทย ซึ่งมีอยู่ 6 ปัจจัย ครอบคลุมตามแนวความคิดของ PEST (Political, Economic, Social, and Technology) คือ

- แนวโน้มการบริโภคทุเรียนในจีน (Economic)
- แนวโน้มการแผ่ขยายอิทธิพลของโรงคัดบรรจุต่างชาติ (Economic and Social)
- แนวโน้มของกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยด้านอาหาร (Political & Technology)
- การขยายพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนในไทย (Economic)
- การสูญเสียองค์ความรู้ด้านการเพาะปลูก (Economic & Technology)
- สถานการณ์การแข่งขันจากทุเรียนที่ปลูกในต่างประเทศ (Economic)

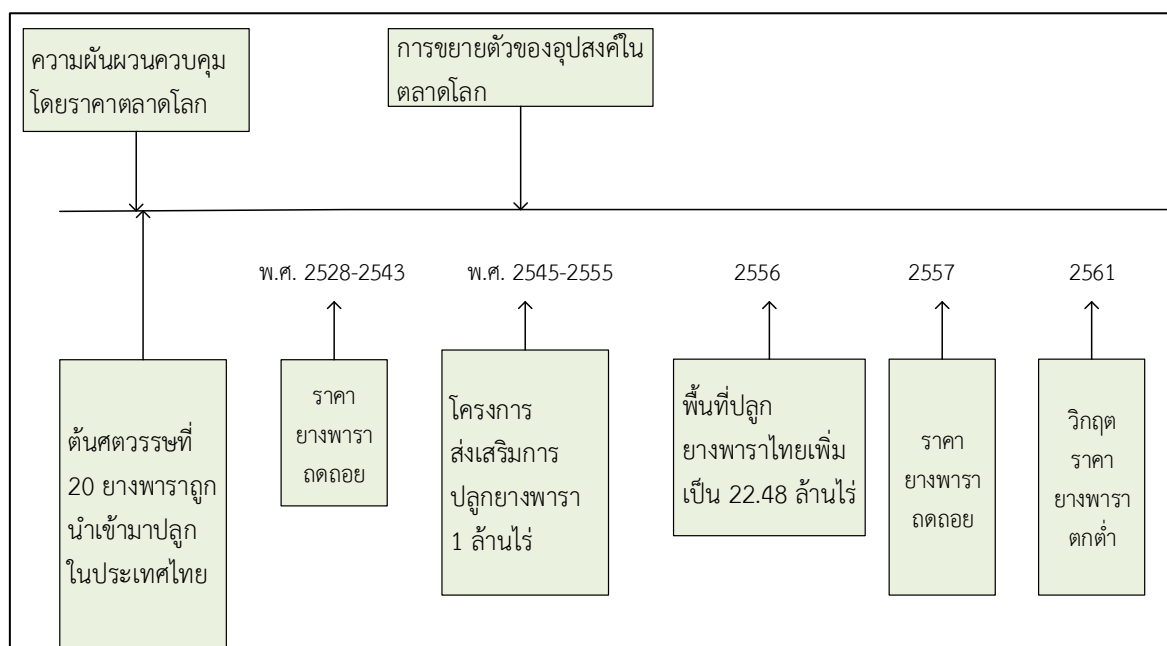
การประเมินแนวโน้มและภาพอนาคตในระยะยาวของทุเรียนไทย จะคำนึงถึงเฉพาะปรากฏการณ์ที่ทำให้แนวโน้ม โครงสร้างและวิถีการค้าและการส่งออกทุเรียนพลิกผัน เบี่ยงเบน และผิดแผกไปจากแนวโน้มเดิมที่เคยเป็นอย่างมีนัยสำคัญในระยะยาว ทั้งนี้ จะไม่รวมถึงเหตุการณ์ที่ผิดปกติที่อาจเกิดขึ้นขณะใดขณะหนึ่ง และส่งผลให้การค้าและการส่งออกสะดุดในช่วงเวลาสั้นๆ เท่านั้น และเมื่อผ่านพ้นช่วงเหตุการณ์ดังกล่าวไปแล้ว วิถีการค้าและการส่งออกก็ยังดำเนินการต่อไปตามแนวโน้มเดิมก่อนที่จะเกิดเหตุการณ์ เช่น ภาวะฝนแล้งที่สร้าง

ปัญหาผลผลิตออกน้อยในบางฤดูกาล หรือในกรณีของเหตุการณ์โควิด-19 ในปี 2563 ถึงแม้ทำให้เกิดเหตุการณ์พลิกผัน (Disruption) ในบริบทต่างๆ ของสังคม แต่ในบริบทของการค้าและการส่งออกทุเรียนนั้น จากข้อมูลและข้อเท็จจริงชี้ให้เห็นว่า เหตุการณ์โควิด-19 เป็นเพียงเหตุการณ์ผิดปกติที่กระทบระบบโลจิสติกส์ส่งออกสดุดในระยยะสั้นเท่านั้น ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องก็สามารถจัดการแก้ไขปัญหาคได้ เช่น ผู้ส่งออกเปลี่ยนการส่งออกจากทางบกเป็นทางเรือ หรือเงินเปิดด่านนำเข้าเพิ่มขึ้น เป็นต้น และเมื่อสามารถควบคุมการระบาดได้แล้ว วิธีการส่งออกก็กลับมาเหมือนเดิม

อนึ่ง การประเมินสถานการณ์แนวโน้มและภาพอนาคตทุเรียนไทยในบทนี้ การประเมินผลกระทบระยะยาวที่คาดว่าจะเกิดขึ้นตามที่น่าเสนอในบทที่ 4 ถัดไป และการกำหนดกลยุทธ์และมาตรการตามที่น่าเสนอในบทที่ 5 ได้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารและรายงาน และข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสำรวจข้อมูลภาคสนาม การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ทั้งในประเทศไทย เวียดนาม และจีน และการประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group) ที่จัดขึ้นที่จังหวัดจันทบุรี ทั้งนี้รายละเอียดการสำรวจภาคสนาม การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ในประเทศเวียดนามและจีน การประชุมระดมความคิดเห็น ได้นำเสนอในรายงานแผนงานวิจัยของโครงการศึกษานี้ คือ รายงาน “การศึกษาผลกระทบของการขยายกิจการของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติด: ภาวะคุกคาม โอกาส และความยั่งยืนของระบบธุรกิจผลไม้ไทย” ส่วนการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในไทย นำเสนอรายละเอียดในภาคผนวกของรายงานฉบับนี้

3.1 บทเรียนการปลูกและการค้ายางพารา ลำไย ส้มทุเรียนไทย

3.1.1 บทเรียนการปลูกและการค้ายางพารา



รูปที่ 3-1 ลำดับเวลาแสดงเหตุการณ์ที่สำคัญของการปลูกและการค้ายางพาราไทย

ที่มา: คณะผู้วิจัย

ภาคใต้ของประเทศไทยเริ่มปลูกยางพาราตั้งแต่ต้นศตวรรษที่ 20 ราคาที่เกษตรกรสวนยางพาราได้รับ ถูกกำหนดโดยราคาตลาดโลกและมีความผันผวนตลอดเวลา มีทั้งช่วงที่ราคายางถดถอยและราคายางสูงในช่วงที่เกิดการขยายตัวของอุปสงค์ จนกระทั่งเมื่อตลาดโลกมีความต้องการยางพารามากโดยเฉพาะประเทศจีนซึ่งเป็นตลาดรายใหญ่ รัฐบาลไทยจึงมีนโยบายโครงการส่งเสริมการปลูกยางพารา 1 ล้านไร่ ขยายไปใน 36 จังหวัด โดยเป็นพื้นที่ภาคเหนือ 300,000 ไร่ และภาคอีสาน 700,000 ไร่ เพื่อให้มีผลผลิตยางสอดคล้องกับความต้องการของโลกที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 2.6 ต่อปี ในขณะที่อัตราการผลิตเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 2.04 ต่อปี รัฐบาลจึงได้อนุมัติโครงการเมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม พ.ศ. 2546 แต่ทว่าแรงจูงใจทางด้านราคาทำให้เกษตรกรให้ความสนใจกับพืชเศรษฐกิจชนิดนี้มาก จึงทำการขยายพื้นที่เพาะปลูกกันอย่างกว้างขวางจนเกินกว่าที่รัฐบาลกำหนดไว้ 1 ล้านไร่ จาก 12.62 ล้านไร่ในปี พ.ศ. 2546 ไปเป็น 22.48 ล้านไร่ในปี พ.ศ. 2556 ซึ่งส่งผลกระทบอีกหลายปัญหาตามมา เช่น การบุกรุกป่า การปลูกยางในพื้นที่ที่ไม่เหมาะสม การค้ากล้วยาผิด พ.ร.บ.ควบคุมยาง พ.ศ. 2545 จากเคยที่สามารถทำราคาขายสูงสุดกว่า 180 บาท เมื่อต้นปี พ.ศ. 2554 ราคายางเริ่มมีความผันผวนและมีสัญญาณลดลง พอช่วงต้นปี พ.ศ. 2555 จนถึงปลายปี เกษตรกรสามารถขายได้ก็โลกรั่มละไม่ถึง 100 บาท และราคาลดลงเรื่อย ๆ จนต่ำกว่าก็โลกรั่มละ 80 บาท¹ จนรัฐต้องออกมาตรการช่วยเหลือระยะสั้นด้วยการรับซื้อยางพาราในราคาที่สูงกว่าราคาตลาด แต่ด้วยวงเงินในการรับซื้อที่จำกัด ทำให้ไม่สามารถหยุดยั้งกระแสราคายางไม่ให้ลดลงได้

เมื่อปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยผลิตยางได้ 4.4 ล้านตัน อันดับสอง คือ ประเทศอินโดนีเซีย ประมาณ 3 ล้านตัน อันดับสาม คือ ประเทศมาเลเซีย ประมาณ 1 ล้านตัน อันดับสี่ คือ ประเทศอินเดีย ประมาณ 9 แสนตัน และอันดับห้า คือ ประเทศจีน ซึ่งผลิตได้ประมาณ 9 แสนตัน และประเทศจีนยังได้ไปปลูกยางในลาว เมียนมา และเวียดนาม รวมประมาณ 1.8 ล้านตัน ซึ่งที่ผ่านมาประเทศจีนใช้ยางพาราปีละประมาณ 4.7 ล้านตัน ในปี พ.ศ. 2562 ประเทศจีนจะสามารถผลิตยางได้ประมาณ 2 ล้านตันกว่า ต้องการนำเข้าอีกแค่ 2 ล้านตันกว่า โดยประเทศที่เสนอขายมีทั้งไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย จึงเป็นที่มาของราคาวิกฤตยางพาราของไทยในปัจจุบัน

พ.ศ. 2561 ซึ่งเป็นปีที่ยางพาราไทยที่ปลูกในปี พ.ศ. 2555 ให้ผลผลิต มีเนื้อที่ที่กรีดยางได้ 20,111,359 ไร่ มีผลผลิต 4,865,784 ตัน² โดยที่มีต้นทุน (63 บาทต่อกิโลกรัม) สูงกว่าราคาขาย (46 บาทต่อกิโลกรัม) ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับมาเลเซียซึ่งดำเนินการตรงข้ามกับประเทศไทย คือ ในขณะที่ไทยขยายพื้นที่เพาะปลูก แต่มาเลเซียลดพื้นที่เพาะปลูกลง ในขณะที่ไทยมีการใช้ยางพาราในประเทศเพียงร้อยละ 12.5 หรือประมาณ 6 แสนตัน จากกำลังการผลิต 4.8 ล้านตันที่เหลือหวังตลาดส่งออก ส่วนมาเลเซียใช้ยางพาราในประเทศร้อยละ 35 และส่งออกร้อยละ 65 จึงทำให้ปัญหาราคายางพาราดกต่ำไม่รุนแรงเท่ากับไทย โดยที่ธนาคารโลกได้วิเคราะห์ไว้ว่าใน 5 ปีข้างหน้า ราคายางพาราจะไม่เกิน 2 ดอลลาร์สหรัฐต่อกิโลกรัม หรือ

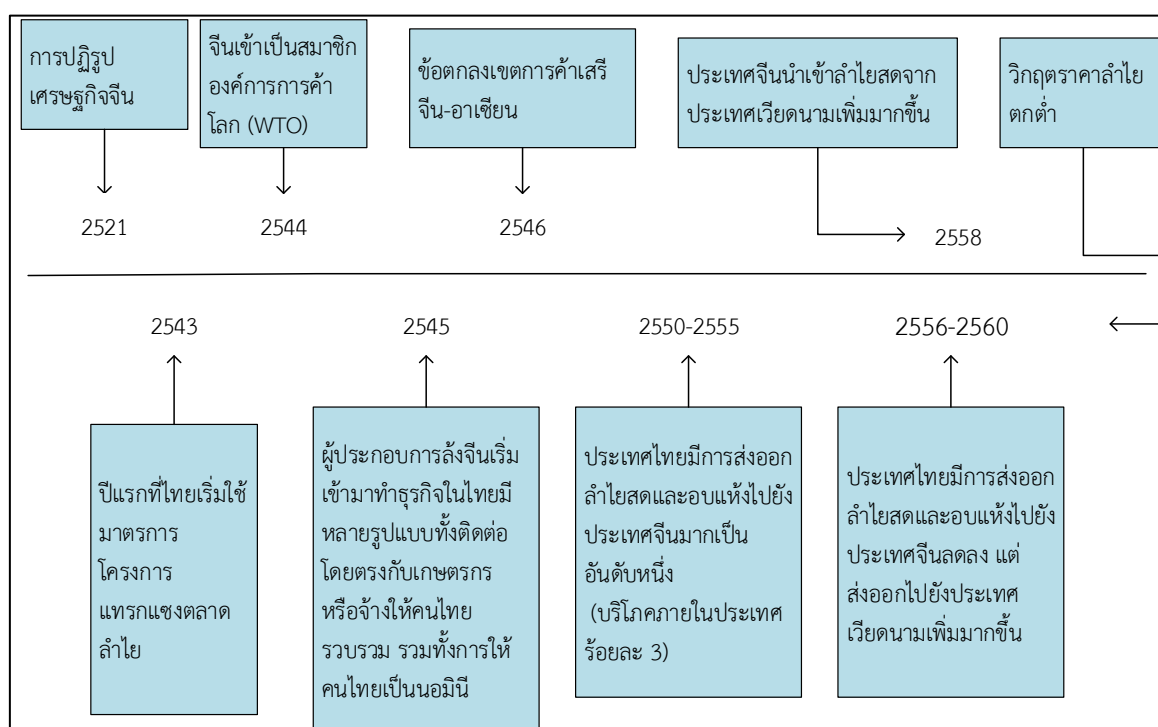
¹ สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร วิกฤตยางพารา ตุลาคม 2556

² คณะกรรมการพัฒนาคุณภาพข้อมูลด้านการเกษตร ณ วันที่ 28 กันยายน 2561

ประมาณ 66 บาทเท่านั้น ใน พ.ศ. 2562 รัฐบาลไทยหันมากระตุ้นให้มีการใช้ยางพาราในประเทศมากขึ้น เช่น การทำถนน เป็นต้น

นอกเหนือจากที่ประเทศจีนสามารถผลิตยางใช้เองได้เพิ่มมากขึ้นแล้ว จีนยังมีมาตรการควบคุมการส่งออกของประเทศที่ผลิตยาง โดยการส่งบริษัทของจีนที่เป็นผู้ส่งออกเข้ามาเทคโนโลยีในประเศไทย (บริษัทกว้างเซียน) และประเทศสิงคโปร์ (บริษัทซีโนเคม) ทั้งสองบริษัทยักษ์ใหญ่ของจีนมีบทบาทเป็นผู้ส่งออกหลักให้กับประเทศจีน ยางที่ใช้กันทั่วโลกจำนวน 28 ล้านตัน ในจำนวนนี้เป็นยางสังเคราะห์ 16 ล้านตัน อีก 12 ล้านตันเป็นยางธรรมชาติ ประเทศจีนเป็นประเทศที่ผลิตยางสังเคราะห์รายใหญ่ของโลก ขณะเดียวกันก็ยังเป็นผู้ใช้ยางรายใหญ่ที่สุด ประเทศจีนจึงสามารถถ่วงดุลการใช้สลับกันระหว่างยางสังเคราะห์และยางพารา และใช้บริษัทจีนมาคุมตลาดเพื่อถ่วงดุลการใช้ทั้งยางสังเคราะห์และยางพารา

3.1.2 บทเรียนการปลูกและการค้าลำไย



รูปที่ 3-2 ลำดับเวลาแสดงเหตุการณ์สำคัญของการปลูกและการค้าลำไยไทย

ที่มา: คณะผู้วิจัย

จากอดีตที่ชาวจีนมีความเชื่อว่าลำไยอบแห้งมีคุณสมบัติคล้ายคลึงกับโสมมีสรรพคุณเป็นยาบำรุงกำลังสร้างความอบอุ่นให้กับร่างกาย จึงทำให้ชาวจีนนิยมบริโภคลำไยอบแห้งและถูกใช้เป็นของขวัญของไหว้ในเทศกาลต่าง ๆ ด้วยปริมาณการบริโภคภายในประเทศและความต้องการลำไยในต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้การพัฒนาการปลูกลำไยเกิดขึ้นเป็นวงกว้างทั้งในด้านการพัฒนาคุณภาพของลำไยและปริมาณผลผลิตต่อไร่ ทำให้เกษตรกรมีรายได้ดีขึ้น รวมทั้งการส่งออกลำไยอบแห้งขยายตัวเพิ่มขึ้น ในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้

ให้กับประเทศไทยได้อย่างมหาศาล จึงนับเป็นนาทีทองของเกษตรกรทางภาคเหนือสำหรับขยายพื้นที่การผลิต ทำให้มีการเพิ่มพื้นที่การปลูกลำไยพยายามที่จะผลิตผลผลิตให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยที่ไม่ได้มีข้อมูลในฝั่งของอุปสงค์ในการวางแผนการผลิตและการวางแผนการตลาดล่วงหน้า จึงเป็นเหตุให้เกิดอุปทานส่วนเกิน (Over Supply) มาจนถึงปัจจุบัน หลังจากประเทศจีนเปิดประเทศเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจโลกและมีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ลำไยอบแห้งจึงเป็นเพียงสินค้าในกลุ่มสินค้าปกติ (Normal goods) ที่ทุกคนสามารถซื้อเพื่อบริโภคได้ ความสำคัญของลำไยอบแห้งจึงลดลง วิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปทำให้ความเชื่อต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงไปด้วย ขณะเดียวกันผู้ซื้อเองมีทางเลือกมากขึ้น และมีได้เคร่งครัดต่อระเบียบแบบแผนดั้งเดิมทางวัฒนธรรม

สถิติการส่งออกลำไยทั้งสดและอบแห้งของประเทศไทยในช่วง 10 กว่าปีที่ผ่านมา จะพบว่า 5 ปีแรก (พ.ศ. 2550-2555) ประเทศไทยส่งออกไปประเทศจีนสูงสุด แต่ในระยะ 5 ปีหลัง (พ.ศ. 2556-2560) กลับพบว่าการส่งออกไปยังประเทศเวียดนามสูงกว่า ในข้อเท็จจริงไม่ใช่เพราะความนิยมลำไยอบแห้งลดลงของผู้บริโภคใหม่ในประเทศจีนที่มีกำลังซื้อสูงแต่อย่างเดียว แต่สาเหตุที่ประเทศจีนนำเข้าลำไยอบแห้งลดลงจะคล้ายกับการถดถอยของลำไยสด คือหลักเลี่ยงภาษีนำเข้าโดยใช้ประเทศเวียดนามในการแปลงสินค้า จากการขนส่งทั้ง 3 เส้นทาง คือ R9 R12 และ R3A จะพบว่าแต่ละเส้นทางมีเป้าหมายนำสินค้าไปกระจายในประเทศจีนเช่นเดิม

เมื่อจีนได้เข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) จีนได้ออกกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ มารองรับการค้าเสรีมากมาย โดยมีเงื่อนไขระบุว่าการนำเข้าผลไม้หรือสินค้าเกษตรจะต้องมีใบอนุญาตหรือหนังสืออนุญาตสำหรับสินค้าควบคุมการนำเข้า (Import License) ให้กับผู้นำเข้าซึ่งส่วนใหญ่ที่ได้รับอนุญาตเป็นคนจีน ทำให้ประเทศไทยต้องส่งออกสินค้าผ่านผู้นำเข้าชาวจีน รูปแบบการค้าของไทยจึงทำได้เพียงการฝากขายไม่สามารถดำเนินการเองได้ ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการล้งจีนในประเทศไทยเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็วมีจำนวนมากกว่าล้งไทยหลายเท่าตัว และการรวมกลุ่มของล้งจีนยังส่งผลให้มีอำนาจต่อรองเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งล้งจีนมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่ดีกว่าพ่อค้าชาวไทย จึงทำให้สามารถควบคุมราคาซื้อขายและควบคุมปริมาณการรับซื้อลำไยสดได้ ทำให้ราคาลำไยร่วงลงอย่างหนัก ในปี พ.ศ. 2558 รัฐบาลนายกฯ ประยุทธ์ จันทร์โอชา จึงประกาศประกันราคารับซื้อลำไย แต่ผลที่เกิดขึ้นคือล้งจีนใช้วิธีปิดไม่รับซื้อลำไยทั้งหมด เกษตรกรจึงไม่สามารถขายลำไยได้เช่นเดิม จะเห็นได้ว่าล้งจีนมีส่วนให้พ่อค้าชาวจีนสามารถควบคุม “โซ่อุปทานในการผลิต” (Supply Chain) ตั้งแต่การผลิต แปรรูป และการดำเนินการส่งออก โดยใช้ “โซ่อุปสงค์” (Demand Chain) หรือความต้องการสินค้าของลูกค้าปลายทางในประเทศจีนเป็นเครื่องมือในการต่อรองการเข้าซื้อผลไม้ตามลักษณะที่ต้องการ ทำให้พ่อค้าจีนสามารถควบคุมห่วงโซ่คุณค่าได้โดยตลอดห่วงโซ่ และมีอำนาจต่อรองในการกำหนดราคารับซื้อผลผลิต ทำให้เกษตรกรไทยและผู้ประกอบการไทยตลอดห่วงโซ่คุณค่าไม่ได้รับประโยชน์ใด ๆ สาเหตุอีกประการที่ทำให้ผู้ประกอบการชาวจีนได้เปรียบ คือการสนับสนุนจากรัฐบาลจีน โดยหน่วยงานรัฐบาล

จากจีน (Bank of China) จะปล่อยเงินกู้ให้อัตราดอกเบี้ยที่ต่ำแก่ผู้ประกอบการชาวจีนที่มีศักยภาพในการทำธุรกิจในต่างประเทศ

3.1.3 สรุปบทเรียนการปลูกและการค้ายางพาราและลำไย

บทเรียนของทั้งยางพาราและลำไยไทย ชี้ให้เห็นว่า ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นในระยะสั้น อาจไม่คงอยู่ตลอดไป ปรากฏการณ์ในระยะยาวอาจพลิกผันจากสิ่งที่ประสบในปัจจุบัน หากไม่ระวังตัวปล่อยเหตุการณ์ให้เกิดขึ้นไปตามยถากรรม โอกาสทองของการขายที่ได้รับอยู่ในระยะสั้นอาจหมดไป เกิดเป็นวิกฤตในระยะยาวแทน ดังนั้น ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องไม่ควรนิ่งนอนใจ หลงยินดีไปกับสิ่งดี ๆ ที่เกิดในระยะเฉพาะหน้า ควรติดตาม ทบทวนสถานการณ์ และมองไปข้างหน้าตลอดเวลา แล้วดำเนินการในด้านต่าง ๆ เตรียมตัวรองรับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

ทั้งนี้ เราสามารถจำแนกความเหมือนกันระหว่างกรณีของยางพาราและกรณีของลำไย ออกได้เป็น 4 ชั้น คือ

1. **ชั้นปรากฏการณ์ (Event)** พบว่า ผลผลิตทั้งยางพาราและลำไย เข้าสู่วิกฤตด้านราคาอันเนื่องจากผลผลิตล้นตลาดและเข้าสู่ราคาวิกฤตที่ราคาต้นทุนสูงกว่าราคาขาย
2. **ชั้นแบบแผน (Pattern)** พบว่า ประเทศไทยหวังพึ่งการส่งออกไปยังประเทศจีนเป็นหลัก มีส่วนการบริโภคภายในประเทศน้อย
 - ทั้งยางพารา และลำไย เป็นพืชที่สร้างรายได้ให้กับเกษตรกร เมื่อมีความต้องการของฝั่งอุปสงค์มาก เกษตรกรไทยจึงมีการขยายพื้นที่เพาะปลูกแบบไม่มีการควบคุม ต่อมาจึงทำให้เกิดภาวะผลผลิตล้นตลาด
 - ช่วงระยะเวลาที่กระแสราคาผลผลิตสูงจะอยู่ในช่วงแค่รอบการให้ผลผลิต 1 รอบ (ประมาณ 5 ปี)
 - การเข้ามาของผู้ประกอบการชาวจีนในประเทศไทย เพื่อทำหน้าที่รวบรวมผลผลิตและส่งออก จนกระทั่งสามารถควบคุมได้ทั้งราคาผลผลิตและปริมาณรับซื้อ
 - การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นของประเทศไทย
3. **ชั้นโครงสร้าง (Structure)** พบว่า
 - รัฐบาลจีนมีมาตรการควบคุมทั้งการนำเข้าและการส่งออก โดยมีการสนับสนุนผู้ประกอบการจีนอย่างชัดเจน ให้เข้าไปสู่การควบคุมห่วงโซ่คุณค่าได้โดยตลอดห่วงโซ่
4. **ชั้นความคิด (Mental Model)**
 - วิสัยทัศน์ของคนจีนในการทำการค้า ไม่ว่าจะเป็นพืชชนิดใด หรือผลิตภัณฑ์ใด จะมีลักษณะเด่นหลายประการ ประการแรก จะช่วยกันทำธุรกิจแบบเครือข่าย ทำให้มีอำนาจในการต่อรอง ประการที่สอง ถ้าได้กำไรเสีย พร้อมจะขยายผลประกอบการ เมื่อสบโอกาส

โดยไม่ลังเล และประการที่สาม มักต้องการควบคุมการดำเนินงานแบบครบวงจร เพื่อสร้างโอกาสทางการค้า และลดความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ เช่น ความไม่แน่นอนของปริมาณและคุณภาพของผลผลิต เป็นต้น จนนำไปสู่ความสามารถในการกำหนดราคาซื้อขาย

- ภาครัฐของไทย รัฐบาลวิ่งตามสถานการณ์เฉพาะหน้าที่เกิดขึ้น ขาดการมองระยะยาวในทุกมิติ

เมื่อนำบทเรียนของทั้งยางพาราและลำไย มาเปรียบเทียบกับสถานการณ์ที่เกิดกับทุเรียน

ตารางที่ 3-1 การนำบทเรียนของทั้งยางพาราและลำไย มาเปรียบเทียบกับสถานการณ์ที่เกิดกับทุเรียน

ระดับชั้น	ชนิดพืช		
	ยางพารา	ลำไย	ทุเรียน
ขั้นปรากฏการณ์	เข้าสู่ภาวะวิกฤตราคาต้นทุนสูงกว่าราคาขาย	เข้าสู่ภาวะวิกฤตราคาต้นทุนสูงกว่าราคาขาย	ยังไม่เข้าสู่ภาวะวิกฤตราคา
ขั้นแบบแผน	- เน้นตลาดส่งออกมากกว่าใช้ภายในประเทศ	- เน้นตลาดส่งออกมากกว่าบริโภคภายในประเทศ	- เน้นตลาดส่งออกมากกว่าบริโภคภายในประเทศ
	- ขยายพื้นที่เพาะปลูก	- ขยายพื้นที่เพาะปลูก	- ขยายพื้นที่เพาะปลูก
	- ผลผลิตล้นตลาด	- ผลผลิตล้นตลาด	- ผลผลิตยังไม่ล้นตลาด
	- บริษัทจีนสามารถเข้ามาควบคุมการส่งออกของไทย	- จำนวนล้งจีนเข้ามาทำกิจการมากกว่าล้งไทย	- การขยายจำนวนล้งจีนมากขึ้นในปี พ.ศ. 2562
ขั้นโครงสร้าง	มาตรการควบคุมการส่งออกของประเทศที่ผลิตยางโดยการส่งบริษัทของจีนที่เป็นผู้ส่งออกเข้ามาเทคโอเวอร์	- กฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ที่รองรับการค้าเสรี	- กฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ที่รองรับการค้าเสรี
		- เส้นทางขนส่งที่มุ่งสู่จีน	- เส้นทางขนส่งที่มุ่งสู่จีน

ระดับชั้น	ชนิดพืช		
	ยางพารา	ลำไย	ทุเรียน
		- การสนับสนุนจาก หน่วยงานรัฐบาลจาก จีน (Bank of China)	- การสนับสนุนจาก หน่วยงานรัฐบาล จากจีน (Bank of China)
ชั้นความคิด	วิสัยทัศน์ของคนจีนในการทำการค้า รัฐไทยอิงตามสถานการณ์ เน้นแก้ปัญหาเฉพาะหน้า		

จากการเปรียบเทียบบทเรียนของทั้งยางพาราและลำไยกับทุเรียน ถึงแม้ว่าชั้นปรากฏการณ์ของทุเรียนยังไม่มีสถานการณ์เช่นเดียวกับยางพาราและลำไย แต่เมื่อเปรียบเทียบชั้นแบบแผน ชั้นโครงสร้างและชั้นความคิดมีลักษณะเช่นเดียวกัน

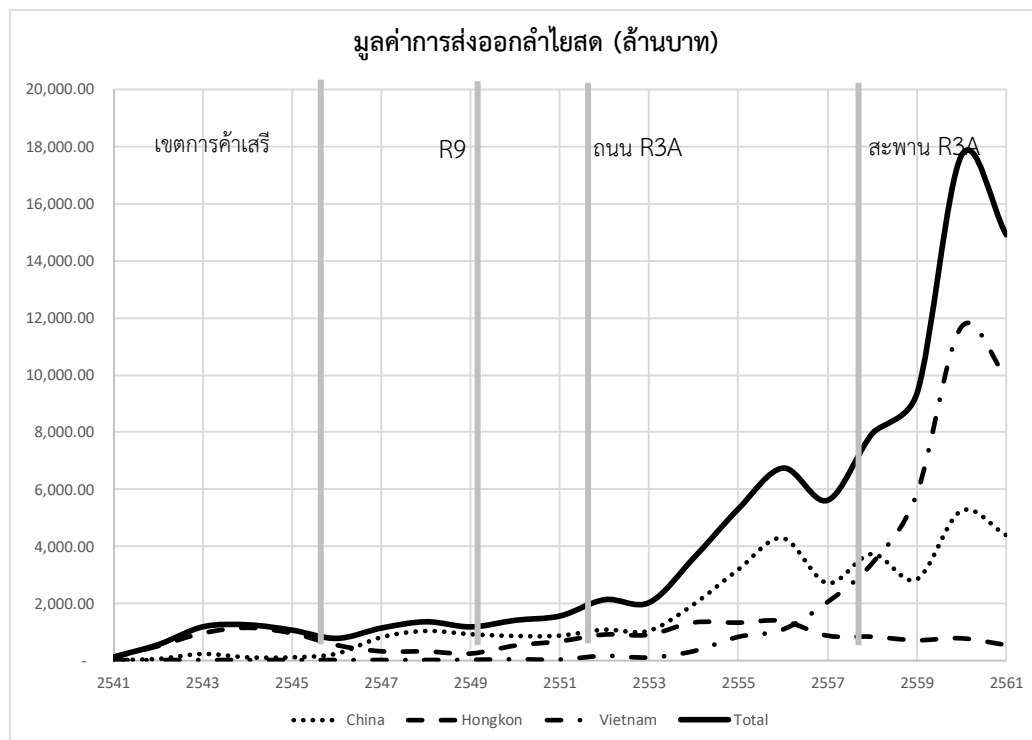
3.1.4 การเปรียบเทียบสถานการณ์ราคาขายลำไย กับสถานการณ์ราคาขายทุเรียน

การวิเคราะห์บทเรียนข้างต้นเป็นการวิเคราะห์เชิงคุณภาพถึงบริบทการค้ายางพาราและลำไย ชั้นถัดไปเป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เพื่อตรวจสอบถึงผลลัพธ์ของการขยายการส่งออกที่มีต่อราคาที่ชาวสวนได้จากการขายผลผลิต โดยเริ่มจากการพิจารณาการเปลี่ยนแปลงการส่งออกของลำไยและทุเรียนเพื่อบริโภคนในจีน ซึ่งนอกจากจะพิจารณาสถิติการส่งออกไปประเทศจีนแล้ว ยังต้องนำสถิติการส่งออกไปยังฮ่องกงและเวียดนามมาคำนวณด้วย เพื่อเพิ่มความถูกต้องของปริมาณทั้งหมดของการบริโภคทุเรียนไทยในจีน เนื่องจากลำไยและทุเรียนที่ไทยส่งออกไปยังฮ่องกงและเวียดนามส่วนใหญ่ จะถูก Re-export นำเข้าไปบริโภคในประเทศจีนอีกทอดหนึ่ง เพื่อประโยชน์ของการลดภาษีมูลค่าเพิ่ม และความสะดวกรวดเร็วในการผ่านพิธีการศุลกากร และการตรวจสอบคุณภาพผลผลิต

รูปที่ 3-3 รูปที่ 3-4 และรูปที่ 3-5 แสดงสถิติมูลค่าของลำไยสด ลำไยอบแห้ง และทุเรียนสดที่ส่งออกไปยังประเทศจีน เวียดนาม และฮ่องกง และยอดรวมการส่งออกไปยังปลายทาง 3 แห่งดังกล่าว โดยในรูปยังได้แสดงลำดับเวลา (Timeline) ของเหตุการณ์สำคัญ ๆ ที่ได้มีการดำเนินการจัดหรือลดปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งออกลำไยและทุเรียนไทยไปยังประเทศจีน ซึ่งประกอบด้วยอุปสรรคด้านภาษี และอุปสรรคด้านการขนส่ง ดังนี้

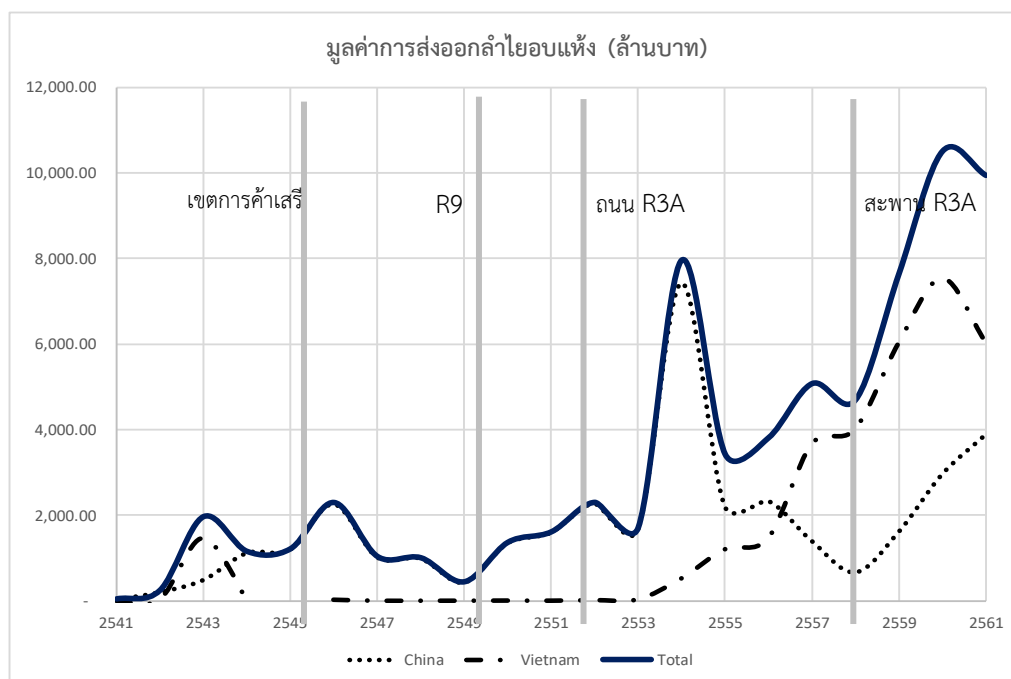
- ปี พ.ศ. 2546 (ค.ศ. 2003) ข้อตกลงเขตเสรีการค้าไทย-จีน มีผลในทางปฏิบัติ
- ปี พ.ศ. 2549 (ค.ศ. 2006) สะพานมิตรภาพไทย-ลาวแห่งที่ 3 ได้เปิดใช้งาน ทำให้สามารถใช้เส้นทาง R9 ขนส่งผลไม้ไทยจากจังหวัดมุกดาหารผ่านเวียดนามไปยังมณฑลหนานหนิงของจีนได้

- ปี พ.ศ. 2551 (ค.ศ. 2008) เส้นทาง R3A เปิดใช้งาน อำนวยความสะดวกแก่การขนส่งทุเรียนจาก
อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ผ่าน สปป.ลาว ไปยังมณฑลยูนนานทางตอนใต้ของจีน
- ปี พ.ศ. 2556 (ค.ศ. 2013) สะพานมิตรภาพไทย-ลาวแห่งที่ 4 เปิดใช้งานทำให้การขนส่งผ่านเส้นทาง
R3A สะดวกขึ้นกว่าเดิมอย่างมาก



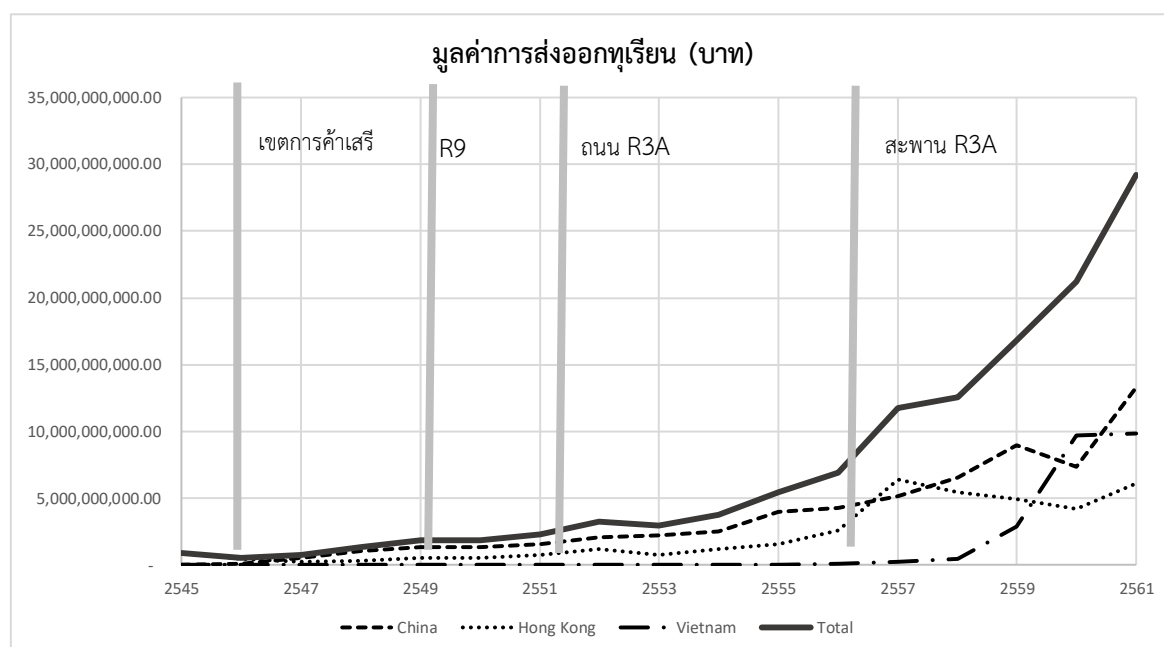
รูปที่ 3-3 มูลค่าการส่งออกผลไม้สด

ที่มา: การค้าไทย (2561) ข้อมูลการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยรายประเทศ (EXPORTS OF THAILAND CLASSIFIED BY COUNTRY).



รูปที่ 3-4 มูลค่าการส่งออกผลไม้ไทย

ที่มา: การค้าไทย (2561) ข้อมูลการส่งออกผลไม้ไทยรายประเทศ (EXPORTS OF THAILAND CLASSIFIED BY COUNTRY).



รูปที่ 3-5 มูลค่าการส่งออกทุเรียนสด

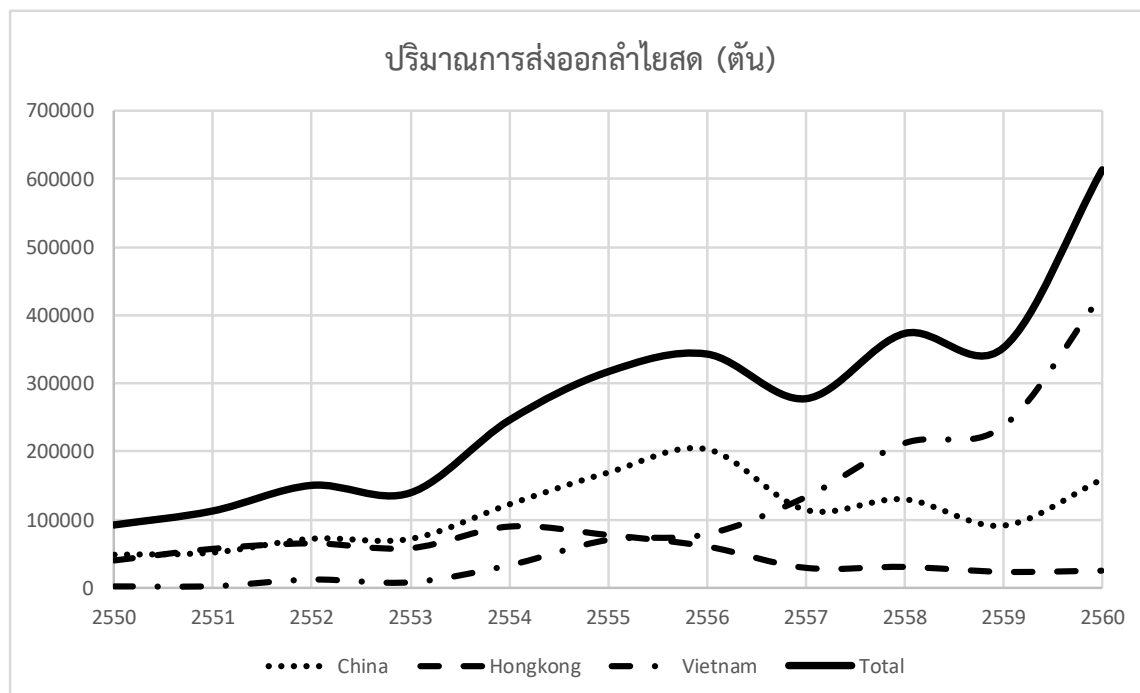
ที่มา: การค้าไทย (2561) ข้อมูลการส่งออกทุเรียนสดของประเทศไทยรายประเทศ (EXPORTS OF THAILAND CLASSIFIED BY COUNTRY).

สำหรับผลไม้ไทยทั้ง 3 กรณี อันประกอบด้วย ลำไยสด ลำไยอบแห้ง และทุเรียนสด ในช่วงหลังจากที่ได้มีการลงนามเขตการค้าเสรีไทย-จีน และการเปิดเส้นทาง R9 มูลค่าการส่งออกไปจีนขยับตัวเพิ่มเพียงเล็กน้อย จนกระทั่งมีการเปิดใช้เส้นทาง R3A จึงได้เห็นการขยับตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็วของมูลค่าการส่งออก เหตุที่มูลค่าในช่วงก่อนเปิดเส้นทาง R3A ไม่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญนัก อาจมีสาเหตุที่ว่า ถึงแม้มีการเปิดเส้นทาง R9 แล้ว แต่ลำไยส่งออกของไทยไปยังจีน ไม่ว่าเป็นการขนส่งทางเรือหรือการขนส่งทางบกผ่านเส้นทาง R9 ยังต้องพึ่งพาตลาดเจียงหนานเป็นแหล่งกระจายสินค้าเข้าไปในจีนเพียงแหล่งเดียว ทำให้พ่อค้านำเข้ามีอำนาจในการต่อรองด้านราคา การเปิดใช้เส้นทาง R3A ให้ผลไม้ไทยสามารถนำไปจำหน่ายในมณฑลยูนนาน เพื่อการกระจายต่อไปยังส่วนอื่น ๆ ของจีน เท่ากับเป็นการเปิดช่องทางกระจายสินค้าใหม่ให้กับผลไม้ไทย เกิดเป็นการแข่งขันระหว่างผู้นำเข้าในประเทศจีนด้วยตนเอง ส่งผลต่อเนื่องให้มูลค่าส่งออกถูกดันให้สูงขึ้น อย่างไรก็ตามการขยับตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็วของการส่งออกหลังปี พ.ศ. 2556 อาจได้รับผลพวงมาจากกระแสความนิยมในภาพยนตร์ “Lost in Thailand” ที่ออกฉายในปี พ.ศ. 2555 ส่งผลให้ผู้บริโภคชาวจีนจำนวนมากแห่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย นอกจากสร้างรายได้ให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแล้ว นักท่องเที่ยวจีนเหล่านั้นได้มีโอกาสชิมรสผลไม้ไทย จนถึงขั้นติดใจในรสชาติ ต้องซื้อหารับประทานเมื่อกลับมายังประเทศของตนเป็นผลให้ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้ไทยพุ่งสูงขึ้นอย่างรวดเร็วต่อจากนั้น

ทั้งนี้ การเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออก เป็นผลพวงจากการเพิ่มขึ้นของปริมาณการส่งออกและการเพิ่มขึ้นของราคาการส่งออก เมื่อสังเกตปริมาณการส่งออกของผลไม้ทั้ง 3 ชนิด เฉพาะในช่วงหลังปี พ.ศ. 2550 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งเป็นช่วงที่มูลค่าการส่งออกผลไม้ทั้ง 3 ชนิดทะยานสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว

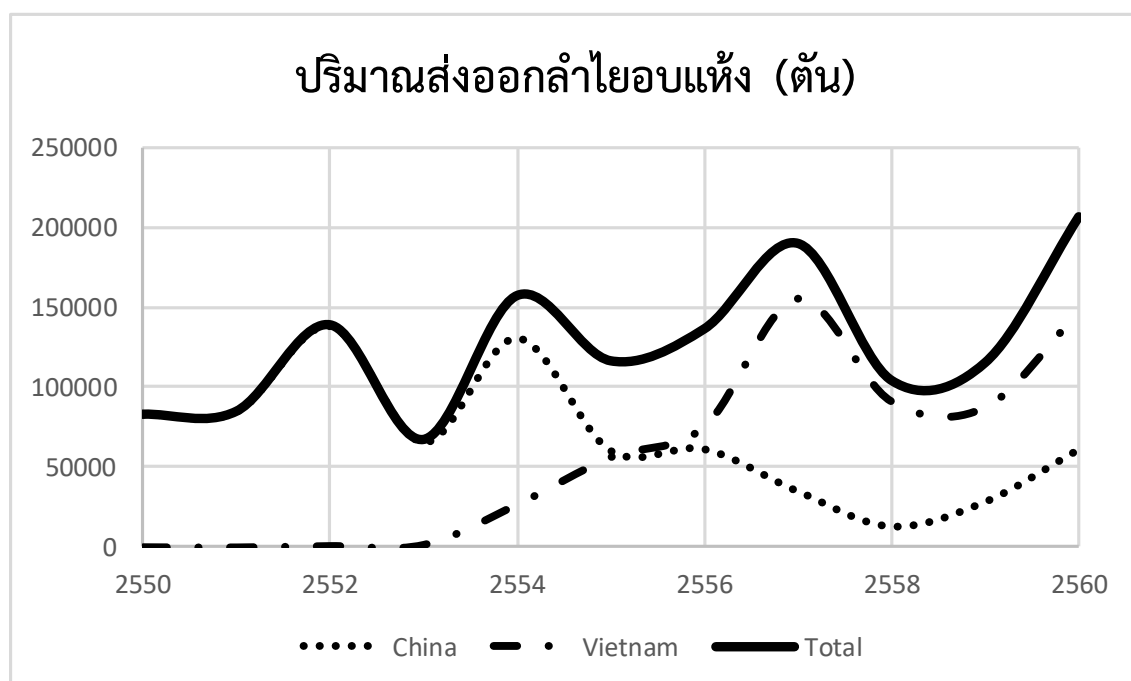
ดังแสดงในรูปที่ 3-6, รูปที่ 3-7 และรูปที่ 3-8 ปริมาณการส่งออกของผลไม้ทั้ง 3 ชนิดได้ขยับตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็วเช่นเดียวกัน ดังนี้

- ในกรณีของลำไยสด ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นประมาณ 5 เท่า
- ในกรณีของลำไยอบแห้ง ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นประมาณ 1.5 เท่า
- ในกรณีของทุเรียนสด ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นประมาณ 4 เท่า



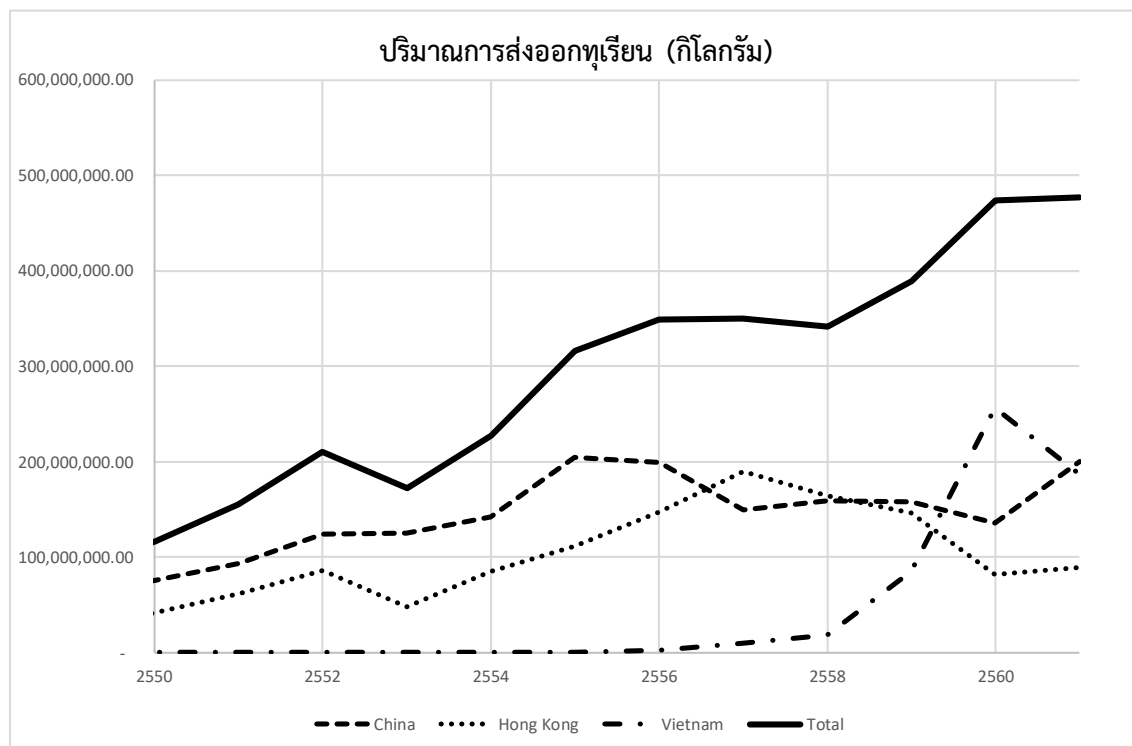
รูปที่ 3-6 ปริมาณการส่งออกลำไยสด

ที่มา: การค้าไทย (2561) ข้อมูลการส่งออกลำไยสดของประเทศไทยรายประเทศ (EXPORTS OF THAILAND CLASSIFIED BY COUNTRY).



รูปที่ 3-7 ปริมาณการส่งออกลำไยอบแห้ง

ที่มา: การค้าไทย (2561) ข้อมูลการส่งออกลำไยอบแห้งของประเทศไทยรายประเทศ (EXPORTS OF THAILAND CLASSIFIED BY COUNTRY).

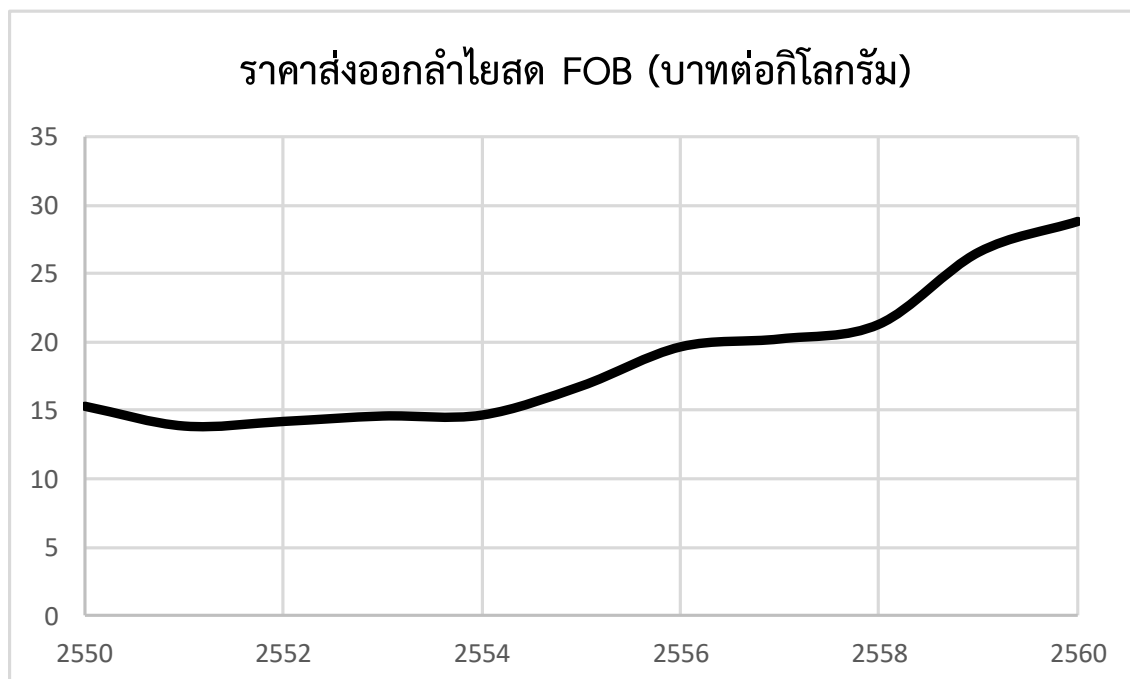


รูปที่ 3-8 ปริมาณการส่งออกทุเรียนสด

ที่มา: การค้าไทย (2561) ข้อมูลการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยรายประเทศ (EXPORTS OF THAILAND CLASSIFIED BY COUNTRY).

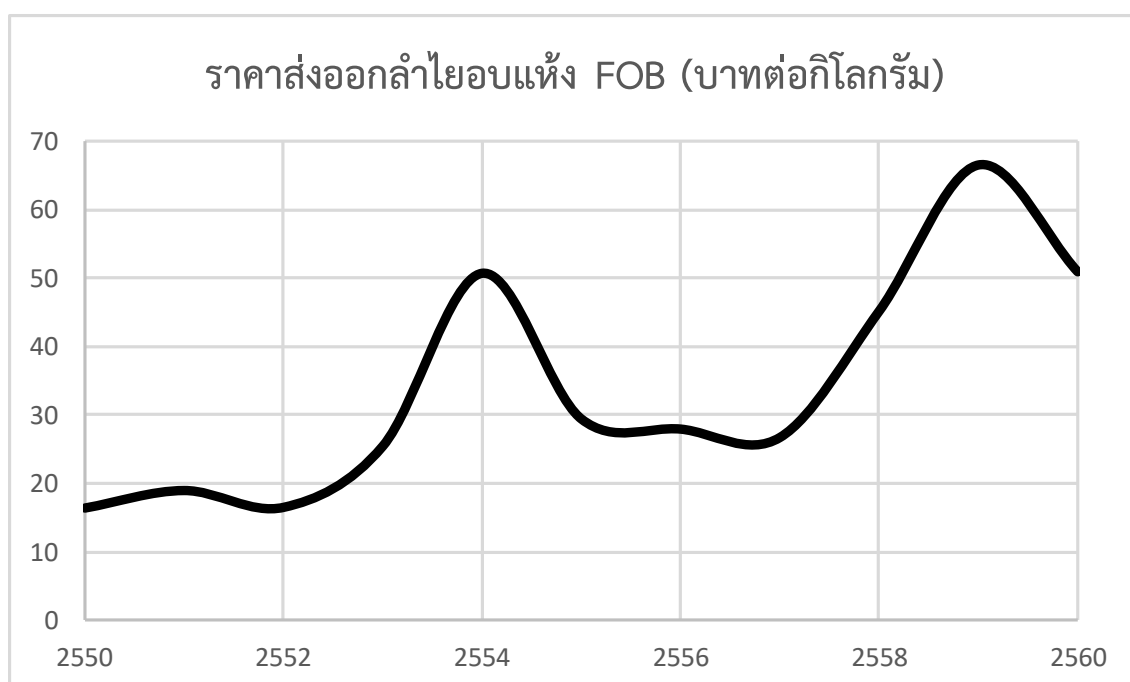
ในขณะรูปที่ 3-9, รูปที่ 3-10 และรูปที่ 3-11 แสดงราคาส่งออกของผลไม้ทั้ง 3 ชนิดในช่วงเวลาเดียวกันหลังปี พ.ศ. 2550 จะเห็นถึงการเพิ่มขึ้นของราคาส่งออก ดังนี้

- ในกรณีของลำไยสด ราคาส่งออกเพิ่มขึ้นประมาณ 1 เท่า
- ในกรณีของลำไยอบแห้ง ราคาส่งออกเพิ่มขึ้นประมาณ 1.5 เท่า
- ในกรณีของทุเรียนสด ราคาส่งออกเพิ่มขึ้นประมาณ 3 เท่า เร็วกว่าการเพิ่มขึ้นของลำไยส่งออก



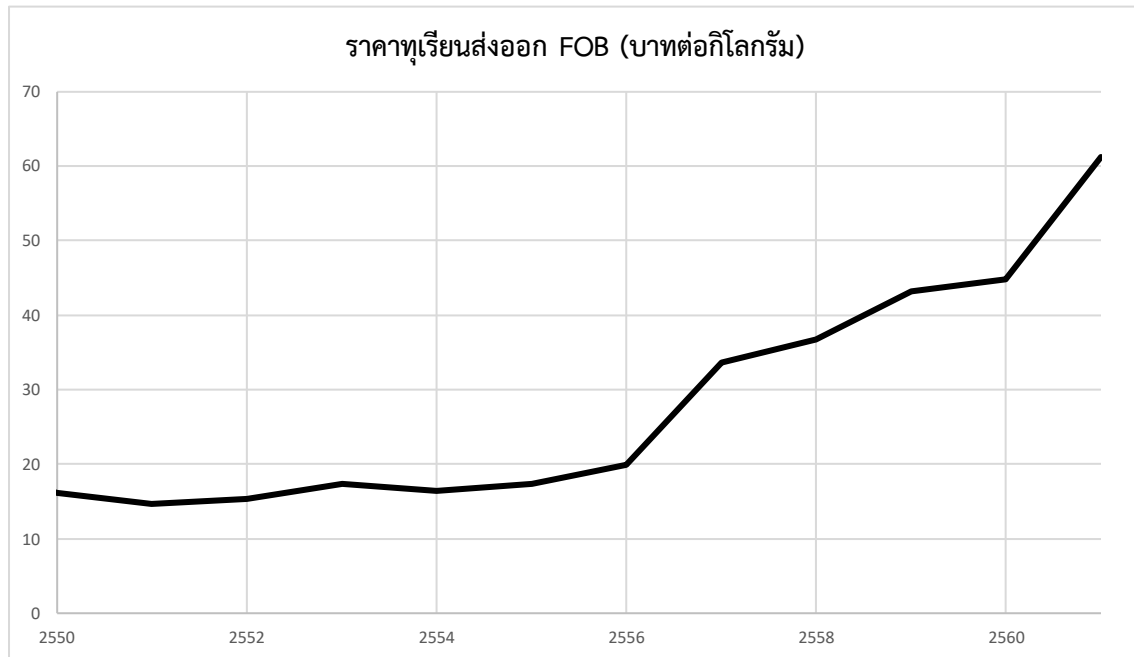
รูปที่ 3-9 ราคาการส่งออกลำไยสด

ที่มา: การค้าไทย (2561) ข้อมูลการส่งออกลำไยสดของประเทศไทยรายประเทศ (EXPORTS OF THAILAND CLASSIFIED BY COUNTRY). วิเคราะห์โดยคณะผู้วิจัย



รูปที่ 3-10 ราคาการส่งออกลำไยอบแห้ง

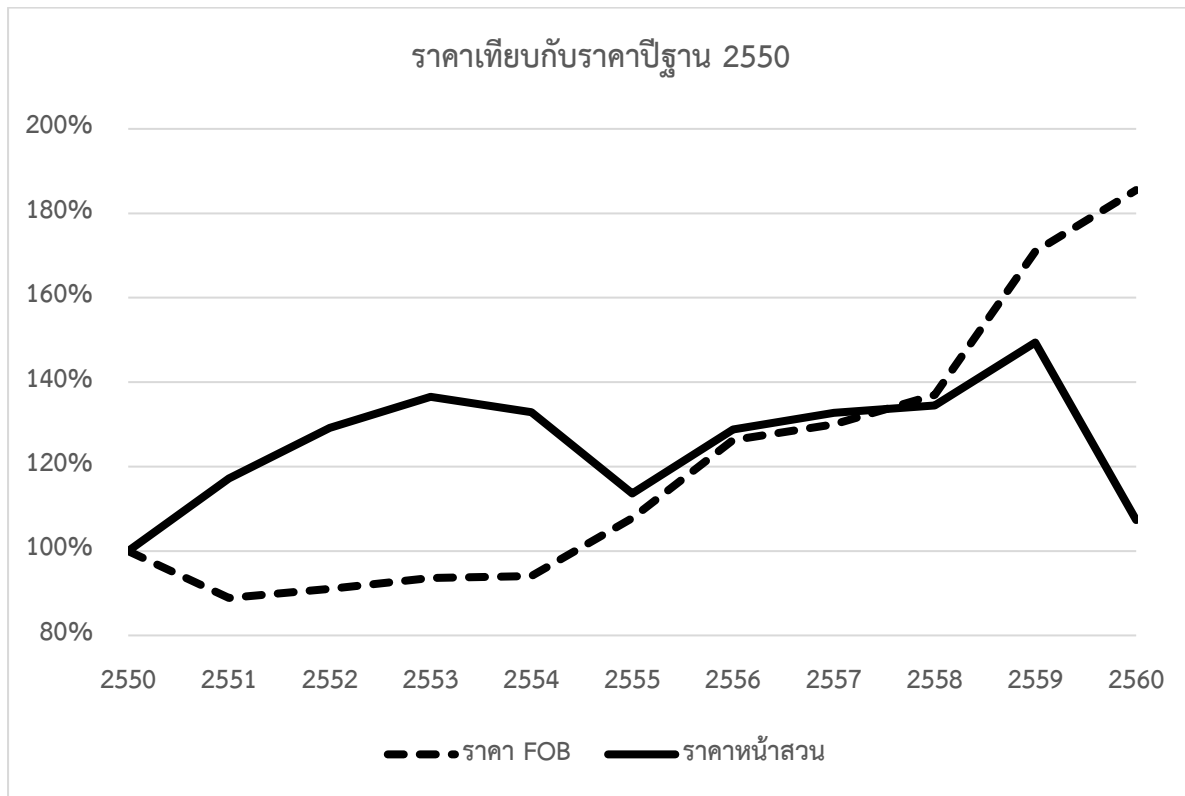
จาก ที่มา: การค้าไทย (2561) ข้อมูลการส่งออกลำไยอบแห้งของประเทศไทยรายประเทศ (EXPORTS OF THAILAND CLASSIFIED BY COUNTRY). วิเคราะห์โดยคณะผู้วิจัย



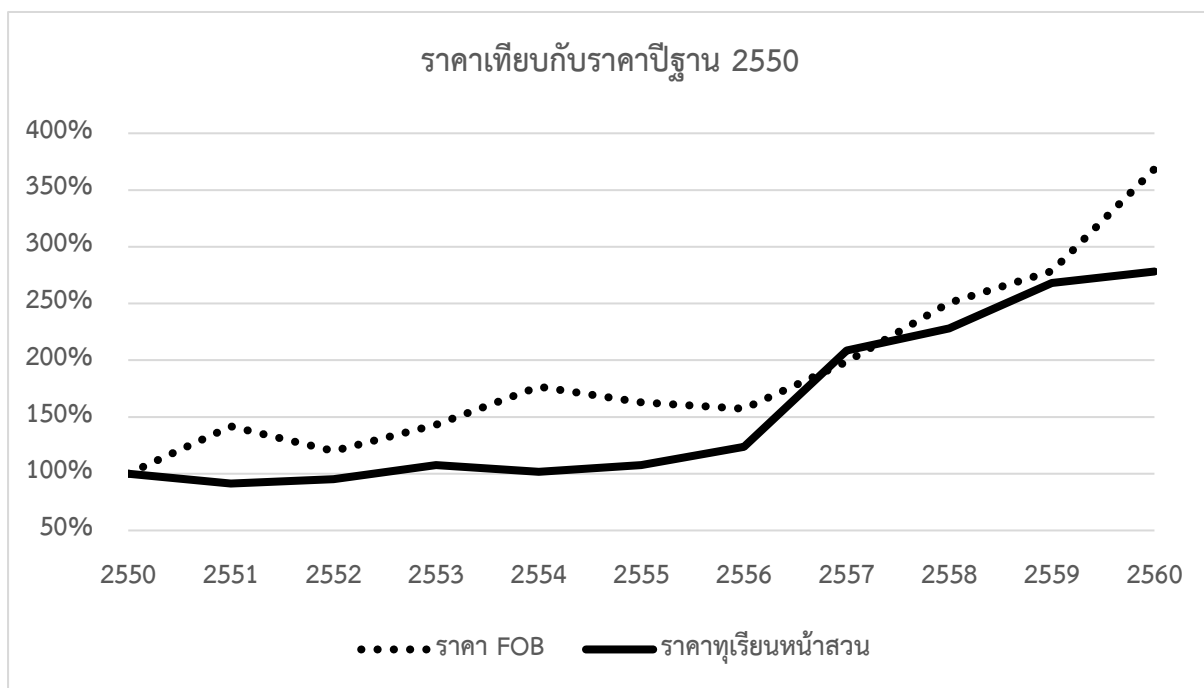
รูปที่ 3-11 ราคาทุเรียนส่งออก FOB

ที่มา: การค้าไทย (2561) ข้อมูลการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยรายประเทศ (EXPORTS OF THAILAND CLASSIFIED BY COUNTRY). วิเคราะห์โดยคณะผู้วิจัย

รูปที่ 3-12 และรูปที่ 3-13 แสดงราคาขายหน้าสวนของลำไยสดและทุเรียนสดเทียบกับราคาส่งออก FOB ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 ตามลำดับ



รูปที่ 3-12 ราคาลำไยสดเกรด A หน้าสวน เปรียบเทียบกับ ราคาส่งออก FOB
ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2562). ราคาสินค้าเกษตรที่เกษตรกรขายได้ ณ ไร่นา



รูปที่ 3-13 ราคาทุเรียนหน้าสวน เปรียบเทียบกับ ราคาส่งออก FOB
ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2562). ราคาสินค้าเกษตรที่เกษตรกรขายได้ ณ ไร่นา

เมื่อนำราคาส่งออกลำไยเปรียบเทียบกับราคาขายลำไยสดเกรด A หน้าสวน จะเห็นว่าในช่วงแรกของการเข้ามาของลังจีน พ.ศ. 2550-2554 ราคาขายหน้าสวนเพิ่มขึ้นเร็วกว่าราคาส่งออก FOB มาก ช่วงถัดมา พ.ศ. 2555-2558 ราคาขายหน้าสวนกับราคาส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นแทบจะซ้อนทับกัน แต่ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 ราคาหน้าสวนตกต่ำลง จนถึงต้องมีการประกาศประกันราคารับซื้อลำไย ในขณะที่ราคาส่งออกเพิ่มขึ้นสวนทางกัน ผู้รับซื้อลำไยสดหน้าสวนสามารถกดราคาลำไยสดไม่ให้เพิ่มขึ้นตามอุปสงค์และราคาของการส่งออก เป็นผลให้ล้งและโรงงานอบแห้งลำไยเป็นผู้ได้ประโยชน์จากการถ่างเพิ่มขึ้นของส่วนเลื่อมราคา ระหว่างราคาส่งออกและราคาขายหน้าสวน

แต่ในกรณีของทุเรียนสด ช่วงก่อนปี พ.ศ. 2556 ลังจีนยังไม่ได้เข้ามาทำตลาดอย่างจริงจัง จะเห็นว่าการกดราคาขายหน้าสวน ราคาขายหน้าสวนขึ้นช้ากว่าการเพิ่มขึ้นของราคาส่งออกอยู่มาก แต่หลังจากปี พ.ศ. 2556 ซึ่งลังจีนเข้ามามีบทบาทในการรับซื้อทุเรียนอย่างมีนัยสำคัญ ราคาที่ส่งออกและราคาขายหน้าสวนเพิ่มขึ้นในอัตราที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งผิดกับกรณีของลำไยตามที่นำเสนอมาแล้ว ผลประโยชน์จากราคาส่งออกที่สูงขึ้นได้ถูกส่งผ่านไปให้กับชาวสวนทุเรียน ในขณะที่ราคาที่ชาวสวนลำไยได้รับกลับไม่ได้เพิ่มขึ้นตามราคาส่งออกลำไยที่สูงขึ้น แสดงว่าพ่อค้าคนกลางจีนในห่วงโซ่การค้าทุเรียนมีอำนาจต่อรองไม่สูงเท่ากับในกรณีของลำไย ซึ่งอาจอธิบายได้ด้วย 3 ปัจจัย ดังนี้

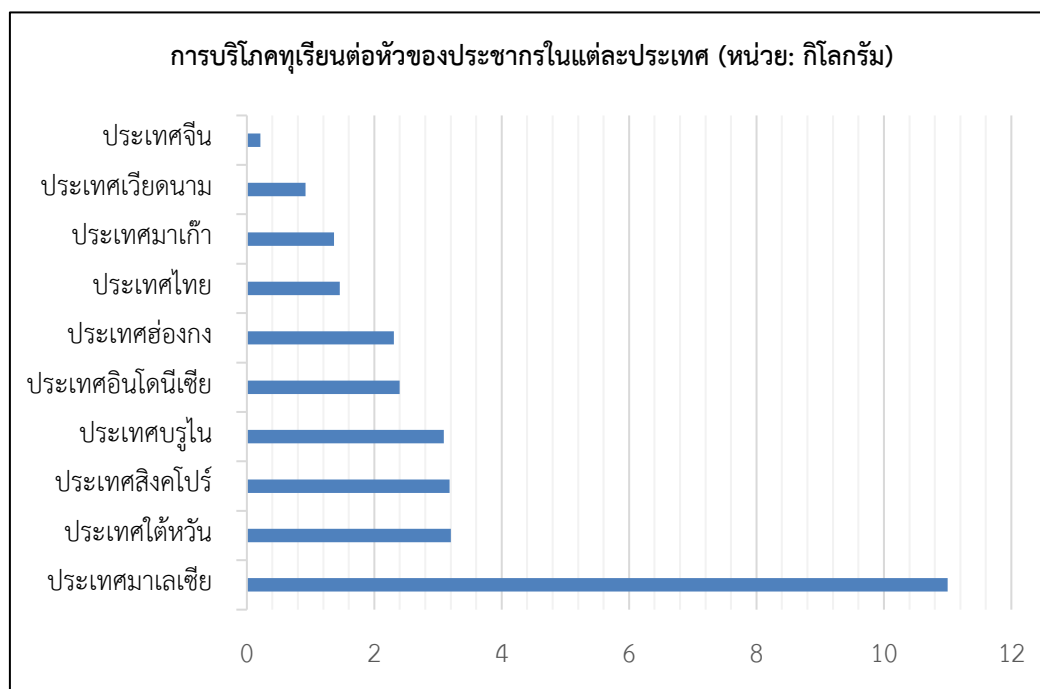
- 1) ทุเรียนเป็นผลไม้ที่จีนยังไม่สามารถปลูกได้คุณภาพและปริมาณตามที่ต้องการ ในขณะที่จีนมีการปลูกลำไยอยู่บ้างแล้ว
- 2) ชาวสวนทุเรียนมีเงินทุนและทักษะในการเจรจาค้าขายดีกว่าชาวสวนลำไย
- 3) ราคารับซื้อลำไยหน้าโรงงานอบแห้งมีอิทธิพลอย่างมากต่อราคาส่งออก โรงงานอบแห้งลำไยเป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง ทำให้มีผู้ประกอบการจำนวนน้อยราย ซึ่งสามารถรวมตัวกันควบคุมทิศทางราคาซื้อผลผลิตได้ง่าย ในขณะที่พ่อค้าคนกลางในตลาดทุเรียนมีจำนวนมาก ราย เกิดเป็นการแข่งขันแย่งชิงผลผลิตทุเรียน ต้นราคาขายหน้าสวนให้ขึ้นตามราคาส่งออก

3.2 แนวโน้มการบริโภคทุเรียนในจีน

3.2.1 ความต้องการบริโภคทุเรียนในปัจจุบัน

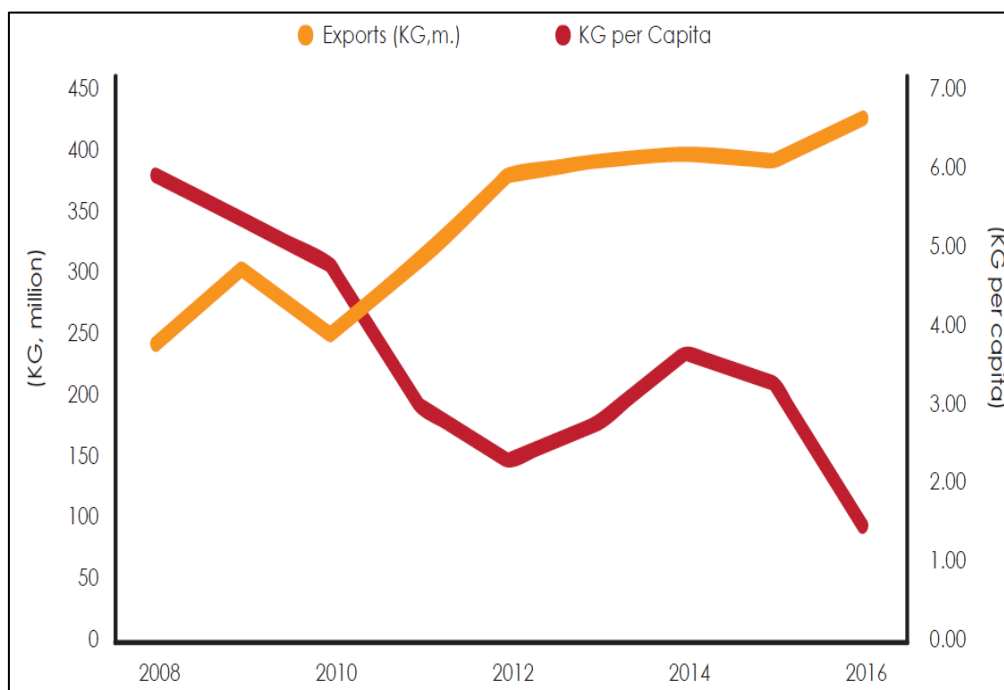
จากรายงาน Durian Global Market Report แสดงให้เห็นว่า ในปี พ.ศ. 2559 ความต้องการบริโภคทุเรียนในตลาดโลกอยู่ที่ประมาณ 1.5 พันล้านกิโลกรัมและมีมูลค่า 15 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เมื่อพิจารณาจากราคาขายปลีกที่ 10 ดอลลาร์สหรัฐต่อกิโลกรัม ทั้งนี้จากการพิจารณาการบริโภคทุเรียนต่อหัวของประชากรในประเทศ (Domestically Consumption per Capita) ในปี พ.ศ. 2559 พบว่า ประเทศมาเลเซียเป็นประเทศที่มีความต้องการบริโภคทุเรียนมากเป็นอันดับหนึ่ง โดยมีปริมาณการบริโภคทุเรียนต่อหัวของประชากรอยู่ที่ประมาณ 11 กิโลกรัมต่อคน รองลงมาคือไต้หวันและสิงคโปร์ ดังแสดงในรูปที่ 3-14 ในส่วนของประเทศจีนนั้นเป็นประเทศที่มีการบริโภคทุเรียนต่อหัวของประชากรน้อยที่สุด อย่างไรก็ตาม ปริมาณการบริโภค

ทุเรียนต่อหัวของประชากรในประเทศได้เพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงทุกปี โดยการบริโภคทุเรียนต่อหัวของประชากรในประเทศจีน เพิ่มขึ้นจาก 0.07 กิโลกรัมต่อคน ในปี พ.ศ. 2549 เป็น 0.21 กิโลกรัมต่อคนในปี พ.ศ. 2559 จึงแสดงให้เห็นว่าการบริโภคทุเรียนต่อหัวของประชากรในประเทศจีนเพิ่มขึ้นเฉลี่ยประมาณร้อยละ 13 ในทุก ๆ ปี โดยการศึกษาดังกล่าวได้คาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2573 ปริมาณการบริโภคทุเรียนต่อหัวสำหรับประเทศจีน จะเพิ่มขึ้นเป็น 1.11 กิโลกรัมต่อคน และในระยะยาวมีโอกาสที่การบริโภคทุเรียนจะสูงถึง 3 กิโลกรัมต่อคน



รูปที่ 3-14 การบริโภคทุเรียนต่อหัวของประชากรในแต่ละประเทศ
ที่มา: Trade Map สืบค้นจาก MK Durian Harvests Sdn. Bhd. (2017)

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 ถึง พ.ศ. 2559 ปริมาณการบริโภคทุเรียนต่อหัวของประชากรในประเทศไทยที่ลดลงทุกปี แต่กลับมีปริมาณการส่งออกทุเรียนสวนทางเพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี ดังแสดงในรูปที่ 3-15 โดยปริมาณการบริโภคทุเรียนต่อหัวของประชากรในปี พ.ศ. 2559 อยู่ที่เพียง 1.46 กิโลกรัมต่อคน ซึ่งต่ำกว่าปริมาณการบริโภคของชาวมาเลเซียอยู่มาก เมื่อปริมาณความต้องการทุเรียนของตลาดจีนเพิ่มสูงขึ้นส่งผลให้ประเทศไทยมีการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น ปริมาณทุเรียนที่เหลือขายให้กับการบริโภคภายในประเทศลดลง ประกอบกับราคาขายทุเรียนในประเทศสูงขึ้น ส่งผลให้คนไทยบริโภคทุเรียนลดลง และหากปรากฏการณ์นี้ยังคงอยู่ต่อไป อาจทำให้ผู้บริโภคจำนวนหนึ่งไม่สนใจจะบริโภคทุเรียนอีก ทำให้อุปสงค์ความต้องการในประเทศมีขนาดลดลงกว่าเดิม ถ้าหากอนาคตผู้บริโภคชาวจีนมีความนิยมในการบริโภคทุเรียนจากประเทศไทยลดน้อยลง ผลผลิตทุเรียนของประเทศไทยที่เหลือจากการส่งออกก็อาจจะไม่มีตลาดในประเทศรองรับ



รูปที่ 3-15 เปรียบเทียบปริมาณการส่งออกและการบริโภคทุเรียนต่อหัวของประชากรในประเทศไทย
ที่มา: Trade Map สืบค้นจาก MK Durian Harvests Sdn. Bhd. (2017)

3.2.2 การนำเข้าทุเรียนจากประเทศไทยของจีนแบ่งตามเขตการดูแลของศุลกากรจีน

ประเทศจีนเป็นตลาดของผลไม้ส่งออกที่สำคัญของไทย³ เนื่องจากจีนเป็นประเทศที่มีจำนวนประชากรมาก มีเส้นทางการขนส่งผลไม้ที่หลากหลายทั้งทางบก ทางทะเล และทางอากาศ ใช้ระยะเวลาในการขนส่งจากไทยไม่นานมากนัก ช่วยลดข้อจำกัดของผลไม้สดที่มีอายุในการเก็บรักษาสั้น ในอดีตเส้นทางการขนส่งผลไม้เส้นทางหลัก คือ การขนส่งทางทะเลจากไทยเข้าไปฮ่องกง และจากฮ่องกงเข้าเซินเจิ้นโดยการขนส่งทางบก อย่างไรก็ตามพบว่ามีความโน้มในการนำเข้าผ่านเส้นทางการขนส่งทางบกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สำหรับตลาดผลไม้ในประเทศจีนมีลักษณะเหมือนกับในประเทศต่าง ๆ ที่มีตลาดกลางในการซื้อขายส่งผลไม้ที่ผลิตได้ในประเทศและผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศ ตลาดกลางซื้อขายส่งผลไม้ที่ใหญ่ที่สุดของจีนอยู่ที่ตลาดค้าส่งผักและผลไม้เจียงหนานในนครกว่างโจว มีปริมาณการนำเข้าผลไม้จากต่างประเทศคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60-70 ของปริมาณการนำเข้าผลไม้ของจีน โดยร้อยละ 30-35 ของผลไม้นำเข้าเป็นผลไม้จากไทย ผลไม้ไทยที่ส่งออกไปยังประเทศจีนร้อยละ 70-80 ส่งผ่านตลาดค้าส่งผักและผลไม้เจียงหนาน ก่อนมีการกระจายไปยังมณฑลต่าง ๆ ทั่วประเทศจีน⁴

³ ฝ่ายการเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว. (2561). สถานการณ์ผลไม้ไทยในตลาดจีนปี 2560 และแนวโน้ม. สืบค้นจาก <https://www.opsmoac.go.th/guangzhou-news-files-402891791272>

⁴ ฝ่ายการเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว. (2558). สถานการณ์ผลผลิตทางการเกษตรและประมงของไทยในตลาดจีนปี 2557 และแนวโน้ม. สืบค้นจาก <https://www.opsmoac.go.th/guangzhou-news-files-401891791814>

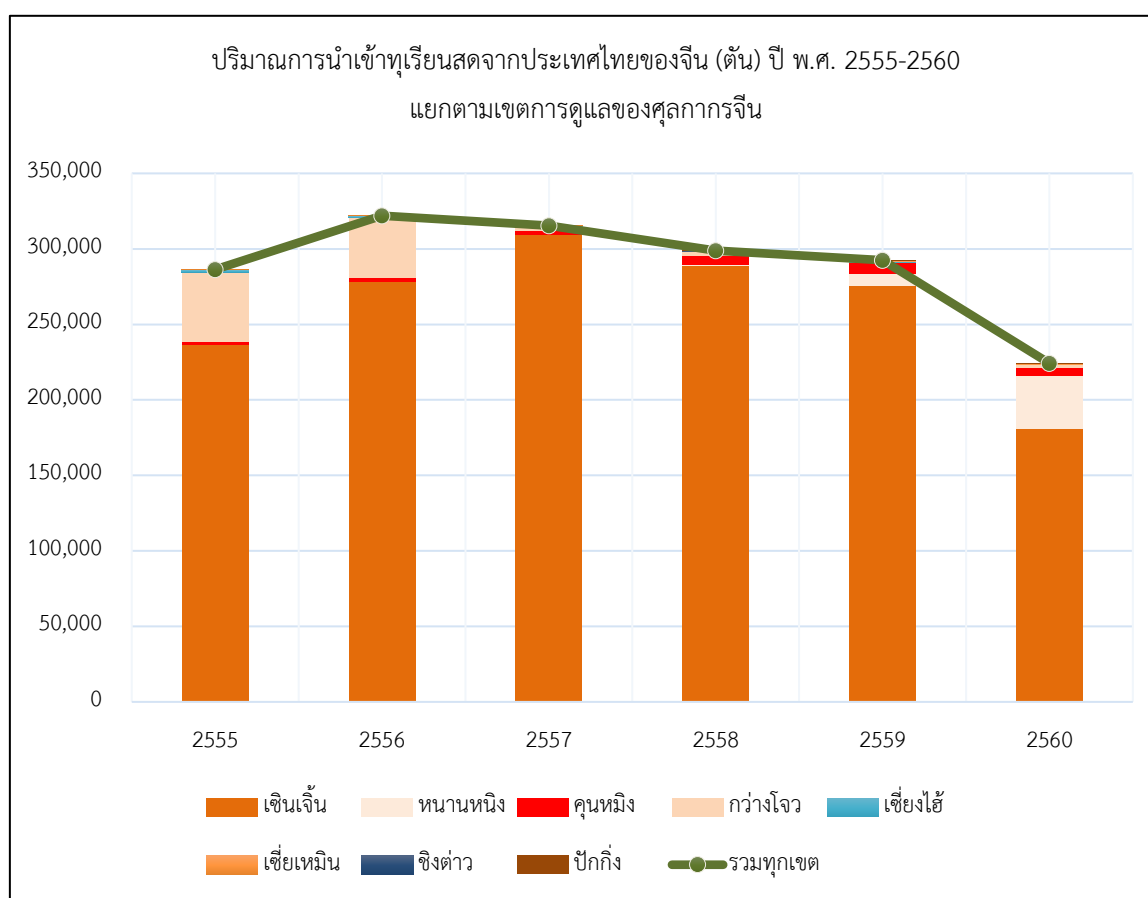
สำหรับผู้บริโภคชาวจีนค่อนข้างมีความสะดวกในการเลือกซื้อผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากปัจจุบันห้างโมเดิร์นเทรดในเมืองต่าง ๆ ทั่วประเทศจีน อาทิ Aeon, Lotus, Vanguard, Friendship, Hualian, ParknShop, Walmart, Carrefour รวมถึงร้านจำหน่ายผลไม้ของบริษัท Shenzhen Pagoda Industrial Development จำกัด ซึ่งจำหน่ายผลไม้ระดับพรีเมียมที่มีสาขากว่า 2,800 สาขาทั่วประเทศจีน ต่างมีการจำหน่ายผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งผลไม้ไทยเป็นหนึ่งในผลไม้ที่ห้างโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ เลือกสรรที่จะนำไปจัดจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในจีน

จีนเป็นตลาดส่งออกทุเรียนที่สำคัญของไทย ทุเรียนเป็นผลไม้ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวไม่สามารถทดแทนด้วยผลไม้ชนิดอื่นได้ โดยชาวจีนจัดให้ทุเรียนเป็น “水果王” (สูกั้วหวัง) หรือ “King of Fruit” เนื่องจากเป็นผลไม้ที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ด้วยลักษณะเฉพาะและคุณภาพของทุเรียนไทยทำให้ผู้บริโภคชาวจีนตอบรับและนิยมรับประทานทุเรียนเพิ่มมากขึ้น ในนครกว่างโจวสามารถพบเห็นร้านและบูธจำหน่ายทุเรียนไทยโดยเฉพาะ กระจายอยู่ทั่วไปในช่วงที่ทุเรียนไทยออกผลผลิต นอกจากนี้ร้านอาหารและภัตตาคารในจีนได้มีการนำทุเรียนไปประยุกต์ในเมนูอาหารคาวและหวาน เช่น พืชชาทุเรียน พัพพัทุเรียน พายทุเรียน เป็นต้น

จากสถิติปริมาณการนำเข้าทุเรียนไทยของจีนแยกตามเขตดูแลของศุลกากร ในช่วงปี พ.ศ. 2555-2560 พบว่า จีนมีการนำเข้าทุเรียนสดผ่านทางมณฑลกว่างตุงมากถึงร้อยละ 98.69 ในปี พ.ศ. 2555 และลดลงเหลือร้อยละ 81.6 ในปี พ.ศ. 2560 โดยในทุกปีมีการนำเข้าทุเรียนสดผ่านทางศุลกากรเงินเจิ้นเป็นสัดส่วนที่มากที่สุดของปริมาณการนำเข้าทุเรียนจากไทยของจีน คิดเป็นสัดส่วนมากถึงร้อยละ 80.67 ในปี พ.ศ. 2560 รองลงมา ได้แก่ หนานหนิง (ร้อยละ 15.52) คุนหมิง (ร้อยละ 2.54) กว่างโจว (ร้อยละ 0.89) เซี่ยงไฮ้ (ร้อยละ 0.12) เซี่ยเหมิน (ร้อยละ 0.11) ชิงเต่า (ร้อยละ 0.09) และปักกิ่ง (ร้อยละ 0.05) ตามลำดับ แม้ว่าในปัจจุบันผู้บริโภคชาวจีนมีความนิยมบริโภคทุเรียนจากไทยมากขึ้น แต่กลับพบว่าแนวโน้มการนำเข้าทุเรียนโดยตรงจากไทยรวมทุกเขตดูแลศุลกากรจีนมีแนวโน้มลดลง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 ถึง พ.ศ. 2560 ดังแสดงในรูปที่ 3-16

ทั้งนี้เพราะว่าทุเรียนไทยที่ส่งไปจำหน่ายในจีนบางส่วนถูกส่งไปที่เวียดนามก่อนที่จะถูก Re-export ไปยังจีน เนื่องจากการนำเข้าทุเรียนจากไทยผ่านด่านสากลเพียงอย่างเดียวจะส่งผลต่อต้นทุนการนำเข้าที่สูงขึ้น ผู้นำเข้าจีนหรือผู้ส่งออกไทยจะต้องเสียค่าพิธีศุลกากรขาเข้าและภาษีมูลค่าเพิ่มตามที่กฎหมายจีนกำหนด ดังนั้นจึงมีผู้ส่งออกจีนที่ต้องการเฉลี่ยต้นทุนการนำเข้า โดยการส่งออกทุเรียนสดจากไทยไปยังประเทศเวียดนาม และดำเนินการในลักษณะ Re-export เพื่อให้ได้เอกสารรับรองว่าทุเรียนดังกล่าวเป็นทุเรียนที่ส่งออกจากเวียดนาม จากนั้นดำเนินการขนส่งไปที่ฝั่งเสี่ยงผ่านจุดผ่อนปรน (ผู้จ่ายและนั่งหอย) ที่กำหนดให้เป็นการค้าชายแดน (Border Trade) ที่ทางการจีนอนุญาตเฉพาะสินค้าที่มาจากเวียดนามเท่านั้น โดยจากฐานข้อมูล Trade Map พบว่าสถิติการส่งออกทุเรียนจากเวียดนามไปจีน ในปี พ.ศ. 2559 เท่ากับ

92,974 ตัน⁵ ซึ่งคาดว่าปริมาณทุเรียนที่เวียดนามส่งออกป็นเป็นการนำทุเรียนไทยไป Re-export หากนำมา
รวมกับปริมาณการนำเข้าทุเรียนสดจากประเทศไทยของจีนในทุกเขตการดูแลของศุลกากรจีนใน ปี พ.ศ. 2559
ซึ่งมีปริมาณเท่ากับ 292,410 ตัน จะได้ปริมาณใกล้เคียงกับสถิติปริมาณการส่งออกทุเรียนจากไทยไปจีน
เวียดนาม และฮ่องกง ของกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งเท่ากับ 389,252 ตัน จึงเห็นได้ว่าหากพิจารณาปริมาณทุเรียน
ไทยทั้งจากการนำเข้าโดยตรงผ่านศุลกากรจีน และการนำเข้าแบบ Re-export แท้จริงแล้วจีนมีการนำเข้า
ทุเรียนทั้งหมดจากไทยด้วยแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้น



รูปที่ 3-16 ปริมาณการนำเข้าทุเรียนสดจากประเทศไทยของจีน ปี พ.ศ. 2555-2560

แยกตามเขตการดูแลของศุลกากรจีน

ที่มา: ฝ่ายการเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

การนำเข้าทุเรียนสดผ่านทางศุลกากรเชียนเจิ้นส่วนใหญ่เป็นการขนส่งทางเรือจากไทยไปยังฮ่องกง (มี
เที่ยวเรือระหว่างไทย-ฮ่องกงจำนวนมาก) และจากฮ่องกงเข้าสู่จีนทางรถยนต์ เนื่องด้วยทุเรียนมีเงื่อนไขในการ
เก็บรักษาที่ต้องควบคุมอุณหภูมิที่ 15 องศาเซลเซียส ความชื้นสัมพัทธ์ร้อยละ 85-90 หากไม่ได้อยู่ในสภาพ

⁵ (Trade Map, 2016)

ดังกล่าวอายุในการเก็บรักษาจะสั้นลง ทำให้การขนส่งทุเรียนส่วนใหญ่จะขนส่งทางเรือไปยังฮ่องกง เพราะการขนส่งทางเรือสามารถควบคุมอุณหภูมิภายใต้เงื่อนไขดังกล่าวได้ดีกว่าทางรถยนต์ ดังนั้นเมื่อพิจารณาสถิติปริมาณการนำเข้าทุเรียนไทยของจีนพบว่ามีความแตกต่างจากสถิติการส่งออกทุเรียนมายังจีนมาก ส่วนหนึ่งมาจากรูปแบบการขนส่งที่เป็นการขนส่งจากไทยไปยังฮ่องกงแล้วจึงขนส่งเข้าจีนทางเส้นทางบกผ่านเมืองเซินเจิ้น ทุเรียนที่แจ้งว่าส่งออกไปยังฮ่องกง บางส่วนมีการจำหน่ายในฮ่องกงเองและมีจำนวนมากที่ส่งเข้าไปยังจีน อย่างไรก็ตามผู้ส่งออกทุเรียนไปฮ่องกงจะต้องขอใบรับรองสุขอนามัยพืชจากกรมวิชาการเกษตรสำหรับทุเรียนที่ส่งออกไปฮ่องกงและต้องการส่งต่อเข้าไปยังจีนด้วยเช่นกัน หรือทุเรียนที่ส่งไปที่เวียดนามแล้วส่งไปจำหน่ายในจีนอีกทอดหนึ่ง

ขณะที่การนำเข้าทุเรียนโดยผ่านเส้นทางการขนส่งทางบกจากไทยไปจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยการนำเข้าผ่านเขตดูแลของศุลกากรคุนหมิงใช้เส้นทางการขนส่งทางบก R3A และการนำเข้าผ่านเขตดูแลของศุลกากรหนานหนิงเกือบทั้งหมดจะนำเข้าผ่านเส้นทางการขนส่งทางบกสาย R9 หรือ R12 เข้าประเทศจีนที่ด่านโหย่วอี้กวาน ข้อมูลการนำเข้าทุเรียนผ่านเขตดูแลของศุลกากรหนานหนิง ชิงต้าว และปักกิ่ง เริ่มพบในปี พ.ศ. 2558 โดยไม่พบสถิติการนำเข้าในช่วงปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2557 จากสถิติในปี พ.ศ. 2560 มีการนำเข้าทางบกผ่านเขตดูแลของศุลกากรหนานหนิง 33,370 ตัน เพิ่มขึ้นมากถึงร้อยละ 323.14 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2559 ในขณะที่การนำเข้าผ่านเขตดูแลของศุลกากรคุนหมิงโดยใช้เส้นทางการขนส่งทางบก R3A ในปี พ.ศ. 2560 มีการนำเข้า 5,686 ตัน ลดลงร้อยละ 23.43

หากพิจารณาการนำเข้าทุเรียนโดยการขนส่งทางทะเลตรงจากไทยไปจีน พบว่ามีปริมาณการนำเข้าผ่านเขตดูแลของศุลกากรเซินเจิ้นลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2560 มีการนำเข้า 584 ตัน ลดลงมากถึงร้อยละ 90.94 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2559 ในขณะที่มีการนำเข้าผ่านเขตดูแลของศุลกากรกว่างโจว 1,811 ตัน เพิ่มขึ้น 55.20 เท่า และนำเข้าผ่านเขตดูแลของศุลกากรหนานหนิง 1,384 ตัน เพิ่มขึ้นมากถึง 255.27 เท่า นอกจากนี้การนำเข้าทุเรียนผ่านการขนส่งทางอากาศกลับพบว่าแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องสำหรับการนำเข้าผ่านเขตดูแลของศุลกากรเซี่ยงไฮ้และกว่างโจว โดยมีปริมาณการนำเข้าในปี พ.ศ. 2560 อยู่ที่ 242 และ 184 ตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 162.71 และ 20.03 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2559 ในขณะที่มีการนำเข้าผ่านเขตดูแลของศุลกากรปักกิ่ง 109 ตัน เพิ่มขึ้นมากถึงร้อยละ 262.82 แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของตลาดทุเรียนคุณภาพระดับบนของผู้บริโภคที่กำลังการซื้อสูงในจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในหัวเมืองใหญ่ ๆ ของจีน ดังแสดงในตารางที่ 3-2

อย่างไรก็ดี ตารางที่ 3-2 เป็นตัวเลขปริมาณทุเรียนไทยที่นำเข้าโดยตรงจากไทย แต่จากที่นำเสนอมาข้างต้น ทุเรียนไทยบางส่วนจะถูกส่งออกไปที่เวียดนามก่อนที่จะถูก Re-export เข้าไปในจีนเป็นจำนวนเกือบ 1 แสนตันต่อปี ซึ่งทุเรียนจากเวียดนามจำนวนนี้จะใช้การขนส่งทางบกผ่านด่านในเขตการดูแลของศุลกากรหนานหนิง หากนับรวมการนำเข้าทุเรียนจากเวียดนามจำนวนนี้ จะทำให้เขตศุลกากรหนานหนิงจะมีปริมาณการนำเข้าทุเรียนไทยเข้า (รวมทั้งทางตรงและทางอ้อม) เป็นอันดับสองรองจากเขตศุลกากรเซินเจิ้น

ตารางที่ 3-2 ปริมาณการนำเข้าทุเรียนสดจากประเทศไทยของจีน ปี พ.ศ. 2555-2560 แยกตามเขตการดูแลของศุลกากรจีน

ลำดับ	เขตดูแลของ ศุลกากร	ปริมาณ (ตัน)						การเปลี่ยนแปลง ปี 2560 เทียบกับ ปี 2559 (%)
		ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560	
1	เฉินเจิ้น (กวางตุ้ง)	236,657	278,257	309,700	288,790	275,729	180,874	-34.40
	(เทียบสัดส่วน)	(82.64%)	(86.42%)	(98.17%)	(96.65%)	(94.30%)	(80.67%)	
	-ทางบก			295,274	278,907	269,276	180,290	-33.05
	-ทางทะเล			14,426	9,882	6,450	584	-90.94
	-ทางอากาศ			-	-	3	-	
2	หนานหนิง (กว่างซี)	-	-	-	738	7,892	34,802	341.00
	(เทียบสัดส่วน)				(0.25%)	(2.70%)	(15.52%)	
	-ทางบก				705	7,886	33,370	323.14
	-ทางทะเล				33	5	1,384	255.27 เท่า
3	คุนหมิง (ยูนนาน) ทางบกทั้งหมด	1,955	2,184	2,074	6,001	7,427	5,686	-23.43

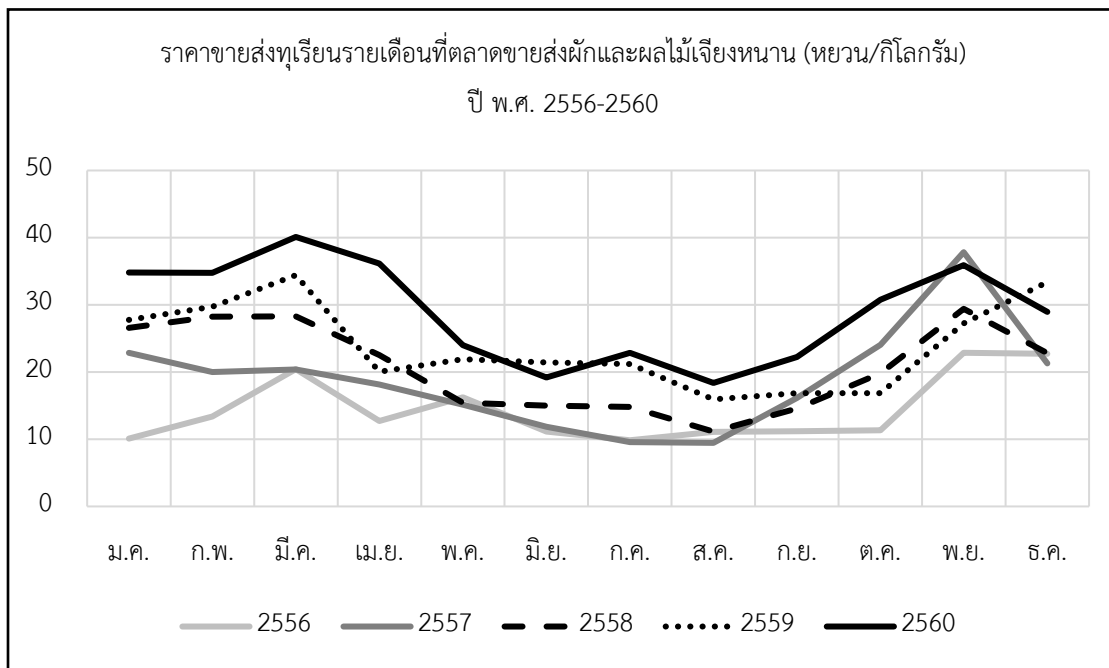
ลำดับ	เขตดูแลของ ศุลกากร	ปริมาณ (ตัน)						การเปลี่ยนแปลง ปี 2560 เทียบกับ ปี 2559 (%)
		ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560	
4	กว้างโจว (กวางตุ้ง)	45,962	40,361	2,524	2,424	186	1,996	973.68
	- ทางทะเล			2,523	2,366	32	1,811	55.20 เท่า
	- ทางอากาศ			0.84	58	154	184	20.03
5	เซี่ยงไฮ้	1,518	1,034	956	90	191	266	39.60
	-ทางทะเล			952	57	99	25	-74.94
	-ทางอากาศ			4	33	92	242	162.71
6	เซี่ยเหมิน (ฝูเจี้ยน) เกือบทั้งหมดทางทะเล	252	97	166	113	683	247	-63.80
7	ชิงเต่า (ซานตง) ทางทะเลทั้งหมด	-	-	-	568	234	208	-11.40
8	ปักกิ่ง ทางอากาศทั้งหมด	-	-	-	50	30	109	262.82
	รวมทุกเขต	286,363	321,983	315,476	298,793	292,410	224,224	-23.32

ที่มา: ฝ่ายการเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

3.2.3 แนวโน้มราคาทุเรียนขายส่งและขายปลีกในนครกว่างโจว

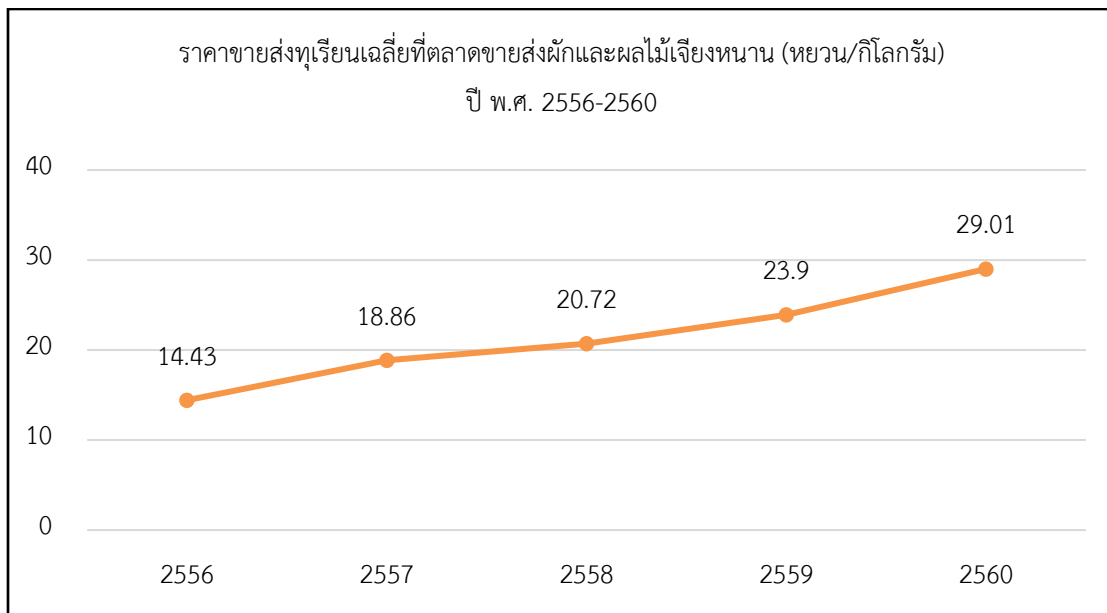
1) ราคาขายส่งทุเรียนที่ตลาดขายส่งผักและผลไม้เจียงหนาน

เมื่อพิจารณาราคาขายส่งทุเรียนรายเดือนที่ตลาดขายส่งผักและผลไม้เจียงหนาน ปี พ.ศ. 2556 ถึง พ.ศ. 2560 พบว่าช่วงเดือนที่มีการนำเข้าทุเรียนมากสอดคล้องกับผลผลิตของไทยที่ออกมา คือช่วงเดือนพฤษภาคมถึงกันยายน จึงเป็นช่วงที่ราคาซื้อขายต่ำในช่วงปีตามกลไกตลาด โดยในช่วงต้นฤดูและปลายฤดูผลผลิตของทุเรียนจะเป็นช่วงที่ราคาขายส่งในตลาดค้าส่งผักและผลไม้เจียงหนานอยู่ในระดับสูง ราคาขายส่งเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในเดือนมีนาคมและเริ่มลดลงตั้งแต่เดือนเมษายน ในขณะที่ราคาเริ่มกลับมาเพิ่มขึ้นในเดือนกันยายน เป็นช่วงที่เริ่มเข้าช่วงปลายฤดูของผลผลิต ดังแสดงในรูปที่ 3-17 แนวโน้มราคาขายส่งเฉลี่ยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ทั้งนี้ราคาขายส่งเฉลี่ยของปี พ.ศ. 2560 มากกว่าราคาขายส่งเฉลี่ยของปี พ.ศ. 2556 ถึง พ.ศ. 2559 อย่างเห็นได้ชัด โดยราคาขายส่งเฉลี่ยตลอดทั้งปีของปี พ.ศ. 2560 อยู่ที่ 29.01 หยวนต่อกิโลกรัม เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2559 ซึ่งอยู่ที่ 23.90 หยวนต่อกิโลกรัม เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.38 ดังแสดงในรูปที่ 3-18 และ ตารางที่ 3-3



รูปที่ 3-17 ราคาขายส่งทุเรียนรายเดือนที่ตลาดขายส่งผักและผลไม้เจียงหนาน ปี พ.ศ. 2556-2560

ที่มา: ฝ่ายการเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย



รูปที่ 3-18 ราคาขายส่งทุเรียนเฉลี่ยที่ตลาดขายส่งผักและผลไม้เจียงหนาน ปี พ.ศ. 2556-2560

ที่มา: ฝ่ายการเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

ตารางที่ 3-3 ราคาขายส่งทุเรียนรายเดือนที่ตลาดขายส่งผักและผลไม้เจียงหนาน (หยวน/กิโลกรัม) ปี พ.ศ. 2556-2560

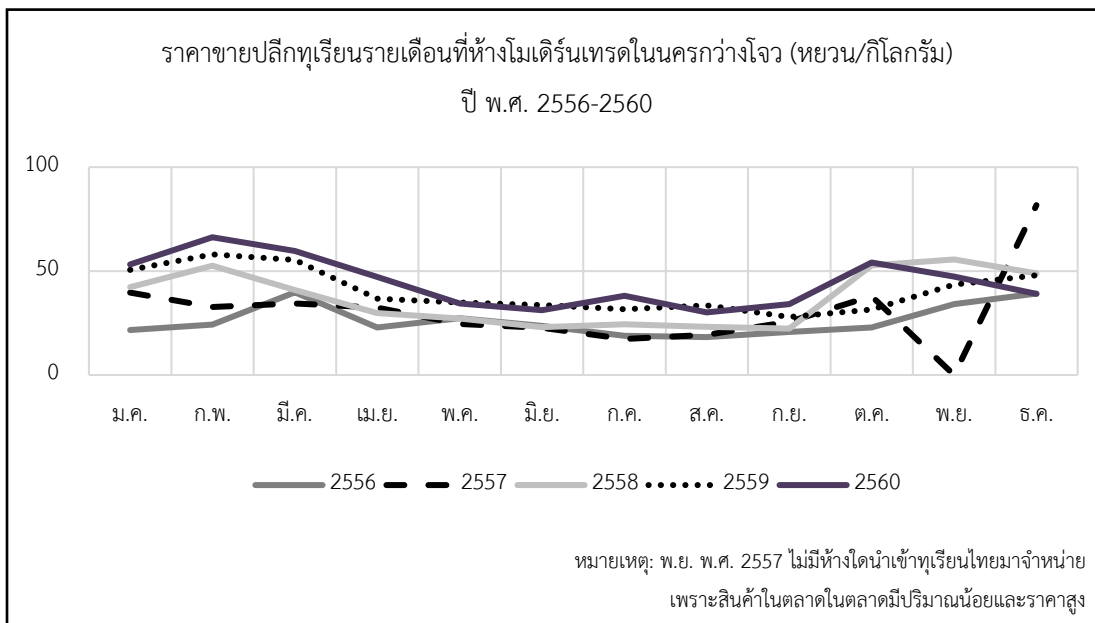
หน่วย: หยวน/กิโลกรัม

ราคา ขายส่งทุเรียน	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	เฉลี่ย
2556	10.09	22.86	26.58	27.76	34.83	10.09	22.86	26.58	27.76	34.83	10.09	22.86	14.43
2557	13.4	19.98	28.24	29.73	34.75	13.4	19.98	28.24	29.73	34.75	13.4	19.98	18.86
2558	20.45	20.38	28.3	34.42	40.11	20.45	20.38	28.3	34.42	40.11	20.45	20.38	20.72
2559	12.71	18.13	22.55	20.05	36.17	12.71	18.13	22.55	20.05	36.17	12.71	18.13	23.9
2560	16.24	15.13	15.44	21.91	24.02	16.24	15.13	15.44	21.91	24.02	16.24	15.13	29.01

ที่มา: ฝ่ายการเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

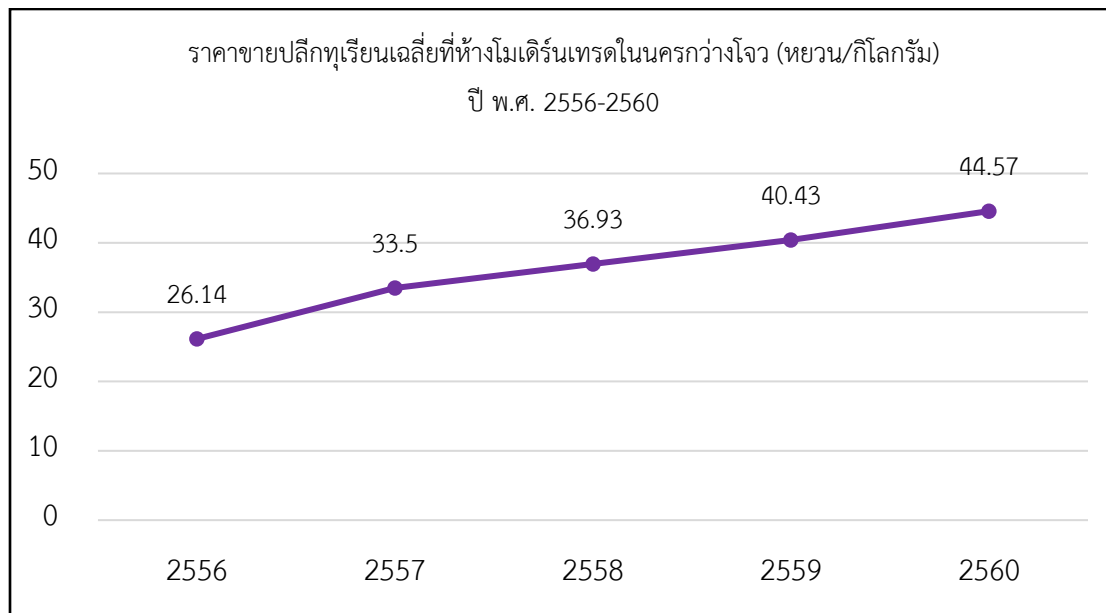
2) ราคาขายปลีกทุเรียนที่ห้างโมเดิร์นเทรดในนครกว่างโจว

เมื่อพิจารณาราคาขายปลีกทุเรียนรายเดือนที่ห้างโมเดิร์นเทรดในนครกว่างโจว ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 ถึง พ.ศ. 2560 ในห้างสรรพสินค้า 6 แห่ง ได้แก่ Lotus, Aeon, ParknShop, Vanguard, Friendship และ Trustmart และร้าน Pagoda ซึ่งเป็นร้านจำหน่ายผลไม้ระดับพรีเมียมที่มีสาขากว่า 2,800 สาขาทั่วประเทศจีน พบว่าราคาขายปลีกทุเรียนสอดคล้องในทิศทางเดียวกับราคาขายส่งที่กล่าวมาข้างต้น คือ ในช่วงต้นฤดูการผลิตทุเรียนเป็นช่วงที่ราคาขายปลีกอยู่ในระดับสูง และในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงกันยายนเป็นช่วงที่ราคาขายปลีกทุเรียนต่ำในช่วงปี โดยเกือบทุกปีราคาขายปลีกทุเรียนเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในเดือนกุมภาพันธ์ซึ่งเป็นช่วงต้นฤดูที่มีปริมาณผลผลิตน้อยและเป็นอยู่ในช่วงเทศกาลตรุษจีนที่ผู้บริโภคมีความต้องการทุเรียนสูง จึงส่งผลให้ทุเรียนในช่วงเวลาดังกล่าวมีราคาสูงกว่าในช่วงอื่นของปี ดังนั้นราคาทุเรียนนอกฤดูกาลผลิตมีราคาสูงกว่าในฤดูกาล หากสามารถควบคุมผลผลิตให้มีตลอดทั้งปีจะสามารถทำให้ราคาไม่มีความผันผวนมากจนเกินไปนัก ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้ตลอดปี ดังแสดงในรูปที่ 3-19 แนวโน้มราคาขายปลีกในห้างโมเดิร์นเทรดในนครกว่างโจวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ราคาขายปลีกเฉลี่ยของปี พ.ศ. 2560 มากกว่าราคาขายปลีกเฉลี่ยของปี พ.ศ. 2556 ถึง พ.ศ. 2559 โดยราคาขายปลีกเฉลี่ยตลอดทั้งปีของปี พ.ศ. 2560 อยู่ที่ 44.57 หยวนต่อกิโลกรัม เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2559 อยู่ที่ 40.43 หยวนต่อกิโลกรัม เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.24 ดังแสดงในรูปที่ 3-20 และตารางที่ 3-4 ทั้งนี้แสดงให้เห็นว่าราคาทุเรียนขายปลีกจะสูงกว่าราคาขายส่งกว่าร้อยละ 50 โดยในบางปีราคาขายปลีกสูงเกือบเป็น 2 เท่าของราคาขายส่ง



รูปที่ 3-19 ราคาขายปลีกทุเรียนรายเดือนที่ห้างโมเดิร์นเทรดในนครกว่างโจว ปี พ.ศ. 2556-2560

ที่มา: ฝ่ายการเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย



รูปที่ 3-20 ราคาขายปลีกทุเรียนเฉลี่ยที่ห้างโมเดิร์นเทรดในนครกว่างโจว ปี พ.ศ. 2556-2560

ที่มา: ฝ่ายการเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

ตารางที่ 3-4 ราคาขายปลีกทุเรียนรายเดือนที่ห้างโมเดิร์นเทรดในนครกว่างโจว (หยวน/กิโลกรัม) ปี พ.ศ. 2556-2560

หน่วย: หยวน/กิโลกรัม

ราคา ขายส่งทุเรียน	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	เฉลี่ย
2556	21.66	24.24	39.79	22.81	27.37	23.67	18.94	18.26	20.68	22.91	34.11	39.24	26.14
2557	39.64	32.77	34.47	32.42	24.52	22.78	17.27	19.34	25.61	38.00	-	81.73	33.50
2558	42.27	52.66	40.95	29.86	27.12	23.08	24.37	23.16	22.34	52.80	55.60	48.95	36.93
2559	50.54	58.04	55.33	36.67	34.82	33.69	31.62	33.48	27.92	31.52	43.48	48.04	40.43
2560	53.24	66.28	59.63	47.24	34.35	31.13	38.13	30.13	34.13	54.20	47.33	38.99	44.57

ที่มา: ฝ่ายการเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

3.2.4 ความต้องการบริโภคทุเรียนของจีนแบ่งตามภูมิภาคและมณฑล⁶

จากข้อมูลปริมาณความต้องการบริโภคทุเรียนรวมทุกภูมิภาคทั้งประเทศจีนในปี พ.ศ. 2559 ถึง พ.ศ. 2561 พบว่ามีแนวโน้มเพิ่มทุกปี โดยมีปริมาณความต้องการบริโภคทุเรียนต่อหัวของประชากรจีนปี พ.ศ. 2561 เท่ากับ 0.36 กิโลกรัมต่อคน เมื่อพิจารณาปริมาณความต้องการบริโภคทุเรียนของจีนแบ่งออกตามภูมิภาค พบว่าความต้องการบริโภคทุเรียนในทุกภูมิภาคของจีนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 ถึง พ.ศ. 2561 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในทุกภูมิภาคเช่นกัน และอัตราการเปลี่ยนแปลงของปี พ.ศ. 2560 เทียบกับปี พ.ศ. 2559 และปี พ.ศ. 2561 เทียบกับปี พ.ศ. 2560 มีอัตราการเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกในทุกภูมิภาค สะท้อนให้เห็นว่าคนจีนมีความนิยมในการบริโภคทุเรียนเพิ่มมากขึ้นในทุกภูมิภาค ดังแสดงในตารางที่ 3-5 และ รูปที่ 3-21

จากสถิติความต้องการบริโภคทุเรียนของจีนในปี พ.ศ. 2561 พบว่าภูมิภาคที่มีสัดส่วนความต้องการบริโภคทุเรียนในจีนมากที่สุด คือ ภาคตะวันออก (มณฑลซานตง เมืองเซี่ยงไฮ้ มณฑลเจียงซู มณฑลเจ้อเจียง มณฑลฝูเจี้ยน มณฑลอานฮุย และมณฑลเจียงซี) มีสัดส่วนร้อยละ 31.39 ของความต้องการบริโภคทุเรียนทั้งหมดในจีน รองลงมา คือ ภาคเหนือ (เมืองปักกิ่ง เทียนจิน มณฑลเหอเป่ย์ มณฑลชานซี และเขตปกครองตนเองมองโกเลียใน) มีสัดส่วนร้อยละ 20.32 ภาคใต้ (มณฑลกวางตุ้ง เขตปกครองตนเองกวางสี และมณฑลไหหนาน) มีสัดส่วนร้อยละ 12.39 ภาคตะวันตกเฉียงใต้ (มณฑลเสฉวน มณฑลยูนนาน มณฑลกุ้ยโจว เทศบาลนครฉงชิ่ง และเขตปกครองตนเองทิเบต) มีสัดส่วนร้อยละ 10.44 ภาคตะวันตกเฉียงเหนือ (มณฑลกานซู เขตปกครองตนเองซินเจียง มณฑลส่านซี มณฑลชิงไห่ และเขตปกครองตนเองหนิงเซี่ยหุย) มีสัดส่วนร้อยละ 8.97 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (มณฑลเฮย์หลงเจียง มณฑลจี๋หลิน และมณฑลเหลียวหนิง) มีสัดส่วนร้อยละ 8.76 และภาคกลาง (มณฑลหูเป่ย์ มณฑลหูหนาน และมณฑลเหอหนาน) มีสัดส่วนร้อยละ 7.73 ตามลำดับ ดังแสดงในรูปที่ 3-22 โดยในส่วนถัดไปจะทำการพิจารณาความต้องการในแต่ละภูมิภาคโดยพิจารณาความต้องการแยกตามแต่ละเมืองและมณฑลของภูมินาณั้น ๆ

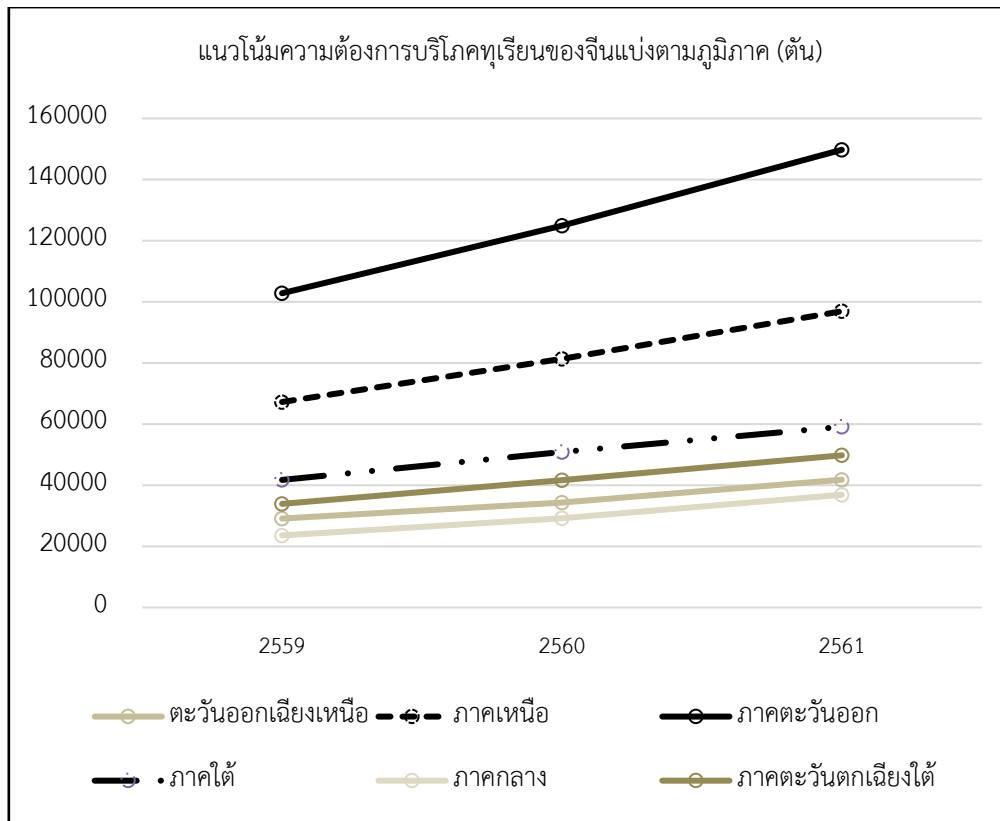
⁶ Sangsheng Consulting. (2018). 2019-2024 China Durian Industry Operation Index Monitoring and Investment Prospect Forecast Advisory Report.

ตารางที่ 3-5 ปริมาณความต้องการบริโภคทุเรียนของจีนแบ่งตามภูมิภาค ปี พ.ศ. 2559-2561

หน่วย: ตัน

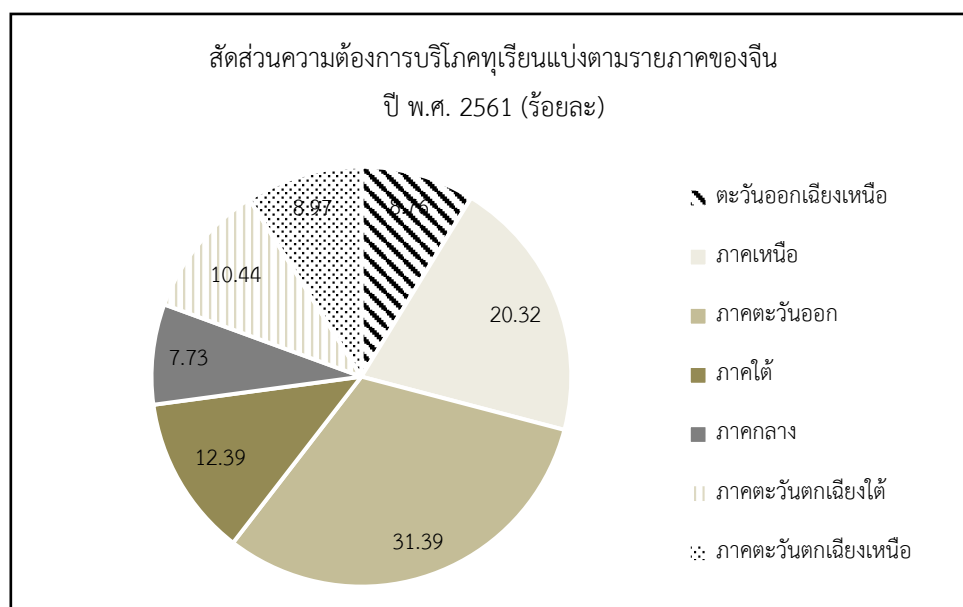
ภูมิภาค	ปี			อัตราการ เปลี่ยนแปลง ปี 2560 เทียบกับ ปี 2559 (%)	อัตราการ เปลี่ยนแปลง ปี 2561 เทียบกับ ปี 2560 (%)	ปริมาณ การ บริโภค ต่อหัว ในปี 2561 (กก./ คน)
	2559	2560	2561			
ตะวันออกเฉียงเหนือ	29,106	34,329.4	41,809.8	17.9	21.8	0.38
เหนือ	67,238.6	81,401.6	96,919.4	21.1	19.1	0.62
ตะวันออก	102,807.6	124,900.4	149,756.4	21.5	19.9	0.39
ใต้	41,745.8	50,858.3	59,106.6	21.8	16.2	0.37
กลาง	23,581.9	29,219.2	36,879.9	23.9	26.2	0.17
ตะวันตกเฉียงใต้	33,900.3	41,695.9	49,794.2	23.0	19.4	0.25
ตะวันตกเฉียงเหนือ	29,430.8	35,050.0	42,804.1	19.1	22.1	0.44
รวมทั้งประเทศ	327,811	397,454.8	477,070.4	21.25	20.03	0.36

ที่มา: Sansheng Consulting (2018) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย



รูปที่ 3-21 แนวโน้มความต้องการบริโภคทุเรียนของจีนแบ่งตามภูมิภาค ปี พ.ศ. 2559-2561

ที่มา: Sansheng Consulting (2018) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย



รูปที่ 3-22 สัดส่วนความต้องการบริโภคทุเรียนแบ่งตามภูมิภาคของจีน

ที่มา: Sansheng Consulting (2018) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

1) ความต้องการบริโภคทุเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีน

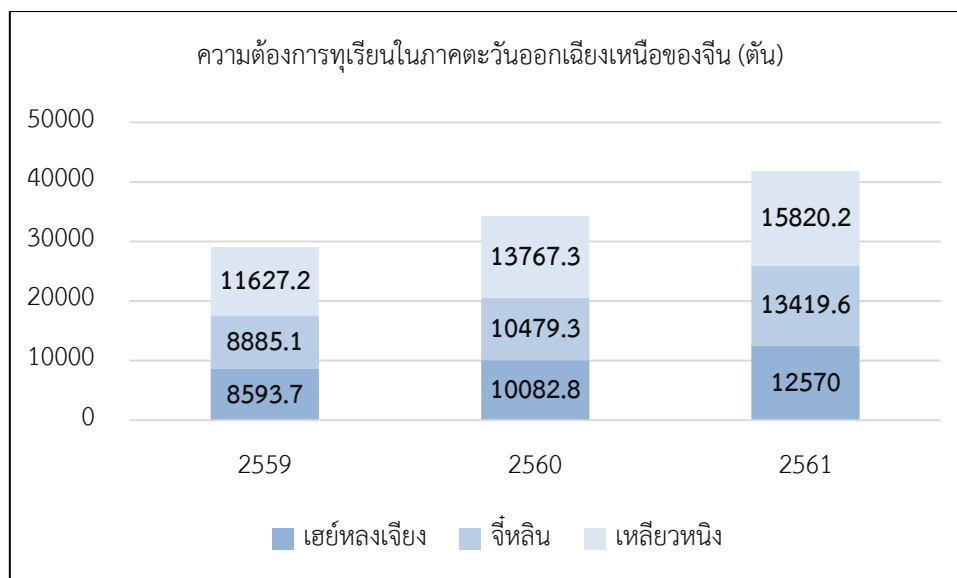
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีน ประกอบด้วยมณฑลเฮย์หลงเจียง มณฑลจี๋หลิน และมณฑลเหลียวหนิง ปริมาณความต้องการทุเรียนรวมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีน ปี พ.ศ. 2561 และ พ.ศ. 2560 เท่ากับ 41,809.8 ตัน และ 34,329.4 ตัน ตามลำดับ มีอัตราการเปลี่ยนแปลงปี พ.ศ. 2561 เทียบกับปี พ.ศ. 2560 เท่ากับร้อยละ 21.8 และอัตราการเปลี่ยนแปลงปี พ.ศ. 2560 เทียบกับปี พ.ศ. 2559 เท่ากับร้อยละ 17.9 แสดงให้เห็นว่าปริมาณความต้องการทุเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีนมีอัตราการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาในแต่ละมณฑลพบว่าแนวโน้มความต้องการบริโภคทุเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกมณฑล โดยมณฑลที่มีความต้องการบริโภคทุเรียนมากที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีน คือ มณฑลเหลียวหนิง รองลงมา คือ มณฑลจี๋หลิน และมณฑลเฮย์หลงเจียง ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 3-6 และรูปที่ 3-23

ตารางที่ 3-6 ปริมาณความต้องการทุเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีน ปี พ.ศ. 2559 – 2561

หน่วย: ตัน

มณฑล/เมือง	ปี			อัตราการเปลี่ยนแปลง ปี 2560 เทียบกับ ปี 2559 (%)	อัตราการ เปลี่ยนแปลงปี 2561 เทียบกับ ปี 2560 (%)
	2559	2560	2561		
เฮย์หลงเจียง	8,593.7	10,082.8	12,570	17.3	24.7
จี๋หลิน	8,885.1	10,479.3	13,419.6	17.9	28.1
เหลียวหนิง	11,627.2	13,767.3	15,820.2	18.4	14.9
รวม	29,106	34,329.4	41,809.8	17.9	21.8

ที่มา: Sansheng Consulting (2018) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย



รูปที่ 3-23 ความต้องการทุเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีน ปี พ.ศ. 2559 – 2561

ที่มา: Sansheng Consulting (2018) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

2) ความต้องการบริโภคทุเรียนในภาคเหนือของจีน

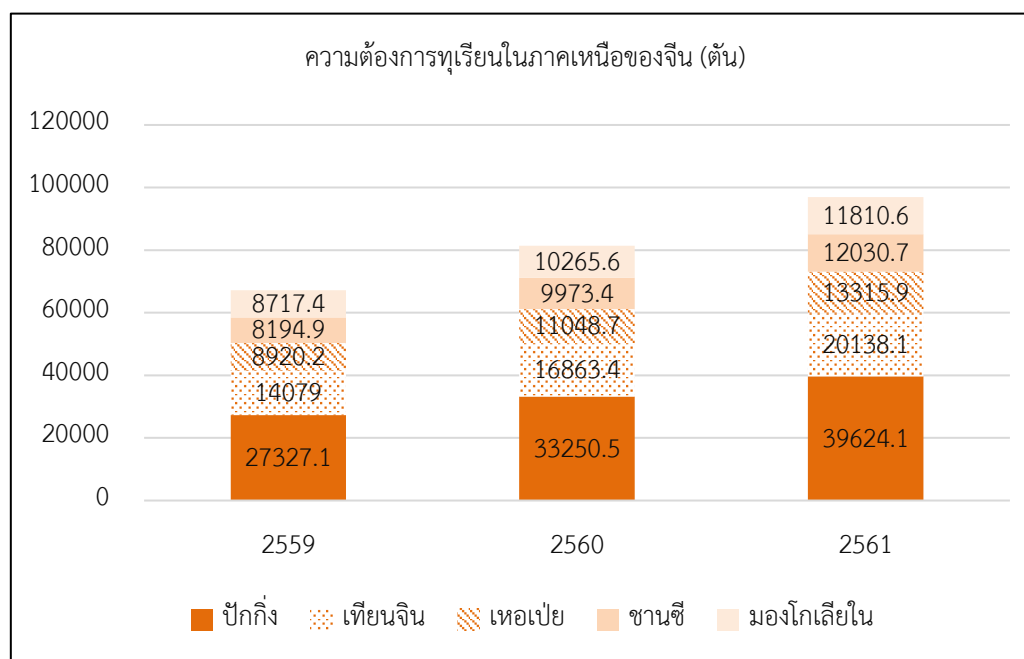
ภาคเหนือของจีนประกอบด้วยเมืองปักกิ่ง เทศบาลนครเทียนจิน มณฑลเหอเป่ย์ มณฑลชานซี และเขตปกครองตนเองมองโกเลียใน ปริมาณความต้องการทุเรียนรวมในภาคเหนือของจีน ปี พ.ศ. 2561 และ พ.ศ. 2560 เท่ากับ 96,919.4 ตัน และ 81,401.6 ตัน ตามลำดับ มีอัตราการเปลี่ยนแปลงปี พ.ศ. 2561 เทียบกับปี พ.ศ. 2560 เท่ากับร้อยละ 19.1 และอัตราการเปลี่ยนแปลงปี พ.ศ. 2560 เทียบกับปี พ.ศ. 2559 เท่ากับร้อยละ 21.1 เมื่อพิจารณาในแต่ละเมืองและมณฑลพบว่าแนวโน้มความต้องการบริโภคทุเรียนในภาคเหนือของจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกเมืองและมณฑล โดยเมืองที่มีสัดส่วนความต้องการบริโภคมากที่สุดคือ เมืองปักกิ่ง รองลงมา คือ เทศบาลนครเทียนจิน มณฑลเหอเป่ย์ มณฑลชานซี และเขตปกครองตนเองมองโกเลียใน ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 3-7 และรูปที่ 3-24

ตารางที่ 3-7 ปริมาณความต้องการทุเรียนในภาคเหนือของจีน ปี พ.ศ. 2559 – 2561

หน่วย: ตัน

มณฑล/ เมือง	ปี			อัตราการ เปลี่ยนแปลง ปี 2560 เทียบกับ ปี 2559 (%)	อัตราการเปลี่ยนแปลงปี 2561 เทียบกับ ปี 2560 (%)
	2559	2560	2561		
ปักกิ่ง	27,327.1	33,250.5	39,624.1	21.7	19.2
เทียนจิน	14,079	16,863.4	20,138.1	19.8	19.4
เหอเป่ย์	8,920.2	11,048.7	13,315.9	23.9	20.5
ซานซี	8,194.9	9,973.4	12,030.7	21.7	20.6
มองโกเลีย ใน	8,717.4	10,265.6	11,810.6	17.8	15.1
รวม	67,238.6	81,401.6	96,919.4	21.1	19.1

ที่มา: Sansheng Consulting (2018) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย



รูปที่ 3-24 ความต้องการทุเรียนในภาคเหนือของจีน ปี พ.ศ. 2559 – 2561

ที่มา: Sansheng Consulting (2018) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

3) ความต้องการบริโภคทุเรียนในภาคตะวันออกของจีน

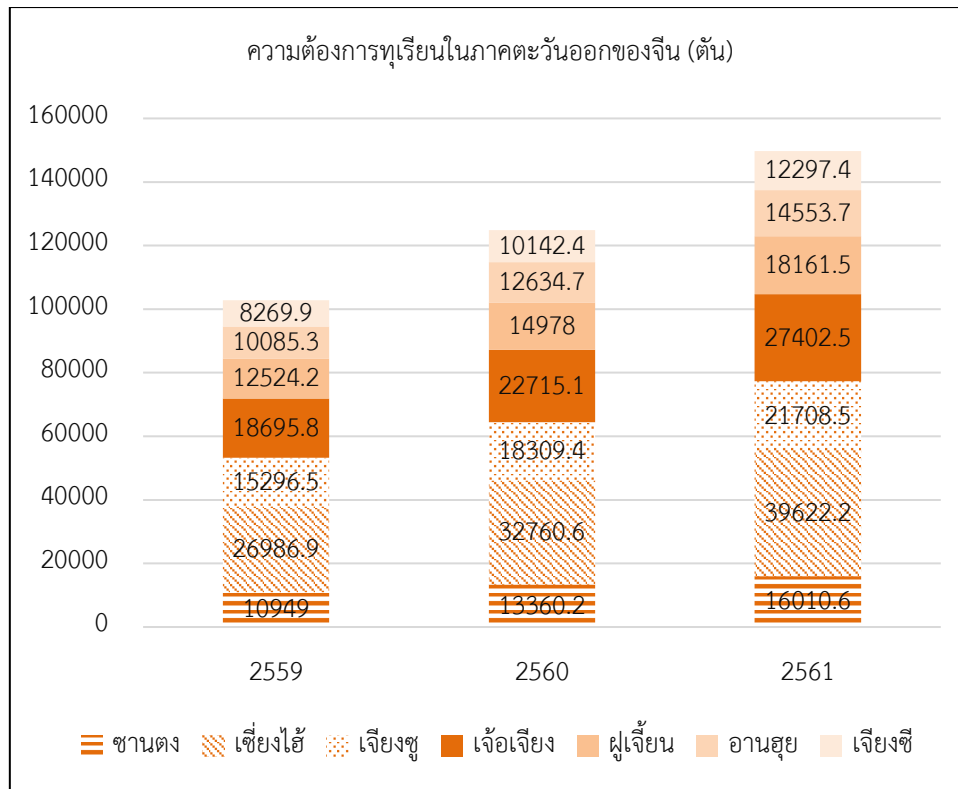
ภาคตะวันออกของจีนประกอบด้วยมณฑลซานตง เมืองเซี่ยงไฮ้ มณฑลเจียงซู มณฑลเจ้อเจียง มณฑลฝูเจี้ยน มณฑลอานฮุย และมณฑลเจียงซี ปริมาณความต้องการทุเรียนรวมในภาคตะวันออกของจีน ปี พ.ศ. 2561 และ พ.ศ. 2560 เท่ากับ 149,756.4 ตัน และ 124,900.4 ตัน ตามลำดับ มีอัตราการเปลี่ยนแปลงปี พ.ศ. 2561 เทียบกับปี พ.ศ. 2560 เท่ากับร้อยละ 19.9 และอัตราการเปลี่ยนแปลงปี พ.ศ. 2560 เทียบกับปี พ.ศ. 2559 เท่ากับร้อยละ 21.5 เมื่อพิจารณาในแต่ละเมืองและมณฑลพบว่าแนวโน้มความต้องการบริโภคทุเรียนในภาคตะวันออกของจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกเมืองและมณฑล โดยเมืองที่มีสัดส่วนความต้องการบริโภคมากที่สุด ในภาคตะวันออกของจีน คือ เมืองเซี่ยงไฮ้ รองลงมา คือ มณฑลเจ้อเจียง มณฑลเจียงซู มณฑลฝูเจี้ยน มณฑลซานตง มณฑลอานฮุย และมณฑลเจียงซี ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 3-8 และ รูปที่ 3-25

ตารางที่ 3-8 ปริมาณความต้องการทุเรียนในภาคตะวันออกของจีน ปี พ.ศ. 2559 – 2561

หน่วย: ตัน

มณฑล/เมือง	ปี			อัตราการ เปลี่ยนแปลง ปี 2560 เทียบกับ ปี 2559 (%)	อัตราการ เปลี่ยนแปลง ปี 2561 เทียบกับ ปี 2560 (%)
	2559	2560	2561		
ซานตง	10,949	13,360.2	16,010.6	22.0	19.8
เซี่ยงไฮ้	26,986.9	32,760.6	39,622.2	21.4	20.9
เจียงซู	15,296.5	18,309.4	21,708.5	19.7	18.6
เจ้อเจียง	18,695.8	22,715.1	27,402.5	21.5	20.6
ฝูเจี้ยน	12,524.2	14,978	18,161.5	19.6	21.3
อานฮุย	10,085.3	12,634.7	14,553.7	25.3	15.2
เจียงซี	8,269.9	10,142.4	12,297.4	22.6	21.2
รวม	102,807.6	124,900.4	149,756.4	21.5	19.9

ที่มา: Sansheng Consulting (2018) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย



รูปที่ 3-25 ความต้องการทุเรียนในภาคตะวันออกของจีน ปี พ.ศ. 2559 – 2561

ที่มา: Sansheng Consulting (2018) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

4) ความต้องการบริโภคทุเรียนในภาคใต้ของจีน

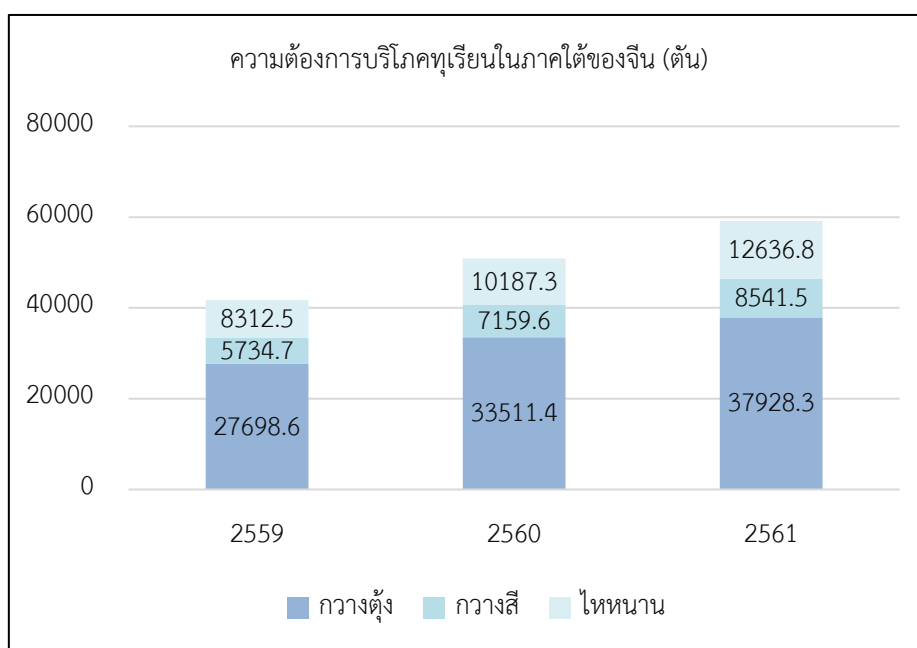
ภาคใต้ของจีนประกอบด้วย มณฑลกว่างตุง เขตปกครองตนเองกว่างซี และมณฑลไหหนาน ปริมาณความต้องการทุเรียนรวมในภาคใต้ของจีน ปี พ.ศ. 2561 และ พ.ศ. 2560 เท่ากับ 59,106.6 ตัน และ 50,858.3 ตัน ตามลำดับ มีอัตราการเปลี่ยนแปลงปี พ.ศ. 2561 เทียบกับปี พ.ศ. 2560 เท่ากับร้อยละ 16.2 และอัตราการเปลี่ยนแปลงปี พ.ศ. 2560 เทียบกับปี พ.ศ. 2559 เท่ากับร้อยละ 21.8 เมื่อพิจารณาในแต่ละเมืองและมณฑลพบว่าแนวโน้มความต้องการบริโภคทุเรียนในภาคใต้ของจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกเมืองและมณฑล โดยมณฑลที่มีสัดส่วนความต้องการบริโภคมากที่สุดในพื้นที่ภาคใต้ของจีน คือ มณฑลกว่างตุง รองลงมา คือ มณฑลไหหนาน และเขตปกครองตนเองกว่างซี ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 3-9 และรูปที่ 3-26

ตารางที่ 3-9 ปริมาณความต้องการทุเรียนในภาคใต้ของจีน ปี พ.ศ. 2559 – 2561

หน่วย: ตัน

มณฑล/เมือง	ปี			อัตราการเปลี่ยนแปลง ปี 2560 เทียบกับ ปี 2559 (%)	อัตราการ เปลี่ยนแปลงปี 2561 เทียบกับ ปี 2560 (%)
	2559	2560	2561		
กวางตุ้ง	27,698.6	33,511.4	37,928.3	21.0	13.2
กวางสี	57,34.7	7,159.6	8,541.5	24.8	19.3
ไหหลำ	83,12.5	10,187.3	12,636.8	22.6	24.0
รวม	41,745.8	50,858.3	59,106.6	21.8	16.2

ที่มา: Sansheng Consulting (2018) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย



รูปที่ 3-26 ความต้องการทุเรียนในภาคใต้ของจีน ปี พ.ศ. 2559 – 2561

ที่มา: Sansheng Consulting (2018) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

5) ความต้องการบริโภคทุเรียนในภาคกลางของจีน

ภาคกลางของจีนประกอบด้วยมณฑลหูเป่ย์ มณฑลหูหนาน และมณฑลเหอหนาน ปริมาณความต้องการทุเรียนรวมในภาคกลางของจีน ปี พ.ศ. 2561 และ พ.ศ. 2560 เท่ากับ 36,879.9 ตัน และ 29,219.2 ตัน ตามลำดับ มีอัตราการเปลี่ยนแปลงปี พ.ศ. 2561 เทียบกับปี พ.ศ. 2560 เท่ากับร้อยละ 26.2 และอัตรา

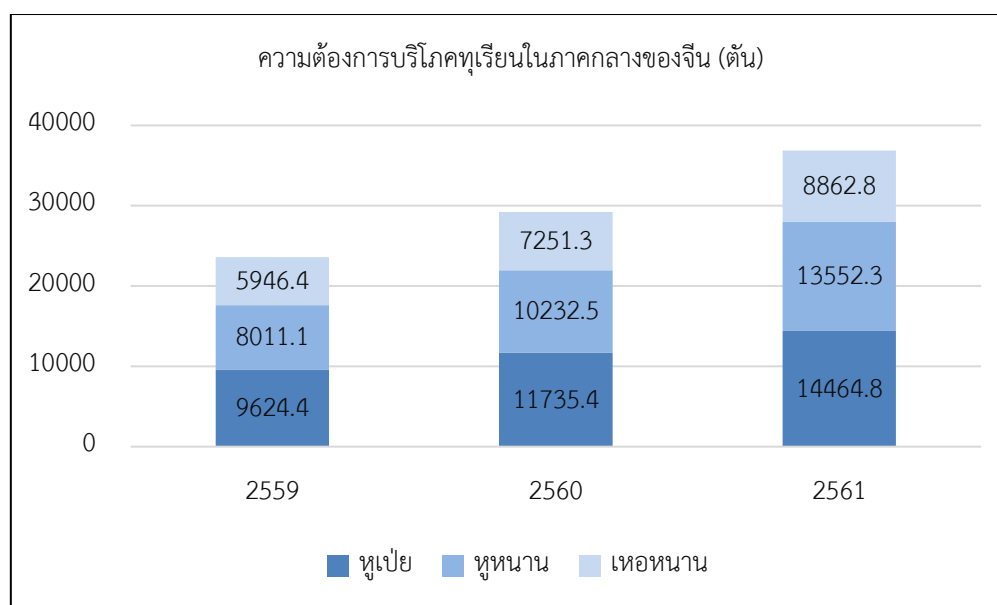
การเปลี่ยนแปลงปี พ.ศ. 2560 เทียบกับปี พ.ศ. 2559 เท่ากับร้อยละ 23.9 แสดงให้เห็นว่าปริมาณความต้องการทุเรียนในภาคกลางของจีนมีอัตราการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาในแต่ละมณฑลพบว่าแนวโน้มความต้องการบริโภคทุเรียนในภาคกลางของจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกมณฑล โดยมณฑลที่มีสัดส่วนความต้องการบริโภคมากที่สุด ในภาคกลางของจีน คือ มณฑลหูเป่ย์ รองลงมา คือ มณฑลหูหนาน และมณฑลเหอหนาน ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 3-10 และรูปที่ 3-27

ตารางที่ 3-10 ปริมาณความต้องการทุเรียนในภาคกลางของจีน ปี พ.ศ. 2559 – 2561

หน่วย: ตัน

มณฑล/เมือง	ปี			อัตราการเปลี่ยนแปลง ปี 2560 เทียบกับ ปี 2559 (%)	อัตราการ เปลี่ยนแปลงปี 2561 เทียบกับ ปี 2560 (%)
	2559	2560	2561		
หูเป่ย์	9,624.4	11,735.4	14,464.8	21.9	23.3
หูหนาน	8,011.1	10,232.5	13,552.3	27.7	32.4
เหอหนาน	5,946.4	7,251.3	8,862.8	21.9	22.2
รวม	23,581.9	29,219.2	36,879.9	23.9	26.2

ที่มา: Sansheng Consulting (2018) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย



รูปที่ 3-27 ความต้องการทุเรียนในภาคกลางของจีน ปี พ.ศ. 2559 – 2561

ที่มา: Sansheng Consulting (2018) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

6) ความต้องการบริโภคทุเรียนในภาคตะวันตกเฉียงใต้ของจีน

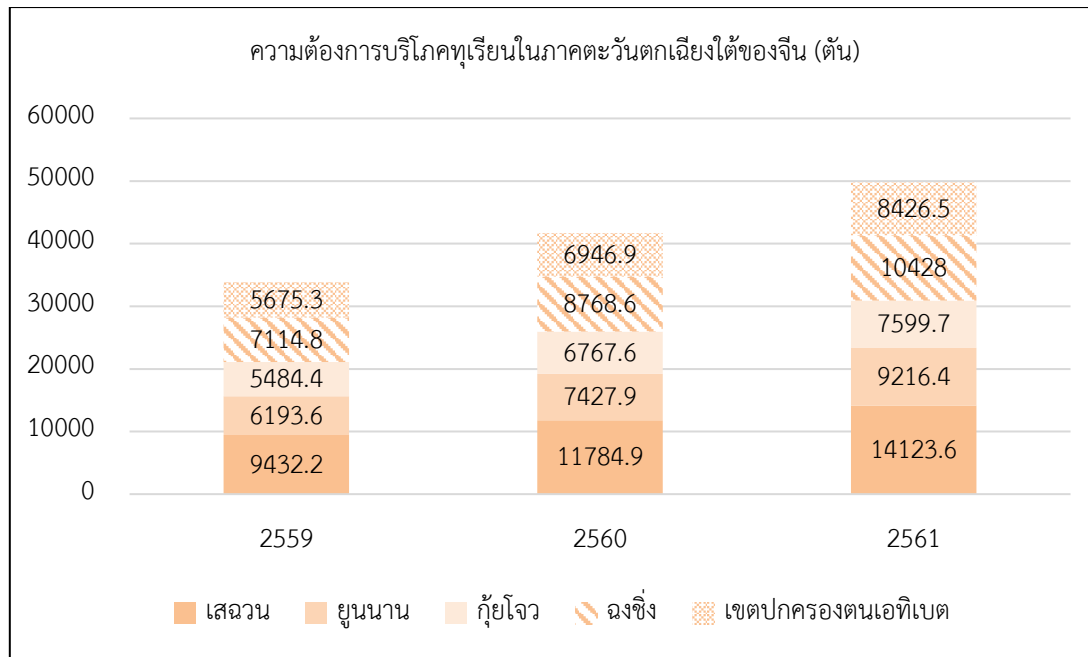
ภาคตะวันตกเฉียงใต้ของจีนประกอบด้วยมณฑลเสฉวน มณฑลยูนนาน มณฑลกุ้ยโจว เทศบาลนครฉงชิ่ง และเขตปกครองตนเองทิเบต ปริมาณความต้องการทุเรียนรวมในภาคตะวันตกเฉียงใต้ของจีน ปี พ.ศ. 2561 และ พ.ศ. 2560 เท่ากับ 49,794.2 ตัน และ 41,695.9 ตัน ตามลำดับ มีอัตราการเปลี่ยนแปลงปี พ.ศ. 2561 เทียบกับปี พ.ศ. 2560 เท่ากับร้อยละ 19.4 และอัตราการเปลี่ยนแปลงปี พ.ศ. 2560 เทียบกับปี พ.ศ. 2559 เท่ากับร้อยละ 23 เมื่อพิจารณาในแต่ละมณฑลพบว่าแนวโน้มความต้องการบริโภคทุเรียนในภาคตะวันตกเฉียงใต้ของจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกเมืองและทุกมณฑล โดยมณฑลที่มีสัดส่วนความต้องการบริโภคมากที่สุดในการตะวันตกเฉียงใต้ของจีน คือ มณฑลเสฉวน รองลงมา คือ เทศบาลนครฉงชิ่ง มณฑลยูนนาน เขตปกครองตนเองทิเบต และมณฑลกุ้ยโจว ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 3-11 และรูปที่ 3-28

ตารางที่ 3-11 ปริมาณความต้องการทุเรียนในภาคตะวันตกเฉียงใต้ของจีน ปี พ.ศ. 2559 – 2561

หน่วย: ตัน

มณฑล/เมือง	ปี			อัตราการเปลี่ยนแปลง ปี 2560 เทียบกับ ปี 2559 (%)	อัตราการ เปลี่ยนแปลงปี 2561 เทียบกับ ปี 2560 (%)
	2559	2560	2561		
เสฉวน	94,32.2	11,784.9	14,123.6	24.9	19.8
ยูนนาน	6,193.6	7,427.9	9,216.4	19.9	24.1
กุ้ยโจว	5,484.4	6,767.6	7,599.7	23.4	12.3
ฉงชิ่ง	7,114.8	8,768.6	10,428	23.2	18.9
เขตปกครอง ตนเองทิเบต	5,675.3	6,946.9	8,426.5	22.4	21.3
รวม	33,900.3	41,695.9	49,794.2	23.0	19.4

ที่มา: Sansheng Consulting (2018) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย



รูปที่ 3-28 ความต้องการทุเรียนในภาคตะวันตกเฉียงใต้ของจีน ปี พ.ศ. 2559 – 2561

ที่มา: Sansheng Consulting (2018)

7) ความต้องการบริโภคทุเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีน

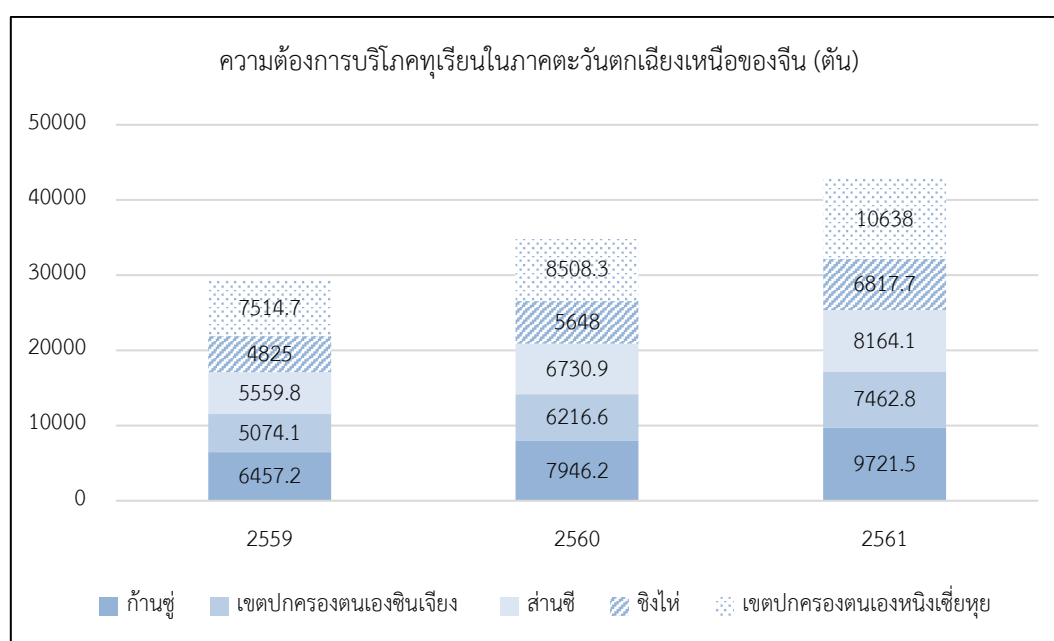
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีนประกอบด้วยมณฑลก้านซู เขตปกครองตนเองซินเจียง มณฑลส่านซี มณฑลชิงไห่ และเขตปกครองตนเองหนิงเซี่ยหุย ปริมาณความต้องการทุเรียนรวมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีน ปี พ.ศ. 2561 และ พ.ศ. 2560 เท่ากับ 42,804.1 ตัน และ 35,050 ตัน ตามลำดับ มีอัตราการเปลี่ยนแปลงปี พ.ศ. 2561 เทียบกับปี พ.ศ. 2560 เท่ากับร้อยละ 22.1 และอัตราการเปลี่ยนแปลงปี พ.ศ. 2560 เทียบกับปี พ.ศ. 2559 เท่ากับร้อยละ 19.1 แสดงให้เห็นว่าปริมาณความต้องการทุเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีนมีอัตราการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาในแต่ละมณฑลพบว่าแนวโน้มความต้องการบริโภคทุเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกเมืองและทุกมณฑล โดยมณฑลที่มีสัดส่วนความต้องการบริโภคมากที่สุดคือในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีน คือ เขตปกครองตนเองหนิงเซี่ยหุย รองลงมาคือ มณฑลก้านซู มณฑลส่านซี เขตปกครองตนเองซินเจียง และมณฑลชิงไห่ ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 3-12 และรูปที่ 3-29

ตารางที่ 3-12 ปริมาณความต้องการทุเรียนในภาคตะวันตกเฉียงเหนือของจีน ปี พ.ศ. 2559 – 2561

หน่วย: ตัน

มณฑล/เมือง	ปี			อัตราการเปลี่ยนแปลง ปี 2560 เทียบกับ ปี 2559 (%)	อัตราการเปลี่ยนแปลงปี 2561 เทียบกับ ปี 2560 (%)
	2559	2560	2561		
ก้านชู้	6,457.2	7,946.2	9,721.5	23.1	22.3
เขตปกครอง ตนเองซินเจียง	5,074.1	6,216.6	7,462.8	22.5	20.0
ส่านซี	5,559.8	6,730.9	8,164.1	21.1	21.3
ชิงไห่	4,825	5,648	6,817.7	17.1	20.7
เขตปกครอง ตนเองหนิงเซียะ	7,514.7	8,508.3	10,638	13.2	25.0
รวม	29,430.8	35,050	42,804.1	19.1	22.1

ที่มา: Sansheng Consulting (2018) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

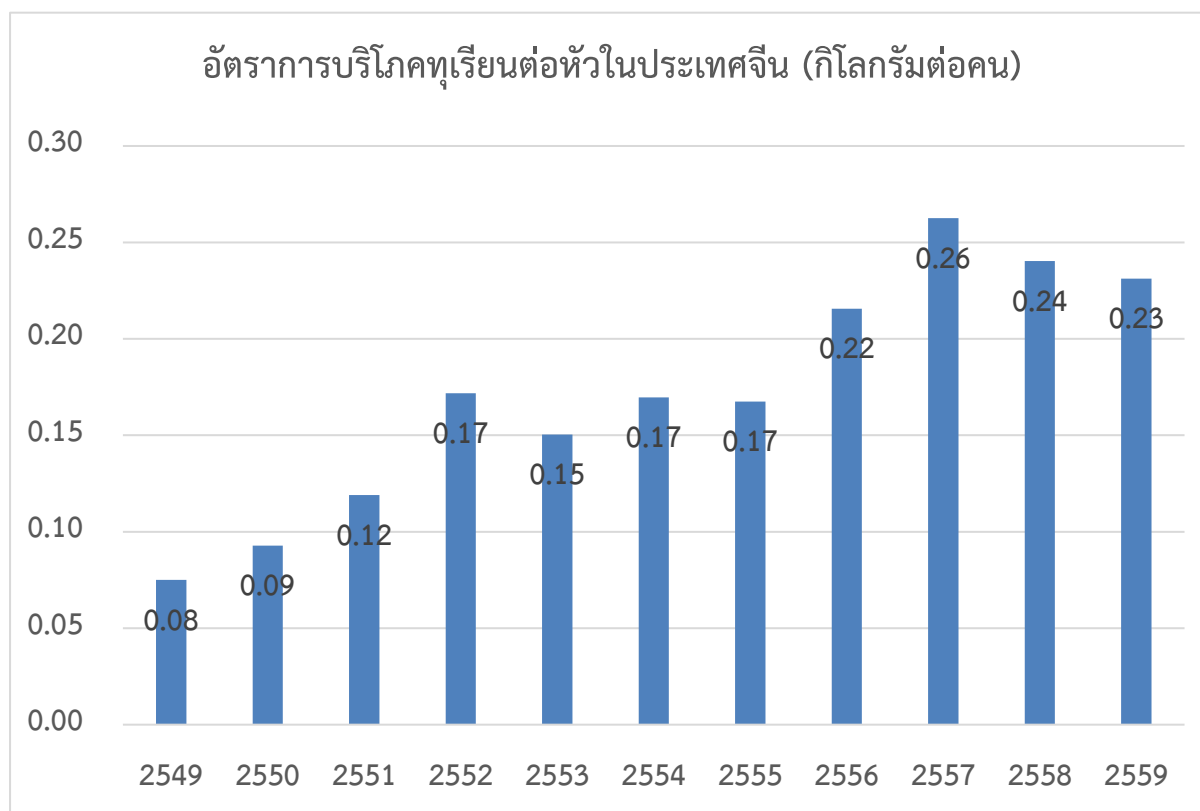


รูปที่ 3-29 ความต้องการทุเรียนในภาคตะวันตกเฉียงเหนือของจีน ปี พ.ศ. 2559 – 2561

ที่มา: Sansheng Consulting (2018) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

3.2.5 การพยากรณ์แนวโน้มการบริโภคทุเรียนของประเทศจีนในอนาคต

การพยากรณ์นำข้อมูลการนำเข้าทุเรียนของประเทศจีนจากฐานข้อมูล Trade Map ที่นำเสนอในรายงาน Durian Global Market Report มาหารด้วยจำนวนประชากรของจีน ได้เป็นอัตราการบริโภคต่อหัวในช่วงปี 2549 ถึงปี 2559 รูปที่ 3-30



รูปที่ 3-30 อัตราการบริโภคทุเรียนในประเทศจีน ปี พ.ศ. 2549-2559

ที่มา: Durian Global Market Report และ ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

จากนั้น นำข้อมูลอัตราการบริโภคทุเรียนต่อหัวในรูปที่ 3-30 มาทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคสมการถดถอยเพื่อหาแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของอัตราการบริโภคต่อหัวตามสมการ (1)

$$A_t = 0.684 + 0.0173 t \quad (1)$$

โดยที่ A_t คือ อัตราการบริโภคทุเรียนต่อหัวในประเทศจีน ในปี t

t คือ ปี โดยนับปี พ.ศ. 2549 เป็นปีที่ 1

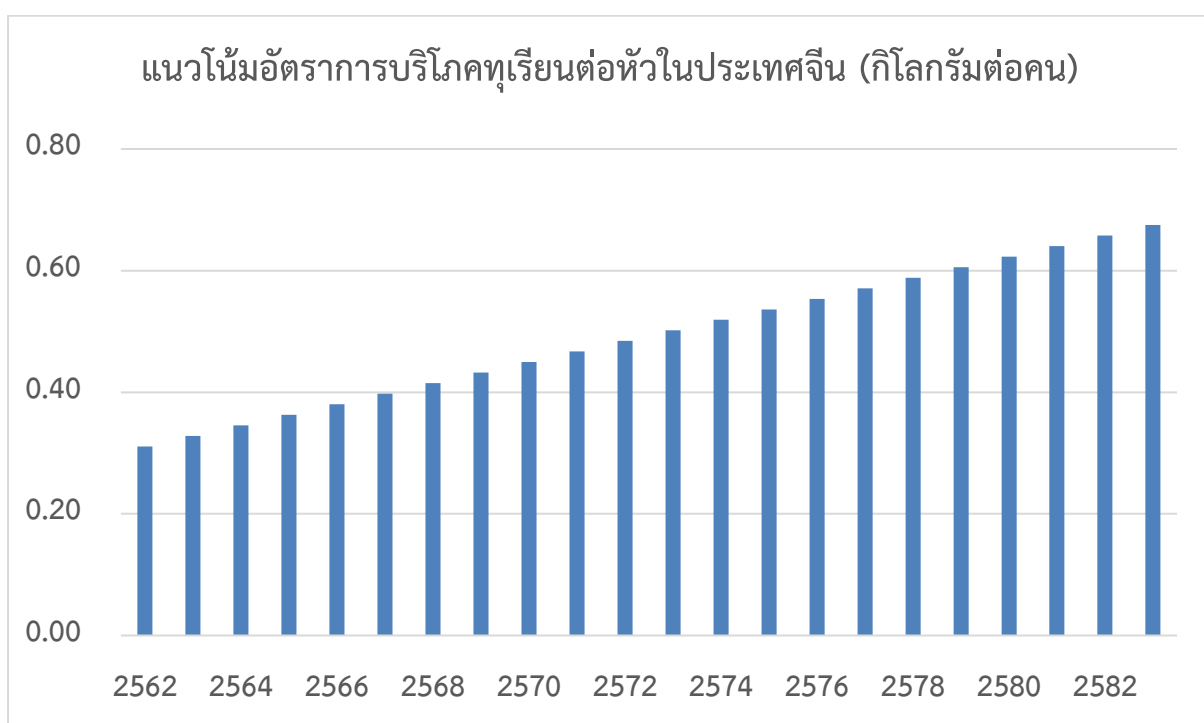
จากสมการพยากรณ์อัตราการบริโภคทุเรียนในประเทศจีน ดังสมการที่ (1) สามารถแนวโน้มความต้องการบริโภคทุเรียนต่อหัวในประเทศจีน จากปี พ.ศ. 2562 จนถึง ปี พ.ศ. 2583 ดังแสดงในตารางที่ 3-13 และ รูปที่ 3- 31 จะเห็นถึงอัตราการความต้องการบริโภคทุเรียนต่อหัวเพิ่มขึ้นทุกปี จนในปี พ.ศ. 2583 อัตราการบริโภคทุเรียนอยู่ที่ประมาณ 0.67 กิโลกรัมต่อคน

ตารางที่ 3-13 ผลการพยากรณ์แนวโน้มอัตราการความต้องการบริโภคทุเรียนในประเทศจีน

ปี	อัตราการบริโภคทุเรียนในประเทศจีน (กิโลกรัมต่อคน)	อัตราการเพิ่มขึ้น (ร้อยละต่อปี)
2562	0.31	
2563	0.33	5.6%
2564	0.35	5.3%
2565	0.36	5.0%
2566	0.38	4.8%
2567	0.40	4.6%
2568	0.42	4.4%
2569	0.43	4.2%
2570	0.45	4.0%
2571	0.47	3.9%
2572	0.48	3.7%
2573	0.50	3.6%
2574	0.52	3.5%
2575	0.54	3.3%
2576	0.55	3.2%
2577	0.57	3.1%
2578	0.59	3.0%
2579	0.61	2.9%

ปี	อัตราการบริโภคทุเรียนในประเทศไทย (กิโลกรัมต่อคน)	อัตราการเพิ่มขึ้น (ร้อยละต่อปี)
2580	0.62	2.9%
2581	0.64	2.8%
2582	0.66	2.7%
2583	0.67	2.6%

ที่มา : วิเคราะห์ข้อมูลโดยคณะผู้วิจัย



รูปที่ 3- 31 ผลการพยากรณ์แนวโน้มอัตราความต้องการบริโภคทุเรียนต่อหัวในประเทศไทย (กิโลกรัมต่อคน)

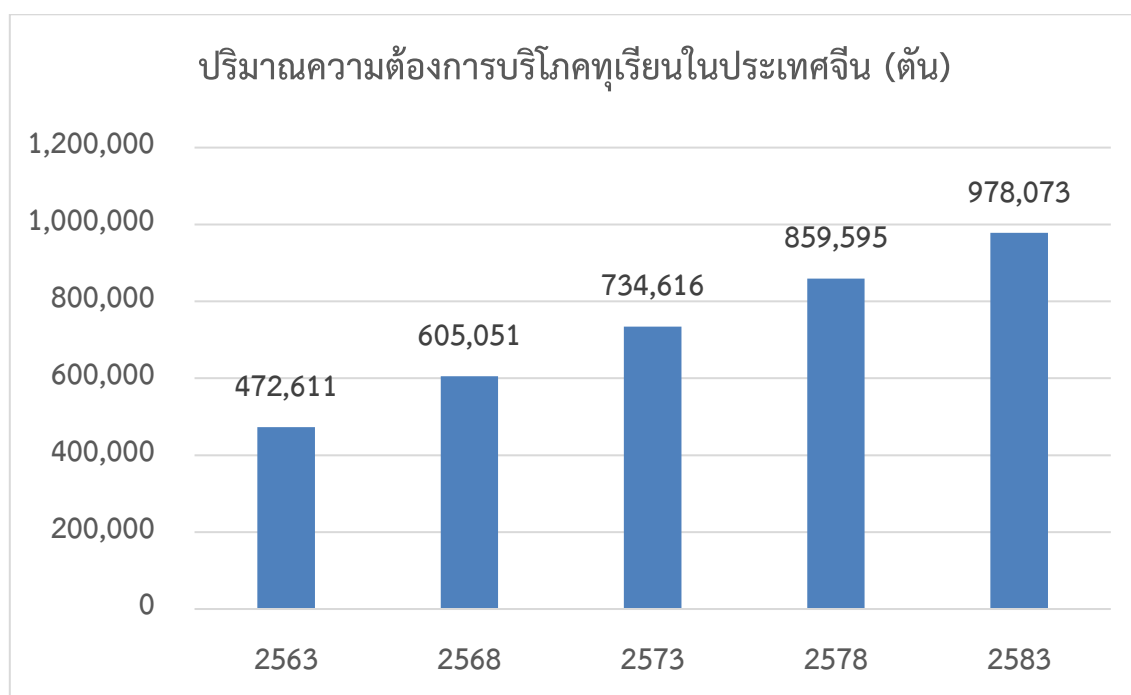
ที่มา: คณะผู้วิจัย

ต่อจากนั้น การศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ปริมาณการบริโภคทุเรียนทั้งหมดในประเทศไทย โดยใช้ผลการพยากรณ์อัตราการบริโภคทุเรียนต่อหัวในช่วงปี พ.ศ. 2562 ถึง ปี พ.ศ. 2583 ในตารางที่ 3-13 มาคูณกับจำนวนประชากรจีนในอนาคตที่คาดการณ์ในฐานข้อมูล World Development Indicators จนได้ตัวเลขปริมาณการบริโภคทุเรียนในประเทศไทย ดังแสดงให้เห็นในตารางที่ 3-14 และรูปที่ 3-32

ตารางที่ 3-14 ผลการพยากรณ์แนวโน้มปริมาณความต้องการบริโภคทุเรียนของประชากรในประเทศจีน

ปี	อัตราการบริโภคต่อหัว ในประเทศจีน (กิโลกรัมต่อคน)	จำนวนประชากรจีน (ล้านคน)	ปริมาณการบริโภค (ตัน)
2563	0.33	1,439,323,776	472,611
2568	0.42	1,457,908,249	605,051
2573	0.50	1,464,340,159	734,616
2578	0.59	1,461,083,029	859,595
2583	0.67	1,449,031,423	978,073

ที่มา: คณะผู้วิจัย



รูปที่ 3-32 ผลการพยากรณ์แนวโน้มปริมาณความต้องการบริโภคทุเรียนในประเทศจีน

หมายเหตุ ข้อมูลการพยากรณ์ประชากรชาวจีนในช่วงปี พ.ศ. 2563 ถึง พ.ศ. 2583 อ้างอิงจาก Worldometers (2019)⁹
ที่มา: World Development Indicators (2020) และ Worldometers (2019)

⁹Worldometers (2019). China Population Forecast. Retrieved from <https://www.worldometers.info/world-population/china-population/>

ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าการบริโภคในประเทศจีนยังมีโอกาสขยายตัวได้อีกมาก ถึงแม้ถึงปี พ.ศ. 2583 อัตราการบริโภคทุเรียนต่อหัวของประชาชนจีนก็ยังอยู่ในระดับที่ไม่สูง

3.2.6 ความแพร่หลายของการขายผลไม้ในจีนผ่านระบบอีคอมเมิร์ซ

3.2.6.1 สถานการณ์การค้าขายผลไม้ผ่านระบบอีคอมเมิร์ซของจีน

จากปรากฏการณ์การขายทุเรียน 80,000 ลูกในจีนภายใน 1 นาทีผ่านเว็บไซต์ Tmall เมื่อเดือนเมษายน ปี พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมา ก่อให้เกิดคลื่นกระแสการตื่นตัวทั้งในภาครัฐ ภาคเอกชน และกลุ่มเกษตรกรหันมาให้ความสนใจการขายทุเรียนส่งออกผ่านระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ปัจจุบันรูปแบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรืออีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) มีความสำคัญมากขึ้นต่อเศรษฐกิจเป็นลำดับ ในระยะแรกการซื้อขายแบบอีคอมเมิร์ซของจีนเป็นการซื้อขายสินค้าภายในประเทศเป็นหลัก เมื่อการซื้อขายแบบอีคอมเมิร์ซมีความนิยมเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีการขยายไปทำการซื้อขายกับต่างประเทศ เรียกว่า การซื้อขายแบบข้ามพรมแดน (Cross border E-commerce: CBEC) การซื้อขายประเภทนี้มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วตามความนิยมของผู้บริโภค¹⁰ จากรายงานการประชุมรัฐสภาของจีนเมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2561 เผยว่าจีนมุ่งขยายและพัฒนานโยบายที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าสินค้าปลีกผ่านทางช่องทางการค้าออนไลน์ข้ามพรมแดน เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนการค้าเสรีและสนับสนุนการบริโภคภายในประเทศ รัฐบาลจีนให้ความสำคัญในการพัฒนาการค้าออนไลน์ข้ามพรมแดนและการค้าในรูปแบบใหม่รูปแบบอื่น ๆ ผ่าน 2 มาตรการหลัก คือ

1) ข้อมูลจากศุลกากรจีนรายงานว่าสินค้าที่อยู่ในรายการสินค้านำเข้าค้าปลีกผ่านทางช่องทางการค้าออนไลน์ข้ามพรมแดนนั้นได้รับการละเว้นอัตราศุลกากร (Zero Tariff) หากอยู่ในโควต้าที่กำหนดไว้ และเสียภาษีมูลค่าเพิ่มนำเข้า (Import Vat) และภาษีผู้บริโภค (Consumer Tax) เพียงร้อยละ 70 ของอัตราภาษีปกติ โดยนโยบายที่เอื้อประโยชน์เช่นนี้จะนำไปถูกปรับใช้ในการเก็บภาษีกับสินค้าที่มีความต้องการสูง

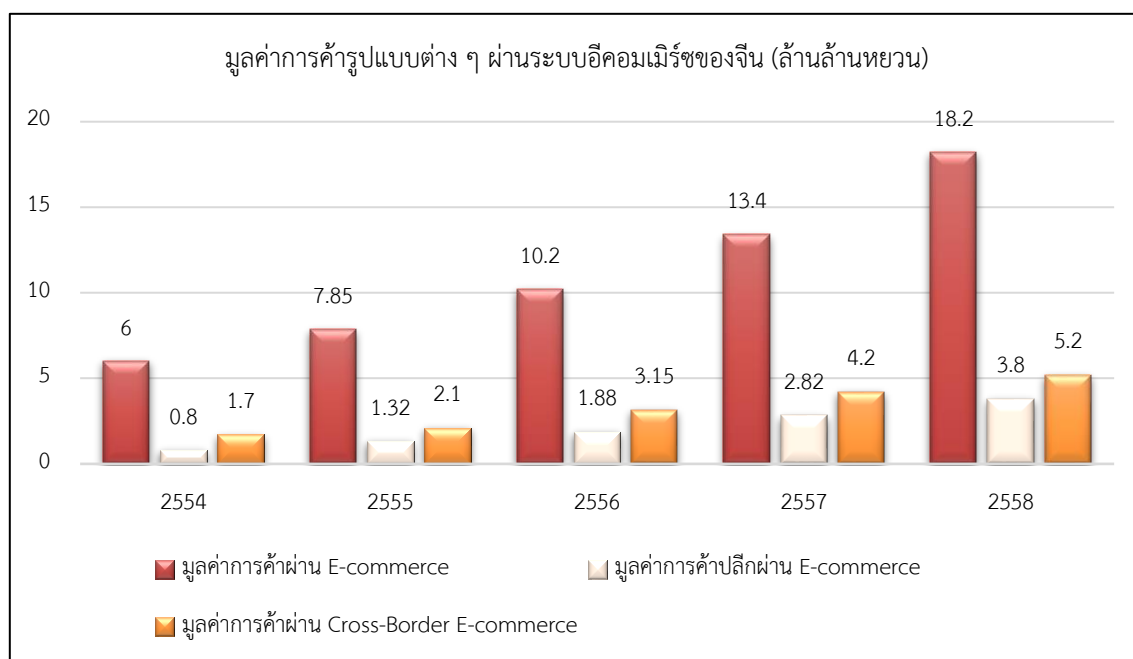
2) โควตาการซื้อสินค้าต่างชาติผ่านทางช่องทางการค้าออนไลน์ข้ามพรมแดนนั้นจะถูกปรับเพิ่มขึ้นจากที่เคยอนุญาตให้ชาวจีนซื้อสินค้าออนไลน์ข้ามพรมแดนมูลค่า 20,000 หยวนต่อคนต่อปี เป็น 26,000 หยวนต่อคนต่อปี โดยมูลค่าต่อการดำเนินการหนึ่งครั้ง (Per Transaction) จะเพิ่มจาก 2,000 หยวน เป็น 5,000 หยวนต่อการดำเนินการหนึ่งครั้ง การปรับโควตาการซื้อสินค้าออนไลน์ข้ามพรมแดนนั้น สืบเนื่องจากประชากรจีนมี

¹⁰ ส่วนเศรษฐกิจภาค ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ. (22 กันยายน 2559). ตลาด e-commerce ของจีน สืบค้นจาก

https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconMakhongCanelArea/Yunnan/DocLib_YNArticle/2559-09-22-Article2_China%20e-commerce.pdf

รายได้เพิ่มขึ้น ส่วนการคืนภาษีสำหรับการส่งออกจะมีการปรับปรุงให้สอดคล้องกับการปฏิบัติระดับสากลเพื่อสนับสนุนการส่งออกผ่านทางช่องทางการค้าออนไลน์ข้ามพรมแดน¹¹

อีคอมเมิร์ซของจีนมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มที่จะแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดจากการค้าในรูปแบบเดิมเพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี โดยในปี พ.ศ. 2558 มูลค่าการค้าผ่านระบบอีคอมเมิร์ซคิดเป็นมูลค่าสูงถึง 18.2 ล้านล้านหยวน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19.8 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของจีน โดยเป็นการค้าปลีกแบบ B2C สูงถึง 3.8 ล้านล้านหยวน และเป็นการค้าแบบ Cross border E-commerce คิดเป็นมูลค่าสูงถึง 5.2 ล้านล้านหยวน ดังแสดงในรูปที่ 3-33



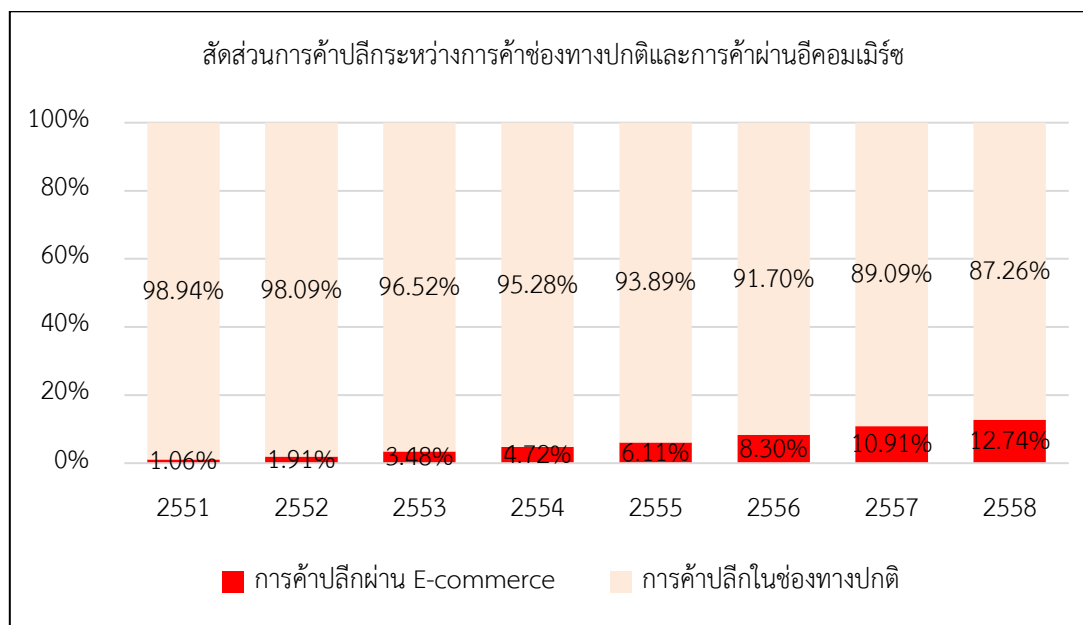
รูปที่ 3-33 มูลค่าการค้ารูปแบบต่าง ๆ ผ่านระบบอีคอมเมิร์ซของจีน

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้ ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

ถึงแม้ว่าในปัจจุบันประเทศจีนมีสัดส่วนของการค้าปลีกผ่านระบบอีคอมเมิร์ซคิดเป็นสัดส่วนที่ไม่สูงมากเมื่อเทียบกับการค้าปลีกผ่านช่องทางปกติ แต่จะเห็นได้ว่าสัดส่วนการค้าปลีกผ่านระบบอีคอมเมิร์ซมีสัดส่วนที่เพิ่มสูงขึ้นในทุกปี โดยในปี พ.ศ. 2551 ครองสัดส่วนเพียงร้อยละ 1.06 ของมูลค่าการค้าปลีกรวมของจีน และเพิ่มสูงขึ้นจนถึงร้อยละ 12.74 ในปี พ.ศ. 2558 ภายในช่วงเวลาเดียวกันการค้าปลีกในช่องทางปกติของจีนมีสัดส่วนลดลงจากที่เคยสูงถึงร้อยละ 98.94 ของมูลค่าการค้าปลีกรวมของจีน ในปี พ.ศ. 2551 เหลือเพียงร้อยละ 87.26 ในปี พ.ศ. 2558 ดังแสดงในรูปที่ 3-34 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงบทบาทของอีคอมเมิร์ซในตลาด

¹¹ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้. (2561). รัฐสภาจีนสนับสนุนการค้าออนไลน์ข้ามพรมแดน. สืบค้นจาก https://www.ditp.go.th/ditp_web61/article_sub_view.php?filename=contents_attach/401307/401307.pdf&title=401307&cate=592&d=0

การค้าปลีกที่เข้ามามีบทบาทมากขึ้นเรื่อย ๆ และการค้าปลีกผ่านช่องทางปกติจะเริ่มลดบทบาทลงไป รวมถึงแสดงให้เห็นว่าช่องว่างสำหรับตลาดค้าปลีกผ่านอีคอมเมิร์ซยังมีอีกมาก โดยเฉพาะสำหรับสินค้านำเข้าที่มีคุณภาพสูง ซึ่งสินค้าไทยเองนับว่าเป็นสินค้าศักยภาพที่มีโอกาสเติบโตในตลาดแห่งนี้¹²



รูปที่ 3-34 สัดส่วนการค้าปลีกระหว่างการค้าช่องทางปกติและการค้าผ่านอีคอมเมิร์ซ

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้ ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

ประเทศจีนเป็นประเทศผู้นำเข้าสินค้าอีคอมเมิร์ซมากที่สุดในโลก โดยในช่วงปี พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2560 ปริมาณการซื้อขายสินค้าอุปโภคบริโภคของชาวจีนผ่านแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซสูงขึ้นถึง 10 เท่า การอุปโภคบริโภคของชาวจีนที่เติบโตมากขึ้นส่งเสริมให้ธุรกิจการนำเข้ามีการพัฒนาอย่างมีเสถียรภาพ และกลุ่มผู้บริโภคหลัก คือ กลุ่ม Gen Y โดยจำนวนประชากรจีนที่ซื้อสินค้านำเข้าผ่านแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซสูงขึ้นจากร้อยละ 1.6 ในปี พ.ศ. 2557 เป็นร้อยละ 10.2 ในปี พ.ศ. 2560¹³ สำหรับการค้าแบบอีคอมเมิร์ซของจีนมีจุดเด่นหลายประการ ดังนี้¹⁴

¹² สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้. (มีนาคม 2559). *เจาะลึกตลาด E-Commerce จีน*. สืบค้นจาก https://ditp.go.th/contents_attach/150637/150637.pdf

¹³ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครกว่างโจว. (2561). *จีนกลายเป็นผู้นำเข้าสินค้าอีคอมเมิร์ซมากที่สุดในโลก*.

Retrieved from

https://www.ditp.go.th/ditp_web61/article_sub_view.php?filename=contents_attach/380873/380873.pdf&title=380873&cate=592&d=0

¹⁴ อ่างแล้วโน สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้ (มีนาคม 2559) *เจาะลึกตลาด E-Commerce จีน*

1) สามารถเพิ่มและขยายช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ เป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการให้แพร่หลายมากขึ้น ประหยัดค่าใช้จ่าย และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ โดยลดความสำคัญขององค์ประกอบของธุรกิจและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่น อาคารสำนักงาน ห้องจัดแสดงสินค้า คลังสินค้า พนักงานขายและพนักงานให้บริการต้อนรับลูกค้า นอกจากนี้ยังช่วยอำนวยความสะดวกและประหยัดเวลาสำหรับผู้บริโภค ดังนั้นจึงช่วยลดอุปสรรคต่อการทำธุรกิจเรื่องระยะทางและเวลาที่ต่างกันได้

2) ระบบโลจิสติกส์ที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพที่จะลดข้อจำกัดด้านการขนส่งสินค้า รวมถึงช่วยลดอุปสรรคในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่อยู่นอกเขตชุมชน ทำให้สินค้าสามารถเข้าถึงผู้บริโภคทุกคนในทุกพื้นที่ได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ

3) เป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดและมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากรายงานของศูนย์วิจัยธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของจีน (CECRC) พบว่า ในปี พ.ศ. 2558 มีผู้ใช้บริการผ่านระบบอีคอมเมิร์ซ สูงถึง 417 ล้านราย

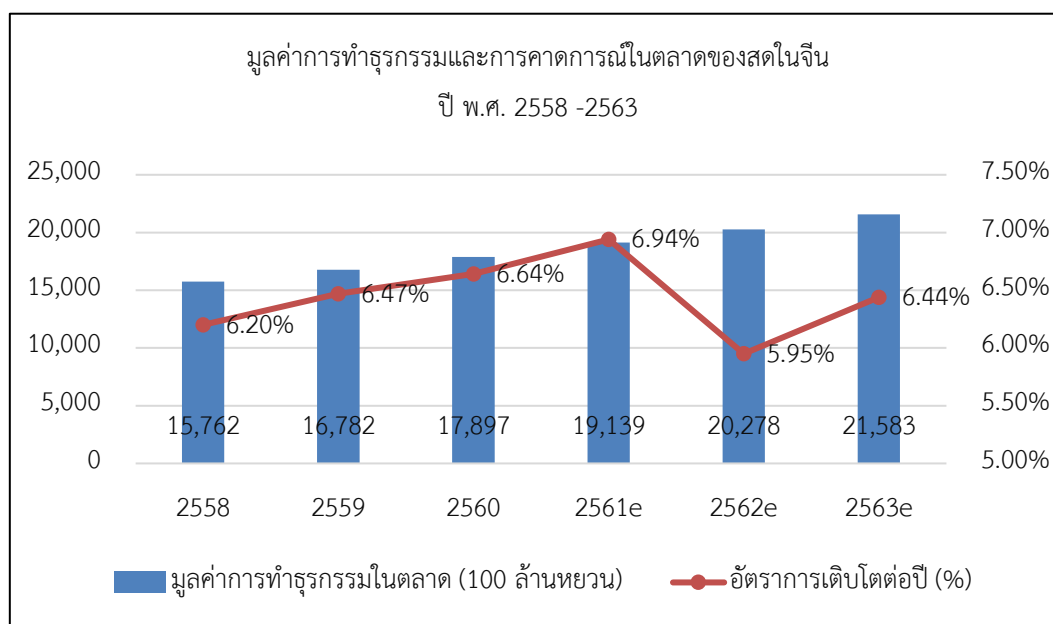
4) จำนวนผู้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตของจีนเพิ่มสูงขึ้นทุกปี โดยจากรายงานของศูนย์ข้อมูลสารสนเทศและโครงข่ายอินเทอร์เน็ตแห่งชาติจีน (CNNIC) ระบุว่า ในปี พ.ศ. 2558 จำนวนผู้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตของจีนเพิ่มสูงขึ้นเป็น 688.26 ล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50.2 ของจำนวนประชากรของจีน และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ซึ่งหมายความว่าโอกาสการขยายตัวของตลาดอีคอมเมิร์ซของจีนนั้นเพิ่มสูงขึ้นเช่นเดียวกัน

5) การซื้อสินค้ามีความสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคเลือกที่จะหันมาซื้อสินค้าผ่านระบบอีคอมเมิร์ซมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเลือกสินค้า การชำระเงินออนไลน์ หรือการรับส่งสินค้า นอกจากนี้ในปัจจุบันผู้ให้บริการด้านอีคอมเมิร์ซของจีนมีการทำแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือระบบต่าง ๆ ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น โดยจากการสำรวจในช่วงเดือนมกราคม ปี พ.ศ. 2559 พบว่า มีผู้ใช้บริการระบบอีคอมเมิร์ซผ่านโทรศัพท์มือถือ 412 ล้านราย ขยายตัวจากปี พ.ศ. 2558 ถึงร้อยละ 25

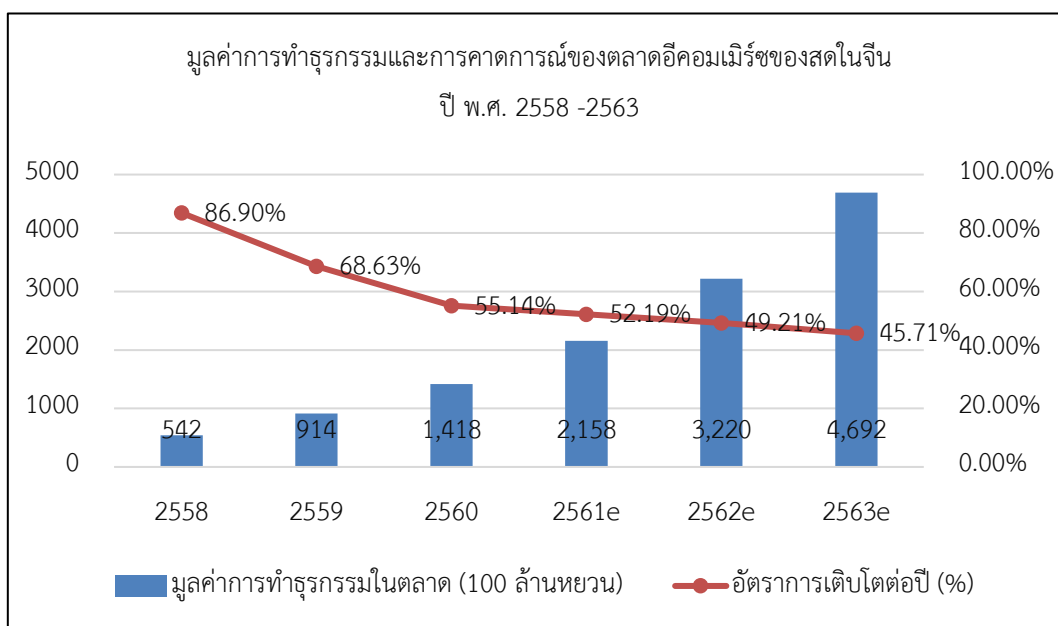
6) ตลาดอีคอมเมิร์ซของจีนถือเป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfectly Competitive Market) ซึ่งผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีความสนใจ สามารถเข้ามาทำตลาดได้โดยง่าย แต่การแข่งขันก็สูงมากเช่นกัน โดยเฉพาะการแข่งขันทางด้านราคาและทางด้านบริการทั้งก่อนการและหลังการขาย

จากผลการสำรวจพบว่าในประเทศจีนมีแนวโน้มการใช้อีคอมเมิร์ซในการค้าขายผลไม้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยจาก “รายงานการวิเคราะห์ขนาดและแนวโน้มการพัฒนาของตลาดอีคอมเมิร์ซของสดในจีนในระหว่าง ปี พ.ศ. 2561 ถึง พ.ศ. 2566” เผยแพร่โดยสถาบันวิจัยธุรกิจจีน พบว่าหลายปีที่ผ่านมามีอีคอมเมิร์ซของสดในจีนได้ประสบความสำเร็จในการพัฒนาอย่างรวดเร็ว โดยปี พ.ศ. 2560 มูลค่าธุรกรรมของตลาดค้าขายของสดในจีนอยู่ที่ 17,897 ล้านล้านหยวน อัตราการเติบโตต่อปีเท่ากับร้อยละ 6.64 มีการคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2563 จะมีมูลค่าธุรกรรมของตลาดค้าขายของสดในจีนเพิ่มขึ้นถึง 21,583 ล้านล้านหยวน ดังแสดงในรูปที่ 3-35 แนวโน้มมูลค่าการทำธุรกรรมของตลาดอีคอมเมิร์ซของสดในจีนเพิ่มสูงขึ้นทุกปี โดยปี พ.ศ. 2560 อยู่ที่ 1,418 ล้านล้านหยวน อัตราการเติบโตต่อปีอยู่ที่ร้อยละ 55.14 และมีการคาดการณ์ว่าในปี

พ.ศ. 2563 มูลค่าการทำธุรกรรมของตลาดอีคอมเมิร์ซของสดในจีนจะเพิ่มขึ้นถึง 4,692 ล้านล้านหยวน¹⁵
ดังแสดงในรูปที่ 3-36



รูปที่ 3-35 มูลค่าการทำธุรกรรมและการคาดการณ์ในตลาดของสดในจีน ปี พ.ศ. 2558 - 2563
ที่มา: 年中国生鲜电商行业研究报告 (2018) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย



รูปที่ 3-36 มูลค่าการทำธุรกรรมและการคาดการณ์ของตลาดอีคอมเมิร์ซของสดในจีน ปี พ.ศ. 2558 - 2563
ที่มา: 年中国生鲜电商行业研究报告 (2018) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

¹⁵ 年中国生鲜电商行业研究报告. (April 2018). 2018年中国生鲜电商行业研究报告-中商报告库.
<http://wk.askci.com/2018/04/13/1648589kpb.shtml>

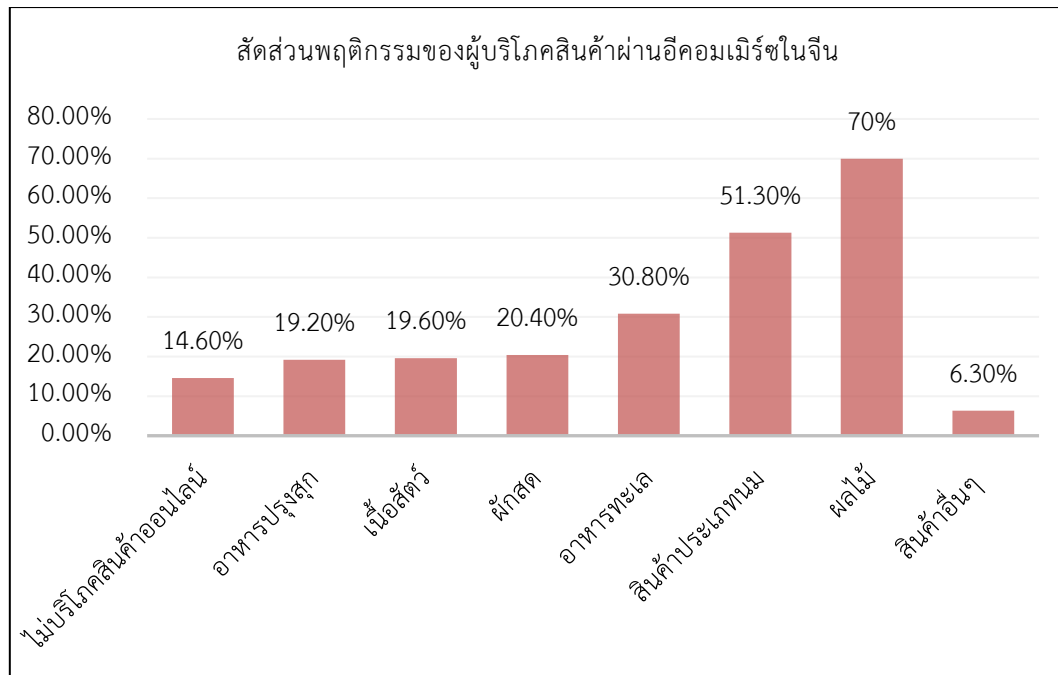
3.2.6.2 พฤติกรรมผู้บริโภคชาวจีนในการซื้อสินค้าของสดและผลไม้ผ่านระบบอีคอมเมิร์ซ

ในปัจจุบันโครงสร้างและกลไกของตลาดจีนมีความเป็นอัจฉริยะภาพสูง โดยการเข้าถึงเทคโนโลยีในเกือบทุกกระบวนการและขั้นตอน ทำให้จีนมีช่องทางการจำหน่ายและเข้าถึงสินค้าที่หลากหลาย ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ โดยในช่วงหลายปีที่ผ่านมาแพลตฟอร์มการจำหน่ายสินค้าอาหารสดเกิดขึ้นมากมาย และแพลตฟอร์มเหล่านี้ต่างพยายามแข่งขันกันในด้านความสดใหม่และความหลากหลายของสินค้าจากทั่วโลก ถือเป็นโอกาสของผู้ประกอบการต่างชาติในการทำตลาดจีน อีกทั้งจีนกำลังให้ความสำคัญและพัฒนาอุตสาหกรรมห่วงโซ่ความเย็น ซึ่งจะมีส่วนช่วยให้ทั้งผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรวมถึงผู้บริโภคเองสามารถเข้าถึงความสดใหม่ของสินค้าได้มากขึ้น¹⁶ จากการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าผ่านอีคอมเมิร์ซในจีนพบว่า

- มีสัดส่วนการซื้อผลไม้ผ่านอีคอมเมิร์ซในจีนสูงถึงร้อยละ 70 รองลงมา คือ สินค้าประเภทขนม (ร้อยละ 51.30) และ อาหารทะเล (ร้อยละ 30.80) ตามลำดับ ดังแสดงในรูปที่ 3-37
- ระดับอายุของผู้บริโภคที่ใช้บริการอีคอมเมิร์ซซื้อของสดในจีนแยกเป็น ผู้บริโภคในช่วงอายุ 24-30 ปี มีสัดส่วนมากที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 44.20 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 31-35 ปี (ร้อยละ 20.40) และ ช่วงอายุ 36-40 ปี (ร้อยละ 14.40) ตามลำดับ ดังแสดงในรูปที่ 3-38
- นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ใช้บริการอีคอมเมิร์ซส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีความสามารถในการจ่ายในระดับกลางถึงสูง เป็นสัดส่วนร้อยละ 44.70 รองลงมาเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีความสามารถในการจ่ายในระดับสูง (ร้อยละ 28.50) และผู้บริโภคที่มีความสามารถในการจ่ายในระดับกลาง (ร้อยละ 15) ตามลำดับ¹⁷ ดังแสดงในรูปที่ 3-39
- ส่วนแบ่งการตลาดของอาหารและผลไม้สดบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซในช่วงปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2559 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากเดิมในปี พ.ศ. 2555 ซึ่งมีมูลค่า 4,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นกว่า 20 เท่าเป็น 95,000 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2559 และในปี พ.ศ. 2560 ยอดการซื้อขายเพิ่มขึ้นอีกเป็นประมาณ 139,130 ล้านบาท ทั้งนี้ในช่วงครึ่งปีแรกของปี พ.ศ. 2561 มีมูลค่าการตลาดขยับตัวสูงไปอยู่ที่ 105,160 ล้านบาท

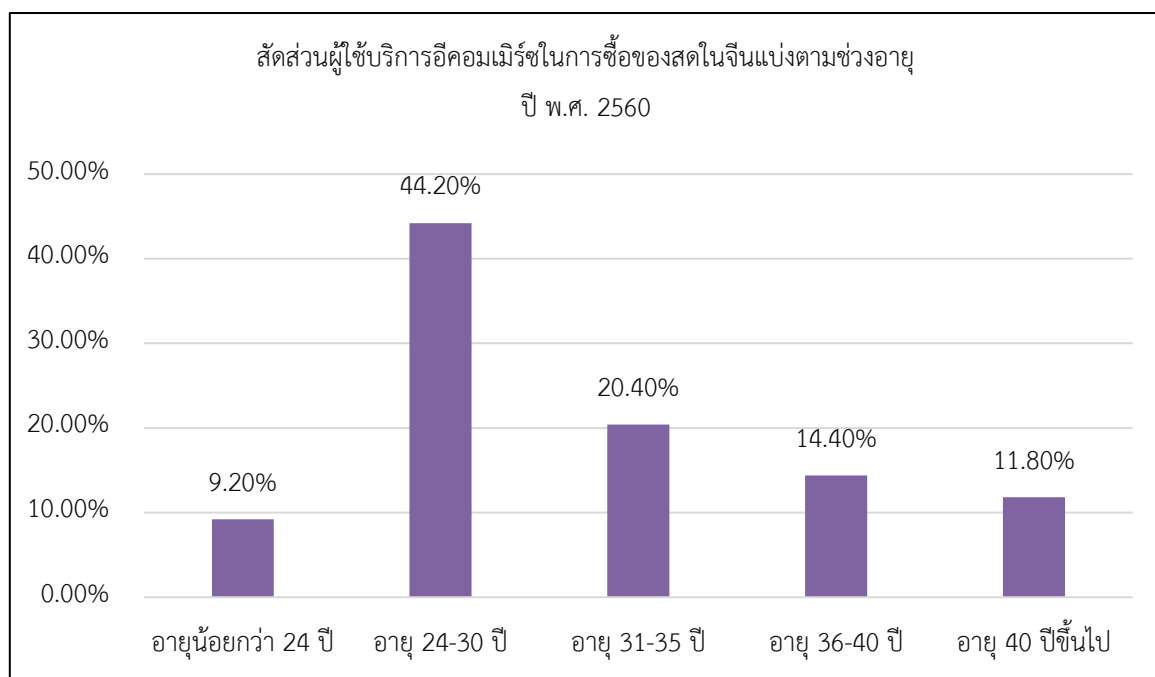
¹⁶ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครกว่างโจว. (2561). ยอดการซื้อขายสินค้าประเภทอาหารและผลไม้สดบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซจีนในช่วงครึ่งปีแรก 2561 ทะลุแสนล้านบาท. สืบค้นจาก https://www.ditp.go.th/ditp_web61/article_sub_view.php?filename=contents_attach/401305/401305.pdf&title=401305&cate=592&d=0

¹⁷ 中国生鲜电商行业年度综合分析. (6 February 2018). 中国生鲜电商行业年度综合分析 2018 -前沿报告库. <http://wk.askci.com/details/2ec70037efdb40db85ce3d2d39ebcb94/>



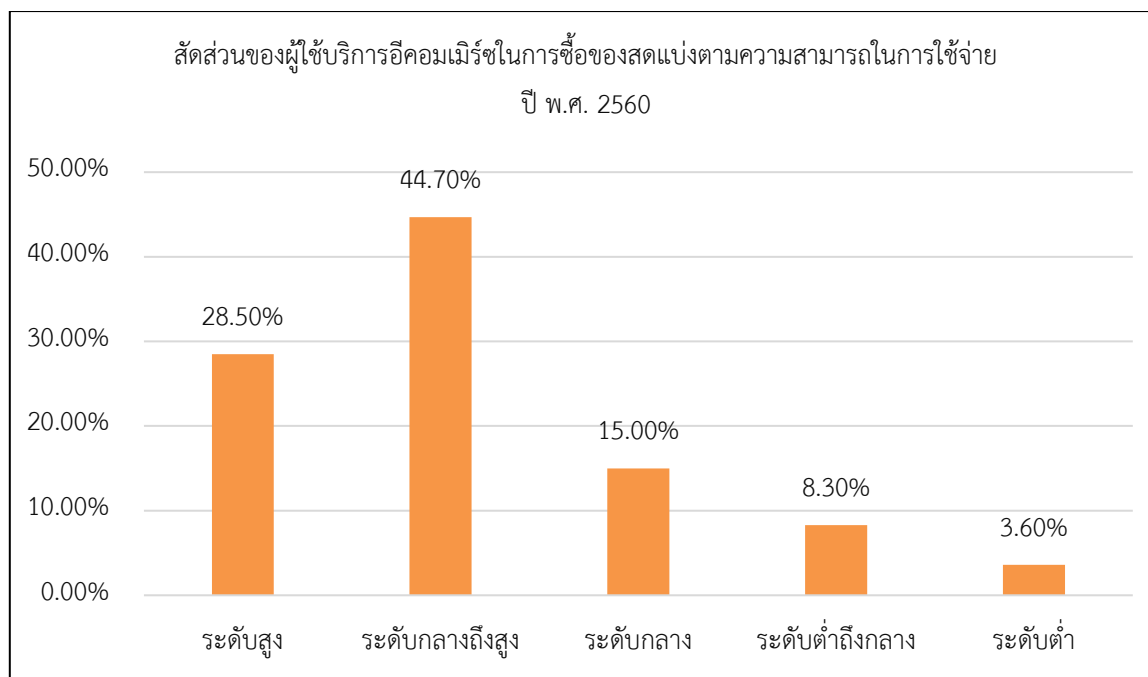
รูปที่ 3-37 สัดส่วนพฤติกรรมของผู้บริโภคสินค้าผ่านอีคอมเมิร์ซในจีน

ที่มา: 中国生鲜电商行业年度综合分析 (2018) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย



รูปที่ 3-38 สัดส่วนผู้ใช้บริการอีคอมเมิร์ซในการซื้อของสดในจีนแบ่งตามช่วงอายุ ปี พ.ศ. 2560

ที่มา: 中国生鲜电商行业年度综合分析 (2018) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย



รูปที่ 3-39 สัดส่วนของผู้ใช้บริการอีคอมเมิร์ซในการซื้อของสดแบ่งตามความสามารถในการใช้จ่าย ปี พ.ศ. 2560
ที่มา: 中国生鲜电商行业年度综合分析 (2018) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

ปัจจัยสำคัญในการพัฒนาธุรกิจอีคอมเมิร์ซอาหารและผลไม้สด คือ การสนับสนุนจากนโยบายรัฐบาลจีนและการพัฒนาเทคโนโลยีในระบบการขนส่งของอุตสาหกรรมห่วงโซ่ความเย็นและระบบฐานข้อมูลต่าง ๆ จึงทำให้ตลาดอีคอมเมิร์ซอาหารสดเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว การแข่งขันกันทำส่วนแบ่งการตลาดอาหารสดในจีนเรื่องความสดใหม่เป็นเรื่องที่สำคัญไม่แพ้ปัจจัยอื่น ความรวดเร็วในการขนส่งเพื่อรักษาความสดใหม่เป็นเรื่องที่ไม่ควรมองข้าม และปัจจัยสำคัญอีกข้อหนึ่งอาจเป็นเพราะผลลัพธ์ที่มาจาก การขยายตัวของภาคสาธารณูปโภคในชั้นพื้นฐานภายในหลายเมืองและหลายมณฑลของจีนที่ประสบความสำเร็จมากขึ้น ทำให้ผู้คนมีความต้องการในปัจจัยอื่น ๆ ของการดำรงชีวิตเพิ่มเติม ยังรวมไปถึงพฤติกรรมการใช้จ่ายซื้อของที่ใช้ระบบอีคอมเมิร์ซในการจ่ายเงินมากขึ้นทุกขณะ¹⁸ ซึ่งในขณะนี้แพลตฟอร์มการจำหน่ายอาหารสดในเครือกลุ่มบริษัทอาลีบาบา (Alibaba Group Corporate) อย่าง Hema Fresh หรือแม้กระทั่ง RT-MART จากไต้หวัน ต่างใช้บริการการขนส่งสินค้าอาหารสดจาก Win-Chain (บริษัทในเครืออาลีบาบา) ซึ่งเป็นบริษัทตัวกลางในการจัดหาสินค้าอาหารสดจากทั่วโลก โดยบริษัท Win-Chain เผยว่า ในอีก 5 ปี ข้างหน้าจะมีความร่วมมือกับเขตพื้นที่ผลิตและเพาะปลูกจาก 40 ประเทศทั่วโลก¹⁹

¹⁸ อธิธิชัย อรรถกรวีสุนทร. (8 มีนาคม 2561). ธุรกิจ E-Commerce อาหารสดของจีนเติบโตมากกว่า 50% ในปี 2017. *MarketingOops*. สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/exclusive/insider-exclusive/fresh-food-business-in-china/>

¹⁹ อ้างแล้วใน สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครกว่างโจว (2561) ยอดการซื้อขายสินค้าประเภทอาหารและผลไม้สดบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซจีนในช่วงครึ่งปีแรก 2561 ทะลุแสนล้านหยวน

3.2.6.3 โอกาสของผลไม้ไทยบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซจีน²⁰

จากการพัฒนาด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการพัฒนาการค้าชายแดนของจีน ในปี พ.ศ. 2559 รัฐบาลจีนเห็นชอบในโครงการจัดตั้งพื้นที่ทดลองเขตการค้าเสรีผิงเสียง อันเป็นหนึ่งในโครงการสนับสนุนยุทธศาสตร์ “หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง” เพื่อเร่งรัดพัฒนาเศรษฐกิจตามแนวพื้นที่ชายแดนครอบคลุมพื้นที่เขตพรมแดนของเมืองผิงเสียง-เวียดนาม เมื่อเขตพื้นที่ทดลองเขตการค้าเสรีผิงเสียงได้เริ่มดำเนินการ จะเป็นการผลักดันให้ผิงเสียงกลายเป็นพื้นที่ความร่วมมือทางยุทธศาสตร์สำคัญระหว่างจีน-เวียดนาม จีน-อาเซียน โดยการใช้กลยุทธ์การค้าชายแดนเพื่อสร้างมูลค่าทางการค้า พัฒนาความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในพื้นที่ โดยทุกมณฑลที่สามารถเชื่อมโยงสู่ต่างประเทศต้องพยายามแสวงหาจุดแข็งเพื่อนำมาใช้เป็นกลยุทธ์หลักในการสร้างความเชื่อมโยง ซึ่งเมืองผิงเสียงในฐานะประตูอาเซียนของจีน ได้เล็งเห็นถึงศักยภาพในการพัฒนาด้านการค้าของตนเองสู่การเป็นประตูของผลไม้อาเซียนสู่ประเทศจีน ขณะเดียวกันก็เป็นประตูการส่งออก-นำเข้าสินค้าปลีกสำหรับการค้าแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างจีนกับอาเซียน

รัฐบาลจีนได้ผลักดันให้เมืองผิงเสียงกลายเป็นประตูการค้าสำคัญเชื่อมโยงกับอาเซียนตามยุทธศาสตร์ “หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง” ซึ่งทำให้ในปี พ.ศ. 2559 ที่ผ่านมา ด้านเมืองผิงเสียงได้กลายเป็นเมืองสำคัญเพื่อการติดต่อกับประเทศในกลุ่มอาเซียนโดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แต่ที่สำคัญที่สุด คือ การกำหนดกลยุทธ์อย่างเป็นรูปธรรม เช่น การกำหนดให้เมืองผิงเสียงเป็นประตูนำเข้าผลไม้จากอาเซียน และกลยุทธ์สนับสนุนต่าง ๆ ทั้งการอนุญาตให้สามารถนำเข้าผลไม้จากประเทศที่สามนำเข้าผ่านจุดผ่อนปรนการค้าชายแดน (นโยบายอนุญาตนำเข้าผลไม้จากประเทศที่สามนี้มีได้ประกาศออกมาอย่างเป็นทางการ) ตลอดจนอนุญาตให้ผู้ประกอบการค้าชายแดนในรูปบริษัทและส่วนบุคคลสามารถนำเข้าผลไม้ผ่านจุดผ่อนปรนเป็นหลัก

การที่รัฐบาลจีนได้สนับสนุนและผลักดันให้ผิงเสียงเป็นศูนย์กลางการนำเข้าผลไม้สดจากภูมิภาคอาเซียน ส่งผลให้เกิดการอำนวยความสะดวกมากขึ้นในการนำเข้าผลไม้สด (รวมทั้งทุเรียนสดด้วย) จากไทยไปจำหน่ายในจีน นอกจากนี้การที่ไทยมีความร่วมมือกับจีนภายใต้กรอบการค้าเสรี และการที่จีนมองว่าไทยเป็นพันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์ในอาเซียนของจีน จึงส่งผลให้เกิดความสะดวกในการนำเข้าผลไม้สดจากไทยไปจีนผ่านเมืองผิงเสียง ส่งผลให้ผิงเสียงได้เกิดการพัฒนาอย่างรวดเร็วและกลายเป็นเมืองที่มีปริมาณการนำเข้าผลไม้สดสูงที่สุดในจีนมาเป็นระยะเวลาหลายปี ผู้ประกอบการนำเข้าผลไม้สดที่ผิงเสียงมีประสบการณ์ ความรู้ความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการผลไม้สดโดยเฉพาะ นอกจากนี้สมาคมผู้ประกอบการนำเข้าผลไม้ผิงเสียงได้มีการพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ซึ่งเป็นช่องทางการจำหน่ายผลไม้สดในรูปแบบออนไลน์ให้แก่ผู้บริโภคชาวจีน

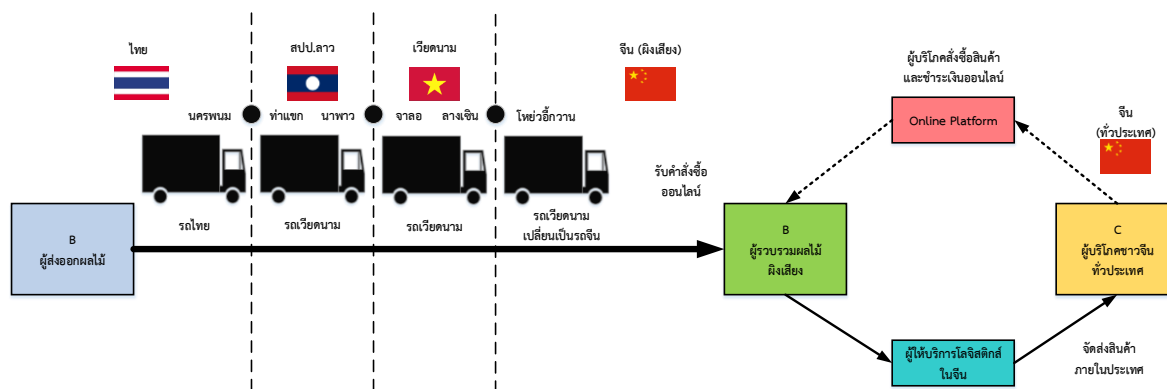
²⁰ รุจิรี พนมยงค์ และคณะ. (2561). รายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report) โครงการ “E-logistics ข้ามแดน: กรณีศึกษาประเทศจีน”. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, กรุงเทพฯ.

โดยตรง ส่งผลให้มีฐานตลาดที่กว้างขวางมากขึ้น ประกอบกับการพัฒนาระบบเครือข่ายด้านโลจิสติกส์ที่กว้างขวางของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ในผิงเสียง ซึ่งสามารถเชื่อมโยงการจัดส่งสินค้าไปให้ผู้บริโภคทั่วประเทศ จีนภายในระยะเวลาที่รวดเร็วและมุ่งเน้นการรักษาคุณภาพของสินค้า

จากการศึกษาข้อมูลพบว่าผู้ประกอบการส่งออกผลไม้และผู้นำเข้าผลไม้จีนเลือกใช้เส้นทาง R12 (นครพนม-ท่าแขก) ไปยังเมืองผิงเสียงมากขึ้น เนื่องจากเส้นทางนี้มีระยะทางใกล้กว่าเส้นทาง R9 (มุกดาหาร-สะหวันนะเขต) ซึ่งใช้เวลาในการขนส่งผลไม้สดเพียง 3-4 วันจากสถานที่รวบรวมผลไม้ (ล้ง) ในไทยไปยังเมืองผิงเสียง เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบในหลายปัจจัยแล้วพบว่ารูปแบบการขนส่งทางรถบรรทุกยังคงมีความได้เปรียบและเป็นรูปแบบที่เหมาะสม การใช้รูปแบบการขนส่งทางรถบรรทุกจากสถานที่รวบรวมผลไม้ต้นทาง (ล้ง) ในไทย โดยใช้เส้นทาง R12 ในการขนส่งผ่านทางด่านชายแดนที่ จังหวัดนครพนม-ท่าแขก แขวงคำม่วน ใน สปป.ลาว ผ่านด่านชายแดนนาพาว-จาลอ เข้าสู่เวียดนาม และมุ่งหน้าสู่เมืองกลางเซินชายแดนเวียดนาม-จีน และผ่านเข้าทางด่านโหยวอี๋กวาน เข้าสู่จุดกระจายผลไม้สด ณ เมืองผิงเสียง เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง ประเทศจีน

ปัจจุบันการค้าผักและผลไม้สดในรูปแบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจถึงมือผู้บริโภค (B2C Cross border e-commerce) ในประเทศจีนที่นำเข้าจากประเทศไทย ยังไม่ใช้รูปแบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจถึงมือผู้บริโภคโดยตรง เนื่องจากสินค้าผลไม้สดหลายรายการ รวมถึงทุเรียนยังไม่ได้อยู่ในรายการ “CBEC Positive list” ที่จีนอนุญาตให้สามารถส่งสินค้าจากผู้ผลิตหรือผู้ขายจากประเทศต้นทางถึงมือผู้บริโภคจีนโดยตรงในลักษณะ B2C เนื่องจากตามกฎหมายการควบคุมสินค้าผักและผลไม้สดของจีน ต้องมีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าจากหน่วยงานกักกันพืชของจีนบริเวณด่านพรมแดน ปัจจุบันผู้นำเข้าผลไม้ชาวจีนได้มีการจัดจำหน่ายผลไม้รวมถึงทุเรียนสดผ่านช่องทางร้านค้าออนไลน์บนเว็บไซต์ ซึ่งเป็นการดำเนินการหลังจากที่มีผู้นำเข้าผลไม้และทุเรียนจากไทยเข้ามายังจีนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ดังนั้น ลักษณะของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนของผลไม้และทุเรียนจากไทยไปจีน จำเป็นต้องมีการนำเข้าผ่านผู้ประกอบการจีน ก่อนที่จะกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคที่สั่งซื้อผ่านทางช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์มของผู้ประกอบการจีน เห็นได้ว่าผู้ประกอบการไทยสูญเสียโอกาสในการเข้าถึงผู้บริโภคจีนได้โดยตรง การค้าจึงอยู่ในรูปแบบธุรกิจถึงธุรกิจถึงผู้บริโภค (B2B2C) โดยมีรายละเอียดและรูปแบบจำลองโลจิสติกส์ ดังแสดงในรูปที่ 3-40



รูปที่ 3-40 รูปแบบ B2B2C โดยการขนส่งสินค้าผลไม้ทางรถบรรทุก

ที่มา: คณะผู้วิจัย

ในการพัฒนาการขายผลผลิตทางเกษตรผ่านระบบอีคอมเมิร์ซ รัฐไทยอาจเริ่มด้วยการมอบหมายให้หน่วยการปกครองท้องถิ่นเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ด้านอีคอมเมิร์ซให้กับเกษตรกร โดยรัฐไม่จำเป็นต้องอบรมเกษตรกรทุกคนให้รู้จักใช้อีคอมเมิร์ซ แต่โดยอาศัยการอบรมเฉพาะตัวแทนของหมู่บ้าน หรือ อบต. ให้กลายเป็นตัวเชื่อมต่อระหว่างเกษตรกรผู้ประกอบการและอีคอมเมิร์ซ เพื่อเพิ่มช่องทางการค้าให้กับเกษตรกรไทยต่อไป อีกทั้งการใช้แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซของเกษตรกรสามารถทำในรูปแบบ B2B ได้เช่นกัน อาทิเช่น การให้เกษตรกรขายสินค้าให้กับโรงแรมหรือร้านอาหารในพื้นที่ โดยใช้เป้าหมายการขายห่วงโซ่อุปสงค์ทางอาหาร (Food supply Chain) หรือการทำให้เกิดการหมุนเวียนของสินค้าเกษตรจากเกษตรกรผู้ประกอบการไปสู่ธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารโดยไม่ต้องผ่านนายหน้า แต่ใช้พื้นที่อีคอมเมิร์ซเป็นตัวเชื่อมต่อแทน ทั้งนี้การขายอีคอมเมิร์ซลงไปยังพื้นที่ชนบท อาจจะต้องมีศูนย์กระจายความรู้เพื่ออบรมคนชนบทให้เกิดความรู้ความเข้าใจในการใช้ออนไลน์แพลตฟอร์ม ซึ่งจะเห็นได้จากในกรณีของจีน ที่ Alibaba Group ริเริ่มเพิ่มช่องทางการค้าให้กับเกษตรกรชนบท แต่ทั้งนี้ชนบทของจีนยังมีความรู้เรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศไม่เพียงพอ ถึงแม้จะมีสมาร์ทโฟนแล้วก็ตาม จึงเป็นจุดเริ่มต้นให้ Alibaba group จัดตั้งสถานีบริการในชนบทเพื่อให้ความรู้แก่เกษตรกร และเกษตรกรที่ได้รับความรู้และสามารถประกอบการด้วยอีคอมเมิร์ซเองแล้วจะสามารถกระจายความรู้ให้แก่คนรอบข้างได้ต่อไป²¹

3.3 แนวโน้มการขยายอิทธิพลของโรงคัดบรรจุต่างชาติ

ในอดีตก่อนที่ไทยและจีนจะทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีไทย-จีนในปี พ.ศ. 2546 รวมถึงช่วงปีแรก ๆ หลังข้อตกลงการค้าเสรีไทย-จีนมีผลในทางปฏิบัติ การส่งออกทุเรียนไทยไปจีนส่วนใหญ่จะเป็นการส่งออกผ่านฮ่องกง โดยมักจะใช้เส้นทางขนส่งทางเรือผ่านทาง ฮ่องกง-เซินเจิ้น-กวางโจว เนื่องจากเป็นเส้นทางที่มีความสะดวก รวดเร็ว และเกิดค่าใช้จ่ายน้อยในการดำเนินพิธีการศุลกากร เป็นประโยชน์อย่างมากต่อการรักษา

²¹ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้. (2559). รายงานเศรษฐกิจ: ภาพรวมของตลาด E-commerce ในชนบท (Rural E-commerce) ของจีน. สืบค้นจาก https://www.ditp.go.th/contents_attach/160670/160670.pdf

ความสดของทุเรียน อีกทั้งตลาดเจียงหนานในนครกว่างโจว ยังเป็นตลาดค้าส่งผักและผลไม้ที่ใหญ่ที่สุดของจีน ในขณะนั้น เปิดโอกาสให้ทุเรียนไทยสามารถกระจายไปยังปลายทางต่าง ๆ ในจีนได้โดยง่าย โดยระยะแรก รูปแบบการซื้อขายผลไม้ไทยในตลาดเจียงหนาน จะดำเนินการผ่านระบบฝากขาย (Consignment) ซึ่งเป็นการค้าที่ต้องอาศัยความไว้วางใจระหว่างผู้ส่งออกไทยและผู้นำเข้าจีน เพราะไม่มีการเปิด L/C โดยผู้นำเข้าจีนจะนำผลไม้ไปขายต่อให้กับพ่อค้าจีนในเมืองต่าง ๆ ในลักษณะเงินเชื่อ การก่อเกิดของการค้ารูปแบบนี้อาจเป็นหนึ่งเหตุที่เป็นจุดเริ่มต้นให้ผลไม้ไทยต้องตกอยู่ภายใต้กลไกที่ผู้ประกอบการจีนเป็นผู้กำหนด ไม่ว่าจะเป็นราคาซื้อ-ขายและปริมาณการนำเข้า²²

ในช่วงเวลาเดียวกันนี้ ชาวสวนทุเรียนเคยมีช่องทางการขายหลักอยู่ 2 ช่องทาง ช่องทางแรกเป็นการนำผลไม้ไปขายให้กับพ่อค้าคนกลางท้องถิ่น ซึ่งจะนำไปขายต่อยังตลาดค้าส่งของประเทศอีกทอดหนึ่ง หรือช่องทางที่สองเป็นการที่ชาวสวนนำผลผลิตไปขายเองที่ตลาด ต่อมาในช่วงตั้งแต่ พ.ศ. 2549-2552 เริ่มมีล้งไทยเข้ามาดำเนินการในการรับซื้อตรงจากเกษตรกร หลังจากปี พ.ศ. 2553 เริ่มมีล้งจีนเข้ามาดำเนินการรับซื้อผลผลิตจากแหล่งผลิตในไทย เกิดเป็นช่องทางจัดจำหน่ายทุเรียน คือ ชาวสวนนำผลผลิตไปขายให้กับล้งรายเล็กที่เป็นคนไทยหรือพ่อค้าคนกลางไทย ซึ่งจะนำไปขายต่อให้กับล้งจีนอีกทอดหนึ่ง หรือชาวสวนขายผลผลิตให้กับล้งจีนโดยตรง²³ การเริ่มเข้ามาขยายอิทธิพลของล้งจีนและผู้ประกอบการจีนในระยะแรกนี้ นอกจากเป็นวิธีคิดของพ่อค้าที่พยายามแสวงหาโอกาสขยายธุรกิจของทุนจีนเองแล้ว ยังอาจเกิดจากความด้อยประสิทธิภาพในการดำเนินงานของฝั่งผู้ประกอบการไทยเองด้วย ในระยะแรกของการเปิดเสรีนำเข้าทุเรียน ผู้นำเข้าจีนต้องพึ่งการดำเนินการของพ่อค้าไทยและผู้ส่งออกไทยในการจัดหาและจัดการการขนส่งทุเรียนไปจีน แต่เนื่องจากปัญหาของฝ่ายไทยที่ไม่สามารถรับมือกับปริมาณการส่งออกที่สูงขึ้น จนไม่อาจดำเนินการจัดหาทุเรียนได้ตามความต้องการของตลาดในจีนทั้งในแง่ของปริมาณและคุณภาพ พ่อค้าจีนจึงเห็นความจำเป็นที่จะต้องเข้ามามีบทบาทในการดำเนินงานฝั่งไทยมากขึ้น เพื่อให้สามารถกำกับดูแลการส่งออกทุเรียนได้แบบครบวงจร เกิดความมั่นใจในการส่งออกทุเรียนได้ตามจำนวนและคุณภาพที่ตลาดต้องการ

เมื่อเวลาผ่านไป ล้งจีนก็ได้เพิ่มจำนวนมากขึ้น และจากประสบการณ์ที่มีมากขึ้นเมื่อได้เข้ามาในวงจรการค้าขายในไทย จึงได้เริ่มดำเนินการเชิงรุกด้วยการปรับเปลี่ยนวิธีการซื้อขายจากเดิม ที่เคยขอให้เกษตรกรนำผลผลิตมาจำหน่ายที่สถานที่รับซื้อ เป็นการเข้าไปติดต่อซื้อขายกับเกษตรกรถึงสวนโดยตรง จนล้งชาวไทยจำนวนมากไม่สามารถแข่งขันได้กับล้งจีน เนื่องจากความเสียเปรียบด้านเงินทุนหมุนเวียน ความเสียเปรียบด้านช่องทางจัดจำหน่ายในจีนเพราะผู้ส่งออกทุเรียนจากไทยต้องส่งต้องผ่านผู้นำเข้าในประเทศจีน ซึ่งต้องมี

²² กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2559). รายงานสรุปผลการจัดคณะเดินทางศึกษาสภาพเศรษฐกิจ การค้าและการลงทุนตามเส้นทางโลจิสติกส์การค้า ณ สาธารณรัฐประชาชนจีน (คุนหมิง – กุ้ยหยาง – กว่างโจว – ฮ่อกง) สืบค้นจาก https://www.dbd.go.th/download/article/article_20160708102702.pdf

²³ พรชกร มั่นกิจ. (2558). แนวทางการบริหารจัดการการรวบรวมผลไม้ไทย กรณีศึกษา ล้งจีน. สืบค้นจาก <https://www.baac.or.th/km/wp-content/uploads/2017/06/chinashop.pdf>

ใบอนุญาต (Import License) และความเสี่ยงเปรียบด้านข้อมูลราคาและความต้องการสินค้าของตลาดปลายทาง สุดท้ายทำให้ประเทศไทยต้องผันตัวเองไปเป็นผู้รวบรวมผลผลิตตามคำสั่งซื้อของล้งจีนแทน

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกษตรกรและผู้ประกอบการไทยในพื้นที่ภาคตะวันออก ให้ข้อมูลไปในทิศทางเดียวกันว่า ปัจจุบันล้งที่ประกอบการในพื้นที่ภาคตะวันออกส่วนใหญ่เจ้าของเป็นชาวจีน (เงินทุนมาจากผู้ประกอบการจีน) โดยรูปแบบการบริหารงานมีทั้งรูปแบบที่ชาวจีนมาบริหารงานเองโดยมีลูกน้องเป็นคนไทย โดยที่ล้งคนจีนสามารถสื่อสารภาษาไทย หรืออาจจะไม่ได้มาบริหารงานเองแต่ว่าจ้างให้คนไทยเป็นผู้บริหาร เป็นต้น ในขณะที่ล้งไทยทำหน้าที่เป็นผู้รวบรวมผลผลิตส่งให้ หรือรับจ้างคัดเกรดและบรรจุเข้าตู้คอนเทนเนอร์ นอกจากนี้ผู้ประกอบการไทยที่รับจ้างคัดเกรดและบรรจุเข้าตู้คอนเทนเนอร์ให้กับล้งจีน ให้ข้อมูลว่าการรับจ้างบรรจุเข้าตู้คอนเทนเนอร์ถึงแม้จะมีผลกำไรไม่มาก แต่ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ โอกาสขาดทุน อาจจะน้อยกว่าที่จะไปทำตลาดเอง เนื่องจากไม่มีข้อมูลตลาดปลายทาง ซึ่งหากจะต้องทำเองจะต้องมีข้อมูลสถานการณ์ตลาดปลายทางตลอดเวลา ผู้ประกอบการไทยที่สามารถทำส่งออกเองได้จึงเป็นผู้ที่มีเครือข่ายความสัมพันธ์อันดีไว้ใจได้กับปลายทาง หรือมีญาติคอยติดตามสถานการณ์ที่ตลาดจีน

อย่างไรก็ดี ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุไทย นอกจากจะสูญเสียธุรกิจให้กับล้งจีนแล้ว ยังเสียผู้ให้บริการรับขนส่งระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) โดยเฉพาะ Freight Forwarder เจ้าของคนจีน (ทุนจีน) ที่มีฐานข้อมูลลูกค้าปลายทาง (จีน) อยู่แล้วและอยากจะทำธุรกิจนำเข้าทุเรียนไปขายในประเทศจีน จึงทำหน้าที่เป็นคนกลางในการหาผลผลิตเพื่อไปส่งให้อาศัยความเชี่ยวชาญด้านพิธีการและการขนส่งเป็นจุดขายให้กับลูกค้าปลายทาง

การเข้ามาประกอบธุรกิจของล้งจีนมีทั้งเข้ามาแบบถูกกฎหมายจดทะเบียนเป็นธุรกิจร่วมทุน หรือแบบผิดกฎหมาย ในลักษณะเข้ามาเป็นบุคคลธรรมดาแต่แอบทำธุรกิจ หรือลักษณะใช้นอมินีคนไทยในการทำธุรกิจ อำพราง ข้อมูลจากกระทรวงพาณิชย์ระบุว่าผู้ประกอบการล้งจีนในไทยมีจำนวน 1,090 ราย แบ่งเป็นผู้ค้าลำไย 473 ราย ทุเรียน 556 ราย และมังคุด 65 ราย ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจอยู่ในภาคตะวันออก²⁴ ในขณะที่ข้อมูลจากกรมวิชาการเกษตรปี พ.ศ. 2561 พบว่า มีผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ (ล้งผลไม้) ที่ขึ้นทะเบียนเป็นโรงคัดบรรจุทุเรียนที่ได้ลงทะเบียนกับกรมวิชาการเกษตรใน 3 จังหวัดภาคตะวันออก ประกอบด้วย จังหวัดจันทบุรี จังหวัดระยอง และจังหวัดตราด รวม 376 ราย (ดังแสดงในตารางที่ 3-15) มีล้งทุเรียนชาวจีนทั้งที่ร่วมทุนกับคนไทยหรือที่เป็นทุนจีนทั้งหมด จำนวนเพียง 29 รายเท่านั้น เป็นสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 7.7 จากจำนวนล้งผลไม้ทั้งหมดใน 3 จังหวัด และมีผู้ส่งออกทุเรียนที่จดทะเบียนกับกรมวิชาการเกษตรทั่วประเทศรวม 464 ราย เป็นผู้ส่งออกทุเรียนชาวจีนทั้งที่ร่วมทุนกับคนไทยหรือที่เป็นทุนจีนทั้งหมด จำนวน 92 ราย คิดเป็นสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 19.8

²⁴ กรุงเทพมหานคร. (25 เมษายน 2559). พาณิชย์สอบสวนนอมินีล้งจีน ป้อนขายปลีกผลไม้ภายใน. สืบค้นจาก https://www.ditp.go.th/contents_attach/146316/146316.pdf

ความไม่สอดคล้องระหว่างตัวเลขจำนวนโรงคัดบรรจุของกระทรวงพาณิชย์และของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ชี้ให้เห็นว่ายังมีโรงคัดบรรจุที่ยังไม่ได้มาตรฐาน GMP หรือโรงคัดบรรจุในระบบ ดำเนินการส่งออกทุเรียนไทยอยู่อีกเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ รายได้และกำไรที่เกิดจากการประกอบธุรกิจของโรงคัดบรรจุต่างชาติหรือร่วมทุนกับต่างชาติ บางส่วนไม่ได้กลับมาเป็นเงินหมุนเวียนอยู่ในประเทศไทย เพราะจากการตรวจสอบข้อมูลงบการเงินของนิติบุคคลที่จดทะเบียนในฐานะข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจ พบว่า ล้างต่างชาติบางรายสำแดงในงบการเงินว่า ไม่มีรายได้จากการทำธุรกิจ หรือมีรายได้แต่เป็นรายได้ที่ต่ำแบบผิดปกติ เป็นผลให้ไม่เกิดข้อมูลการรับรู้รายได้ในประเทศไทย เอื้อให้ล้างเงินสามารถหลีกเลี่ยงภาษีนิติบุคคลจากการทำธุรกิจในประเทศไทย รวมถึงสามารถโอนเงินทุนอันเป็นผลกำไรจากการประกอบกิจการกลับไปให้ญาติพี่น้องของตนในต่างประเทศผ่านระบบโพยก๊วน ปลอดภัยจากการตรวจสอบโดยหน่วยงานของรัฐ

ตารางที่ 3-15 จำนวนโรงคัดบรรจุทุเรียนและผู้ส่งทุเรียนออกที่ได้ลงทะเบียนกับกรมวิชาการเกษตร

ประเภทการจดทะเบียน	จำนวน	ร้อยละ
โรงคัดบรรจุทุเรียน		
จันทบุรี		
บุคคลธรรมดา	224	67.5%
นิติบุคคลไทย	58	17.5%
สหกรณ์การเกษตร	3	0.9%
นิติบุคคลจีน/ร่วมทุนจีน	28	8.4%
นิติบุคคลร่วมทุนชาติอื่น	2	0.6%
นิติบุคคลซ้ำ/ไม่ทราบประเภท	17	5.1%
รวม	332	100.0%
ระยอง		
บุคคลธรรมดา	18	75.0%
นิติบุคคลไทย	4	16.7%
นิติบุคคลจีน/ร่วมทุนจีน	1	4.2%
นิติบุคคลร่วมทุนชาติอื่น	0	0.0%

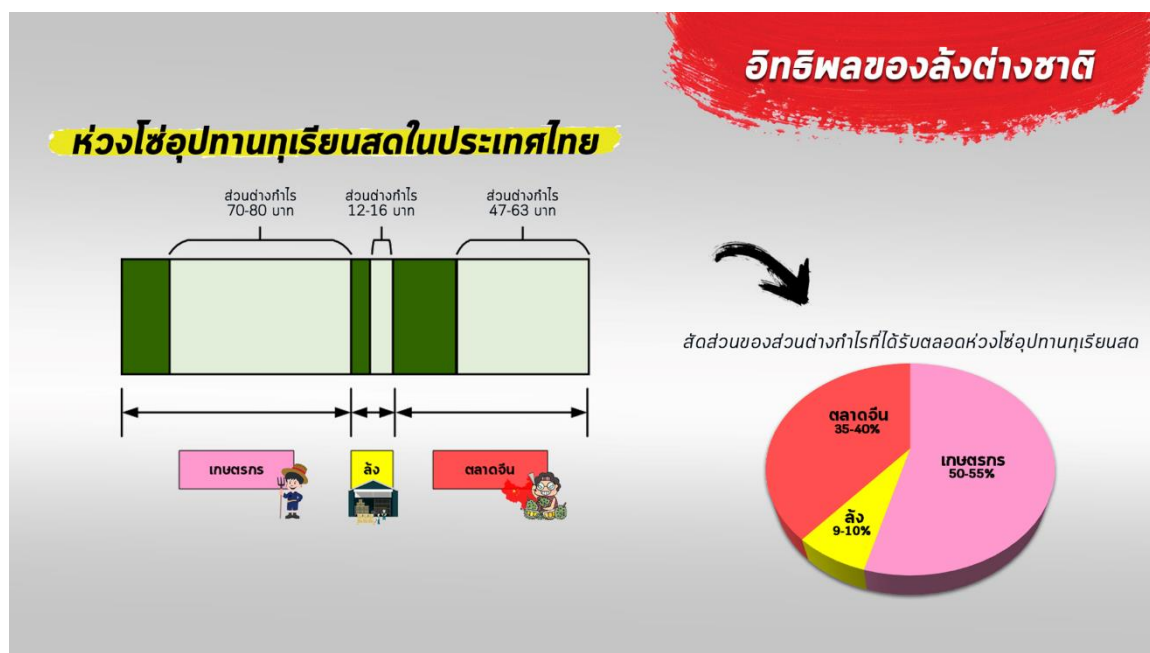
ประเภทการจดทะเบียน	จำนวน	ร้อยละ
นิติบุคคลไม่ทราบประเภท	1	4.2%
รวม	24	100.0%
ตลาด		
บุคคลธรรมดา	14	70.0%
นิติบุคคลไทย	2	10.0%
สหกรณ์การเกษตร	2	10.0%
นิติบุคคลจีน/ร่วมทุนจีน	0	0.0%
นิติบุคคลร่วมทุนชาติอื่น	0	0.0%
นิติบุคคลไม่ทราบประเภท	2	10.0%
รวม	20	100.0%
ผู้ส่งทุเรียนออก		
นิติบุคคลไทย	333	71.8%
สหกรณ์การเกษตร	1	0.2%
นิติบุคคลจีน/ร่วมทุนจีน	92	19.8%
นิติบุคคลร่วมทุนชาติอื่น	20	4.3%
นิติบุคคลไม่ทราบประเภท	18	3.9%
รวม	464	100.0%

ที่มา: คณะผู้วิจัย

ผลการสำรวจข้อมูลต้นทุนและราคาของทุเรียนตลอดห่วงโซ่การค้าทุเรียนไทยส่งออกจากสวนไปยัง
การขายทุเรียนในจีน²⁵ แสดงให้เห็นว่า ชาวสวนได้กำไรจากการขายผลผลิตคิดเป็นกว่าร้อยละ 50 ของกำไร
ทั้งหมดตลอดห่วงโซ่การค้าทุเรียน รองลงมาคือ พ่อค้าในจีน ส่วนโรงคัดบรรจุได้กำไรเป็นสัดส่วนที่ต่ำที่สุด ดัง

²⁵ ดูรายละเอียดการสำรวจข้อมูลภาคสนามได้จากรายงานแผนงานวิจัย “การศึกษาผลกระทบของการขยายกิจการของ
ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติด: ภาวะคุกคาม โอกาส และความยั่งยืนของระบบธุรกิจผลไม้ไทย” 2563.

แสดงในรูปที่ 3-41 เนื่องจากทุนจิ้นครองส่วนแบ่งการตลาดส่วนใหญ่ของกิจการโรงคัดบรรจุในไทย จึงพอจะกล่าวได้ว่า ณ ขณะนี้ กำไรจากการค้าและส่งออกทุเรียนไทยไปจีน ได้ถูกแบ่งเท่าๆกันระหว่างฝั่งไทยกับฝั่งจีน



รูปที่ 3-41 ส่วนต่างกำไรที่ได้รับในแต่ละทอดของห่วงโซ่การค้าทุเรียน
ที่มา คณะผู้วิจัย

ทั้งนี้ สถานการณ์การขยายการค้าของจีนมีพลวัตรและวิวัฒนาการค่อนข้างเร็ว ในปัจจุบันนอกจากจะทำการรับซื้อผลผลิตถึงหน้าสวนแล้ว การซื้อทุเรียนโดยล้งจีนได้มีวิวัฒนาการไปถึงการทำสัญญาซื้อขายทุเรียนแบบเหมาสวนจากเกษตรกรล่วงหน้า โดยมีการเข้าไปประเมินผลผลิตตั้งแต่ต้นทุเรียนเริ่มออกดอก ทำสัญญาซื้อขายเหมาสวน ซึ่งจะมีรายละเอียดเกี่ยวกับราคาการซื้อ เงินมัดจำ และเงื่อนไขต่าง ๆ เกี่ยวกับการดูแลสวนที่ชาวสวนต้องรับผิดชอบ ซึ่งหลายฝ่ายมองว่า การซื้อเหมาสวนในลักษณะ “Contract Farming” เป็นผลดีกับชาวสวนอยู่หลายประการ เช่น 1) ผู้ซื้อเหมาสวนมารับความเสี่ยงต่าง ๆ ที่เกิดกับภาวะภูมิอากาศและภัยธรรมชาติแทนชาวสวน 2) ผู้ซื้อเหมาสวนเป็นผู้รับผิดชอบการจัดหาและบริหารแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญในการตัดและคัดเกรดผลไม้ ซึ่งเป็นภาระงานที่สร้างปัญหาอย่างมากกับชาวสวนจากปัญหาการขาดแคลนแรงงาน 3) ผู้ซื้อเหมาสวนเป็นผู้รับความเสี่ยง หากราคาคาผลผลิตปรับลดลงจากวันที่เหมาสวนจนถึงวันที่ผลผลิตพร้อมตัด

เมื่อมองจากทฤษฎีของกลไกตลาดเสรี การค้าทุเรียนในประเทศไทยประกอบด้วยชาวสวนซึ่งเป็นผู้ขายจำนวนหลายราย และล้งจีนซึ่งมีอยู่จำนวนมากเหมือนกัน จึงไม่น่าที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งสามารถผูกขาดการค้าได้อย่างไรก็ดี ถ้าพิจารณาตลอดห่วงโซ่การค้าตั้งแต่สวนในประเทศไทยไปถึงจุดบริโภคในประเทศจีน คอขวดของการค้าน่าจะอยู่ที่จำนวนผู้ที่ได้ใบอนุญาตจากรัฐบาลจีนให้เป็นผู้นำเข้าทุเรียน ซึ่งเป็นส่วนที่อาจเกิดการผูกขาดหรือกำหนดทิศทางการค้า ทั้งจากการสมยอมกันของผู้ประกอบการด้วยกันเอง หรือจากนโยบายของรัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากความจริงที่ว่า ล้งจีนในไทยไม่ได้เป็นผู้ประกอบการอิสระทุกราย ส่วนหนึ่งจะเป็นผู้แทน

หรือสาขาที่ผู้นำเข้าในจีนส่งเข้ามาในไทย เพื่อรวบรวมและคัดกรองสินค้าส่งออกไปขายในจีน หากผู้นำเข้าในจีนรวมตัวสมยอมกัน ก็อาจส่งผลให้เกิดการผูกขาดทางการค้าทุเรียนในไทยได้ ดังนั้น จึงจำเป็นที่จะต้องมีการติดตามข้อมูลและสถานการณ์เกี่ยวกับผู้ได้รับอนุญาตนำเข้าทุเรียนในจีนอย่างต่อเนื่อง

นอกจากการเข้ายึดครองระบบการค้าทุเรียนแล้ว เริ่มเกิดปรากฏการณ์ที่ทุนจีนคืบคลานเข้าซื้อสวนทุเรียนจากคนไทย ถึงแม้แต่เดิมทุนจีนจะมีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญเฉพาะที่การค้าขาย ไม่มีความรู้มากนักเกี่ยวกับการเพาะปลูก แต่พ่อค้าจีนมีลักษณะที่ไฝ่รู้ตลอดเวลา การที่ทุนจีนกล้าเสี่ยงซื้อผลผลิตทุเรียนแบบเหมาสวน ชี้ให้เห็นว่า พ่อค้าจีนบางส่วนมีองค์ความรู้ดีพอที่จะเข้ามาดูแลการปลูกทุเรียน การดูแลบำรุงรักษาต้น และการเก็บเกี่ยวพืชผลด้วยตนเองเองได้

กระแสการเข้ามาซื้อสวนทุเรียนของทุนจีนนำไปสู่ข้อกังวลหลายประการ ประแรก การเป็นเจ้าของสวนทุเรียนจะทำให้ทุนจีนครอบงำห่วงโซ่การปลูกและการค้าทุเรียนทั้งที่ขายในประเทศและที่ส่งออกไปต่างประเทศได้เบ็ดเสร็จสมบูรณ์ ประการที่สอง จากเหตุการณ์ตัวอย่างที่เกิดขึ้นใน สปป.ลาว ที่จีนเข้าไปลงทุนปลูกกล้วยใน สปป.ลาว โดยลักลอบใช้สารกำจัดศัตรูพืช ยาฆ่าหญ้าและปุ๋ยเคมีจำนวนมาก เกิดผลกระทบอย่างรุนแรงต่อสิ่งแวดล้อม แหล่งน้ำกินน้ำใช้ เป็นอันตรายอย่างยิ่งต่อสุขภาพของคน พืช และสัตว์ จนรัฐบาล สปป.ลาวต้องตัดสินใจสั่งยุติการปลูกกล้วยของนักลงทุนจีนใน สปป.ลาว

อย่างไรก็ตาม ผลสำรวจข้อมูลภาคสนามชี้ให้เห็นว่า ส่วนใหญ่ชาวสวนยังมีความตั้งใจที่จะทำสวนทุเรียนกันต่อไป เนื่องจากยังมองว่าตลาดทุเรียนยังมีอนาคตอีกไกล ยังเชื่อมั่นว่าทุเรียนยังเป็นที่ต้องการของตลาด โดยเฉพาะการส่งออกให้ผู้บริโภคชาวจีน มีชาวสวนเพียงส่วนน้อยที่อาจจะยังไม่แน่ใจว่าจะทำสวนทุเรียนต่อไปหรือไม่ ซึ่งเป็นเกษตรกรรายย่อย จำนวนพื้นที่ปลูกไม่มาก หรือกลุ่มที่ไม่มีทายาทรับช่วงทำสวนทุเรียนต่อ ในขณะที่ชาวสวนทุเรียนรายใหญ่ที่มีพื้นที่ปลูกมากกลับมีแนวคิดว่าจะ “ซื้อสวนเพิ่ม” เพื่อขยายธุรกิจ เพราะที่ผ่านมาผลผลิตที่มีอยู่ยังไม่เพียงพอตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ เนื่องจากมองว่าทุเรียนสดยังเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากทุเรียนสดแล้ว ทุเรียนแปรรูปยังเป็นที่ต้องการของตลาดจีนเช่นกัน นอกจากนี้ผลประโยชน์ประกอบธุรกิจในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาจากการขยายตัวขึ้น จึงทำให้มีความต้องการที่จะซื้อสวนเพิ่มมากกว่าจะขายสวน

อีกกระแสหนึ่งซึ่งจะส่งผลอย่างมากกับผลกระทบจากการขยายอิทธิพลของถังจีน คือ นวัตกรรมด้านการโอนเงินทุนข้ามพรมแดน ทั้งนี้ กำไรและผลประโยชน์ที่ทุนจีนได้รับจากการทำธุรกิจในประเทศไทย จะเกิดผลด้านดีกับประเทศไทย หากมีการเสียภาษีนิติบุคคลอย่างถูกต้อง และมีการนำมาใช้จ่ายเกิดเป็นเงินหมุนเวียนในประเทศไทยอย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วย แต่หากผลประโยชน์เหล่านั้น สามารถถูกโอนถ่ายกลับไปยังประเทศจีน ไทยก็จะได้ผลประโยชน์น้อยมากจากการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการจีน โดยในอดีตที่ระบบธนาคารยังไม่ก้าวหน้า คนจีนโพ้นทะเลที่มาอาศัยและทำมาหากินอยู่ในประเทศไทยได้ส่งเงินกลับไปยังญาติพี่น้องชาวจีนที่อาศัยอยู่ในประเทศจีนผ่านระบบโปยกัวน (批馆) ระบบ “โปยกัวน” นั้นเป็นการชำระเงินข้ามประเทศนอกกระบบธนาคารพาณิชย์หรือสถาบันการเงินที่อยู่ในความควบคุมของรัฐ ทำให้สามารถ

ลักลอบนำเงินตราออกนอกประเทศ โดยหลีกเลี่ยงภาระที่จะต้องทำการรายงานการเคลื่อนย้ายเงินต่อธนาคารแห่งประเทศไทย โดยในระบบโปยกั๊วนนั้นจะต้องมีพ่อค้าการเงินนอกระบบหรือ “ตัวแทนหักบัญชี” (Clearing Agent) คอยทำหน้าที่เป็นคนกลาง เสมือนเป็นนายธนาคารในการรับโอนหรือส่งมอบเงินให้แก่บุคคลที่ผู้ให้บริการโปยกั๊วนระบุ ซึ่งอาจจะเป็นผู้ให้บริการโปยกั๊วนเองหรือบุคคลอื่น ๆ ที่ผู้ใช้โปยกั๊วนระบุไว้ก็ได้ โดยผู้ที่มิสิทธิจะได้รับเงินจากพ่อค้าการเงินนอกระบบหรือตัวแทนหักบัญชี (Clearing Agent) ได้นั้นคือ ต้องเป็นบุคคลที่มี “หลักฐานการรับเงิน” หรือ “โปยกั๊วน” เท่านั้น ซึ่งหลักฐานการรับเงินหรือโปยกั๊วนนั้นอาจจะเป็นธนบัตรหรือสิ่งอื่น ๆ ตามแต่จะตกลงกันระหว่างผู้ให้บริการโปยกั๊วนและพ่อค้าการเงินนอกระบบหรือ “ตัวแทนหักบัญชี” (Clearing Agent)²⁶ ระบบโปยกั๊วนเอื้อให้ธุรกิจต่างชาติ เช่น ล้งจีน ที่เข้ามาทำธุรกิจและสร้างรายได้ในไทยสามารถหลีกเลี่ยงการจ่ายภาษีนิติบุคคลให้กับรัฐ รวมถึงการพ้นจากการตรวจสอบควบคุมการไหลของเงินทุนออกนอกประเทศ

ด้วยนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ก้าวล้ำในปัจจุบันเกิดเป็นเงินดิจิทัล ซึ่งเป็นเงินที่ถูกสร้างและอยู่ภายใต้การดูแลของเครือข่ายคอมพิวเตอร์ทั่วโลก เงินดิจิทัลถูกออกแบบมาเพื่อให้เป็นอิสระจากการควบคุมจากคนกลาง และทำให้การโอนเงินสะดวกรวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่ายกว่าเดิม เงินสามารถถูกโอนจากใคร ไปให้ใคร ซึ่งอยู่ที่ไหนก็ได้ โดยผู้รับได้รับเงินเร็วขึ้น และไม่เกิดค่าธรรมเนียมสูงเหมือนกับการโอนเงินด้วยวิธีการแบบเดิม ๆ ไม่จำเป็นต้องพึ่งระบบโปยกั๊วนอีกต่อไป ทำการโอนเงินข้ามประเทศได้สะดวกรวดเร็ว และตรวจสอบได้ยากขึ้น

3.4 แนวโน้มของกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety)

กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety) ส่งผลกระทบต่อการส่งออกโดยตรง เพราะกฎระเบียบและมาตรการที่ออกมาบังคับใช้อย่างเข้มงวด ได้กลายเป็นการกีดกันทางการค้าและเป็นอุปสรรคทางการค้าที่มีใช้ภาษี (Non-Tariff Barriers : NTBs) ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลัก ๆ ดังนี้

- 1) มาตรการทางเทคนิค ได้แก่ มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Sanitary and Phytosanitary Measures : SPS) มาตรการอุปสรรคทางการค้าทางด้านเทคนิค (Technical Barriers to Trade : TBT) มาตรการหรือข้อกำหนดที่เกี่ยวกับการตรวจสอบสินค้าก่อนการนำเข้า และพิธีการทางศุลกากร
- 2) มาตรการที่มีใช้ทางเทคนิค ได้แก่ มาตรการควบคุมราคา มาตรการการขออนุญาตนำเข้า มาตรการห้าม/จำกัดการนำเข้าสินค้า ค่าธรรมเนียม มาตรการทางการเงินที่มีผลต่อต้นทุนการนำเข้าสินค้า มาตรการที่ ส่งผลกระทบต่อการแข่งขันทางการค้า มาตรการการลงทุนที่เกี่ยวกับการค้า ข้อจำกัดในการจัดจำหน่ายสินค้า นำเข้าภายในประเทศ มาตรการอุดหนุนสินค้าภายในประเทศ ข้อกำหนดเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างโดยรัฐ มาตรการ/กฎหมาย/ข้อกำหนดเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา กฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า

²⁶ วรณทนี รุ่งเรืองสากุล. (2552). มารูจัก : ระบบโปยกั๊วน. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/291152>

- 3) มาตรการด้านการส่งออก เช่น การห้าม/จำกัดการส่งออกสินค้า มาตรการขออนุญาตส่งออก การควบคุมราคาส่งออก เป็นต้น²⁷

3.4.1 การปรับองค์กรให้สอดคล้องกับมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช

มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (SPS) เป็นมาตรการทางการค้าที่มีใช้ภายในประเทศสมาชิกขององค์การการค้าโลก (WTO) นำมาใช้ในการจัดการสินค้านำเข้าสินค้าประเภทเกษตรเพื่อปกป้องและคุ้มครองชีวิตและสุขภาพของมนุษย์ พืช และสัตว์ภายในประเทศ²⁸

สำหรับมาตรฐานที่มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (SPS) ใช้ในการพิจารณา จะประกอบด้วย 3 มาตรฐาน ดังนี้

1. มาตรฐานเกี่ยวกับพืช ภายใต้ความร่วมมือของ International Plant Protection Convention (IPPC)
2. มาตรฐานเกี่ยวกับสัตว์ ภายใต้ความร่วมมือของ Office International des Epizooties (OIE)
3. มาตรฐานเกี่ยวกับสารตกค้าง ภายใต้ความร่วมมือของ Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)

จากข้อกำหนด SPS ที่ใช้ในการตรวจสอบสินค้านำเข้าประเทศเกษตรต้องผ่านมาตรฐานทั้ง 3 มาตรฐานดังกล่าว ทำให้ประเทศที่จะเข้าเป็นสมาชิก WTO ต้องมีการปรับองค์กรเพื่อให้สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ของ WTO สำหรับการศึกษานี้จะกล่าวถึงการปรับองค์กรของประเทศจีนและประเทศไทยให้สอดคล้องกับมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช ตามข้อกำหนดของ WTO

การปรับองค์กรของประเทศไทยให้สอดคล้องกับมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช

ประเทศไทยเป็นประเทศแรก ๆ ที่เข้าเป็นสมาชิก WTO ในช่วงประมาณปี พ.ศ. 2528 ซึ่งแต่เดิมนั้น การตรวจมาตรฐานตามข้อกำหนดของมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช เป็นหน้าที่ของหน่วยงานแต่ละหน่วยงาน ดังนี้

1. การตรวจสอบมาตรฐานเกี่ยวกับพืช เป็นหน้าที่ของกรมวิชาการเกษตร
2. การตรวจสอบมาตรฐานเกี่ยวกับสัตว์ เป็นหน้าที่ของกรมปศุสัตว์
3. การตรวจสอบมาตรฐานเกี่ยวกับสารตกค้าง เป็นหน้าที่ขององค์กรอาหารและยา (อย.)

²⁷ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (กันยายน 2558). การศึกษาข้อมูลกฎระเบียบ ที่เป็นอุปสรรคต่อการนำเข้า และส่งออกผลิตภัณฑ์สุขภาพ. สืบค้นจาก <http://newsser.fda.moph.go.th/IAHCP/userfiles/Home/final%20Report.pdf>

²⁸ จารุประภา รักพงษ์. (2559). มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช ภายใต้ความตกลงว่าด้วยการใช้บังคับมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ด้วยการที่ประเทศไทยมี 3 หน่วยงานที่ใช้ในการตรวจสอบมาตรฐานทั้ง 3 ชนิด เป็นคนละหน่วยงานกัน ส่งผลให้เกิดความล่าช้าในการตรวจสอบสินค้านำเข้าประเภทสิ่งมีชีวิต (สัตว์และพืช) ทำให้ในปี พ.ศ. 2547 ประเทศไทยได้มีการปรับองค์กร โดยการก่อตั้งองค์กรที่สามารถตรวจสอบมาตรฐานทั้ง 3 ได้ในหน่วยงานเดียว ด้วยการจัดตั้ง สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.)²⁹

การปรับองค์กรของประเทศไทยให้สอดคล้องกับมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช

สำหรับประเทศจีน ได้มีการจัดตั้งกระทรวงควบคุมคุณภาพและตรวจสอบโรคแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน (AQSIQ) เพื่อใช้ในการตรวจสอบและกักกันสินค้านำเข้าประเภทสิ่งมีชีวิต (พืชและสัตว์) และด่านกักกันโรคพืช (CIQ) ของประเทศจีน ต่อมาประเทศจีนได้ทำการยุบหน่วยงานสำนักงานควบคุมคุณภาพตรวจสอบและกักกันโรคแห่งประเทศจีนหรือ AQSIQ ไปอยู่ภายใต้กระทรวงศุลกากร เมื่อปีที่ พ.ศ. 2561 และได้กำหนดให้ต้องระบุหมายเลขทะเบียนโรงคัดบรรจุในใบรับรองสุขอนามัยพืช (PC) และระบุหมายเลขทะเบียนสวนและโรงคัดบรรจุในบรรจุภัณฑ์ทุกชิ้น ถ้าไม่เป็นไปตามข้อกำหนดนี้สินค้าผลไม้จะถูกส่งกลับหรือนำไปทำลาย ทั้งนี้ หากจีนตรวจสอบพบปัญหาคุณภาพทุเรียน ก็จะส่งผลกระทบไปตลอดห่วงโซ่ทั้งโรงคัดบรรจุและเกษตรกรเจ้าของสวนเป็นลูกโซ่ และเมื่อพิจารณาจากกระแสความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของอาหาร (Food Safety) ที่เกิดขึ้นทั่วโลก แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสังคมจีนภายใต้การขยายตัวของชุมชนเมืองและผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูงขึ้นอย่างมาก แนวนโยบายของรัฐบาลจีนที่เพิ่มความเข้มข้นในการกำกับดูแลความปลอดภัยของอาหารนำเข้า และการนำ Single Window มาใช้ในกระบวนการพิธีการศุลกากรสินค้า พอลจะเห็นแนวโน้มว่า ในอนาคต รัฐบาลจีนจะมีมาตรการตรวจสอบคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารที่เข้มข้นมากขึ้น โดยจะเป็นการกำกับดูแลที่ประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยจีนตั้งเป้าหมายที่จะปรับปรุงความปลอดภัยของอาหารด้วยการนำอินเทอร์เน็ตและมือถือมาประยุกต์กับเทคโนโลยีข้อมูลบิ๊กดาต้า³⁰ การถูกกีดกันด้วยมาตรการสุขอนามัยที่เข้มข้น ย่อมทำให้ผู้ส่งออกไทยมีอำนาจต่อรองที่ด้อยกว่า (Bargaining Power of Buyers) เมื่อข้อมูลการนำเข้าผ่าน Single Window ถูกจัดเก็บเป็นฐานข้อมูลในระบบอิเล็กทรอนิกส์แล้ว รัฐบาลจีนจะสามารถดึงข้อมูลประกอบการรับรอง GAP ในระดับแปลง ข้อมูลประกอบการรับรอง GMP ในระดับสถานประกอบการ มาวิเคราะห์ร่วมกับปริมาณการส่งออกทุเรียนไทยเข้าจีน รัฐบาลจีนก็จะสามารถประเมินผลผลิตภาพการปลูกทุเรียนไทยในระดับแปลงได้ และสถานการณ์ธุรกิจส่งออกของโรงคัดบรรจุในระดับสถานประกอบการได้

²⁹สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. ความสำคัญของมาตรฐาน Codex. สืบค้นจาก <https://www.acfs.go.th/codex/>

³⁰ ผู้จัดการออนไลน์. (23 มิถุนายน 2562). จีนใช้บิ๊กดาต้า อินเทอร์เน็ตพลัส ช่วยแก้ปัญหาความปลอดภัยอาหาร. ผู้จัดการออนไลน์. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/china/detail/9620000059704>

3.4.2 ข้อแตกต่างของการรับรองศักระหว่างประเทศจีนและไทย

จีนเป็นประเทศหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างมากกับความปลอดภัยของอาหาร (Food Safety) เพื่อปกป้องคุ้มครองสุขภาพของคน สัตว์ หรือสิ่งแวดล้อมในประเทศของระบบ โดยมาตรฐานและข้อกำหนดความปลอดภัยสินค้าอาหารในประเทศจีน ได้รับการปรับปรุงมาอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่กฎหมายความปลอดภัยอาหาร (Food Safety Law of the People's Republic of China) สภาประชาชนแห่งชาติจีน (National People's Congress) ประกาศใช้เมื่อวันที่ 28 มีนาคม พ.ศ. 2552 และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2552 จนถึงปัจจุบันเป็น Food Safety Law 2015 มีผลบังคับใช้ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2558 โดยมีการจัดโครงสร้างองค์กรที่กำกับดูแลและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร ตลอดจนการรณรงค์ให้ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาจากการบริโภคอาหารที่ไม่ได้คุณภาพ โดยมีสภาแห่งรัฐ (The State Council) เป็นหน่วยงานสูงสุดที่ได้รับมอบอำนาจจากสภาประชาชนแห่งชาติ (National People's Congress: NPC) ทำหน้าที่ดูแลควบคุมร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่ดูแลรับผิดชอบกฎระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารของจีน³¹ ซึ่งแตกต่างจากประเทศไทยที่ไม่สามารถบูรณาการหน่วยงานร่วมกันได้ จะเห็นได้จากการตรวจสอบสารตกค้าง ที่ด่านเชียงของ จังหวัดเชียงราย ซึ่งการตรวจสอบสารตกค้างเป็นความรับผิดชอบขององค์กรอาหารและยา โดยทำการตรวจสอบสารตกค้างด้วยระบบ Test Kits แต่กลับพบว่าตรวจไม่พบสารตกค้างบางชนิด ทั้งนี้กรมวิชาการเกษตรมีเครื่องตรวจสอบสารตกค้างที่ด่านเชียงแสน ซึ่งตรวจพบว่ามีสารตกค้างตกอยู่แต่ไม่มีอำนาจตรวจสอบสารตกค้าง ทำให้ไม่สามารถระงับการนำเข้าได้ทำได้เพียงตรวจผักและผลไม้นำเข้าที่คาดว่าจะมีสารตกค้างแบบเผ้าติดตาม³²

มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชของประเทศจีน

หลังจากปี พ.ศ. 2544 (11 ธันวาคม พ.ศ. 2544) ที่ประเทศจีนเข้าร่วมสมาชิก WTO³³ รวมทั้งประเทศไทยและประเทศจีนได้มีการลงนามข้อตกลงลดภาษีนำเข้าสินค้าประเภทผักและผลไม้ หรือ ข้อตกลง FTA ระหว่างประเทศไทยและจีน ในปี พ.ศ. 2546

สำหรับสินค้าประเภทผลไม้จากประเทศไทย ประเทศจีนได้ใช้รูปแบบการตรวจสอบการนำเข้าแบบ Positive List ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ³⁴

³¹ อ้างแล้วใน “การศึกษาข้อมูลกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อ การนำเข้าและส่งออกผลิตภัณฑ์สุขภาพ”

³² จากการสัมภาษณ์ แสดงให้เห็นใน ภาคผนวกของรายงาน

³³ สำนักบริหารกิจการต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. (28 มีนาคม 2554). 10 ปีจีนในฐานะสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO). สืบค้นจาก https://moc.go.th/images/Agencies_Information/Trade_Situation/Commercial_Beijing/18.pdf

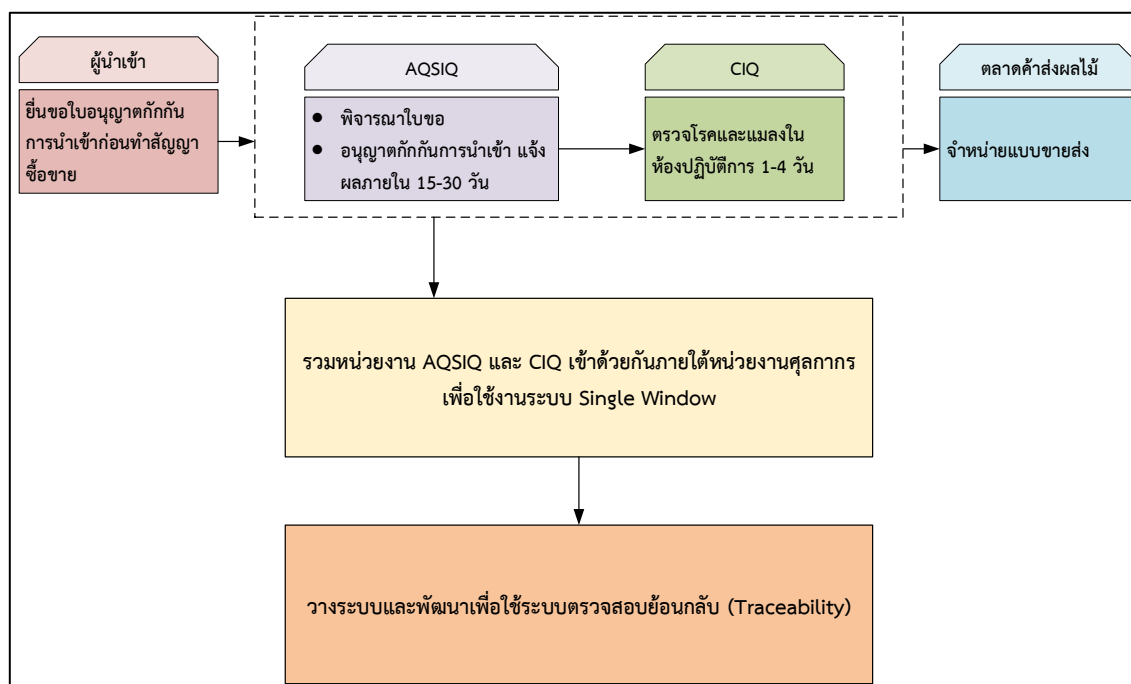
³⁴ ระบบพิจารณาการนำเข้าแบบกำหนดรายการ (Positive List) กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

- กลุ่มที่ 1 ผลไม้ที่ห้ามนำเข้า เป็นผลไม้ที่อาจจะมีเชื้อโรคหรือแมลงศัตรูพืช หรือมาจากแหล่งที่คาดว่าจะมีอาจจะมีเชื้อโรคหรือแมลงศัตรูพืช สำหรับผลไม้กลุ่มนี้สามารถนำเข้าได้ ถ้าได้ผ่านการรับรองมาตรฐานแล้ว
- กลุ่มที่ 2 ผลไม้ที่สามารถนำเข้าได้อย่างมีเงื่อนไข ซึ่งผลไม้ดังกล่าวต้องผ่านเงื่อนไขที่ประเทศจีนกำหนด และได้รับการตรวจสอบมาตรฐาน ซึ่งผลไม้ในกลุ่มนี้ได้แก่ ทุเรียน มะม่วง มังคุด ลำไย และลิ้นจี่
- กลุ่มที่ 3 ผลไม้สดทั่วไป ซึ่งผลไม้กลุ่มนี้ถูกอนุญาตให้นำเข้าตามประกาศกรมควบคุมตรวจสอบกักกันสัตว์และพืช ตามหน่วยงาน AQSIQ ของประเทศจีน โดยประกาศในปี พ.ศ. 2547

นอกจากประเทศจีนจะมีการกำหนดกลุ่มรายชื่อผลไม้ Positive List ยังมีการทำข้อตกลงพิธีสาร เพื่อนำมาใช้ให้สอดคล้องกับการกำหนดมาตรฐาน SPS ซึ่งข้อตกลงพิธีสารระหว่างประเทศไทยกับจีน เกี่ยวกับมาตรฐานสุขอนามัยและอนามัยพืช ในวันที่ 12 เมษายน พ.ศ. 2547 ซึ่งเป็นการกำหนดให้ผู้ส่งออกต้องมีใบรับรองสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชที่ออกโดยหน่วยงานตรวจสอบและกักกันของผู้ส่งออก ในส่วนกรณีของผู้นำเข้าต้องปฏิบัติตามมาตรการ SPS ของประเทศผู้ส่งออก และทั้ง 2 ประเทศได้ทำการตกลงร่วมกันพัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับ สำหรับพิธีสารได้จัดทำขึ้น 3 ฉบับ

- ฉบับที่ 1 เป็นข้อตกลงระหว่างกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของประเทศไทยกับ AQSIQ ประเทศจีน ในปี พ.ศ. 2547
- ฉบับที่ 2 ข้อกำหนดการกักกันโรคพืชและตรวจสอบสำหรับการขนส่งผลไม้ไทยผ่านประเทศที่สาม คือ ประเทศเวียดนาม ในปี พ.ศ. 2552
- ฉบับที่ 3 ข้อกำหนดการกักกันโรคพืชและตรวจสอบสำหรับการขนส่งผลไม้ไทยผ่านประเทศที่สาม คือ สปป. ลาว ในปี พ.ศ. 2554

จากข้อกำหนด SPS ของประเทศจีน ได้กำหนดการตรวจสอบและกักกันผลไม้นำเข้าของประเทศไทยเป็น 2 ส่วนคือ ด้วยระบบ Positive List และการทำข้อตกลงพิธีสารร่วมกัน ทำให้การนำเข้าผลไม้ไทยโดยเฉพาะทุเรียน ซึ่งอยู่ใน Positive List กลุ่มผลไม้ที่สามารถนำเข้าได้อย่างมีเงื่อนไข โดยผลไม้กลุ่มนี้สามารถนำเข้าได้ จะต้องมาจากสวนที่จดทะเบียนกับกรมวิชาการเกษตร สังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (GAP) เพื่อเป็นการป้องกันเพลี้ยแป้ง เชื้อราจากพืช และแมลงที่อันตราย ในขณะที่โรงคัดบรรจุต้องได้รับการจดทะเบียนแนวทางการผลิตอย่างถูกต้องและเหมาะสมของ (GMP) โดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ทั้งนี้ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต้องส่งรายชื่อเกษตรกรที่ได้รับการรับรองขึ้นทะเบียน GAP (เฉพาะแปลงที่ส่งออก) และโรงคัดบรรจุที่ได้รับการจดทะเบียน GMP (สำหรับล้งที่ส่งออก) ไปยังประเทศจีน เพื่อทำการขึ้นทะเบียนเพื่อส่งออกไปยังประเทศจีน



รูปที่ 3-42 มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชของประเทศไทย

ที่มา: คณะผู้วิจัย

ที่ผ่านมากลับพบว่า เกษตรกรและโรงคัดบรรจุจำนวนมากไม่เห็นถึงความสำคัญของการขอรับรองมาตรฐาน GAP และ GMP อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐเองก็ไม่ได้จริงจังและเข้มข้นในการตรวจสอบคุณภาพทุเรียน โดยผู้ส่งออกหลายรายใช้วิธีหลีกเลี่ยงการขอการรับรองด้วยการ “สวมสิทธิ์” ของแปลงที่ได้มาตรฐาน GAP และ “สวมสิทธิ์” โรงคัดบรรจุที่ได้รับมาตรฐาน GMP จนทางการจีนตรวจพบแมลงศัตรูพืชในทุเรียน (เพลี้ยแป้ง เพลี้ยหอย หนอนเจาะเมล็ด) และปริมาณยาต่าง ๆ ตกค้างในผลผลิตในระดับที่เกินมาตรฐาน จึงมีค่าเตือนมาเป็นระยะกว่าพันครั้ง

นอกจากการสวมสิทธิ์ GAP และ GMP แล้วยังพบว่าการสวมสิทธิ์ใบส่งออกผลไม้ไทยไปจีนที่ใช้ด่านบริเวณจังหวัดมุกดาหาร เพื่อนำผลไม้เข้าประเทศจีนผ่านประเทศเวียดนาม (เส้นทาง R9) สำหรับเส้นทางที่ขนส่งผลไม้ไทยผ่านเส้นทางประเทศเวียดนามจะมีอีกหนึ่งเส้นทาง คือมีเส้นทางที่ด่านนครพนม (เส้นทาง R12) เส้นทางนี้ใช้เวลาในการขนส่งน้อยกว่าเส้นทาง R9 ทำให้ผู้ประกอบการหลายรายเลือกใช้เส้นทางนี้ในการขนส่ง แต่ใบส่งออกสินค้าจะออกที่ด่านมุกดาหาร (เส้นทาง R9) ซึ่งเป็นด่านสากล ทั้งนี้ประเทศไทยสามารถดำเนินการแก้ไขพิธีสารให้ด่านนครพนมเป็นด่านสากลได้ เนื่องจากพิธีสารสามารถดำเนินการแก้ไขได้ในทุก ๆ 2 ปี ทั้งนี้การแก้ไขพิธีสารขึ้นอยู่กับหน่วยงานของไทยส่งคำร้องไปให้ทางการจีนรับทราบ แล้วจึงเปิดการเจรจาแก้ไขพิธีสาร

จากปัญหาการสวมสิทธิ์เกี่ยวกับใบ GAP และ GMP ทำให้ทางประเทศจีนเริ่มนำมาตรการและเทคโนโลยี เช่น Single Window มาใช้ในการกำกับดูแล และในอนาคต เทคโนโลยีและมาตรการที่ทางฝ่ายจีน

จะนำมาบังคับใช้อย่างแน่นอนกับผลไม้ที่นำเข้า คือ ระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) อย่างเต็มรูปแบบ ดังแสดงในรูปที่ 3-42 ครอบคลุมตั้งแต่ การรับวัตถุดิบ การปลูก การเก็บจากสวน คัดแยกเกรด การเก็บรักษา การขนส่ง และการจำหน่ายจนถึงมือผู้บริโภค และเมื่อทางการจีนสามารถเชื่อมข้อมูลการนำเข้ากับข้อมูลจากใบรับรอง GAP และ GAP จะทำให้ฝ่ายจีนสามารถวิเคราะห์เจาะลึกถึงสถานการณ์การเพาะปลูกในระดับแปลงและสถานการณ์การค้าในระดับสถานประกอบการในไทยได้ ทั้งนี้ ในอนาคต ชาวสวนและผู้ค้าในประเทศไทยจะต้องหันมาสนใจลงทุนในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศตั้งแต่ขั้นตอนกระบวนการเพาะปลูกและกระบวนการดูแลพืชผลหลังปลูก และหน่วยงานรัฐของไทยจำเป็นต้องนำ Single Window มาใช้ในกระบวนการพิธีการตรวจปล่อยสินค้าขาออก เพื่อดักสินค้าที่มีปัญหาไม่ให้ไปถูกตีกลับที่ด่านนำเข้าของจีน และสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์สถานการณ์การปลูกและการค้าในไทย

จากข้อมูลที่ได้รับภายหลังเหตุการณ์ที่ทุเรียนไทยจำนวนมากติดที่ด่านชายแดนระหว่างเวียดนามกับจีนเมื่อต้นเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2562 ทำให้เห็นถึงอีกหนึ่งกระแสที่เกี่ยวข้องการเพิ่มความเข้มงวดในการกำกับดูแลความปลอดภัยด้านอาหารของทางการจีน คือ การปิดการค้าผ่านชายแดนผลไม้แบบไม่เป็นทางการ (Informal cross-border trade) ระหว่างเวียดนามกับจีนที่ด่านโฮวอี้กวน ซึ่งเคยเป็นช่องทางการค้าที่ทุเรียนส่งออกจำนวนมากของไทยไปจีน ใช้ส่งออกเพื่อประโยชน์ในการหลีกเลี่ยงการเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) โดยในระยะยาวคาดว่าจีนคงบังคับให้ผลไม้ที่นำเข้าจีนทั้งหมดทำพิธีการ

3.5 การขยายพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนในไทย

3.5.1 ความต้องการใช้พื้นที่เพาะปลูกทุเรียน

จากกระแสการขยายการส่งออกทุเรียนทั้งปริมาณและมูลค่า ทำให้มีการใช้พื้นที่ปลูกทุเรียนในประเทศไทยเพิ่มขึ้น ดังตารางที่ 3-16 รวมถึงมีการเพาะปลูกแทบทุกภูมิภาคในประเทศไทย แสดงให้เห็นในรูปที่ 3-43

ตารางที่ 3-16 พื้นที่เพาะปลูกทุเรียนของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2550 ถึง ปี 2560

หน่วย: พันไร่

ปี	พื้นที่เพาะปลูก	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง
2550	683	
2551	726	6.30
2552	683	-5.92
2553	665	-2.64
2554	662	-0.45
2555	645	-2.57
2556	656	1.71
2557	667	1.68
2558	687	3.00
2559	715	4.08
2560	788	10.21

ที่มา: สถิติการเกษตรของประเทศไทย ปี 2561 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2562)



รูปที่ 3-43 พื้นที่เพาะปลูกทุเรียนของประเทศไทย

ที่มา: คณะผู้วิจัย

แต่เมื่อนำข้อมูลศักยภาพในการเพาะปลูกทุเรียนของประเทศ แยกเป็นรายภูมิภาค ที่นำเสนอโดยข้อมูลกรมพัฒนาที่ดิน จะพบว่า ข้อมูลพื้นที่เพาะปลูกจริงของ สศก. และข้อมูลศักยภาพในการเพาะปลูกของกรมพัฒนาที่ดิน ยังไม่สอดคล้องกัน ดังแสดงในตารางที่ 3-17

ตารางที่ 3-17 เปรียบเทียบข้อมูลการเพาะปลูกทุเรียนจากกรมพัฒนาที่ดินและสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

ภาค	2559		2560		2561	
	กรมพัฒนา ที่ดิน	สศก	กรมพัฒนา ที่ดิน	สศก	กรมพัฒนา ที่ดิน	สศก
เหนือ	9,061	49,047	23,330	49,333	37,694	51,299
ตะวันออกเฉียงเหนือ	1,910	3,321	2,469	5,131	2,905	8,571
กลาง	2,207	10,545	2,669	14,401	3,131	16,315
ตะวันออก	213,698	303,104	242,042	314,063	270,386	322,389
ใต้	160,312	385,981	191,702	453,262	223,091	475,887

หมายเหตุ (1) ภูมิภาคแบ่งตามการอ้างอิงของกรมพัฒนาที่ดิน (2) พื้นที่เพาะปลูกภาคตะวันออกและภาคใต้ของกรมพัฒนาที่ดิน ปี 2560 เป็นค่าประมาณ และ (3) พื้นที่เพาะปลูกตามกรมพัฒนาที่ดินไม่ได้รวมจังหวัดนนทบุรี สุพรรณบุรี และ กทม.

ที่มา: การใช้ที่ดินรายจังหวัด (กรมพัฒนาที่ดิน, 2561) และสถิติการเกษตรของประเทศไทย (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2561)

จากตารางที่ 3-17 จะพบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพในการเพาะปลูกในภาคตะวันออกมากเป็นอันดับหนึ่ง และรองลงมาคือภาคใต้ แต่กลับพบว่า ภาคใต้มีการเพาะปลูกมากกว่าภาคตะวันออก นั้นแสดงว่าภาคใต้มีการเพาะปลูกเกินกว่าศักยภาพที่ดินที่ใช้เพาะปลูก และอาจจะนำมาซึ่งปัญหาของผลผลิตที่ไม่ได้คุณภาพตามมาตรฐานการส่งออก

เพื่อตรวจสอบแนวโน้มการขยายพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนของประเทศไทยตามปริมาณความต้องการบริโภคทุเรียนสดของชาวจีนที่ถือเป็นตลาดหลักของประเทศ การศึกษาจึงได้ทำการพยากรณ์พื้นที่ที่จำเป็นต้องใช้เพาะปลูกทุเรียน โดยนำข้อมูลพื้นที่เพาะปลูกและปริมาณความต้องการบริโภคทุเรียนในจีนในอดีตตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 ถึง พ.ศ. 2561 ปี มาพัฒนาเป็นสมการถดถอยแสดงความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่เพาะปลูกในไทยกับ

ปริมาณความต้องการบริโภคทุเรียนในจีน บนสมมติฐานว่าความต้องการบริโภคของจีนในปีนี้จะส่งผลต่อการขยายพื้นที่เพาะปลูกในอีก 3 ปี ข้างหน้าได้ดังนี้

$$C_t = 0.0028Q_{t-3} \quad (2)$$

โดย C_t คือ พื้นที่เพาะปลูกในปีที่

Q_{t-3} คือ ปริมาณการบริโภคทุเรียนของจีนในปีที่ $t - 3$ เนื่องจากปริมาณการบริโภคทุเรียนในปีนี้จะส่งผลในการขยายพื้นที่เพาะปลูกในอีก 3 ปี ข้างหน้า

จากนั้น นำผลการพยากรณ์บริโภคทุเรียนของชาวจีนที่พิจารณาจากอัตราการบริโภคต่อหัวในช่วงปี พ.ศ. 2563-2583 ตามที่เคยนำเสนอในตารางที่ 3-14 มาวิเคราะห์หาแนวโน้มพื้นที่เพาะปลูกในอนาคตด้วยสมการที่ (2) ดังแสดงในตารางที่ 3-18

ตารางที่ 3-18 แนวโน้มการขยายพื้นที่เพาะปลูกของทุเรียนในประเทศไทย

ปี	พื้นที่เพาะปลูก (ไร่)
2563	1,331,081
2568	1,704,092
2573	2,069,003
2578	2,420,999
2583	2,754,686

ที่มา คณะผู้วิจัย

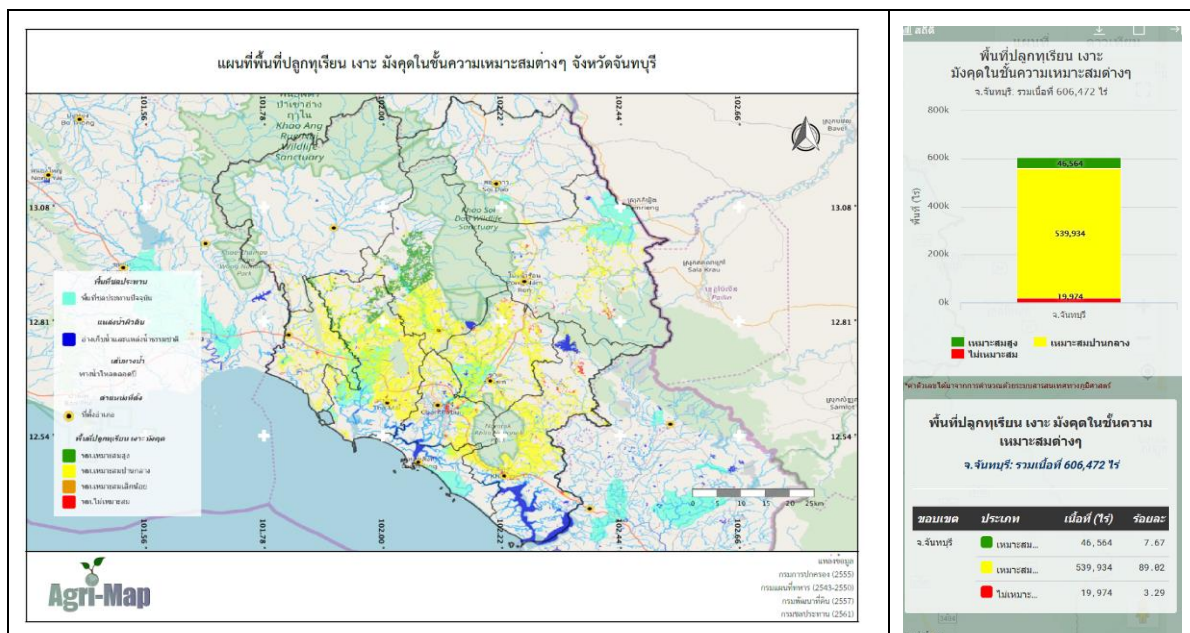
จากตารางที่ 3-18 จะพบว่าประเทศไทยต้องทำการขยายพื้นที่เพาะปลูกอีกมากเพื่อรองรับความต้องการบริโภคทุเรียนสดทั้งหมดในประเทศจีนโดยในปี พ.ศ. 2583 โดยประเทศไทยจะต้องทำการขยายพื้นที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้นไปจากปัจจุบันอีกเกือบ 2 ล้านไร่ไปเป็นกว่า 2.7 ล้านไร่

3.5.2 ความพร้อมของพื้นที่ที่เหมาะสมในการปลูกทุเรียนในประเทศไทย

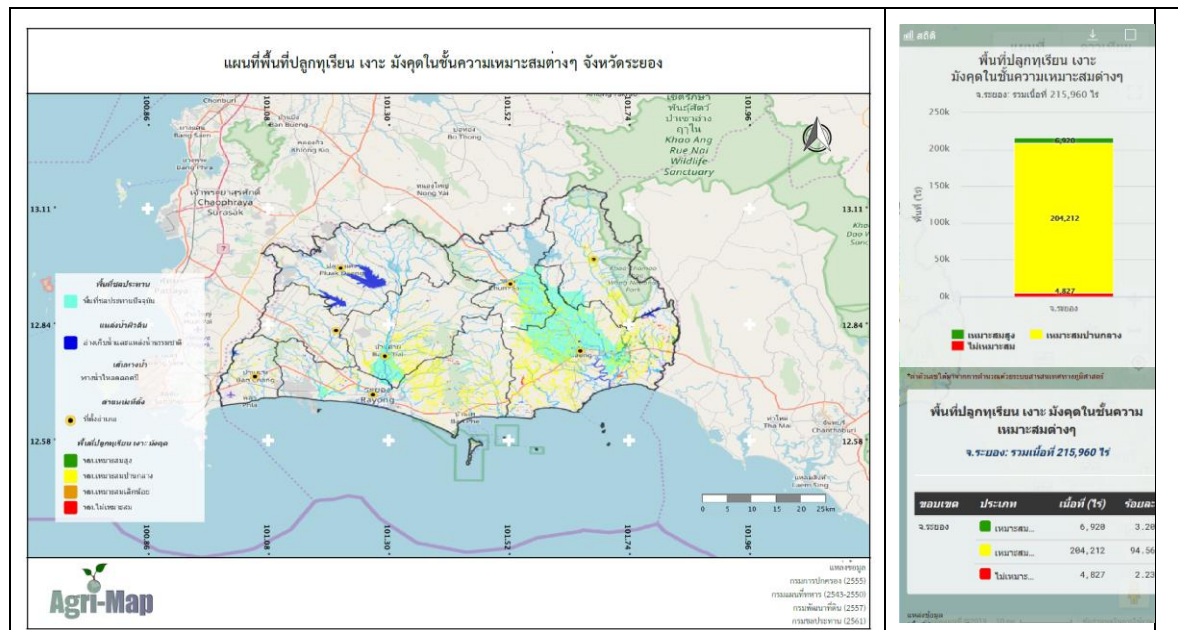
จากฐานข้อมูล Agri-Map ของกรมพัฒนาที่ดิน พบว่า พื้นที่ที่มีความเหมาะสมของที่ดินสำหรับการปลูกไม้สวน ประเภททุเรียน เงาะ และมังคุด ทั้งหมดในประเทศไทย มีอยู่ประมาณ 2 ล้านไร่ โดย 3 จังหวัด

[illegible]

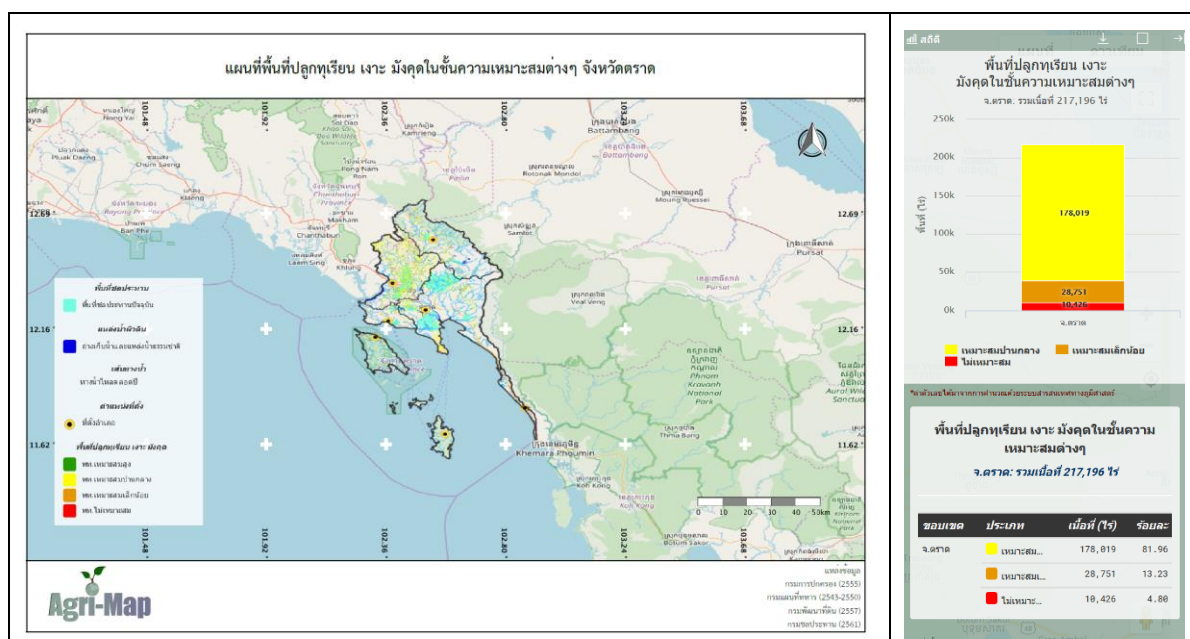
รูปที่ 3-45 ความเหมาะสมของที่ดินสำหรับทุเรียน เงาะมังคุด ในจังหวัดจันทบุรี
ที่มา: คณะผู้วิจัย



รูปที่ 3-45 ความเหมาะสมของที่ดินสำหรับทุเรียน เงาะมังคุด ในจังหวัดจันทบุรี
ที่มา: คณะผู้วิจัย



รูปที่ 3-46 ความเหมาะสมของที่ดินสำหรับทุเรียน เงาะมังคุด ในจังหวัดระยอง
ที่มา: คณะผู้วิจัย



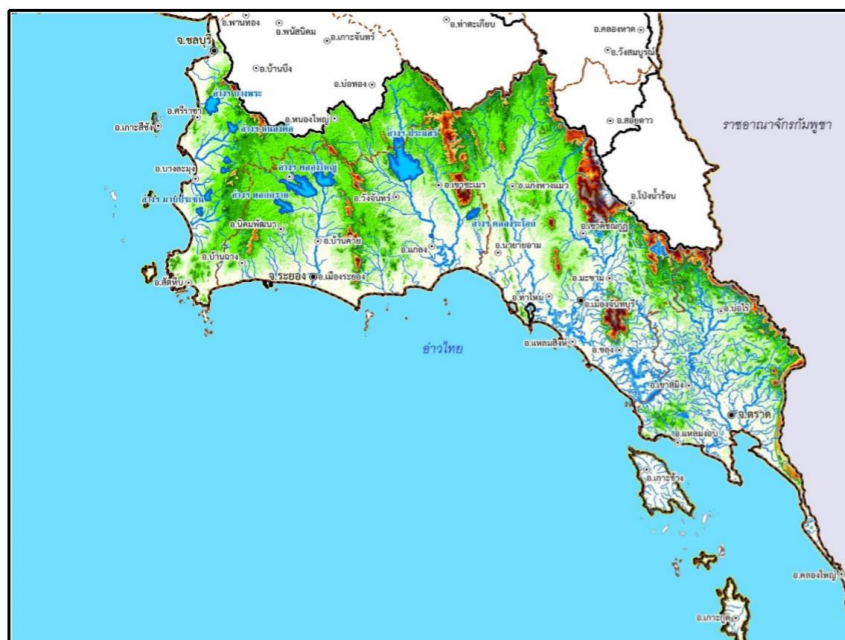
รูปที่ 3-47 ความเหมาะสมของที่ดินสำหรับทุเรียน เงาะมังคุด ในจังหวัดตราด
ที่มา: คณะผู้วิจัย

จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่า หากไม่สามารถเพิ่มผลผลิตการปลูกต่อพื้นที่ได้ ประเทศไทยจะไม่มีพื้นที่มากเพียงพอที่จะปลูกทุเรียนให้ตามแนวโน้มมูลค่าการส่งออกในอนาคตที่คาดการณ์ไว้จนถึงปี พ.ศ. 2583 หากการส่งออกยังมีแนวโน้มขยายตัวในอัตราสูงต่อไป จะเกิดสถานการณ์การแย่งพื้นที่เพาะปลูกและทรัพยากรน้ำที่ใช้ในการเพาะปลูกจากพืชเกษตรชนิดอื่น อาจเกิดผลเสียตามมาอีกหลายประการ ซึ่งปัญหาในทำนอง

เดียวกันนี้ ได้เคยเกิดกับกรณีของการขยายพื้นที่เพาะปลูกยางพารา และข้าวโพด จนเกิดปัญหาการบุกรุก
ผืนป่าเพื่อขยายพื้นที่เพาะปลูก

3.5.3 แนวโน้มการขยายพื้นที่เพาะปลูกกับทรัพยากรน้ำ

จากการคาดการณ์การบริโภคทุเรียนในประเทศจีน การบริโภคทุเรียนในจีนยังมีโอกาสที่จะขยาย
ตัวอย่างต่อเนื่องไปอีกอย่างน้อย 20 ปี และหากพื้นที่เพาะปลูกขยายตัวตามความต้องการบริโภคทุเรียนสดใน
ประเทศจีน ประเทศไทยจะต้องขยายพื้นที่เพาะปลูกไปถึงกว่า 2.7 ล้านไร่ ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยมีพื้นที่ที่
เหมาะสมสำหรับการปลูกทุเรียน เกษะ มังคุด ทั้งประเทศเพียงแค่ 2 ล้านไร่เท่านั้น นั่นคือถ้าไม่มีการควบคุม
ตามความเหมาะสมของศักยภาพพื้นที่เพาะปลูก จะมีโอกาสเกิดการขยายพื้นที่เกินกว่าศักยภาพของพื้นที่ใน
อนาคต



รูปที่ 3-48 แผนที่แสดงกลุ่มน้ำชายฝั่งทะเลตะวันออก

ที่มา: คณะอนุกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการทรัพยากรน้ำในพื้นที่ภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคตะวันออก (2557)

เมื่อพิจารณาเฉพาะพื้นที่การปลูกทุเรียนในจังหวัดระยอง จังหวัดจันทบุรี และ จังหวัดตราดซึ่งอยู่ใน
เขตพื้นที่ลุ่มน้ำชายฝั่งทะเลตะวันออก มีแหล่งน้ำที่สำคัญ คือ คลองใหญ่ แม่น้ำประแสร์ คลองโดนด แม่น้ำ
จันทบุรี แม่น้ำตราด ดังแสดงในรูปที่ 3-48 ศักยภาพของพื้นที่ในลุ่มน้ำชายฝั่งตะวันออกด้านสภาพอุทกวิทยา
อุทกวิทยา และน้ำต้นทุน คือ มีปริมาณฝนเฉลี่ยทั้งลุ่มน้ำปีละ 2,161 มิลลิเมตร คิดเป็นฤดูฝน (ช่วงเดือน
พ.ค.-ต.ค.) 1,883 มิลลิเมตร ฤดูแล้ง (ช่วงเดือน พ.ย.-เม.ย.) 278 มิลลิเมตร มีปริมาณน้ำท่าเฉลี่ยรวมปีละ
15,706 ล้านลูกบาศก์เมตร คิดเป็นฤดูฝน 12,156 ล้านลูกบาศก์เมตร ฤดูแล้ง 3,550 ล้านลูกบาศก์เมตร มีแหล่ง
เก็บกักน้ำความจุรวมทั้งสิ้น 1,170 ล้านลูกบาศก์เมตร โดยเป็นแหล่งเก็บน้ำขนาดใหญ่ (มากกว่า 100 ล้าน
ลูกบาศก์เมตร) อยู่ 3 แห่ง คือ อ่างเก็บน้ำบางพระ อ่างเก็บน้ำหนองปลาไหล และอ่างเก็บน้ำประแสร์

นอกจากนี้ น้ำต้นทุนของกลุ่มน้ำยังมีแหล่งน้ำธรรมชาติ ที่มีพื้นที่ผิวขนาดมากกว่า 50 ไร่ อยู่ 918 แห่ง บ่อบาดาล ทั้งสิ้น 5,963 แห่ง สามารถสูบน้ำมาใช้ได้ปีละ 106 ล้านลูกบาศก์เมตร³⁶

กรณีของทุเรียนในภาวะวิกฤต (ฤดูแล้ง) จากการคำนวณโดยการประมาณค่า ต้องมีการจัดหาน้ำสำรองไว้ คือ 1,300 ลูกบาศก์เมตรต่อไร่ (เงื่อนไขการคำนวณ 1. พืชสวนใช้น้ำโดยประมาณ 6 ลิตรต่อวันต่อตารางเมตร 2. คีตรยะปลูกที่เหมาะสมคือ 16-25 ต้นต่อไร่ 3. ช่วงฤดูแล้งยาวนาน 6 เดือน) หรือเกษตรกรต้องจัดเตรียมแหล่งน้ำเพื่อการกักเก็บน้ำในเชิงสัดส่วนพื้นที่ คือ พื้นที่ทุเรียน 10 ไร่ ควรมีพื้นที่สระน้ำ 1 ไร่ ดังนั้นถ้าในอนาคตมีการขยายพื้นที่การเพาะปลูกเป็น 2.7 ล้านไร่ในภาพรวมทั้งประเทศ คิดเป็นพื้นที่ที่อยู่ในเขตภาคตะวันออก (จังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด) สัดส่วนร้อยละ 48 (1.3 ล้านไร่) จำเป็นต้องมีการจัดเตรียมน้ำไว้ในฤดูแล้งสำหรับทุเรียน คือ 1,685 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อปี ซึ่งมีปริมาณเกินศักยภาพของแหล่งเก็บกักน้ำที่มีอยู่ในปัจจุบันของกลุ่มน้ำตะวันออก (1,170 ล้านลูกบาศก์เมตร) รวมกับศักยภาพน้ำบาดาล (106 ล้านลูกบาศก์เมตร) ซึ่งยังต้องใช้เพื่อการอุปโภคบริโภคในภาคครัวเรือนและภาคอุตสาหกรรมอีกด้วย นั่นหมายความว่า เกษตรกรในจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด ต้องพึ่งตนเองในการเตรียมพื้นที่สำหรับเก็บกักน้ำของตนเองอย่างน้อย 130,000 ไร่

3.6 การสูญเสียองค์ความรู้ด้านการเพาะปลูก

การเพาะปลูกทุเรียนที่มีรสชาติและคุณภาพที่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคจีนเป็นจุดแข็งของอุตสาหกรรมทุเรียนไทย ซึ่งหลายประเทศที่ต้องการส่งออกทุเรียนไปจีนแข่งกับทุเรียนไทยก็ได้พยายามเรียนรู้จากไทย ปัจจุบัน ประเทศไทยมีจำนวนครัวเรือนผู้ปลูกทุเรียนทั้งหมดมากเกือบถึง 150,000 ครัวเรือน โดยกว่า 30,000 ครัวเรือนอยู่ในภาคตะวันออก และเกือบ 100,000 ครัวเรือนอยู่ในภาคใต้ และจากการสำรวจข้อมูลภาคสนามพบว่า เกษตรกรชาวสวนทุเรียนกลุ่มใหญ่มากกว่าครึ่งมีอายุกว่า 50 ปีขึ้นไป จึงจำเป็นต้องมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการเพาะปลูกให้กับคนรุ่นใหม่ที่จะรับไม้ต่อเป็นเกษตรกรรุ่นต่อไป การถ่ายทอดความรู้ด้านการปลูกทุเรียนให้ได้ทั้งปริมาณและคุณภาพ เป็นงานที่มีความท้าทายสูง องค์ความรู้ด้านการปลูกทุเรียนที่ได้คุณภาพ ครอบคลุมตั้งแต่การคัดเลือกพ่อแม่พันธุ์ การเตรียมพื้นที่ การปลูก การให้น้ำ การตัดแต่งกิ่ง การตัดแต่งดอก การตัดแต่งผล การสังเกตระดับความสุกของทุเรียน การตัดผลทุเรียน การใส่ปุ๋ย การป้องกันและกำจัดโรคและศัตรูพืช การใช้สารเคมี เกษตรกรต้องใส่ใจในรายละเอียดทั้งสภาพดินฟ้าอากาศ พื้นที่ปลูก สารอาหารในดิน โดยมีรายละเอียดและปัจจัยหลากหลายที่ต้องนำมาพิจารณาประกอบกัน ซึ่งนอกจากจะต้องใช้หลักวิชาการแล้ว ยังต้องอาศัยประสบการณ์ในการปลูก เช่น การนับอายุทุเรียนพร้อมตัดหลังจากดอกบาน อาจผันผวนได้ ขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศและอุณหภูมิ เช่น ทุเรียนจะแก่เร็วขึ้นหากอากาศร้อนและแห้งแล้ง แต่จะแก่ช้าหากฝนตกชุกและความชื้นสูง เป็นต้น

³⁶ เอกสารประกอบการรับฟังสภาพปัญหาของกลุ่มน้ำและแนวทางการแก้ไขเพื่อยกร่างแผนยุทธศาสตร์ การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ จัดโดยคณะกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการทรัพยากรน้ำในพื้นที่ภาคเหนือ ภาคกลางและภาคตะวันออก (2557)

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการชาวจีนพบว่า ผู้ประกอบการจีนมีความไม่แน่ใจ แสวงหาโอกาสที่จะขยายธุรกิจของตนอยู่ตลอดเวลา ถึงแม้ในระยะแรกจะเข้ามาประกอบการเป็นเพียงพ่อค้าที่ซื้อผลผลิตมาแล้วขายไป แต่ผู้ประกอบการบางรายก็ใช้โอกาสนี้ ฝังตัวช่วยงานอยู่ในสวนทุเรียนเป็นระยะเวลาหลายเดือน เพื่อเรียนรู้กระบวนการปลูกทุเรียนอย่างละเอียดและครบวงจร ดังนั้น ในอนาคต ถึงแม้ในปัจจุบันได้มีเยาวชนไทยรุ่นใหม่ เริ่มสนใจเข้ามาเป็นชาวสวนทุเรียนโดยเฉพาะกลุ่มที่เรียกว่า “Young Smart Farmers” ซึ่งส่วนใหญ่อาจจะเป็นลูกหลานของชาวสวนปัจจุบัน หรือจะเป็นคนภายนอกวงการที่เริ่มให้ความสนใจ เพราะเห็นทุเรียนขายได้ราคาดี แต่ถ้าเกษตรกรไทยรุ่นใหม่ไม่สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับคนรุ่นใหม่เหล่านี้ได้อย่างครบถ้วน ในขณะที่ผู้ประกอบการชาวจีนเอง ก็ได้เพิ่มพูนองค์ความรู้ด้านการเพาะปลูกของตนมากขึ้น จะก่อให้เกิดผลเสียที่สำคัญ 2 ประการ คือ 1) ฝั่งไทยเสียจุดแข็งด้านการเพาะปลูกไป ทำให้อำนาจต่อรองในการเจรจาทางการค้าของไทยเทียบกับผู้ประกอบการจีนตกต่ำลงไป และ 2) ทุนจีนที่มีความพร้อมด้านความรู้ในการปลูกทุเรียน จะมีแรงจูงใจที่จะเข้ามาซื้อสวน เพื่อเป็นผู้ปลูกทุเรียนเอง ส่งผลให้ทุนจีนสามารถครอบงำห่วงโซ่ทุเรียนไทยครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำไปยังปลายน้ำ

เพื่อไม่ให้เกิดการสูญเสียองค์ความรู้ จำเป็นต้องมีการระบบการจัดการองค์ความรู้ด้านการปลูกทุเรียน เพื่อนำความรู้ที่เกษตรกรมีอยู่ถ่ายทอดให้เกษตรกรรุ่นต่อไป การจัดการองค์ความรู้เริ่มด้วยการแสวงหาแหล่งความรู้และตัวความรู้ โดยปกติแบ่งเป็น ความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่ผ่านการสังเคราะห์ภายใต้กระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลตามหลักวิชาการ การประยุกต์ใช้ความรู้ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามบริบท และอยู่ในรูปแบบที่พร้อมนำมาถ่ายทอดได้ง่าย และความรู้ที่ฝังในคน (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่อยู่ในตัวของแต่ละคนตามทักษะและประสบการณ์ส่วนบุคคล มีลักษณะเป็นบริบทเฉพาะ (Context-specific) และยังไม่ถูกรวบรวมหรือจัดเก็บในรูปแบบที่พร้อมจะนำไปถ่ายทอดอย่างแพร่หลายได้ ทั้งนี้ในกรณีของการปลูกทุเรียน ความท้าทายอยู่ที่ การรวบรวมองค์ความรู้ส่วนที่เป็นความรู้ที่ฝังในตัวเกษตรกรที่มากด้วยประสบการณ์ ที่อาศัยและทำสวนอยู่ในพื้นที่ต่างๆของประเทศ หลังจากนั้นเป็นการนำความรู้ที่ได้มาจัดวางโครงสร้างและแบ่งกลุ่มหรือประเภท พร้อมกับทำการตรวจสอบและกลั่นกรองเพื่อความถูกต้อง ความทันสมัย และความสมบูรณ์ขององค์ความรู้ ต่อจากนั้น ก็เป็นการนำองค์ความรู้ที่ผ่านการตรวจสอบแล้วไปนำเสนอในรูปแบบที่ผู้สนใจเข้าถึงได้ง่าย หรือนำไปถ่ายทอดเผยแพร่สู่เกษตรกรชาวสวนทุเรียน และท้ายสุดวงจรการจัดการความรู้จะครบสมบูรณ์ เมื่อมีการนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ พัฒนาต่อยอดเป็นองค์ความรู้ใหม่ป้อนกลับเข้าไปในระบบ

นอกจากองค์ความรู้ที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังจำเป็นต้องมีการสร้างองค์ความรู้ใหม่ผ่านงานวิจัยและพัฒนา ที่ครอบคลุมทั้งการดำเนินงานก่อนการเก็บเกี่ยวและการดำเนินงานหลังเก็บเกี่ยวอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับมาตรฐานและคุณภาพของทุเรียนไทยให้สูงกว่าทุเรียนต่างประเทศที่จะแข่งขันกับทุเรียนไทยในต่างประเทศ ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลต่ออำนาจต่อรองทางการค้าของทุเรียนไทยในตลาดโลก

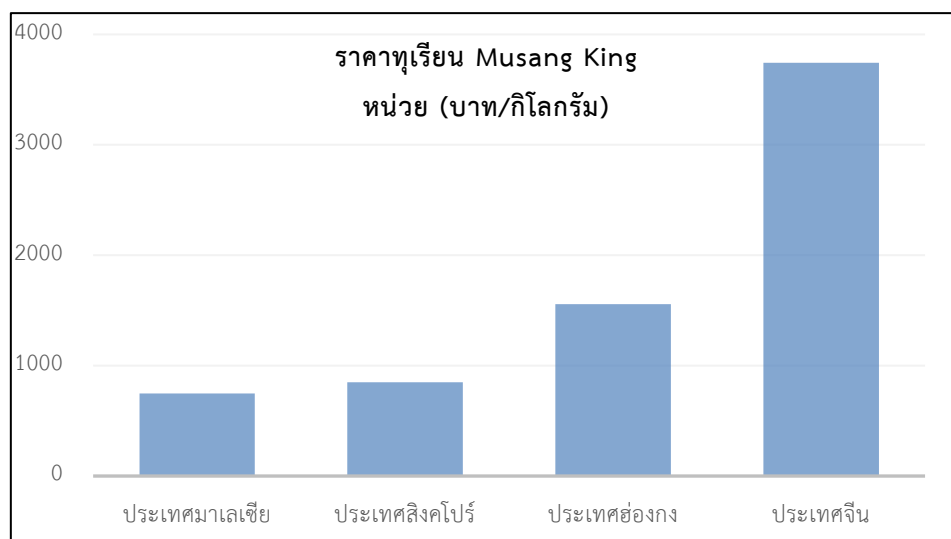
3.7 สถานการณ์การแข่งขันจากทุเรียนที่ปลูกในต่างประเทศ

ทุเรียนถูกขนานนามจากคนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Southeast Asia) ว่า “ราชาของผลไม้ (King of Fruits)” เนื่องจากมีรสชาติและกลิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งในขณะนี้เองทุเรียนได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มผู้บริโภคชาวจีน เนื่องจากความเชื่อที่ว่าทุเรียนมีประโยชน์ต่อสุขภาพ และการบริโภคทุเรียนแสดงถึงรสนิยมของผู้บริโภคด้วย สาเหตุที่ทุเรียนได้รับความนิยมในประเทศจีน บางส่วนมาจากมีบริษัท ซึ่งได้แก่บริษัท Nestle, F&N, McDonalds และ Pizza Hut มีการนำทุเรียนมาแปรรูปเป็นอาหารประเภทต่าง ๆ โดยบริษัทเหล่านี้ได้แปรรูปทุเรียนเป็นส่วนประกอบของอาหารประเภทต่าง ๆ ดังนี้

- 1) ของหวาน ได้แก่ ไอศกรีมและเค้ก เป็นต้น
- 2) ขนมคบเคี้ยว
- 3) เครื่องดื่ม เช่น ชาและกาแฟ เป็นต้น

3.7.1 สายพันธุ์ทุเรียนที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคชาวจีน

สำหรับสายพันธุ์ทุเรียนที่ได้รับความนิยมนั้น จะเป็นสายพันธุ์ทุเรียนหมอนทองจากประเทศไทย และทุเรียนมูซังคิงของประเทศมาเลเซีย โดยเฉพาะทุเรียนมูซังคิง นั้น พบว่า เป็นทุเรียนที่มีราคาสูง และเป็นที่นิยมอย่างมากในประเทศจีน จากรายงาน Durian Global Market Report ได้ทำการเปรียบเทียบราคาทุเรียนมูซังคิงที่วางจำหน่ายในประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ ฮองกง และจีน โดยราคาที่จำหน่าย Musang King ในประเทศจีนมีราคาสูงเป็น 4 เท่าของราคาที่จำหน่ายในประเทศมาเลเซียถึง ดังแสดงในรูปที่ 3-49



รูปที่ 3-49 เปรียบเทียบราคาทุเรียน Musang King ในประเทศต่าง ๆ

ที่มา: Durian Harvest ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

เมื่อเปรียบเทียบราคาทุเรียนมูซังคิง เป็นในหน่วยของบาทต่อกิโลกรัม จะพบว่า ทุเรียนมูซังคิงที่จำหน่ายในประเทศจีนราคาสูงถึงประมาณ 3,742 บาทต่อกิโลกรัม ดังแสดงให้เห็นใน ตารางที่ 3-19 ซึ่งราคา

สูงกว่าทุเรียนหมอนทองที่จำหน่ายในประเทศจีนถึง 12 เท่า³⁷ ในช่วงปี พ.ศ. 2560 สาเหตุที่ทำให้ทุเรียนมุขานคิงมีราคาสูงกว่าทุเรียนหมอนทอง นอกจากความนิยมบริโภคของชาวจีนแล้ว อีกสาเหตุที่สำคัญคือ ทุเรียนมุขานคิงที่จำหน่ายในประเทศจีนต้องจำหน่ายเป็นผล (ไม่รวมเปลือก) ซึ่งแตกต่างจากหมอนทองที่จำหน่ายเป็นลูก (รวมเปลือก) ด้วยสาเหตุนี้จึงทำให้ทุเรียนมุขานคิงมีราคาสูงกว่าทุเรียนหมอนทองเป็นอย่างมากเมื่อจำหน่ายในประเทศจีน

ตารางที่ 3-19 เปรียบเทียบราคาทุเรียนมุขานคิงในประเทศต่าง ๆ

ประเทศ	บาท/กิโลกรัม
ประเทศมาเลเซีย	748.4144
ประเทศสิงคโปร์	849.8736
ประเทศฮ่องกง	1557.338
ประเทศจีน	3742.683

ที่มา: Durian Harvest

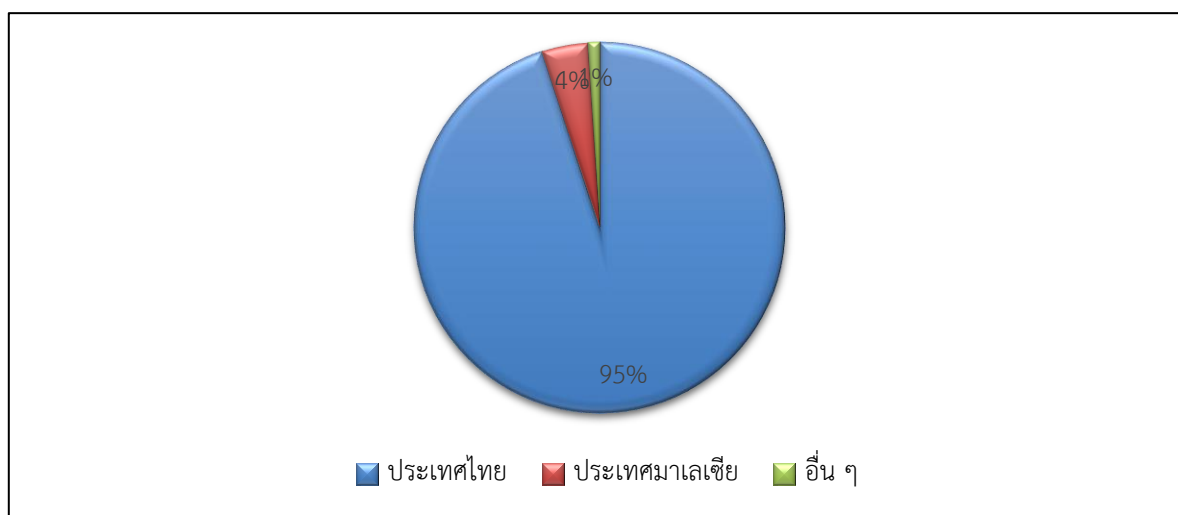
สำหรับการส่งออกทุเรียนในปี พ.ศ. 2559 ของประเทศไทยเปรียบเทียบกับ การส่งออกของทุเรียนมาเลเซียนั้นพบว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการส่งออกทุเรียนมากเป็นอันดับ 1 ของโลกคิดเป็นร้อยละ 95 ของปริมาณการส่งออกทุเรียนทั้งหมด รองลงมาคือ ประเทศมาเลเซีย คิดเป็นร้อยละ 4 จากปริมาณการส่งออกทุเรียนทั้งหมด ดังแสดงให้เห็นในรูปที่ 3-50 สาเหตุที่ประเทศมาเลเซียมีการส่งออกทุเรียนน้อยกว่าประเทศไทย ส่วนหนึ่งมาจากการบริโภคทุเรียนต่อหัวของคนในประเทศ (Domestically Consumption per Capita) ของประเทศมาเลเซียมีประมาณ 11 กิโลกรัม ซึ่งสูงกว่าของประเทศไทย โดยประเทศไทยมีการบริโภคทุเรียนต่อหัวของคนในประเทศประมาณ 1.5 กิโลกรัม และอีกสาเหตุหนึ่ง คือ จีนยังไม่อนุญาตให้นำเข้าทุเรียนสดจากมาเลเซีย อนุญาตให้นำเข้าได้เฉพาะทุเรียนแช่แข็ง แต่ในอนาคตทุเรียนมาเลเซียมีแนวโน้มจะมีส่วนแบ่งในตลาดจีนเพิ่มขึ้นจนอาจกระทบต่อไทย³⁸ ทั้งนี้ในช่วงต้นเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2562 (20 มิถุนายน พ.ศ. 2562) รายงานจาก แชนเนล นิวส์เอเชีย (CNA) สื่อสิงคโปร์ รายงานว่า นายซาลาฮุดดีน อายุบ รัฐมนตรีการเกษตรและอุตสาหกรรมของมาเลเซีย เปิดเผยเมื่อวันที่ 18 มิถุนายน พ.ศ. 2562 ว่า ประเทศจีนอนุญาตให้มาเลเซียส่งออกทุเรียนไปจีนแบบทั้งลูกได้ ในส่วนนี้ประเทศมาเลเซียจะส่งออกทุเรียนแบบสุกทั้งลูก ซึ่งแตกต่างจาก

³⁷ ราคาทุเรียนหมอนทองที่จำหน่ายในประเทศจีนปี 2560 ประมาณ 291 บาท/กิโลกรัม สืบค้นจาก สถานการณ์ผลไม้ไทยในตลาดจีนปี 2560 และแนวโน้ม

³⁸ แนวหน้า. (6 พฤษภาคม 2562). สื่อฮ่องกงตีข่าว‘มาเลเซีย’ทำชิงส่งออกทุเรียนไปจีนแข่งกับ‘ไทย’. แนวหน้า. สืบค้นจาก <https://www.naewna.com/inter/411972>

ประเทศไทยที่ส่งออกทุเรียนในลักษณะที่สุกระหว่างทางหรือเพิ่งสุกเมื่อถึงมือผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคชาวจีนนิยมรับประทานทุเรียนแบบสุกแล้ว มากกว่าที่จะรอให้สุกหรือเพิ่งสุก³⁹

นอกจากทุเรียนมาเลเซียจะมีการจำหน่ายในประเทศจีนแล้ว ยังมีการส่งออกไปยังประเทศนิวซีแลนด์ สหรัฐอเมริกา แคนาดา และออสเตรเลีย ซึ่งเป็นการหาช่องทางเลือกในการจำหน่ายเพิ่มเติม ไม่ได้หวังพึ่งตลาดที่ประเทศจีนเพียงตลาดเดียว

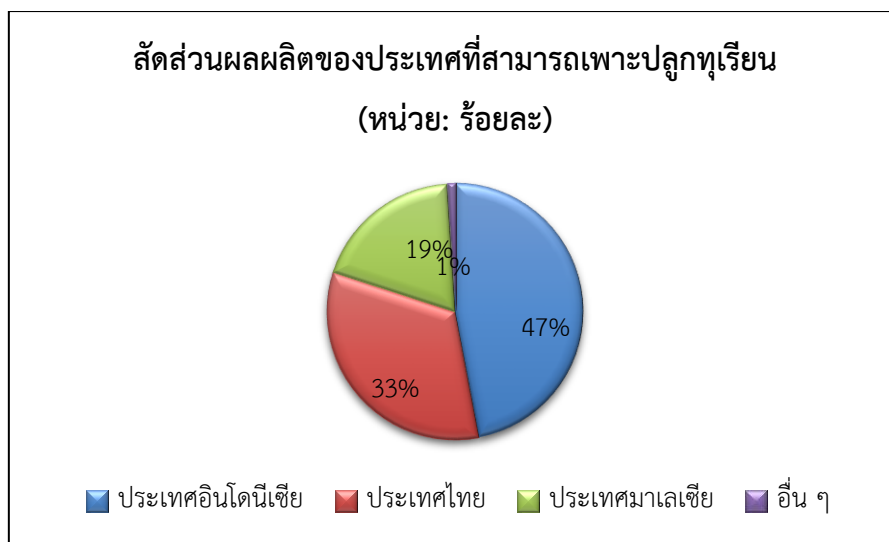


รูปที่ 3-50 สัดส่วนการส่งออกของทุเรียนในแต่ละประเทศ (หน่วย: ร้อยละ)
ที่มา: Trade Mad สืบค้นจาก MK Durian Harvests Sdn. Bhd. (2017)

3.7.2 ภาพรวมสถานการณ์การผลิตทุเรียนในต่างประเทศ

สำหรับประเทศที่ผลิตทุเรียนได้มากที่สุด คือ ประเทศอินโดนีเซีย คิดเป็นร้อยละ 47 ของผลผลิตทั่วโลก รองลงมาคือประเทศไทย ร้อยละ 33 และประเทศมาเลเซีย ร้อยละ 19 โดยมีส่วนที่เหลือเป็นของประเทศอื่น ๆ ซึ่งประกอบด้วย ประเทศฟิลิปปินส์ เวียดนาม และออสเตรเลีย ดังแสดงในรูปที่ 3-51

³⁹ เวิร์คพอยท์นิวส์. (20 มิถุนายน 2562). มาเลเซีย ได้โควตาส่งทุเรียนขายจีนทั้งลูก จัดที่เด็ด "ส่งออกแบบสุกพร้อมทาน".
เวิร์คพอยท์นิวส์. สืบค้นจาก <https://workpointnews.com/2019/06/20/durian-malaysia/>



รูปที่ 3-51 สัดส่วนผลผลิตของประเทศที่สามารถเพาะปลูกทุเรียน (หน่วย: ร้อยละ)

ที่มา: Trade Map สืบค้นจาก MK Durian Harvests Sdn. Bhd. (2017)

โดยผลผลิตของทุเรียนทั้งหมดในปี พ.ศ. 2559 ซึ่งมีประมาณ 1.6 พันล้านกิโลกรัม มาจาก 4 ประเทศหลัก ดังนี้ แสดงให้เห็นในรูปที่ 3-52

1. ประเทศอินโดนีเซีย สามารถผลิตทุเรียนได้ 735.42 ล้านกิโลกรัม โดยร้อยละ 80 เพาะปลูกบริเวณชวาและสุมาตรา ทั้งนี้ในปี พ.ศ. 2559 จังหวัดทางตะวันออกของชวาสามารถผลิตทุเรียนได้ร้อยละ 27 ในส่วนของชาวตอนกลางและทางตอนเหนือของเกาะสุมาตราพบว่ามีผลผลิตคิดเป็นร้อยละ 10 ของทุเรียนทั้งหมดในประเทศอินโดนีเซีย สำหรับแต่ละพื้นที่
2. ประเทศไทย สามารถผลิตทุเรียนได้ 517.98 ล้านกิโลกรัม โดยผลผลิตส่วนมากมาจากทางภาคใต้และภาคตะวันออกของประเทศ โดยเฉพาะจังหวัดในทางภาคตะวันออก พบว่า จังหวัดจันทบุรีมีผลผลิตทุเรียนคิดเป็นร้อยละ 38 ของทั้งหมด รองลงมาคือ ระยอง ร้อยละ 15 ในส่วนของภาคใต้ จังหวัดชุมพรมีปริมาณผลผลิตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16 ของผลผลิตทั้งหมดทั่วประเทศ
3. ประเทศมาเลเซีย สามารถผลิตทุเรียนได้ 517.98 ล้านกิโลกรัม โดยผลผลิตส่วนใหญ่มาจาก Pahang คิดเป็นร้อยละ 28, Johor ร้อยละ 17 และ Kelantan ร้อยละ 12
4. ประเทศฟิลิปปินส์ สามารถผลิตทุเรียนได้ 71.45 ล้านกิโลกรัม โดยปลูกมากที่ Davao คิดเป็นร้อยละ 75 ของผลผลิตทุเรียนทั้งหมดในประเทศ

นอกจาก 4 ประเทศที่กล่าวมาในข้างต้น ยังมีประเทศเวียดนามที่มีการเพาะปลูกทุเรียน โดยในปี พ.ศ. 2555 มีพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนประมาณ 153,581 ไร่ (24,573 เฮกตาร์) โดยเพาะปลูกมากในจังหวัด Tien Giang, Vinh Long และ Ben Tre⁴⁰ ทั้งนี้ยังมีประเทศกัมพูชาที่สามารถปลูกทุเรียนได้ในบริเวณแม่น้ำโขง โดยทุเรียนดังกล่าวมีชื่อสายพันธุ์ว่า “Kampot” เนื่องจากเพาะปลูกในจังหวัด Kampot โดยในปี พ.ศ. 2555

⁴⁰ T.V. Hau and T.S. Hieu. (2017). Off-season production of durian in the Mekhong delta, Viet Nam.

พื้นที่เพาะปลูกทุเรียนในจังหวัด Kampot มีพื้นที่เพาะปลูกประมาณ 825 เฮกตาร์ และเพิ่มขึ้นเป็น 990 เฮกตาร์ ในปี พ.ศ. 2556⁴¹



รูปที่ 3-52 พื้นที่แหล่งเพาะปลูกทุเรียน ยกเว้นประเทศไทย

ที่มา: คณะผู้วิจัย

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาฤดูของผลผลิตทุเรียนในแต่ละประเทศที่สามารถเพาะปลูกทุเรียนได้ ซึ่งประเทศส่วนใหญ่จะเป็นประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พบว่าช่วงของผลผลิตของทุเรียน ทุเรียนสามารถออกผลผลิตได้เกือบตลอดทั้งปี ยกเว้นในช่วงกลางเดือนกุมภาพันธ์ถึงกลางเดือนเมษายน และเมื่อพิจารณาเฉพาะทุเรียนของประเทศไทยและมาเลเซีย จะมีช่วงเวลาที่ผลผลิตออกสู่ตลาดใกล้เคียงกัน แต่ทุเรียนไทยจะมีช่วงที่ผลผลิตออกยาวกว่า ดังแสดงในรูปที่ 3-53

Table 1. Durian Seasons in Durian Growing Countries.

Production area	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	July	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Thailand												
Malaysia												
Indonesia												
Vietnam												
Philippines												
Laos												
Brunei												
Burma												
Singapore												
Kampuchea												

Source: Boosting Durian Productivity, 2009

รูปที่ 3-53 ฤดูของผลผลิตทุเรียนในแต่ละประเทศที่สามารถเพาะปลูกทุเรียนได้

ที่มา: Rural Industries Research and Development Corporation (2009)

สืบค้นจาก Safari, Athirah, Jamaludin, Sunthralingam, and Mustafa (2018)

⁴¹ Hong and Carteret. (February 2014). Long-term plans for durian.

3.7.3 สถานการณ์การเพาะปลูกและการจำหน่ายทุเรียนในประเทศเวียดนาม

การเพาะปลูกทุเรียนในประเทศเวียดนาม

ในปี พ.ศ. 2555 (2012) มีพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนประมาณ 153,581 ไร่ (24,573 เฮกตาร์) โดยเพาะปลูกมากในจังหวัด Tien Giang, Vinh Long และ Ben Tre ดังแสดงในรูปที่ 3-54



รูปที่ 3-54 พื้นที่เพาะปลูกทุเรียนในประเทศเวียดนาม
ที่มา: คณะผู้วิจัย

ในช่วงปี พ.ศ. 2559 เวียดนามได้ขยายพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนทั่วประเทศเท่ากับ 27,936 เฮกตาร์เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2555 ถึง 1.14 เท่า โดยมีพื้นที่เพาะปลูกมากในบริเวณลุ่มน้ำโขงหรือทางตอนใต้ของประเทศ ประกอบด้วยจังหวัด Tien Giang, Vinh Long และ Ben Tre คิดเป็นร้อยละ 45.04 รองลงมาคือบริเวณภาคตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศ ประกอบด้วยจังหวัด Dong Nai คิดเป็นร้อยละ 26.44 ของพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนทั่วประเทศเวียดนาม ในปี 2559 ดังแสดงในตารางที่ 3-20

ตารางที่ 3-20 พื้นที่เพาะปลูกทุเรียนในประเทศเวียดนาม

พื้นที่เพาะปลูก	2559		2561	
	พื้นที่เพาะปลูก (ha)	ร้อยละการ เปลี่ยนแปลง	พื้นที่เพาะปลูก (ha)	ร้อยละการ เปลี่ยนแปลง
ทั่วประเทศ	27,936		47,296.00	
พื้นที่สูง	6,967.8	24.94	16,695.00	35.30

พื้นที่เพาะปลูก	2559		2561	
	พื้นที่เพาะปลูก (ha)	ร้อยละการ เปลี่ยนแปลง	พื้นที่เพาะปลูก (ha)	ร้อยละการ เปลี่ยนแปลง
บริเวณตะวันออก เฉียงใต้	7384.9	26.44	9,063.00	19.16
แถบแม่น้ำโขง	12,582	45.04	18,795.00	39.74
อื่น ๆ	1,001.3	3.58	2,743.00	5.80

ที่มา: Prof. Tran Van Hau บรรยายในงานประชุมวิชาการพืชสวนแห่งชาติ ครั้งที่ 18 (6 พฤศจิกายน 2562)

เมื่อพิจารณาเนื้อที่เพาะปลูกในช่วงปี พ.ศ. 2559 จนถึงปี พ.ศ. 2561 ประเทศเวียดนามมีการขยายพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนอย่างต่อเนื่อง โดยพื้นที่ที่มีการขยายพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนมากที่สุด คือ บริเวณพื้นที่สูงของประเทศ ได้แก่ จังหวัด Lam Dong และ Dak Lak เพิ่มขึ้นเป็นเกือบ 2 เท่า จากปี พ.ศ. 2559

นอกจากประเทศเวียดนามจะมีการขยายพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนในช่วงปี พ.ศ. 2559-2561 ประเทศเวียดนามยังสามารถพัฒนาการเพิ่มผลผลิตต่อไร่ได้ด้วยเช่นกัน ดังแสดงในตารางที่ 3-21 โดยพบว่า ในช่วงเวลาดังกล่าวประเทศเวียดนามสามารถเพิ่มผลผลิต โดยผลผลิตเพิ่มขึ้นเกือบ 3 เท่า เมื่อพิจารณาในปี พ.ศ. 2561 เทียบกับปี พ.ศ. 2559 โดยพื้นที่ที่สามารถเพิ่มอัตราผลผลิตได้มากที่สุดคือพื้นที่บริเวณตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศ แต่ไม่ใช่พื้นที่ที่ให้ผลผลิตต่อไร่มากที่สุด ซึ่งพื้นที่ดังกล่าวคือ บริเวณแถบแม่น้ำโขง ได้แก่จังหวัด Tien Giang ซึ่งในปี 2561 มีผลผลิตต่อไร่เท่ากับ 3.30 ตันต่อไร่ ดังแสดงในตารางที่ 3-22

ตารางที่ 3-21 ผลผลิตทุเรียนต่อไร่ของประเทศเวียดนาม (หน่วย: ตันต่อไร่)

	2559	2561
ทั้งประเทศ	1.65	1.62
พื้นที่สูง	1.21	1.08
บริเวณตะวันออกเฉียงใต้	0.92	1.05
แถบแม่น้ำโขง	2.41	2.55

ที่มา: Prof. Tran Van Hau บรรยายในงานประชุมวิชาการพืชสวนแห่งชาติ ครั้งที่ 18 (6 พฤศจิกายน 2562)

ตารางที่ 3-22 เนื้อที่เพาะปลูกและผลผลิตทุเรียนในแต่ละพื้นที่เพาะปลูกของเวียดนาม

พื้นที่	2016			2018		
	เนื้อที่ เพาะปลูก (ha)	Yield (ton/ha)	ปริมาณ ผลผลิต (ton)	เนื้อที่ เพาะปลูก (ha)	Yield (ton/ha)	ปริมาณ ผลผลิต (ton)
ทั่วประเทศ	174,600	1.65	288,149	295,600	1.62	478,646
พื้นที่สูง	43,548.75	1.21	52,497	104,343.75	1.08	112,464
Lam Dong	24,432.50	0.93	22,707	53,250	0.93	49,662
Dak Lak	10,418.13	1.84	19,210	38,781.25	1.30	50,437
บริเวณ ตะวันออก เฉียงใต้	46,155.63	0.92	42,342	56,643.75	1.05	59,662
Dong Nai	24,568.75	1.17	28,725	28,743.75	1.37	39,250
แถบแม่น้ำโขง	78,637.50	2.41	189,349	117,468.75	2.55	299,776
Tien Giang	46,186.88	3.18	146,750	75,712.50	3.30	250,154
Vinh Long	15,683.13	1.25	19,624	17,812.50	1.24	22,055
Ben Tre	11,125	1.75	19,502	13,850	1.58	21,867

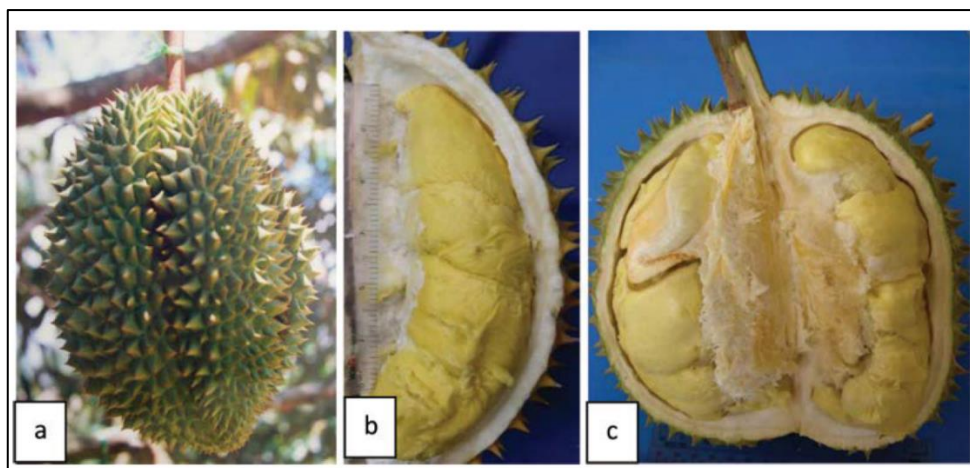
ที่มา: Prof. Tran Van Hau บรรยายในงานประชุมวิชาการพืชสวนแห่งชาติ ครั้งที่ 18 (6 พฤศจิกายน 2562)

สำหรับสายพันธุ์ที่เพาะปลูกในเวียดนาม จะประกอบด้วย 6 สายพันธุ์ โดยสายพันธุ์ที่นิยมเพาะปลูก ประกอบด้วย Kho Qua Xanh' (KQX), Sua Hat Lep (SHL), RI6 และหมอนทอง ซึ่งแต่ละสายพันธุ์มีลักษณะแตกต่างกัน ทั้งนี้คณะผู้วิจัยได้ทำการสรุปข้อดีและข้อเสียของทุเรียนแต่ละสายพันธุ์ในประเทศเวียดนาม โดยจะแสดงให้เห็นในตารางที่ 3-23

ตารางที่ 3-23 ข้อดีและข้อเสียของทุเรียนแต่ละสายพันธุ์ในประเทศเวียดนาม

สายพันธุ์ที่เพาะปลูก	ADVANTAGES	DISADVANTAGES
Kho Qua Xanh' (KQX)	น้ำหนักผลประมาณ 1.5 – 2 กิโลกรัม มีผลผลิตต่อต้นอยู่ที่ประมาณ 120 – 150 ผลต่อต้น ระยะเวลาในการเก็บเกี่ยวประมาณ 95 – 100 วัน	สีของผล รสชาติที่หวานจนเกินไป และการเพาะปลูกต้องอาศัยน้ำ ปริมาณมาก และพื้นที่ชุ่มชื้น
Sua Hat Lep (SHL)	น้ำหนักผลอยู่ที่ประมาณ 2.5 – 3 กิโลกรัม มีผลผลิตต่อต้นอยู่ที่ประมาณ 50 – 70 ผลต่อต้น	วิธีการเพาะปลูกยากกว่า KQX และต้องใช้น้ำปริมาณมากในการ เพาะปลูก
RI6	น้ำหนักผลอยู่ที่ประมาณ 2.5 – 3 กิโลกรัม ผลผลิตต่อต้นอยู่ที่ประมาณ 50 – 70 ผลต่อต้น	วิธีการเพาะปลูกยากกว่า KQX เป็นสายพันธุ์ที่มีอัตราการขาด แคลเซียมสูง (High ratio of tip burn)
Monthong	น้ำหนักผลอยู่ที่ประมาณ 3-4 กิโลกรัม ผลผลิตต่อต้นอยู่ที่ประมาณ 40-60 ผล ต่อต้น ช่วงเวลา 115-120 วัน	เกิดโรคเชื้อรา ปลูกแล้วคุณภาพยัง ไม่เท่ากับหมอนทองของไทย
Chuong bo hat lep	น้ำหนักผลอยู่ที่ประมาณ 1.5-2 กิโลกรัม ผลผลิตต่อต้นอยู่ที่ประมาณ 80-100 ผลต่อต้น ช่วงเวลา 95 วัน	ต้องการพื้นที่ที่มีความชุ่มชื้น และ น้ำในการเพาะปลูก
6 Huu	น้ำหนักผลอยู่ที่ประมาณ 1.2-1.8 กิโลกรัม ผลผลิตต่อต้นอยู่ที่ประมาณ 80-100 ผลต่อต้น ช่วงเวลา 95 วัน	ต้องการพื้นที่ที่มีความชุ่มชื้น และ น้ำในการเพาะปลูก

ที่มา: Prof. Tran Van Hau บรรยายในงานประชุมวิชาการพืชสวนแห่งชาติ ครั้งที่ 18 (6 พฤศจิกายน 2562)



รูปที่ 3-55 ลักษณะของทุเรียนที่นิยมเพาะปลูกในประเทศเวียดนาม

ที่มา: Haua and Hieu (2017)

เมื่อเปรียบเทียบทุเรียนทั้งสามสายพันธุ์ของประเทศเวียดนามจะพบว่า ทุเรียนสายพันธุ์ KQX เป็นทุเรียนที่มีน้ำหนักต่อผลน้อยที่สุด แต่มีผลผลิตต่อต้นมากที่สุด ส่วนสายพันธุ์ RI6 และ SHL มีลักษณะที่เหมือนกัน คือ น้ำหนักของผลและผลผลิตต่อต้นใกล้เคียงกัน แต่ RI6 จะมีช่วงเวลาในการเก็บเกี่ยวที่สั้นกว่า SHL รวมถึง RI6 จะได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในประเทศเวียดนามมากกว่าอีกสองสายพันธุ์

จากการพิจารณาน้ำหนักต่อผล ผลผลิตต่อต้น และช่วงเวลาในการเก็บเกี่ยวของทุเรียนสายพันธุ์ทั้ง 3 ชนิดจากประเทศเวียดนาม พบว่า ทุเรียนหมอนทองจะมีข้อได้เปรียบในด้านของน้ำหนักผลผลิต ซึ่งหนักประมาณ 3 – 4 กิโลกรัม และมีช่วงเวลาเก็บเกี่ยวที่นานกว่า โดยมีช่วงเวลาในการเก็บเกี่ยวประมาณ 115 – 120 วัน แต่ทุเรียนหมอนทองต้องอาศัยผู้ที่มีประสบการณ์และผู้เชี่ยวชาญในการเพาะปลูก เพื่อควบคุมลักษณะผล รสชาติ รวมถึงน้ำหนักของผลทุเรียน ให้ได้ตามที่ต้องการ

ปัญหาของทุเรียนเวียดนาม

ปัญหาหลักของทุเรียนในเวียดนาม คือ การขาดสายพันธุ์ที่มีคุณภาพ เพื่อใช้เป็นแม่พันธุ์ในการเพาะปลูก เนื่องจากพืชที่มีอยู่ส่วนใหญ่ปลูกจากเมล็ดที่ไม่ได้มาตรฐาน ทำให้เกิดความหลากหลายทางพันธุกรรม ในขณะที่ประเทศไทยมีเทคนิคที่ใช้ในการเพาะปลูกคือ การปลูกต้นไม้ที่ต่อกิ่งเท่านั้น ทำให้มีลักษณะตามพันธุ์ดั้งเดิม

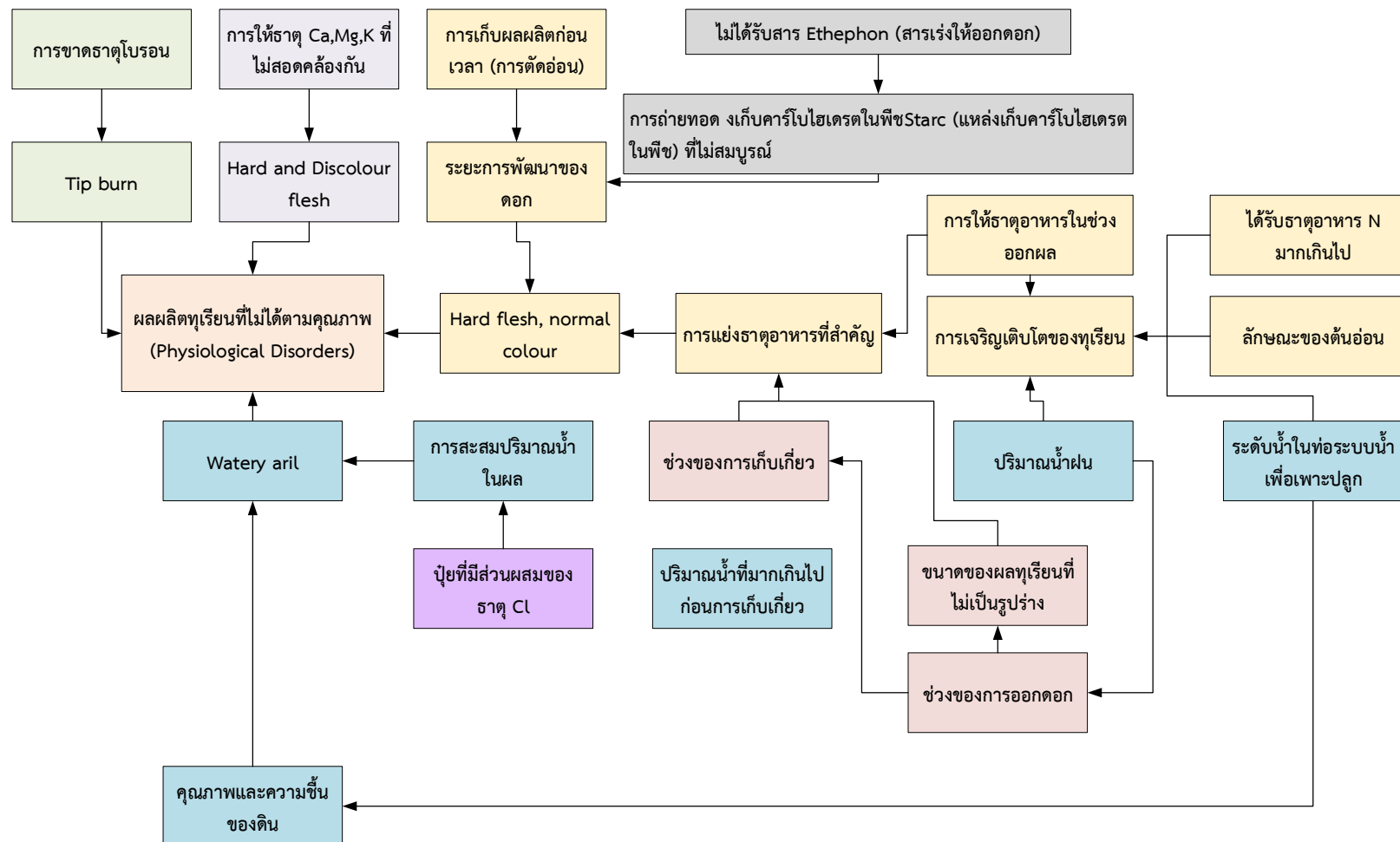
นอกจากปัญหาด้านสายพันธุ์ ยังพบว่ามีปัญหาเกี่ยวกับกลไกด้านราคา กล่าวคือ ถ้าราคาผลผลิตที่สูงขึ้นทำให้เกษตรกรหลายรายหันมาปลูกทุเรียนเพิ่มมากขึ้น (เปลี่ยนจากเงาะและยางพารา) นอกจากนี้การตัดต้นไม้อื่นเพื่อปลูกทุเรียนยังมีผลต่อการดำรงชีวิตของเกษตรกรและก่อให้เกิดความไม่มั่นคงด้านอาหารในระยะยาว อีกหนึ่งปัญหาที่สำคัญคือ การเข้ามาของพ่อค้าชาวจีนที่สามารถควบคุมโซ่อุปทาน ทำให้เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนมีกังวลเกี่ยวกับศักยภาพในการกำหนดราคา

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพทุเรียนเวียดนาม

นอกจากปัญหาเกี่ยวกับสายพันธุ์ของทุเรียนในประเทศเวียดนามแล้ว เพื่อให้ทุเรียนมีคุณภาพและสามารถส่งออกไปยังประเทศจีน ประเทศเวียดนามได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อ “ผลผลิตที่ไม่ได้คุณภาพ (Physiological disorders)” ซึ่งพบว่าเกิดจาก 4 ปัจจัยหลักคือ

1. Tip Burn
2. Hard and discolour flesh
3. Hard flesh, normal colour
4. Watery aril

โดยทั้ง 4 ปัจจัยเกิดจากการขาดธาตุที่ใช้ในการเพาะปลูกแตกต่างกัน ดังแสดงให้เห็นในรูปที่ 3-56



รูปที่ 3-56 แสดงสาเหตุทั้ง 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อลักษณะของทุเรียน

ที่มา: Prof. Tran Van Hau บรรยายในงานประชุมวิชาการพืชสวนแห่งชาติ ครั้งที่ 18 (6 พฤศจิกายน 2562)

ทั้งนี้จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อ “Physiological disorders” แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรเวียดนามมีความรู้และทักษะด้านการเพาะปลูกทุเรียนเพิ่มขึ้น โดยร้อยละ 80 ของเกษตรกรรู้จักประยุกต์ใช้เทคนิคทางวิทยาศาสตร์รวมถึงความรู้ทางวิศวกรรมในการเพาะปลูก สำหรับการส่งออกที่ได้ตามมาตรฐานตาม Vietnamese Good Agricultural Practices (Viet GAP)

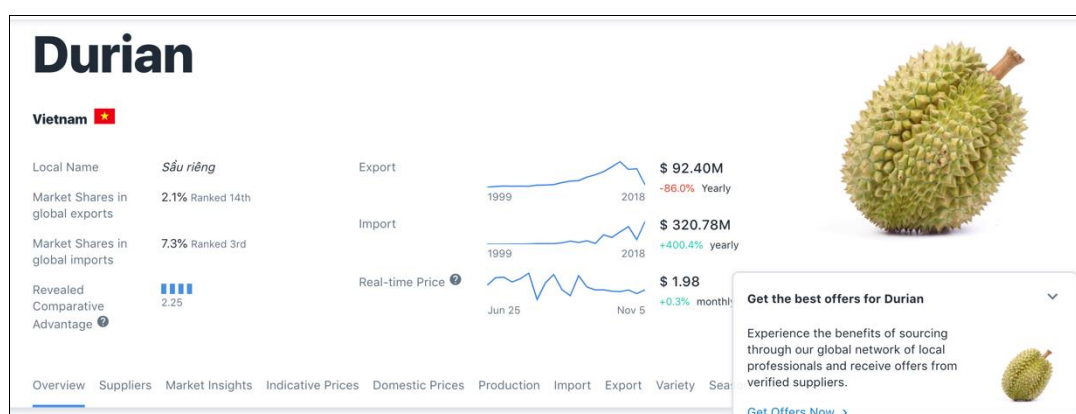
ดังนั้น ทุเรียนจากเวียดนามซึ่งอยู่ใกล้กับประเทศจีนมากกว่า มีแนวโน้มที่จะเป็นคู่แข่งของทุเรียนไทยในอนาคต ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคสำคัญของทุเรียนเวียดนาม คือ ความสัมพันธ์ที่ไม่ราบรื่นระหว่างทั้งสองตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน

ต้นทุนด้านการผลิต

สำหรับต้นทุนเฉลี่ยของการปลูกทุเรียนในประเทศเวียดนาม พบว่าสำหรับพื้นที่ที่เพาะปลูกบริเวณ Ho Chi Minh และ Hanoi โดยเฉพาะ Ho Chi Minh พบว่าต้นทุนการปลูกทุเรียนประมาณ 40-50,000 dong per kilo และราคาขายส่งทุเรียนในเวียดนามอยู่ประมาณ 1.98 USD ต่อกิโลกรัม

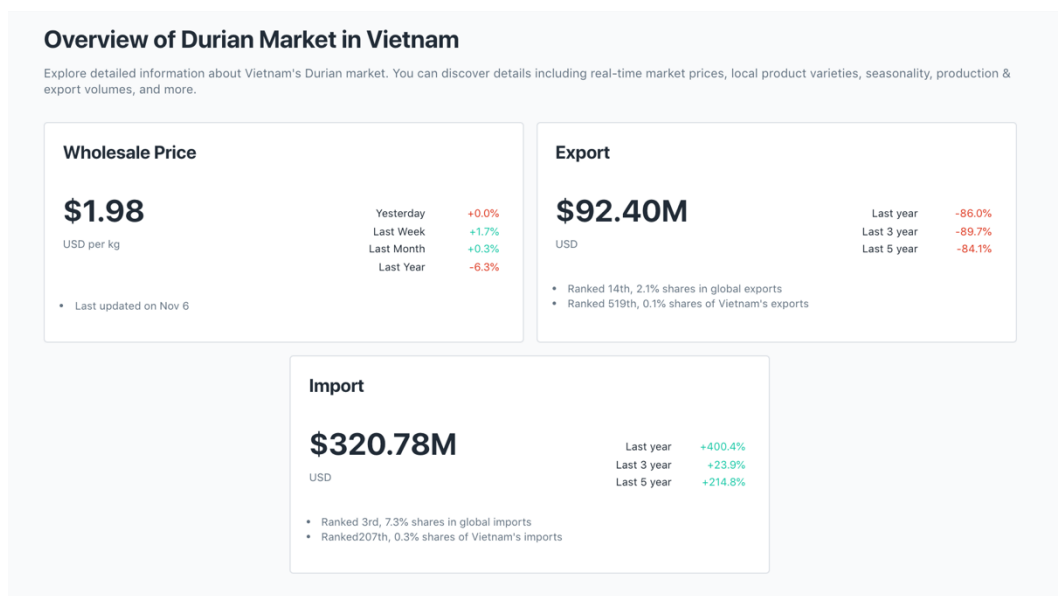
ส่วนแบ่งทางการตลาดของประเทศเวียดนาม

จากข้อมูลของ TRIDGE ประเทศเวียดนามมีส่วนแบ่งทางการตลาดในการส่งออกทุเรียนเท่ากับร้อยละ 2.1 จากการส่งออกทั้งหมด โดยมีมูลค่าการส่งออกประมาณ 92.40 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นอันดับที่ 14 ในส่วนของการนำเข้าทุเรียนพบว่า ประเทศเวียดนามมีส่วนแบ่งทางการตลาดคิดเป็นร้อยละ 7.3 ของการนำเข้า โดยมีมูลค่าการนำเข้าประมาณ 320.78 ล้านดอลลาร์ ทุเรียนทั้งหมด คิดเป็นอันดับที่ 3 ดังแสดงในรูปที่ 3-57 และรูปที่ 3-58



รูปที่ 3-57 ส่วนแบ่งทางการตลาดของทุเรียนจากประเทศเวียดนาม

ที่มา: TRIDGE สืบค้นจาก <https://www.tridge.com/>



รูปที่ 3-58 ราคานำเข้าและส่งออกของทุเรียนจากประเทศเวียดนาม

ที่มา: TRIDGE สืบค้นจาก <https://www.tridge.com/>

3.7.4 สถานการณ์การเพาะปลูกและการจำหน่ายทุเรียนในประเทศอินโดนีเซีย

การเพาะปลูกทุเรียนในประเทศอินโดนีเซีย

ประเทศอินโดนีเซีย สามารถผลิตทุเรียนได้ 735.42 ล้านกิโลกรัม โดยร้อยละ 80 เพาะปลูกบริเวณเกาะชวาและสุมาตรา ทั้งนี้ในปี พ.ศ. 2559 จังหวัดทางตะวันออกของชวาสามารถผลิตทุเรียนได้ร้อยละ 27 ประเทศ ในส่วนของชาวตอนกลางและทางตอนเหนือของเกาะสุมาตราพบว่าผลผลิตคิดเป็นร้อยละ 10 ของทุเรียนทั้งหมดในประเทศอินโดนีเซีย สำหรับแต่ละพื้นที่

ห่วงโซ่อุปทานการค้าทุเรียนในประเทศอินโดนีเซีย

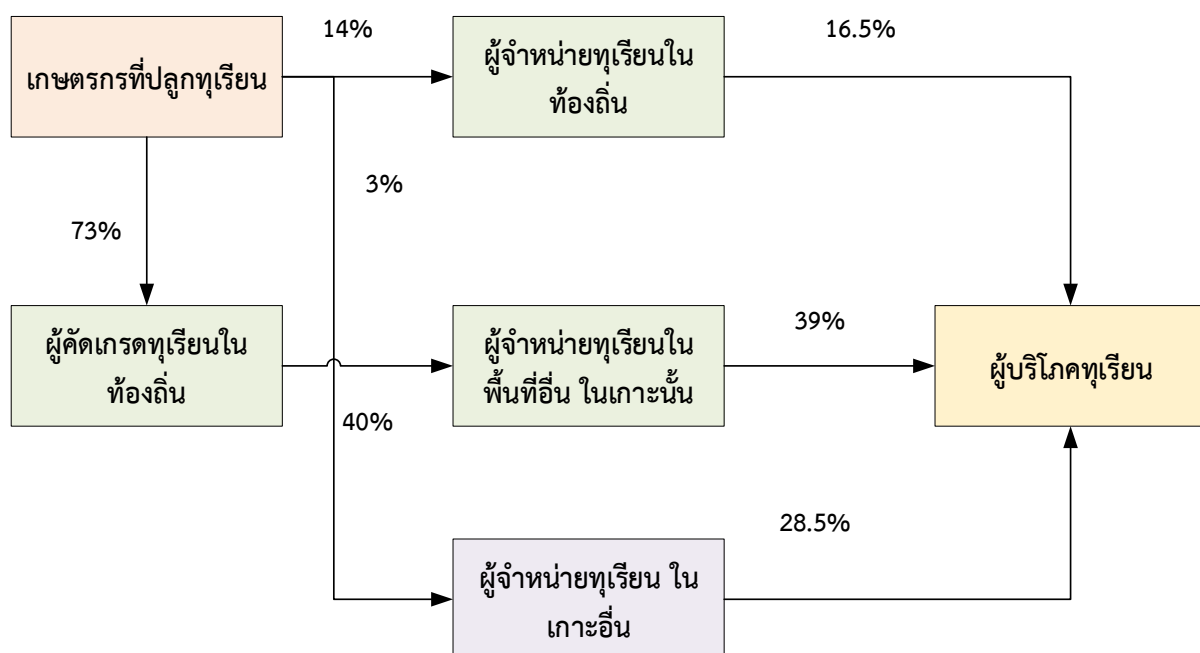
สำหรับรูปแบบการจำหน่ายทุเรียนในประเทศอินโดนีเซียจะมีลักษณะการจำหน่าย 3 รูปแบบคือ

- รูปแบบที่ 1 ห่วงโซ่อุปทานของผู้ขายในพื้นที่ตามเกาะและท้องถนน (Street Vendor Supply Chain)
- รูปแบบที่ 2 ห่วงโซ่อุปทานของผู้ขายระหว่างพื้นที่ (Inter Islands Supply Chain)
- รูปแบบที่ 3 ห่วงโซ่อุปทานของผู้นำเข้าทุเรียนมาจำหน่ายในประเทศอินโดนีเซีย (Imported Durian Supply Chain)

สำหรับ 2 รูปแบบแรก จะเป็นการจำหน่ายทุเรียนที่เพาะปลูกเองของประเทศอินโดนีเซีย ส่วนรูปแบบที่ 3 จะเป็นรูปแบบของการจำหน่ายทุเรียนที่นำเข้ามาจากประเทศอื่นมาจำหน่ายในประเทศ

รูปแบบที่ 1 ห่วงโซ่อุปทานของผู้ขายในพื้นที่ตามเกาะและบนท้องถนน

สำหรับห่วงโซ่อุปทานรูปแบบที่ 1 จะเป็นห่วงโซ่อุปทานที่เกิดในพื้นที่จังหวัดแต่ละจังหวัดของประเทศอินโดนีเซีย โดยเฉพาะจังหวัดที่สามารถเพาะปลูกทุเรียนเองได้ ซึ่งได้แก่ เกาะชวาและเกาะสุมาตรา โดยลักษณะการจำหน่ายทุเรียนในจังหวัดนี้จะเริ่มต้นที่เกษตรกรจำหน่ายให้กับผู้จำหน่ายทุเรียนในท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 14 ผู้จำหน่ายทุเรียนจากที่อื่นร้อยละ 3 และผู้คัดเกรดทุเรียนในท้องถิ่นร้อยละ 40 หลังจากนั้นผู้คัดเกรดทุเรียนจะจำหน่ายให้กับผู้ที่มารับซื้อทุเรียนจากพื้นที่อื่นร้อยละ 40 ก่อนผู้รับซื้อทั้งในและนอกพื้นที่จะจำหน่ายทุเรียนให้กับผู้บริโภคต่อไป ดังแสดงให้เห็นในรูปที่ 3-59 และรูปที่ 3-60



รูปที่ 3-59 ห่วงโซ่อุปทานของผู้ขายในพื้นที่ตามเกาะและท้องถนนของประเทศอินโดนีเซีย

ที่มา: Prof. Sobir Ridwani บรรยายในงานประชุมวิชาการพืชสวนแห่งชาติ ครั้งที่ 18 (6 พฤศจิกายน 2562)



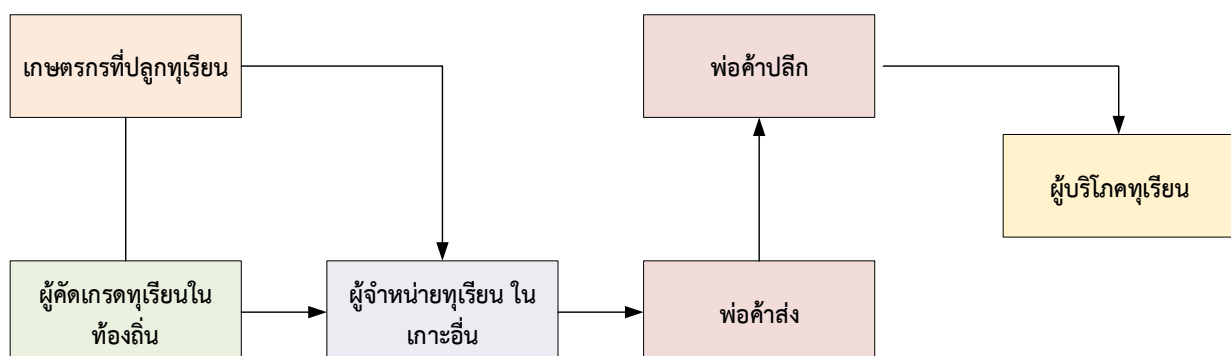
รูปที่ 3-60 ลักษณะของทุเรียนที่จำหน่ายใน Pontianak และ West Kalimantan ประเทศอินโดนีเซีย

ที่มา: Street vendor selling durians at Pontianak, West Kalimantan, Indonesia.

สืบค้นจาก <https://www.alamy.com/stock-photo-street-vendor-selling-durians-at-pontianak-west-kalimantan-indonesia-133004380.html>

รูปแบบที่ 2 ห่วงโซ่อุปทานของผู้ขายระหว่างพื้นที่

สำหรับกรณีนี้ จะมีผู้รับซื้อทุเรียนจากเกาะอื่นเข้ามารับซื้อทุเรียนจากเกษตรกร และผู้คัดเกรดทุเรียน หลังจากนั้นผู้รับซื้อทุเรียนจะจำหน่ายให้พ่อค้าส่งทุเรียนตามเกาะต่าง ๆ แล้วพ่อค้าส่งจึงจะจำหน่ายให้พ่อค้าปลีก ก่อนที่จะจำหน่ายให้ผู้บริโภค ดังแสดงให้เห็นในรูปที่ 3-61



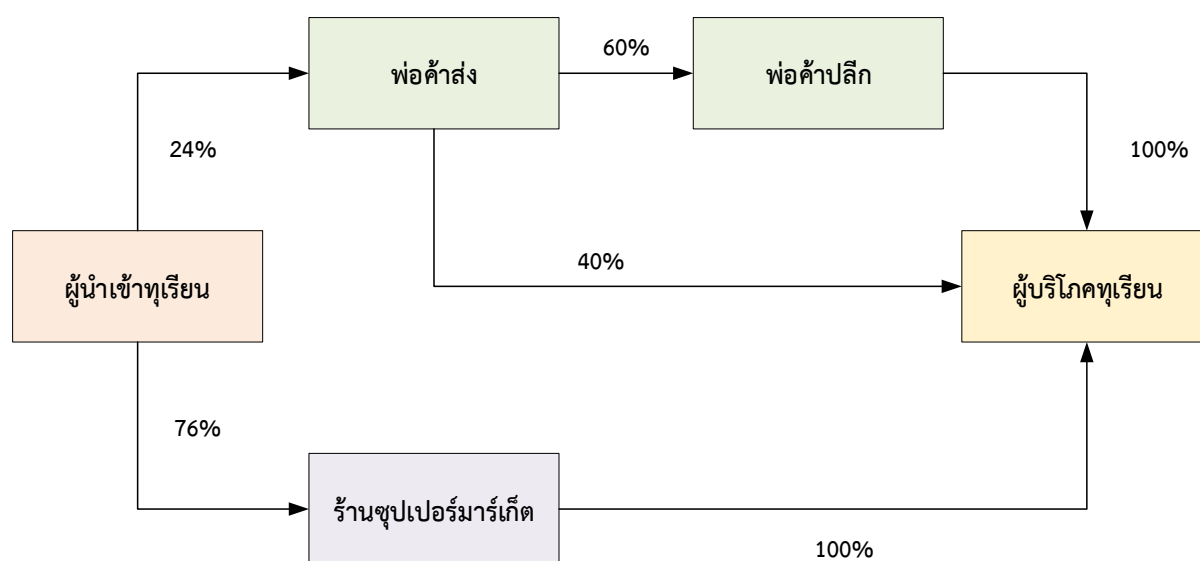
รูปที่ 3-61 ห่วงโซ่อุปทานของผู้ขายระหว่างพื้นที่ (ระหว่างหมู่เกาะ) ของประเทศอินโดนีเซีย

ที่มา: Prof. Sobir Ridwani บรรยายในงานประชุมวิชาการพืชสวนแห่งชาติ ครั้งที่ 18 (6 พฤศจิกายน 2562)

รูปแบบที่ 3 ห่วงโซ่อุปทานของผู้นำเข้าทุเรียนมาจำหน่ายในประเทศอินโดนีเซีย

สำหรับกรณีนี้เป็นการจำหน่ายทุเรียนที่นำเข้าจากประเทศอื่น โดยผู้นำเข้าทุเรียนในประเทศอินโดนีเซียจะกระจายสินค้า 2 ช่องทางหลักคือ (ดังแสดงในรูปที่ 3-62)

- ช่องทางที่ 1 จำหน่ายไปที่ร้านซูเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 76
- ช่องทางที่ 2 จำหน่ายให้กับพ่อค้าส่ง ร้อยละ 24 โดยพ่อค้าส่งจะมีการจำหน่ายทุเรียนที่นำเข้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง ร้อยละ 40 และจำหน่ายให้พ่อค้าปลีก ร้อยละ 60 ก่อนที่พ่อค้าปลีกจะจำหน่ายให้ผู้บริโภคต่อไป



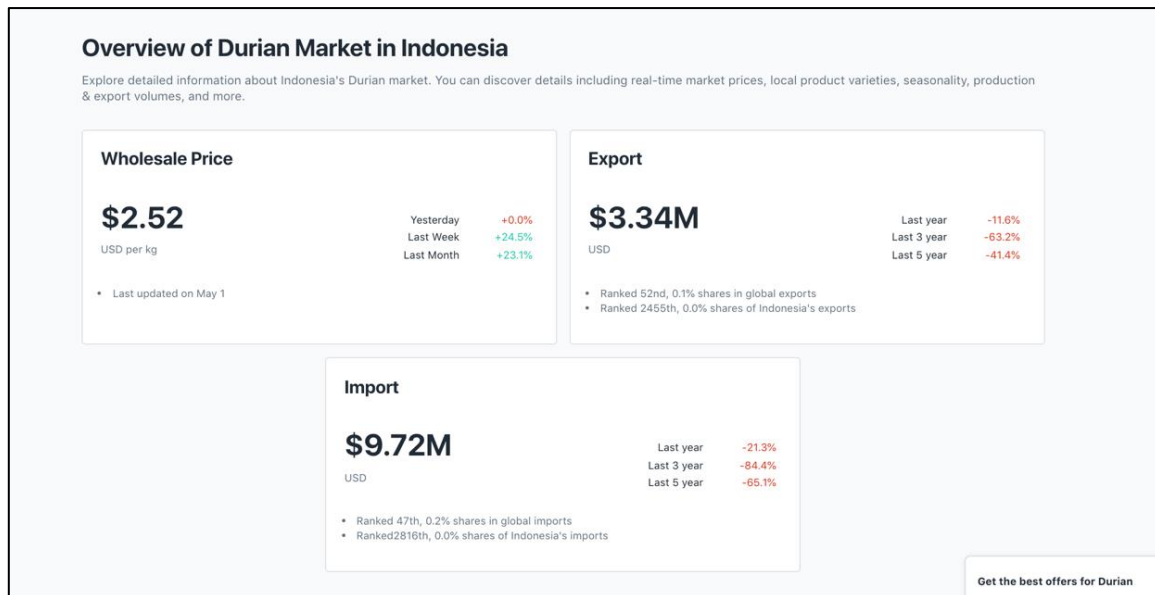
รูปที่ 3-62 ห่วงโซ่อุปทานของผู้นำเข้าทุเรียนมาจำหน่ายในประเทศอินโดนีเซีย

ที่มา: Prof. Sobir Ridwani บรรยายในงานประชุมวิชาการพืชสวนแห่งชาติ ครั้งที่ 18 (6 พฤศจิกายน 2562)

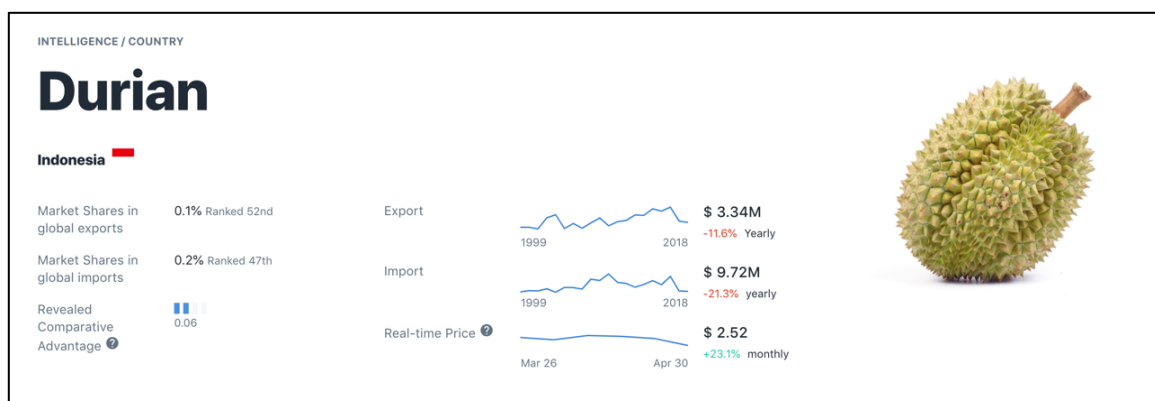
จากห่วงโซ่อุปทานของผู้ขายระหว่างพื้นที่และผู้นำเข้าทุเรียนมาจำหน่ายในประเทศอินโดนีเซีย ที่เกิดขึ้นในประเทศอินโดนีเซีย ล้วนมีพ่อค้าส่งเข้ามาเกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน เมื่อพิจารณาจากข้อมูลของ TRIDGE จะทำให้ทราบราคาส่งทุเรียนที่เกิดขึ้นในประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งอยู่ที่ประมาณ 2.52 USD ต่อ กิโลกรัม

ส่วนแบ่งทางการตลาดของประเทศอินโดนีเซีย

จากข้อมูลของ TRIDGE ประเทศอินโดนีเซียมีส่วนแบ่งทางการตลาดในการส่งออกทุเรียนเท่ากับร้อยละ 0.1 จากการส่งออกทั้งหมด โดยมีมูลค่าการส่งออกประมาณ 3.34 ล้านเหรียญ คิดเป็นอันดับที่ 52 ในส่วนของการนำเข้าทุเรียนพบว่า ประเทศอินโดนีเซียมีส่วนแบ่งทางการตลาดคิดเป็นร้อยละ 0.2 ของการนำเข้า โดยมีมูลค่าการนำเข้าประมาณ 9.72 ล้านเหรียญ ทุเรียนทั้งหมด คิดเป็นอันดับที่ 47 ดังแสดงในรูปที่ 3-63 และรูปที่ 3-64



รูปที่ 3-63 ราคานำเข้าและส่งออกของทุเรียนจากประเทศอินโดนีเซีย
ที่มา: TRIDGE สืบค้นจาก <https://www.tridge.com/>



รูปที่ 3-64 ส่วนแบ่งทางการตลาดของทุเรียนจากประเทศอินโดนีเซีย
ที่มา: TRIDGE สืบค้นจาก <https://www.tridge.com/>

3.7.5 สถานการณ์การเพาะปลูกและการจำหน่ายทุเรียนในประเทศกัมพูชา

ประเทศกัมพูชาสามารถปลูกทุเรียนได้ในบริเวณแม่น้ำโขง โดยทุเรียนดังกล่าวมีชื่อสายพันธุ์ว่า “Kampot” เนื่องจากเพาะปลูกในจังหวัด Kampot โดยในปี พ.ศ. 2555 พื้นที่เพาะปลูกทุเรียนในจังหวัด Kampot มีพื้นที่เพาะปลูกประมาณ 825 เฮกตาร์ หรือประมาณ 5,156.25 ไร่⁴² และเพิ่มขึ้นเป็น 6,187.5 ไร่ ในปี 2556⁴³

⁴² 1 เฮกตาร์ เท่ากับ 6.25 ไร่

⁴³ อ้างแล้วใน Hong and Carteret (February 2014)

นอกจากจังหวัดกำปอต กำปงสปีอ ซึ่งเป็นพื้นที่ปลูกทุเรียนเดิมอยู่แล้ว ยังมีพื้นที่ทำการขยายพื้นที่เพาะปลูกเพิ่ม คือ จังหวัดกัมปงจาม โดยมีจำนวนต้นทุเรียนสูงถึง 8 ล้านต้น เดิมพื้นที่บริเวณนี้เป็นพื้นที่เพาะปลูกพริกไทยมาก่อน โดยจังหวัดกัมปงจามเป็นจังหวัดที่อยู่ใกล้กับประเทศเวียดนาม⁴⁴

จากการรวบรวมข้อมูลของคณะผู้วิจัยทำให้สามารถวิเคราะห์สถานการณ์การเพาะปลูกและการจำหน่ายทุเรียนในประเทศกัมพูชา ออกเป็นด้านต่าง ๆ ได้ดังนี้

- สถานการณ์ด้านเพาะปลูก
- สถานการณ์การส่งออกและนำเข้าทุเรียนของประเทศกัมพูชา

สถานการณ์ด้านเพาะปลูก

เป็นทราบกันดีว่าประเทศกัมพูชามีการเพาะปลูกทุเรียนเป็นอย่างมากในบริเวณจังหวัดกำปอต และจังหวัดกำปงจาม โดยทั้ง 2 จังหวัดมีช่วงเวลาที่ทุเรียนให้ผลผลิตแตกต่างกัน โดยจังหวัดกำปอตให้ผลผลิตในช่วงกลางเดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายน ซึ่งผลผลิตออกในช่วงเวลาที่ใกล้เคียงกับทุเรียนภาคตะวันออกของประเทศไทย ในขณะที่จังหวัดกำปงจามผลผลิตออกในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนกรกฎาคม⁴⁵ ทั้งนี้ผลผลิตของทุเรียนจากประเทศกัมพูชาอาจจะออกช้าสุดได้ถึงเดือนสิงหาคม⁴⁶ แต่ผลผลิตที่มีก็ยังไม่มากพอต่อการนำที่จะส่งไปขายยังกรุงเทพมหานคร หรือแม้กระทั่งจังหวัดที่ใกล้เคียง สำหรับต้นพันธุ์ที่ใช้ในการเพาะปลูกของทั้ง 2 จังหวัดนั้นมาจากประเทศไทย⁴⁷

ด้านการขยายพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนในประเทศกัมพูชาพบว่า ในปี พ.ศ. 2561 ทุเรียนในจังหวัดกำปงจามมีการขยายพื้นที่เพิ่มขึ้นถึง 950 ไร่ และมีการขยายพื้นที่เพาะปลูกบางส่วนในบริเวณ Koh Kong และ Ratanakiri⁴⁸ ในส่วนของปี พ.ศ. 2562 ประเทศกัมพูชาขยายพื้นที่เพาะปลูกในบริเวณพื้นที่ระหว่างจังหวัดกำปอตและกำปงจามคือบริเวณจังหวัด Kep and Battambang⁴⁹ รวมทั้งการขยายพื้นที่เพาะปลูกอีก 2,500 ไร่

⁴⁴ ดร.วรชาติ ดุลยเสถียร แสดงความคิดเห็นใน การระดมความคิดเห็นครั้งที่ 1 โครงการการศึกษาผลกระทบของการขยายกิจการของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ:ภาวะคุกคาม โอกาส และความยั่งยืนของระบบธุรกิจผลไม้ไทย 2563

⁴⁵ Khmer Times. (15 May 2019). Durian yields to decrease. Retrieved from <https://www.khmertimeskh.com/50604154/durian-yields-to-decrease>

⁴⁶ Khmer Times. (21 May 2018). Durians lovers rejoice: harvesting season is upon us. Retrieved from <https://www.khmertimeskh.com/491623/durian-lovers-rejoice-harvesting-season-is-upon-us/>

⁴⁷ MGR Online (3 มิถุนายน 2561). ทุเรียนหมอนทองเกาะกงได้ราคาดี ชาวสวนเขมรสุดแฮปปี้ปีนี้ได้จับเงิน 2 ล้าน. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/indochina/detail/9610000054975>

⁴⁸ Ministry of Agriculture อ้างอิงใน <https://www.khmertimeskh.com/491623/durian-lovers-rejoice-harvesting-season-is-upon-us/>

⁴⁹ อ้างแล้วใน Durian yields to decrease

ในพื้นที่เขต Chamkar Leu และ Stung Trang ของจังหวัดกำปงจาม นั้นแสดงว่าในช่วงปี พ.ศ. 2561 ถึงปี พ.ศ. 2562 จังหวัดกำปงจามขยายพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนมากถึง 3,450 ไร่

สำหรับศักยภาพของพื้นที่เพาะปลูก พบว่าในช่วงปี พ.ศ. 2561 ผลผลิตเฉลี่ยต่อเฮกตาร์อยู่ที่ประมาณ 9.3 ตันต่อเฮกตาร์ หรือประมาณ 1.5 ตันต่อไร่⁵⁰ แต่สถานการณ์ในปี พ.ศ. 2562 กลับพบว่าทุเรียนกัมพูชาปริมาณลดลงจากเดิม เนื่องด้วยสภาพอากาศที่ร้อนทำให้ส่งผลกระทบต่อผลผลิตของทุเรียน⁵¹

สถานการณ์การส่งออกและนำเข้าทุเรียนของประเทศกัมพูชา

จากการสัมภาษณ์ Hean ngon ผู้อำนวยการหน่วยงานภาครัฐด้านเกษตรของ Kampot กล่าวว่า ในปี พ.ศ. 2562 ราคาทุเรียนของปีนี้อยู่ที่ 5.5- 6.25 ดอลลาร์สหรัฐต่อกิโลกรัม หรือประมาณ 165-187.5 บาทต่อกิโลกรัม⁵² ซึ่งสูงกว่าปี พ.ศ. 2561 ถึงร้อยละ 2 (135-150 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งราคานี้อ้างอิงจากราคาขายที่ในตัวเมืองพนมเปญ และอาจสูงถึง 155 บาทต่อกิโลกรัม⁵³) เนื่องจากในปี พ.ศ. 2562 ประสบปัญหาอากาศร้อน ส่งผลให้ผลผลิตมีน้อย ทั้งนี้ทางด้าน Sun Thavareak ผู้อำนวยการหน่วยงานด้านเกษตรของ Kampong Cham ได้ยืนยันถึงข้อมูลดังกล่าวด้วยว่าราคาทุเรียนของประเทศกัมพูชาจะสูงถึง 187.5 บาทต่อกิโลกรัม ในปี พ.ศ. 2562

สำหรับการส่งออกทุเรียนของประเทศกัมพูชา ในปี พ.ศ. 2561 มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 8.1 ล้านบาท ซึ่งลดลงจากปี พ.ศ. 2560 ถึงร้อยละ 35.7 ทั้งนี้ Amru Rice นักธุรกิจชาวกัมพูชา ได้เพาะปลูกทุเรียนบริเวณ mondulkiri (Dak Dam) เป็นพื้นที่ 100 เฮกตาร์ ในปี พ.ศ. 2561 และในปีอีก 5 ปีข้างหน้า ซึ่งเป็นช่วงที่ผลผลิตออก จะทำการส่งออกผลผลิตดังกล่าวไปยังประเทศจีน⁵⁴ นั้นแสดงให้เห็นว่าการขยายพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนในกัมพูชาเป็นการเพิ่มผลผลิตเพื่อส่งออกทุเรียนไปจำหน่ายยังประเทศจีน

ด้านการนำเข้าทุเรียนของกัมพูชา กัมพูชาถือเป็นประเทศที่มีการนำเข้าทุเรียนมากกว่าส่งออก เนื่องจากความต้องการบริโภคของคนในประเทศ เมื่อพิจารณา ในปี พ.ศ. 2561 ประเทศกัมพูชามีมูลค่าการนำเข้าทุเรียนประมาณ 13.12 ล้านบาท ลดลงจากปี พ.ศ. 2560 ถึงร้อยละ 2.9 โดยประเทศที่กัมพูชานำเข้าทุเรียนจากประเทศไทยและเวียดนาม สาเหตุที่มีการนำเข้าลดลงอาจเกิดจากการมีผลผลิตในประเทศเพิ่มขึ้น จากการขยายพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเกิดเหตุการณ์ที่มีการนำเข้าทุเรียนจากประเทศไทยและเวียดนามราคาถูกลงหรือตกเกรด (คุณภาพต่ำ) ส่งผลให้เกิดการทำลายภาพพจน์ทุเรียน

⁵⁰ อ้างแล้วใน Durains lovers rejoice: harvesting season is upon us

⁵¹ Hean Ngon อ้างอิงใน Durian yields to decrease

⁵² อัตราแลกเปลี่ยน 30 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ

⁵³ สัมภาษณ์เกษตรกรชาวกัมพูชา อ้างอิงใน ทุเรียนหมอนทองเกาะกงได้ราคาดี ชาวสวนเขมรสุดแฮปปี้ปีนี้ได้จับเงิน 2 ล้าน.

⁵⁴ Khmer Times. (10 September 2018). Amru Rice considers durian production. Retrieved from <https://www.khmertimeskh.com/531857/amru-rice-considers-durian-production/>

Kampot ของประเทศกัมพูชา เนื่องจากเกิดเหตุการณ์ทุเรียนที่มีคุณภาพต่ำปะปนกับ ทุเรียน Kampot นอกจากการทำลายภาพพจน์แล้วยังส่งผลต่อราคาทุเรียนในพื้นที่ตกต่ำและราคาไม่คงที่⁵⁵



รูปที่ 3-65 ส่วนแบ่งทางการตลาดของทุเรียนจากประเทศกัมพูชา

ที่มา: TRIDGE สืบค้นจาก <https://www.tridge.com/>

3.7.6 สถานการณ์การเพาะปลูกและการจำหน่ายทุเรียนในประเทศมาเลเซีย

การเพาะปลูกและสายพันธุ์ทุเรียนในมาเลเซีย

ประเทศมาเลเซียเป็นหนึ่งในประเทศที่มีการส่งออกทุเรียนเช่นเดียวกับประเทศไทย โดยมาเลเซียมีพื้นที่เพาะปลูกผลไม้ทั้งหมดจำนวน 194,329 เฮกเตอร์ (ประมาณ 1.2 ล้านไร่) และมีพื้นที่ให้ผลผลิต 143,676 เฮกเตอร์ (897,976 ไร่) ทุเรียนถือเป็นผลไม้ที่มีพื้นที่เพาะปลูกหรือเก็บเกี่ยวผลผลิตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36 รองลงมาเป็น กล้วย เงาะ แดงโม และสับปะรด ข้อมูลจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ระบุว่าในปี พ.ศ. 2560 มาเลเซียมีพื้นที่ปลูกทุเรียนซึ่งให้ผลแล้วทั้งสิ้น 319,053 ไร่ จากพื้นที่ปลูกทั้งหมด 441,298.75 ไร่ ในปี พ.ศ. 2558 มีผลผลิตทั้งสิ้น 368,270.7 ตัน หากเปรียบเทียบกับประเทศไทย พบว่าประเทศมาเลเซียมีพื้นที่ปลูกน้อยกว่าไทยครึ่งหนึ่ง⁵⁶ อย่างไรก็ตามแม้ว่ามาเลเซียจะมีพื้นที่ปลูกและผลผลิตน้อยกว่าไทย แต่มาเลเซียมีจุดเด่นที่สายพันธุ์ทุเรียนที่ได้รับการยอมรับในระดับเกรดพรีเมียม คือ ทุเรียนพันธุ์มูซานคิง ที่กำลังเป็นที่นิยมและได้รับความสนใจจากผู้บริโภค

⁵⁵ Khmer Times. (19 May 2017). Kampot durian fakes raise a stink. Retrieved from <https://www.khmertimeskh.com/13670/kampot-durian-fakes-raise-a-stink/>

⁵⁶ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ (2560). ข้อมูลการผลิตและการตลาดทุเรียนในมาเลเซีย. สืบค้นจาก https://www.ditp.go.th/contents_attach/226581/226581.pdf

ด้วยสภาพทางภูมิศาสตร์ทำให้ทุเรียนจากมาเลเซียมีสายพันธุ์ที่หลากหลาย ตั้งแต่เนื้อสีเหลืองทองไปจนถึงสีแดง รัฐที่มีผลผลิตทุเรียนมาก ได้แก่ รัฐปะหัง ยะโฮร์ กลันตัน เปรัก ซาบาห์ และซาราวัก ผลผลิตต่อไร่อยู่ที่ 1.152 ตัน⁵⁷ แสดงในรูปที่ 3-66 ทุเรียนมาเลเซียจะใช้รหัสว่า "D" เช่น มูซานคิง (D197) หนามดา (D200) มีเนื้อสีน้ำตาล หมอนทอง (D159) ชะนี (D123) และ มูซานควีน (D160) เป็นต้น ผลผลิตมาเลเซียออกในช่วงเดือน พฤษภาคมถึงสิงหาคม ของทุกปี



รูปที่ 3-66 สายพันธุ์ทุเรียนและบริเวณเพาะปลูกในมาเลเซีย

ที่มา : สืบค้นจาก <https://newleaf.com.my/malaysia-durians-musang-king/>

ภาครัฐของมาเลเซีย โดยกรมการเกษตร (Department of Agriculture) ภายใต้กระทรวงการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ให้ความสำคัญกับการรักษาและพัฒนาพันธุ์ทุเรียนท้องถิ่น โดยได้เริ่มจดทะเบียนทุเรียนสายพันธุ์ต่าง ๆ มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2477 จนในปัจจุบันมีพันธุ์ทุเรียนที่ได้จดทะเบียนไว้แล้ว 199 สายพันธุ์ สายพันธุ์ที่เป็นที่นิยมที่สุด คือ มูซานคิง (D197) ซึ่งได้ขึ้นทะเบียนไว้เมื่อปี พ.ศ. 2536 การปกป้องความ

⁵⁷ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

หลากหลายพันธุ์พืชมีกฎหมายรองรับชัดเจนภายใต้ Protection of New Plant Varieties Malaysia Act 2004 (PNPV Act 2004) ซึ่งมีผลบังคับใช้ในปี พ.ศ. 2551 นอกจากนี้มาเลเซียยังมีหน่วยงาน MARDI ทำหน้าที่วิจัยและพัฒนาปรับปรุงพันธุ์เพื่อให้ได้ผลผลิตสูง ออกผลเร็ว และมีความเป็นไปได้ในทางเศรษฐกิจ รวมทั้งแนะนำสายพันธุ์ทุเรียนที่เหมาะสมสำหรับปลูกในแต่ละพื้นที่ ทั้งนี้สายพันธุ์ทุเรียนที่มีการส่งเสริมในเชิงพาณิชย์มีจำนวน 10 สายพันธุ์⁵⁸ นอกจากนี้ยังพบว่ามีบางพื้นที่ที่โค่นสวนยาง โค่นปาล์มน้ำมัน และหันมาปลูกทุเรียนมากขึ้น โดยเฉพาะพันธุ์มูฮานคิง⁵⁹

พฤติกรรมการบริโภคทุเรียนในมาเลเซีย

ทุเรียนถือเป็นผลไม้ที่ชาวมาเลเซียให้ความนิยมในการบริโภคเป็นอันดับ 2 รองจากมะพร้าว โดยมีปริมาณการบริโภคเฉลี่ยต่อคนต่อปี 11.2 กิโลกรัม ชาวมาเลเซียนิยมบริโภคทุเรียนที่แตกต่างจากไทย โดยชอบทุเรียนที่แก่จัดหรือสุกงอม บางครั้งพบว่าสุกงอมจนมีรสขม ทุเรียนพันธุ์พื้นเมืองพันธุ์หนึ่งมีชื่อว่า “runtuh” หรือรุนดุษ แปลว่า หล่น ในภาษามลายู จึงสื่อได้ถึงวิธีรับประทานทุเรียนของคนท้องถิ่น ทุเรียนมาเลเซียที่จำหน่ายในท้องตลาดจะมีเนื้อเหลว มีรสชาติเข้มข้น และมีกลิ่นรุนแรง และไม่นิยมทุเรียนของไทยที่ค่อนข้างห่ามหรือมีเนื้อแข็ง⁶⁰

ราคาทุเรียนที่จำหน่ายในมาเลเซีย

ข้อมูลจาก Durian Global Market Report รายงานราคาทุเรียนสายพันธุ์ที่นิยมจำหน่ายในร้านค้าท้องถิ่นของมาเลเซียจำแนกตามสายพันธุ์ แสดงดังตารางที่ 3-24

⁵⁸ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ (2560)

⁵⁹ ธนาคารกรุงเทพ. (28 พฤษภาคม 2562). ทุเรียนไทยอาจเสียแชมป์ส่งออกในมาเลเซีย. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbanksme.com/en/durian-export>

⁶⁰ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ (2560)

ตารางที่ 3-24 ราคาทุเรียนที่จำหน่ายในมาเลเซีย จำแนกตามสายพันธุ์

ชื่อสายพันธุ์	ชื่อเรียกอื่น ๆ	ประเทศ ต้นกำเนิด	รหัส	ราคา (บาท/กิโลกรัม)
Musang King	Mau Shan Wang, Raja Kunyit, Cat Mountain King, Civet Cat King	Malaysia	D197	600-750
Sultan	Bukit Merah	Malaysia	D24	360-450
Golden Phoenix	Jin Feng	Malaysia	-	300-450
Red Prawn	Hong Xia, Ang Hei, Ang Heh	Malaysia	-	180-360
Green Bamboo	Tek Kah, Zhu Jiao, Qing Zhu, Buluh Bawa	Malaysia	D160	180-360
D101	-	Malaysia	D101	180-240
D13	-	Malaysia	D13	180-240
Monthong	Golden Pillow	Thailand	D159	120-150
Kan Yau	Kan Yao, Gaan Yaow, Gan Yau, Gaanyao	Thailand	D158	120-150
Cha Nee	Gibbon	Thailand	D123	90-150

หมายเหตุ อัตราแลกเปลี่ยน 30 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ

ที่มา : Durian Harvest

คุณภาพและมาตรฐานการผลิตทุเรียน

● สินค้าเกษตรทั้งหมดทั้งที่เป็นสินค้าจำหน่ายภายในประเทศ สินค้านำเข้า และสินค้าส่งออก จะต้องปฏิบัติตามระเบียบเกี่ยวกับการคัดเกรด การบรรจุภัณฑ์ และการติดฉลาก ที่เรียกว่า GPL Regulations หรือ Grading, Packaging and Labelling of Agricultural Produce 2008 ของหน่วยงานกลางด้านการส่งเสริมการตลาดสินค้าเกษตรของมาเลเซีย (Federal Agricultural Marketing Authority: FAMA) ดังนั้น ทั้งผู้นำเข้า ผู้ส่งออก ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีก จะต้องปฏิบัติตามระเบียบนี้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

- สำหรับการส่งออกทุเรียนไปยังตลาดจีน หน่วยงาน FAMA ของมาเลเซียมีโครงการส่งเสริมการตลาดและควบคุมคุณภาพมาตรฐานสินค้าทุเรียนแช่แข็งที่ส่งออกไปยังตลาดจีนโดยเฉพาะ ซึ่งริเริ่มขึ้น ในปี พ.ศ. 2551 กระทั่งในปี พ.ศ. 2554 หน่วยงาน General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the People's Republic of China (AQSIQ) ของจีนได้อนุญาตให้มาเลเซีย ส่งออกเนื้อทุเรียนแช่แข็ง (frozen durian pulp) สายพันธุ์มูซังคิง หรือทุเรียนสายพันธุ์ D24 และ D197 ไปยังตลาดจีนได้ เนื้อทุเรียนแช่แข็งที่ส่งออกไปยังตลาดจีนจะต้องผลิตจากสวนที่ขึ้นทะเบียนกับ Department of Agriculture (DoA) รวมทั้งได้รับการรับรอง Good Agriculture Practices (GAP) จาก DoA และมีใบรับรองภายใต้ Malaysia Farm Accreditation Scheme (SALM) นอกจากนี้ กระบวนการผลิตในโรงงาน จะต้องได้มาตรฐาน Good Manufacturing Practice (GMP) และเป็นโรงงานที่ได้รับการรับรองจาก AQSIQ ด้วยเหตุนี้ ทุเรียนแช่แข็งของมาเลเซียจึงสามารถขยายการส่งออกสู่ตลาดจีนได้และเป็นที่ยอมรับในตลาด ทั้งนี้ในบางช่วงที่สภาพอากาศไม่เหมาะสม ผลผลิตของมาเลเซียมีปริมาณไม่เพียงพอต่อการส่งออก จึงจำเป็นต้องมีการนำเข้าจากไทย

- ศูนย์แปรรูปทุเรียนที่ได้รับการรับรองมีทั้งที่เป็นหน่วยงานรัฐและเอกชน โดยกระจายอยู่ในรัฐที่มีผลผลิตมาก ประกอบด้วยโรงงานแปรรูปของ FAMA เองอยู่ที่รัฐปะลัและปะหัง บริษัท Top Fruit Sdn Bhd ที่รัฐยะโฮร์ บริษัท Hernan Corporation Sdn Bhd อยู่ที่ยานสบูังรัฐสลังงอร์ และบริษัท ARTM Services Sdn Bhd อยู่ที่มะละกา⁶¹

นโยบายการค้าทุเรียนของมาเลเซีย

ประเทศมาเลเซียเป็นประเทศตัวอย่างที่น่าสนใจในการจัดการทุเรียนทั้งระบบ โดยเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนในมาเลเซียแบ่งออกเป็นเกษตรกรอิสระและเกษตรกรรายย่อย ที่ทำการเกษตรแบบพันธสัญญากับรัฐบาล โดยผ่านทางหน่วยงานหลักคือ FAMA (Federal Agricultural Marketing Authority) ทำหน้าที่ส่งเสริมการตลาดสินค้าเกษตรโดยเฉพาะ อยู่ภายใต้กำกับของกระทรวงเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร โดยดูแลการตลาดทั้งภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ เป็นผู้ซื้อ หาดตลาด ให้คำแนะนำ จัดการบรรจุภัณฑ์ ปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้กับเกษตรกรรายย่อย ซึ่งในสัญญาระหว่าง FAMA กับเกษตรกรรายย่อยประกอบด้วยข้อตกลงว่า

1. สัญญาต้องดำเนินการก่อนฤดูปลูก
2. ระยะเวลาของสัญญาขึ้นกับความสมัครใจของเกษตรกร
3. ปริมาณในการซื้อขายขึ้นกับเกษตรกรว่าจะขายใครก็ได้ ไม่จำเป็นต้องเป็น FAMA
4. คุณภาพให้เป็นไปตามมาตรฐานของผู้ค้าส่ง

⁶¹ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ (2560)

5. ถ้าขายให้กับ FAMA ราคาประกันไว้ที่สูงกว่าต้นทุนการผลิตร้อยละ 5-10

6. ระหว่างสัญญา FAMA ให้การสนับสนุนตะกร้า การขนส่งจากสวนไปแหล่งรวบรวมทุเรียน ศูนย์รวบรวม ราคาตลาด และการอบรม ร้านขายของ FAMA ห้างสมัยใหม่ของเอกชนที่อยู่ในเครือของ FAMA และทำการส่งออกในต่างประเทศ อย่างไรก็ตามกลุ่มเกษตรกรที่ไม่ได้ทำพันธสัญญาก็สามารถนำทุเรียนมาขายที่ FAMA ได้เช่นกัน⁶²

สำหรับการค้าทุเรียนระหว่างมาเลเซียและจีน ประเทศมาเลเซียถือว่าเป็นประเทศที่มีโอกาสทางการค้าทุเรียนกับประเทศจีนค่อนข้างสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศมาเลเซียมีการสร้างรถไฟความเร็วสูงจากเมืองโกตาบารูยาวจนถึงเมืองตรังกานู ซึ่งจุดสำคัญในการสร้างรถไฟความเร็วสูงสายนี้ คือ มีการเชื่อมกับเมือง Port Klang ซึ่งมีท่าเรือที่สามารถขนส่งสินค้าผลผลิตต่าง ๆ จากประเทศมาเลเซียไปยังประเทศจีนได้โดยใช้ระยะเวลาประมาณ 4 วัน โดยเส้นทางนี้ผ่านรัฐปะหัง ซึ่งเป็นแหล่งสำคัญในการปลูกทุเรียน ในอนาคตประเทศไทยอาจมีโอกาสได้ร่วมมือกับประเทศมาเลเซียในการขนส่งทุเรียนทางเรือไปยังประเทศจีนโดยใช้ระบบ Cold Chain แต่ทั้งนี้ประเทศมาเลเซียมีจุดอ่อนสำคัญที่ไม่สามารถสู้ประเทศไทยได้ คือ เรื่องการขนส่งทุเรียนทางบก⁶³

การส่งเสริมตลาดทุเรียนของมาเลเซีย

การส่งออกทุเรียนจากมาเลเซียได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่จากรัฐบาลซึ่งเป็นหนึ่งในแผนพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรของภาครัฐ The National Agro-Food policy (พ.ศ. 2554-2563) ที่สำคัญ คือ การให้อุตสาหกรรมเกษตรเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศและเพิ่มมูลค่าการค้าของประเทศที่ซึ่งมาเลเซียติดลบมาตลอด แผนนี้เห็นได้ชัดเมื่อปี พ.ศ. 2554 ที่มาเลเซียเริ่มรื้อตลาดทุเรียนในจีน

ในส่วนของการตลาด มาเลเซียทำแผนการตลาดเชิงรุก โดยการติดต่อผู้นำเข้าท้องถิ่นเพื่อนำเสนอทุเรียนโดยตรง ยังมีตามสื่อโฆษณาต่าง ๆ เพื่อเสนอภาพลักษณ์ที่ดีของทุเรียนจากมาเลเซีย จากการสำรวจมีบางห้างสรรพสินค้า โดยเฉพาะห้างสรรพสินค้าระดับกลางขึ้นไป จะมีส่วนที่จัดแสดงเพื่อโปรโมททุเรียนจากมาเลเซียโดยเฉพาะ และยังมีร้านผลิตภัณฑ์แปรรูปจากทุเรียนมาเลเซีย ทั้งไอศกรีม ขนมหวาน ซึ่งเป็นการตลาด People to People โดยอาศัยการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคท้องถิ่น แต่การค้าทุเรียนของไทยมีข้อได้เปรียบมากกว่ามาเลเซียในเรื่องการสร้าง kepercayaanถือในตลาดท้องถิ่นมาอย่างยาวนาน ผู้บริโภคยังคงนิยมทุเรียนหมอนทองมากกว่า ด้วยรสชาติที่ลูกปอกและขนาดพูที่ใหญ่⁶⁴ ดังแสดงในตารางที่ 3-25

⁶² รศ.ดร.อัทธ์ พิศาลวานิช. (7 มิถุนายน 2562). ทุเรียนอาเซียนกับอนาคตทุเรียนไทย. สถาบันคลังสมองของชาติ ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)

⁶³ ความคิดเห็น : ดร.วรชาติ ดุลยเสถียร จากงาน Focus Group

⁶⁴ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ ชองกง. (2559). รายงานการวิเคราะห์ทุเรียนไทยและมาเลเซียในตลาดฮ่องกง. สืบค้นจาก https://www.ditp.go.th/contents_attach/149369/149369.pdf

ตารางที่ 3-25 เปรียบเทียบทุเรียนไทยและทุเรียนมาเลเซีย

ข้อเปรียบเทียบ	ทุเรียนไทย	ทุเรียนมาเลเซีย
คุณภาพ	สีเหลืองทอง และพูใหญ่	เนื้อนุ่มและรสชาติแรงกว่า
ราคา	ถูกกว่ามากเมื่อเทียบกับมาเลเซีย	ราคาสูง
ช่วงเวลาการผลิต	สามารถเก็บเกี่ยวได้ในเวลาอันสั้น และ ส่งออกได้รวดเร็ว	มีข้อจำกัดในการเก็บเกี่ยว
ส่วนแบ่งตลาด	ยังคงสถานะครองตลาดด้วยการส่งออก กว่าร้อยละ 95	กลุ่มตลาดกำลังซื้อสูง
แผนการตลาด	ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในท้องถิ่น	แผนการตลาดเชิงรุก

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ ฮองกง (2559) ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

โดยสรุปแล้วด้วยราคาที่สูงขึ้นเมื่อเทียบกับทุเรียนไทย ทำให้ทุเรียนจากมาเลเซียจะทำการตลาดในห้างสรรพสินค้าระดับที่สูงกว่า ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อ โดยราคาของทุเรียนมุขานคิงที่จำหน่ายในประเทศจีนมีราคาสูงถึงประมาณ 3,742 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งเป็นราคาที่สูงกว่าทุเรียนหมองทองของไทยที่จำหน่ายในประเทศจีนในปี 2560 ถึง 12 เท่า โดยราคาทุเรียนหมองทองของไทยจำหน่ายที่ราคา 291 บาทต่อกิโลกรัม⁶⁵

ผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของมาเลเซีย

การแปรรูปผลิตภัณฑ์ทุเรียนของมาเลเซียมีความหลากหลายมาก โดยมีสินค้าสำหรับผู้บริโภคชั้นสุดท้าย เช่น ไอศกรีมทุเรียน ทุเรียนแช่แข็ง โมจิไส้ทุเรียน กาแฟรสทุเรียน ช็อกโกแลตไส้ทุเรียน ขนมเปียะ/บิสกิต/คุกกี้รสทุเรียน กาละแม และยังมีสินค้าแปรรูปขั้นต้นเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตอาหารและธุรกิจบริการด้านอาหารอีกด้วย มาเลเซียมีร้านจำหน่ายสินค้าเบเกอรี่ที่ทำจากทุเรียนโดยเฉพาะ โดยมีผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองรสนิยมการบริโภคของคนรุ่นใหม่ เช่น ทาร์ตทุเรียน เค้กไส้ทุเรียนและครีมสด เค้กชีฟพอนรสทุเรียน แอแคลร์ไส้ครีมรสทุเรียน เป็นต้น⁶⁶ แสดงในรูปที่ 3-67

⁶⁵ Durian Global Market Report (2017)

⁶⁶ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ (2560)



รูปที่ 3-67 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของมาเลเซีย

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ

3.8 ลำดับความสำคัญของปัจจัยกำหนดอนาคตทุเรียนไทย

ในที่ประชุมระดมความคิดเห็นที่จัดขึ้นที่จังหวัดจันทบุรี เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562 โดยผู้เข้าร่วมประชุมประกอบด้วยผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมทุเรียนไทยและภาคเกษตรไทย ได้แก่ เกษตรกร ผู้ประกอบการ และเจ้าหน้าที่รัฐ คณะผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลแนวโน้มปัจจัยกำหนดอนาคตทุเรียนไทยทั้ง 6 ปัจจัย และได้สอบถามความเห็นของผู้เข้าร่วมประชุมเกี่ยวกับระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยต่ออนาคตทุเรียนไทยและโอกาสที่แต่ละปัจจัยจะสร้างปัญหาให้กับอนาคตทุเรียนไทยในระยะยาว โดยแบ่งความคิดเห็นออกเป็น 3 ระดับ คือ มาก (คะแนน = 3) ปานกลาง (คะแนน = 2) และต่ำ (คะแนน = 1) ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม สามารถสรุปได้ ดังนี้⁶⁷

⁶⁷ รายละเอียดการสำรวจข้อมูลภาคสนามได้จากรายงานแผนงานวิจัย “การศึกษาผลกระทบของการขยายกิจการของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ: ภาวะคุกคาม โอกาส และความยั่งยืนของระบบธุรกิจผลไม้ไทย” 2563.

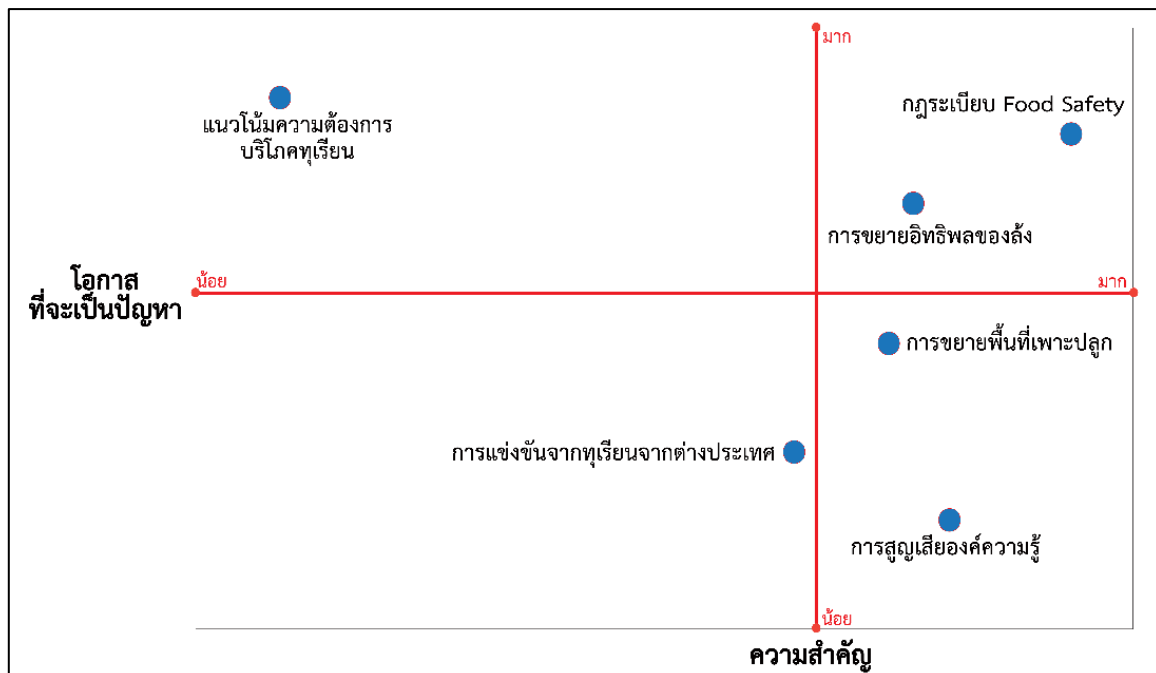
ตารางที่ 3-26 สรุปความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุมระดมความคิดเห็น

ปัจจัยกำหนดอนาคตทุเรียนไทย	ความสำคัญ	โอกาสที่จะสร้างปัญหา
แนวโน้มความต้องการบริโภคทุเรียน	1.88	0.53
การแข่งขันจากทุเรียนต่างประเทศ	1.29	1.29
กฎระเบียบ Food Safety	1.82	1.71
การขยายอิทธิพลของล้ง	1.71	1.47
การขยายพื้นที่เพาะปลูก	1.47	1.44
การสูญเสียองค์ความรู้	1.18	1.53

ที่มา: คณะผู้วิจัย

ปัจจัยที่ผู้เข้าร่วมประชุมเห็นว่ามีมีความสำคัญ 3 อันดับแรก คือ แนวโน้มความต้องการบริโภคทุเรียน กฎระเบียบ Food Safety และการขยายอิทธิพลของล้ง ส่วนปัจจัยที่มีแนวโน้มที่จะสร้างปัญหากับอนาคตทุเรียนไทย 3 อันดับแรก คือ กฎระเบียบ Food Safety การขยายอิทธิพลของล้ง และการขยายพื้นที่เพาะปลูก

เมื่อนำความคิดเห็นทั้ง 3 มิติมาพิจารณาร่วมกันด้วยการวิเคราะห์ค่าคู่อันดับ (Quadrant Analysis) จะได้ผลลัพธ์ ดังแสดงในรูปที่ 3-68



รูปที่ 3-68 การวิเคราะห์ Quadrant Analysis ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม

ที่มา: คณะผู้วิจัย

ปัจจัยที่ต้องให้ความสนใจ คือ กลุ่มปัจจัยที่อยู่ใน Quadrant ด้านมุมขวาบนของรูปที่ 3-68 ซึ่งเป็นกลุ่มปัจจัยที่มีทั้งระดับความสำคัญและโอกาสที่จะก่อให้เกิดปัญหาในระดับสูง โดยปัจจัย 3 อันดับแรกในกลุ่มนี้ตามผลการวิเคราะห์ในรูปที่ 3-68 ประกอบด้วย กฎระเบียบ Food Safety การขยายอิทธิพลของล้ง และการขยายพื้นที่เพาะปลูก

อนึ่ง ถึงแม้แนวโน้มความต้องการบริโภคทุเรียนจะมีความสำคัญสูงมาก แต่ผู้เข้าร่วมประชุมเห็นว่าความต้องการบริโภคทุเรียนยังมีแนวโน้มขยายตัวได้ต่อเนื่อง ไม่น่าจะเป็นปัจจัยที่สร้างปัญหาให้กับอนาคตทุเรียนไทย

3.9 ภาพอนาคต (Scenarios) ของอุตสาหกรรมทุเรียนไทย

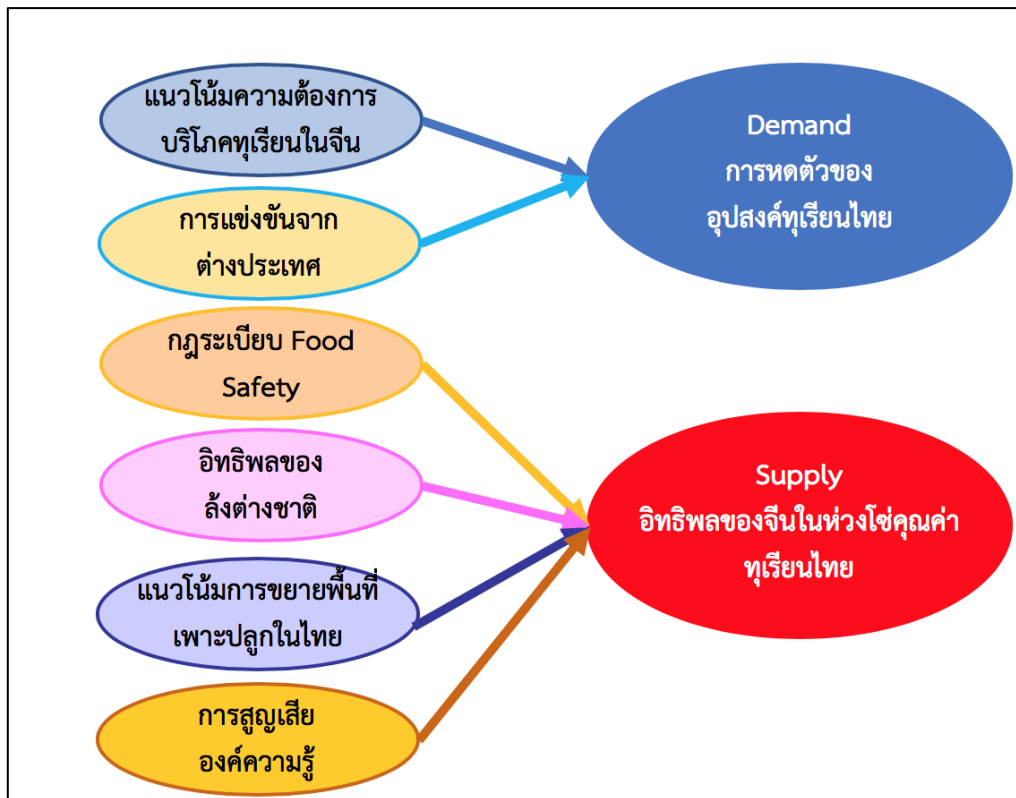
เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยสำคัญที่ชี้ชะตาอนาคตทุเรียนไทยทั้ง 6 ประเภทที่นำเสนอข้างต้น จะพบว่าความเป็นไปของสถานการณ์ทุเรียนไทยในอนาคตที่อาจจะถูกกระทบจากปัจจัยทั้ง 6 นั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 มิติหลักของการเปลี่ยนแปลง ดังแสดงในรูปที่ 3-69

มิติที่ 1 เป็นภัยคุกคามที่อาจส่งผลให้เกิดการหดตัวของอุปสงค์หรือความต้องการบริโภคทุเรียนไทยในตลาดจีน ซึ่งเป็นผลจาก

- การเปลี่ยนแปลงของรสนิยมและความต้องการบริโภคทุเรียนของผู้บริโภคจีน
- การแข่งขันจากทุเรียนที่ปลูกในต่างประเทศ ที่น่าจะขยายตัวมากขึ้น

มิติที่ 2 เป็นภัยคุกคามด้านอุปทานที่เกื้อหนุนให้ผู้ประกอบการต่างชาติสามารถขยายอิทธิพลเข้าครอบงำการค้าทุเรียนในไทยได้มากขึ้น อันเป็นผลจาก

- กฎระเบียบด้านความปลอดภัยของอาหารที่เข้มงวดกับการนำเข้าทุเรียนไทยเข้าไปในตลาดจีนมากขึ้น ทำให้ไทยต้องพึ่งผู้นำเข้าฝั่งจีนมากขึ้น เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาในการนำเข้าทุเรียนผ่านด่านนำเข้าของรัฐบาลจีน
- ผู้ประกอบการจีนสามารถเบียดขับผู้ประกอบการไทยซึ่งเป็นคู่แข่งออกไปได้มากขึ้น รวมถึงใช้ความสามารถทางธุรกิจในการแสวงหาช่องทางในการทำธุรกิจและขยายธุรกิจของตนให้มีสัดส่วนทางการตลาดสูงขึ้น
- การขยายการเพาะปลูกแบบขาดการควบคุม ทำให้ได้ผลผลิตที่ด้อยคุณภาพ อันสร้างอำนาจการต่อรองให้กับผู้ค้าจีนในการกดราคารับซื้อผลผลิต
- การสูญเสียองค์ความรู้ด้านการเพาะปลูกไปให้กับผู้ประกอบการจีน สร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการจีนขยายอิทธิพลเข้ามาในส่วนของการปลูกได้



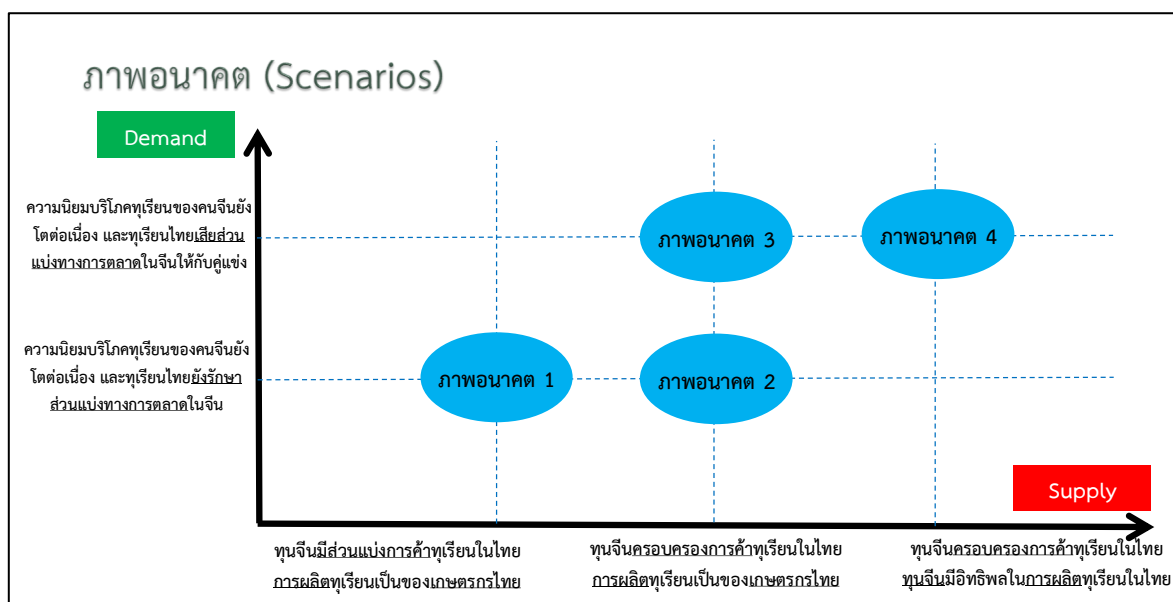
รูปที่ 3-69 ความเป็นไปของสถานการณ์ทุเรียนไทยในอนาคต
ที่มา: คณะผู้วิจัย

ในการสร้างภาพอนาคต ได้แบ่งระดับความเข้มข้นที่ของปรากฏการณ์ที่มีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นใน 2 มิติข้างต้น โดยแต่ละมิติจะมีระดับความเข้มข้น ดังนี้

- **การหดตัวของความต้องการบริโภคทุเรียนในจีน** มี 2 ระดับความเข้มข้น
 - การหดตัวในระดับต่ำ : ความนิยมบริโภคทุเรียนของคนจีนยังโตอย่างต่อเนื่อง และทุเรียนไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาดในประเทศจีนค่อนข้างสูง ทุเรียนจากชาติอื่นยังมาทดแทนไม่ได้มากนัก
 - การหดตัวในระดับสูง : ความนิยมบริโภคทุเรียนของคนจีนยังโตต่อเนื่อง และทุเรียนไทยเสียส่วนแบ่งทางการตลาดอย่างมีนัยสำคัญ ให้กับทั้งทุเรียนของประเทศเพื่อนบ้านและทุเรียนที่ปลูกในประเทศจีน
- **การขยายอิทธิพลผู้ประกอบการจีนในระบบการค้าทุเรียนในไทย** มี 3 ระดับความเข้มข้น
 - การขยายอิทธิพลในระดับต่ำ : ชาวจีนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในห่วงโซ่อุปทานทุเรียนไทย โดยมีสถานภาพ คือ เป็นเจ้าของความต้องการบริโภค และเป็นผู้ควบคุมการนำเข้าทุเรียนไทยไปจีน โดยชาวจีนทำหน้าที่เป็นโรงคัดบรรจุ และส่งออก แต่ยังมีผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุและส่งออกที่เป็นชาวไทยอยู่ส่วนหนึ่ง ส่วนการผลิตทุเรียนเป็นของเกษตรกรไทย

- **การขยายอิทธิพลในระดับกลาง** : ชาวจีนนอกจากมีสถานภาพเป็นต้นทางของความต้องการบริโภค พืชจีนยังเข้ามามีส่วนแบ่งการค้าทุเรียนในไทยเกือบสมบูรณ์ คือเป็นผู้ควบคุมการนำเข้าทุเรียนไทยไปจีน เป็นผู้รวบรวมผลผลิต โรงคัดบรรจุ และส่งออก โดยมีผู้ประกอบการชาวไทยเป็นลูกจ้างในแต่ละกิจกรรม ส่วนการผลิตทุเรียนส่วนใหญ่ยังเป็นของเกษตรกรไทย
- **การขยายอิทธิพลในระดับสูง** : ชาวจีนเข้ามามีอิทธิพลในโซ่อุปทานทุเรียนไทยอย่างครบวงจร ทั้งในด้านความต้องการบริโภค อำนาจการค้าในโซ่อุปทาน และเข้ามามีอิทธิพลในด้านการผลิตทุเรียนไทยด้วย เช่น การเข้ามาเช่าหรือซื้อสวน โดยส่วนใหญ่เป็นส่วนของเกษตรกรรายย่อยที่ไม่มีทายาทรับช่วงการดำเนินการต่อ หรือเป็นส่วนเกษตรกรใหม่ที่ได้รับการจัดสรร เพื่อขยายพื้นที่เพาะปลูก

ภาพอนาคตถูกสร้างจากการผสมผสานระดับความเข้มข้นที่ต่างกันของแนวโน้มการเกิดเหตุการณ์ทั้ง 2 มิติ จนเป็นภาพอนาคต (Scenarios) ของสถานการณ์ทุเรียนไทยได้ 4 ภาพ ดังแสดงในรูปที่ 3-70



รูปที่ 3-70 ภาพอนาคต (Scenarios) ของสถานการณ์ทุเรียนไทย

ที่มา: คณะผู้วิจัย

ภาพอนาคต 1: เสมอตัว เป็นภาพที่สะท้อนเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ณ สถานะปัจจุบัน (Status Quo) ของธุรกิจทุเรียนไทย ซึ่งพอจะสรุปได้ดังนี้

“ความชื่นชอบทุเรียนหอมทองของไทยแท้ของชาวจีนไม่ว่าทั้งจีนรุ่นเก่าและจีนรุ่นใหม่ไม่มีตก สามารถขยายตัวในอัตราที่สูงไปอีกอย่างน้อย 20 ปี หอมทองไทยจึงไม่กลัวทั้งมุขานคิง หอมทองเวียดนาม ทุเรียนกำปอต ฯลฯ ที่จะเข้ามาแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดในประเทศจีน ด้วยความนิยมหอมทองไทยนี้ ผู้ประกอบการชาวจีนที่เห็นโอกาสทางธุรกิจจึงเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในโซ่อุปทานทุเรียนไทย มีพื้นที่ยึดครองแค่บางส่วน of โซ่มูลค่านี้ โดยทำหน้าที่ควบคุมการนำเข้าหอมทองไทย คัดบรรจุและส่งออกตามมาตรฐาน

GAP+GMP กระจายส่งขายไปยังมณฑลต่าง ๆ ของประเทศจีน ขยายตัวไปยังมณฑลซึ่งอยู่ห่างไกลและยังไม่ได้ลิ้มรสหมอนทองไทยที่มีคุณภาพตามมาตรฐานที่จีนกำหนด ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการชาวไทยยังทำหน้าที่รวบรวมผลผลิตจากในสวน สูโรงคัดบรรจุและส่งออก เส้นทางธุรกิจยังไปได้ต่อถึงแม้ว่าจะถูกเบียดไปบ้างในเชิงผลต่างของกำไร ชาวสวนทุเรียนไทยซึ่งทำหน้าที่อย่างทุ่มเททั้งกายและใจในการบำรุงดูแลการติดดอก ออกผล และเก็บเกี่ยวทุเรียนแก่มาขายที่หน้าสวน พอใจที่มีทั้งล้งไทยและล้งจีนมากมายแข่งขันเสนอราคา ไม่ถูกผูกขาดราคาโดยล้งจีน ชาวสวนทุเรียนไทยยังได้ส่วนแบ่งของกำไรอยู่มาก ถึงแม้ว่าพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนหมอนทองไทยขยายตัวจนเกินศักยภาพของแหล่งน้ำที่เกษตรกรสามารถจัดการเองได้ แต่เนื่องด้วยเป็นนาที่ทองของทุเรียนไทย จึงคุ้มกับการลงทุนไปซื้อน้ำมาให้ทุเรียน”



รูปที่ 3-71 ภาพอนาคตที่ 1 เสมอตัว

ที่มา: คณะผู้วิจัย

ภาพอนาคต 2: คำท้าทาย เป็นสถานการณ์ที่ผู้ประกอบการจีนเริ่มจะขยายอิทธิพลทางการค้าไปมากขึ้นกว่าปัจจุบัน ซึ่งพอจะสรุปสาระสำคัญของสถานการณ์ได้ดังนี้

“ความชื่นชอบทุเรียนหมอนทองไทยแท้ของชาวจีนไม่ว่าทั้งจีนรุ่นเก่าและจีนรุ่นใหม่ไม่มีตก สามารถขยายตัวในอัตราที่สูงไปอีกอย่างน้อย 20 ปี หมอนทองไทยจึงไม่กลัวทั้งมุขานคิง หมอนทองเวียดนาม ทุเรียนกำปอต ฯลฯ ที่จะเข้ามาแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดในประเทศจีน เพราะมีการขยายตัวความนิยมในการบริโภคไปยังมณฑลต่าง ๆ ซึ่งอยู่ห่างไกลและยังไม่ได้ลิ้มรสหมอนทองไทยที่มีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด มีการนำเทคโนโลยีและดำเนินการตามมาตรการที่จีนบังคับใช้กับผลไม้ที่นำเข้า คือ ระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) อย่างเต็มรูปแบบ ครอบคลุมตั้งแต่ การรับวัตถุดิบ การปลูก การเก็บจากสวน คัดแยกเกรด การเก็บรักษา การขนส่ง และการจำหน่าย ด้วยความนิยมหมอนทองไทยนี้ผู้ประกอบการชาวจีน

ที่เห็นโอกาสทางธุรกิจสูงจึงเข้ามาครอบครองโซ่มูลค่าทุเรียนไทยโดยเกือบสมบูรณ์ ทั้งทำหน้าที่ควบคุมการนำเข้าหมอนทองไทย รวบรวมผลผลิตจากในสวน สุโรงคัดบรรจุและส่งออก การเข้ามาประกอบธุรกิจของล้งจีนมีทั้งเข้ามาแบบถูกกฎหมายจดทะเบียนเป็นธุรกิจร่วมทุน หรือแบบผิดกฎหมาย ในลักษณะเข้ามาเป็นบุคคลธรรมดาแต่แอบทำธุรกิจ หรือลักษณะใช้นอมินีคนไทยในการทำธุรกิจอำพราง รายได้และกำไรที่เกิดจากการประกอบธุรกิจของโรงคัดบรรจุที่เป็นการร่วมทุนกับต่างชาติไม่ได้ตกอยู่ในประเทศไทย แต่ทว่าอำนาจในการผลิตก็ยังเป็นของชาวสวนทุเรียนไทยซึ่งทำหน้าที่อย่างทุ่มเททั้งกายและใจในการบำรุงดูแลการติดดอก ออกผล และเก็บเกี่ยวทุเรียนแก่มาขายที่หน้าสวน พอใจที่มีล้งจีนมากมายและล้งไทยรายใหญ่ที่อาจจะยังพอมีกำลังอยู่บ้าง ถึงแม้ชาวสวนทุเรียนไทยจะหวั่น ๆ การเกิดภาวะการผูกขาดอยู่บ้างแต่ก็ไม่เป็นไร เรายังขายทุเรียนไทยไปจีนได้”



รูปที่ 3-72 ภาพอนาคตที่ 2 คำหดยาย

ที่มา: คณะผู้วิจัย

ภาพอนาคต 3: คำหดยาย ตลาดหด นอกจากอิทธิพลของผู้ประกอบการจีนจะมากขึ้นในตลาดการค้าทุเรียนในประเทศไทยแล้ว ทุเรียนไทยยังต้องเผชิญการแข่งขันจากทุเรียนชาติอื่นในตลาดจีนอีกด้วย ดังนี้

“ความชื่นชอบทุเรียนของชาวจีนไม่ว่าทั้งจีนรุ่นเก่าและจีนรุ่นใหม่ไม่มีตก มีการขยายตัวความนิยมในการบริโภคไปยังมณฑลต่าง ๆ อย่างทั่วถึงในจีน แต่ทว่าไม่ได้มีแค่หมอนทองไทยที่ถูกปากถูกใจ ทั้งมุขานคิง หมอนทองเวียดนาม ทุเรียนกำปอต ฯลฯ เข้ามาแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดในจีนที่หมอนทองไทยเคยครองส่วนแบ่งไว้ กลยุทธ์ทางการตลาดของหมอนทองไทยวิ่งตามไม่ทันกับการสร้างแบรนด์ของมุขานคิงซึ่งเป็นที่ยอมรับในประเทศจีนและมีราคาสูงกว่าหมอนทองไทย มีการนำเทคโนโลยีและดำเนินการตามมาตรการที่จีนบังคับใช้กับ

ผลไม้ที่นำเข้า คือ ระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) อย่างเต็มรูปแบบ ครอบคลุมตั้งแต่ การรับวัตถุดิบ การปลูก การเก็บจากสวน คัดแยกเกรด การเก็บรักษา การขนส่ง และการจำหน่าย ด้วยความนิยมบริโภคทุเรียนของคนจีนที่โตอย่างต่อเนื่องนี้เอง ผู้ประกอบการชาวจีนที่เห็นโอกาสทางธุรกิจสูงจึงเข้ามาครอบครองโซ่มูลค่าทุเรียนไทยเกือบสมบูรณ์ ทั้งทำหน้าที่ควบคุมการนำเข้าหมอนทองไทย รวบรวมผลผลิตจากในสวน สูโรงคัดบรรจุและส่งออก โดยมีผู้ประกอบการไทยเป็นลูกมือทุกกิจกรรมในห่วงโซ่ รายได้และกำไรที่เกิดจากการเข้ามาประกอบธุรกิจของล้งจีนไม่ได้ตกอยู่ในประเทศไทย แต่ทว่าอำนาจในการผลิตก็ยังเป็นของชาวสวนทุเรียนไทยซึ่งทำหน้าที่อย่างทุ่มเททั้งกายและใจในการบำรุงดูแลการติดดอก ออกผล และเก็บเกี่ยวทุเรียนแก่มาขายที่หน้าสวน พอใจที่มีล้งจีนมากมายซึ่งมีสัดส่วนสูงจํานวนมากกว่าล้งไทยรายใหญ่ที่กำลังอ่อนแรงลงจนต้องยอมมาเป็นคู่ค้าของล้งจีน ชาวสวนทุเรียนไทยหัวไหนในทุกฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลผลิตหมอนทองไทยจะได้ราคาขายหน้าสวนมากน้อยเท่าไร ถึงแม้ว่าถ้าเกิดภาวะการผูกขาดทางราคา เราก็คงต้องขายทุเรียนไทยไปจีน”



รูปที่ 3-73 ภาพอนาคตที่ 3 คำหยา ตลาดหด

ที่มา: คณะผู้วิจัย

ภาพอนาคต 4: ฟองสบู่แตก เป็นสถานการณ์ที่วิกฤตที่สุด เป็นสถานการณ์ที่ชาวสวนไทยและผู้ประกอบการไทย เริ่มสูญเสียอิทธิพลเกือบทั้งหมดในห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจทุเรียนไทย ซึ่งสามารถบรรยายสรุปได้ ดังนี้

“ความชื่นชอบทุเรียนของชาวจีนไม่ว่าทั้งจีนรุ่นเก่าและจีนรุ่นใหม่ไม่มีตก มีการขยายตัวความนิยมในการบริโภคไปยังมณฑลต่าง ๆ อย่างทั่วถึงในจีน แต่ทว่าไม่ได้มีแค่หมอนทองไทยที่ถูกปากถูกใจ ทั้งมุขานคิงที่ตอนนี้อนุญาตนำเข้าจีนในรูปผลสด หมอนทองเวียดนาม ทุเรียนกำปอต ฯลฯ หรือแม้กระทั่งนักลงทุนจีนได้นำ

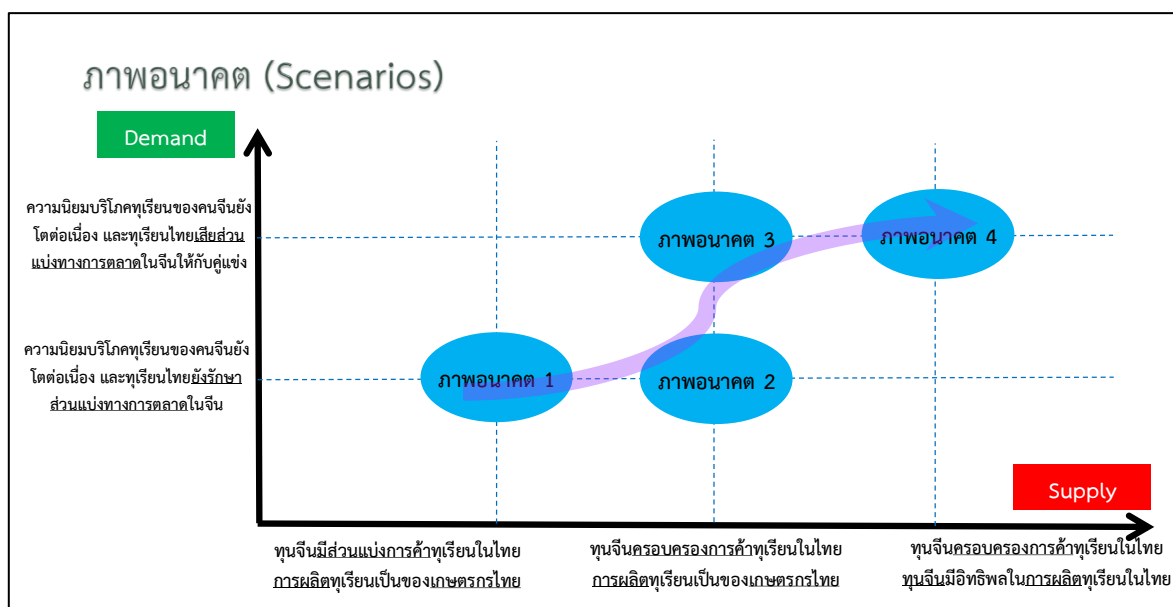
ความรู้ในการปลูกทุเรียนจากสถาบันวิจัยผลไม้เมืองร้อนที่ทดลองที่เกาะไหหลำไปขยายพื้นที่ปลูกทั้งในประเทศจีนเองหรือประเทศอื่น ๆ ทุเรียนเหล่านี้เข้ามาแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดในจีนที่หมอนทองไทยเคยครองส่วนแบ่งไว้ กลยุทธ์ทางการตลาดของหมอนทองไทยวิ่งตามไม่ทันกับการสร้างแบรนด์ของชุมชนคิง มีการนำเทคโนโลยีและดำเนินการตามมาตรการที่จีนบังคับใช้กับผลไม้ที่นำเข้า คือ ระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) อย่างเต็มรูปแบบ ครอบคลุมตั้งแต่ การรับวัตถุดิบ การปลูก การเก็บจากสวน คัดแยกเกรด การเก็บรักษา การขนส่ง และการจำหน่าย ด้วยความนิยมบริโภคทุเรียนของคนจีนที่โตอย่างต่อเนื่องนี้เอง ผู้ประกอบการชาวจีนที่เห็นโอกาสทางธุรกิจสูงจึงใช้ทุกช่องทางเข้ามามีอิทธิพลในห่วงโซ่อุปทานทุเรียนไทยอย่างครบวงจร ทั้งทำหน้าที่ควบคุมการนำเข้าหมอนทองไทย รวบรวมผลผลิตจากในสวน สูโรงคัดบรรจุและส่งออก โดยมีผู้ประกอบการไทยเป็นลูกมือทุกกิจกรรมในห่วงโซ่ รายได้และกำไรที่เกิดจากการเข้ามาประกอบธุรกิจของล้งจีนไม่ได้ตกอยู่ในประเทศไทย นอกเหนือจากการขยายอิทธิพลของนักลงทุนจีนทางการค้าในห่วงโซ่อุปทานทุเรียนไทยโดยเกือบสมบูรณ์แล้ว ข้ำร้ายกว่านั้นยังเข้ามามีอิทธิพลในส่วนการผลิตทุเรียนไทย เช่น การเข้ามาเช่าหรือซื้อสวน โดยเป็นสวนของเกษตรกรรายย่อยที่ไม่มีทายาทรับช่วงต่อ หรือสวนเกษตรกรใหม่ที่ได้รับการจัดสรรเพื่อขยายพื้นที่เพาะปลูก ด้วยการเป็นเจ้าของสวนทุเรียนจึงทำให้ทุนจีนครอบงำห่วงโซ่การปลูกและการค้าทุเรียนทั้งที่ขายในประเทศและที่ส่งออกไปต่างประเทศได้เบ็ดเสร็จสมบูรณ์”



รูปที่ 3-74 ภาพอนาคตที่ 4 ฟองสบู่แตก
ที่มา: คณะผู้วิจัย

เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอนาคตอาจเปลี่ยนไปตามภาพอนาคตทั้ง 4 ภาพตามลำดับเวลาดังนี้ โดยเริ่มจากสถานะปัจจุบันตามภาพอนาคต 1 เมื่อเวลาผ่านไปในระยะแรก ผู้ประกอบการจีนจะขยายขอบเขตการค้าของตน จนสามารถเบียดขับผู้ประกอบการไทยเกือบทั้งหมดออกจากตลาดทุเรียน เกิดเป็นภาพอนาคต 2

ในระยะต่อมา การทดลองปลูกทุเรียนและการขยายการเพาะปลูกทุเรียนในต่างประเทศเริ่มประสบความสำเร็จ ได้ผลผลิตที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคในจีน ทุเรียนที่รัฐบาลจีนอนุญาตให้นำเข้าได้จากประเทศต่าง ๆ จึงเริ่มเข้าไปแย่งส่วนแบ่งการตลาดในตลาดจีนจากทุเรียนไทย เกิดเป็นภาพอนาคต 3 และในที่สุดทุนจีนก็เริ่มสะสมองค์ความรู้ในการเพาะปลูกทุเรียนจนได้คุณภาพและรสชาติที่ดีตามความต้องการของตลาด ก็เริ่มเข้ามาลงทุนทำสวนทุเรียนในไทย จนเกิดเป็นภาพอนาคตที่ 4 ดังแสดงในรูปที่ 3-75



รูปที่ 3-75 ภาพอนาคตทั้ง 4 ภาพตามลำดับเวลา
ที่มา: คณะผู้วิจัย

ในการประชุมระดมความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมทุเรียนไทย ประกอบด้วยทั้งเกษตรกรและผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐ เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562 คณะผู้ศึกษาได้มีโอกาสนำเสนอภาพอนาคตที่ได้วางกรอบไว้ตามที่นำเสนอข้างต้น และได้ตั้งประเด็นคำถาม เพื่อขอทราบความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมประชุม ดังนี้

“ถ้าไม่มีการแทรกแซงมาตรการอะไรเลย

ใน 5 ปีข้างหน้า ภาพอนาคตใดมีโอกาสเกิดมากที่สุด

ใน 10 ปีข้างหน้า ภาพอนาคตใดมีโอกาสเกิดมากที่สุด

ใน 20 ปีข้างหน้า ภาพอนาคตใดมีโอกาสเกิดมากที่สุด”

ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม พอสรุปได้ ดังนี้

ภาพอนาคตใน 5 ปีข้างหน้า ลังไทยมีศักยภาพในการแข่งขันลดลงจากเดิมมาก อาจถูกล้างเงินเบียดขับออกจากตลาด เกิดเป็นภาพอนาคตที่ 2

ภาพอนาคตใน 10 ปีข้างหน้า ความพยายามทดลองปลูกทุเรียนที่มีรสชาติและคุณภาพดีในต่างประเทศเริ่มออกดอกออกผล การจำหน่ายทุเรียนไทยในจีนเริ่มเผชิญการแข่งขันจากทุเรียนต่างประเทศที่สูงขึ้น

ภาพอนาคตใน 20 ปีข้างหน้า เกิดเป็นภาพอนาคตที่ 3 การจำหน่ายทุเรียนไทยในตลาดจีนเผชิญการแข่งขันที่เข้มข้นจากทุเรียนต่างประเทศ ในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการจีนสามารถยึดครองการค้าทุเรียนในตลาดไทยได้เกือบทั้งหมด ถ้าไม่มีการบริหารจัดการที่ดี อาจเกิดการผูกขาดการค้าโดยการแทรกแซงตลาดจากผู้นำเข้าทุเรียนรายใหญ่ในฝั่งจีน

เป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้เข้าร่วมประชุมเกือบทั้งหมดยังมีความหวังว่า ชาวสวนไทยยังน่าจะสามารถรับมือกับการขยายอิทธิพลทุนจีนไม่ให้เข้ามามีส่วนแบ่งที่มีนัยสำคัญในกิจกรรมการเพาะปลูกทุเรียนไทย

บทที่ 4

การวิเคราะห์ผลกระทบระยะยาว

บทนี้นำเสนอการประเมินผลกระทบระยะยาว อันเป็นผลจากการขยายกิจการของโรงคัดบรรจุต่างชาติและการขยายการเพาะปลูกทุเรียนตามอิทธิพลการค้าที่ขยายตัวขึ้น โดยการนำเสนอเริ่มด้วยการอภิปรายถึงเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals, SDGs) ซึ่งเสนอโดยสหประชาชาติ การศึกษานี้ นำเป้าหมายดังกล่าวมาใช้เป็นกรอบในการประเมินผลกระทบในระยะยาว หลังจากนั้นจะเป็นการประเมินแนวโน้มของผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในระยะยาว ภายใต้แต่ละเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนของธุรกิจทุเรียนไทย

4.1 เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals, SDGs)

ในการประชุมองค์การสหประชาชาติที่นครนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2543 ซึ่งมีประเทศทั่วโลกเข้าประชุมกว่า 180 ประเทศ ที่ประชุมได้ตระหนักถึงภัยที่เกิดจากการพัฒนาในด้านอุตสาหกรรม วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี ในช่วง 4 ทศวรรษที่ผ่านมา ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบและความเสียหายต่อทรัพยากรโลกเป็นอย่างมาก จึงเห็นพ้องต้องกันในการตั้งเป้าหมายการพัฒนาทั้งในระดับชาติและระดับสากลที่ทุกประเทศจะดำเนินการผลักดันร่วมกันให้ได้ภายในปี พ.ศ. 2558 โดยเป้าหมายดังกล่าวเรียกว่า เป้าหมายการพัฒนาแห่งสหัสวรรษ หรือ Millennium Development Goals (MDGs) อันประกอบด้วย 8 เป้าหมายหลัก คือ

- (1) ขจัดความยากจนและความหิวโหย
- (2) ให้เด็กทุกคนได้รับการศึกษาระดับประถมศึกษา
- (3) ส่งเสริมความเท่าเทียมกันทางเพศและบทบาทสตรี
- (4) ลดอัตราการตายของเด็ก
- (5) พัฒนาสุขภาพของสตรีมีครรภ์
- (6) ต่อสู้กับโรคเอดส์ มาลาเรีย และโรคสำคัญอื่น ๆ
- (7) รักษาและจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
- (8) ส่งเสริมการเป็นหุ้นส่วนเพื่อการพัฒนาในประชาคมโลก

เมื่อถึงปี พ.ศ. 2558 เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องของการพัฒนา องค์การสหประชาชาติจึงได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาขึ้นใหม่ ภายใต้กรอบความคิดที่บูรณาการการพัฒนาทั้งในมิติ (Dimensions) ของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อย่างเชื่อมโยงกัน เรียกว่า เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goals (SDGs) ซึ่งจะใช้เป็นทิศทางการพัฒนาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ปี พ.ศ. 2558 ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2573 ครอบคลุมระยะเวลา 15 ปี โดยประกอบไปด้วย 17 เป้าหมาย อันประกอบด้วย

- (1) การขจัดความยากจนในทุกรูปแบบทุกที่

- (2) ความมั่นคงทางอาหาร โภชนาการ และการทำเกษตรกรรมอย่างยั่งยืน
- (3) หลักประกันให้คนมีชีวิตที่มีคุณภาพ และสุขภาวะที่ดีของคนทุกเพศทุกวัย
- (4) หลักประกันให้การศึกษาที่มีคุณภาพอย่างเท่าเทียมและครอบคลุม และโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิตสำหรับทุกคน
- (5) ความเท่าเทียมระหว่างเพศ และความเข้มแข็งให้แกสตรีและเด็กหญิง
- (6) หลักประกันให้มีน้ำใช้ และการบริหารจัดการน้ำและการสุขาภิบาลอย่างยั่งยืนสำหรับทุกคน
- (7) หลักประกันให้ทุกคนสามารถเข้าถึงพลังงานสมัยใหม่ในราคาที่ย่อมเยาและยั่งยืน
- (8) การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน และครอบคลุม และการจ้างงานเต็มอัตรา และงานที่มีคุณค่าสำหรับทุกคน
- (9) โครงสร้างพื้นฐานที่มีความต้านทานและยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง การพัฒนาอุตสาหกรรมที่ครอบคลุมและยั่งยืน และนวัตกรรม
- (10) การลดความไม่เท่าเทียมทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ
- (11) เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความปลอดภัย ความต้านทานและยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างครอบคลุมและยั่งยืน
- (12) หลักประกันให้มีแบบแผนการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน
- (13) สถานะการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบ
- (14) การใช้มหาสมุทร ทะเล และทรัพยากรทางทะเลอื่น ๆ อย่างยั่งยืนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
- (15) การใช้ระบบนิเวศบนบกอย่างยั่งยืน ป่าไม้ที่ยั่งยืน การเสื่อมโทรมของดินและฟื้นฟูสภาพดินและหยุดยั้งการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ
- (16) สังคมที่สงบสุขและครอบคลุมสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืน การเข้าถึงความยุติธรรมสำหรับทุกคน และสถาบันที่มีประสิทธิภาพ มีความรับผิดชอบและมีความครอบคลุมในทุกระดับ
- (17) ความแข็งแกร่งของกลไกการดำเนินงานและฟื้นฟูหุ้นส่วนความร่วมมือระดับโลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

ซึ่งสามารถจำแนกออกได้เป็น 5 กลุ่ม¹ ประกอบด้วย:

- กลุ่ม People ที่ว่าด้วยเรื่องคุณภาพชีวิตของผู้คน (เป้าหมายที่ 1, 2, 3, 4 และ 5)
- กลุ่ม Prosperity ที่ว่าด้วยเรื่องความเจริญทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนและครอบคลุม (เป้าหมายที่ 7, 8, 9, 10 และ 11)
- กลุ่ม Planet ที่ว่าด้วยเรื่องทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (เป้าหมาย 6, 12, 13, 14 และ 15)

¹ ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์ (ERTC). โครงการวิจัยและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDG Move). สืบค้นจาก <https://www.sdgmove.com/>

- กลุ่ม Peace ที่ว่าด้วยเรื่อง สันติภาพ สถาบันที่เข้มแข็ง และความยุติธรรม (เป้าหมาย 16)
- กลุ่ม Partnership ที่ว่าด้วยเรื่องการเป็นหุ้นส่วนเพื่อการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (เป้าหมาย 17)



รูปที่ 4-1 หลัก 5 P's ของการพัฒนาที่ยั่งยืน

ที่มา: สืบค้นจาก <https://globalgoals-yearbook.org/about/>

หลักการการพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การรักษาความสามารถในการคงทนของระบบและกระบวนการต่าง ๆ ในทุกมิติ โดยคำนึงถึงทุกภาคส่วน ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง ภายใต้การพัฒนาที่ต้องเชื่อมสัมพันธ์กันและสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้รัฐบาลไทยได้รับเอาเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นกรอบในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ โดยได้ตั้งคณะกรรมการเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (กพย.) มีนายกรัฐมนตรี เป็นประธาน เป็นคณะกรรมการหลักในการขับเคลื่อนการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน มีคณะอนุกรรมการอยู่ภายใต้ กพย. 3 คณะ ประกอบด้วย 1) อนุกรรมการขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 2) อนุกรรมการส่งเสริมความเข้าใจและประเมินผลการพัฒนาที่ยั่งยืนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และ 3) อนุกรรมการพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืน ภายใต้คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน มีคณะทำงานย่อยอีก 3 คณะทำงาน คือ คณะทำงานที่ 1 รับผิดชอบการบูรณาการการดำเนินงานและจัดลำดับความสำคัญในการขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน คณะทำงานที่ 2 รับผิดชอบการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน และ คณะทำงานที่ 3 ปรับปรุงกลไกมาตรการด้านเศรษฐศาสตร์ สังคมและกฎหมาย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน²

² อ้างแล้วใน ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์ (ERTC). โครงการวิจัยและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDG Move).

4.2 การประเมินผลกระทบระยะยาว

เนื่องจากการศึกษานี้ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนในระยะยาวของอุตสาหกรรมทุเรียนไทย จึงได้นำ “เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน” ของสหประชาชาติ เป็นกรอบในการประเมินผลกระทบ เพื่อพิจารณาถึงผลกระทบจากการขยายอิทธิพลของผู้ประกอบการจีนที่มีต่อเป้าหมายระยะยาวในการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศไทย

เมื่อพิจารณาจากบริบทของธุรกิจทุเรียนไทย จะมีเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนที่เกี่ยวข้องโดยตรงอยู่ 6 เป้าหมาย ซึ่งครอบคลุมการพัฒนาทั้งในมิติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนี้

เป้าหมายด้านสังคมและด้านเศรษฐกิจ

- เป้าหมายที่ 8 : การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน และครอบคลุม และการจ้างงานเต็มอัตรา และงานที่มีคุณค่าสำหรับทุกคน
- เป้าหมายที่ 9 : โครงสร้างพื้นฐานที่มีความต้านทานและยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง การพัฒนาอุตสาหกรรมที่ครอบคลุมและยั่งยืน และนวัตกรรม
- เป้าหมายที่ 10 : การลดความไม่เท่าเทียมทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ
- เป้าหมายที่ 12 : หลักประกันให้มีแบบแผนการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน

เป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม

- เป้าหมายที่ 6 : หลักประกันให้มีน้ำใช้ และการบริหารจัดการน้ำและการสุขาภิบาลอย่างยั่งยืน สำหรับทุกคน
- เป้าหมายที่ 15 : การใช้ระบบนิเวศบนบกอย่างยั่งยืน ป่าไม้ที่ยั่งยืน การเสื่อมโทรมของดินและพื้นที่พุ่มสภาพดินและหยุดยั้งการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ

การวิเคราะห์จะพิจารณาผลกระทบทั้งในด้านบวก (ถ้ามี) และด้านลบ (ถ้ามี) และแบ่งผู้ที่ได้รับผลกระทบออกเป็น 3 กลุ่มเป้าหมาย คือ เกษตรกรไทย ผู้ประกอบการไทย และสังคมไทย อีกทั้งการวิเคราะห์ผลกระทบยังได้ชี้ให้เห็นถึงเงื่อนไขและสถานการณ์แวดล้อมอุตสาหกรรมทุเรียนไทยที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เป็นปัจจัยที่กำหนดทิศทางและระดับความรุนแรงของผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในระยะยาวได้

4.2.1 ผลการวิเคราะห์ผลกระทบภายใต้แต่ละเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

4.2.1.1 เป้าหมายที่ 6: หลักประกันให้มีน้ำใช้ และการบริหารจัดการน้ำและการสุขาภิบาลอย่างยั่งยืน สำหรับทุกคน

- เป้าหมายในบริบทความยั่งยืนของอุตสาหกรรมทุเรียนไทย

ผลกระทบต่อการจัดการน้ำ การป้องกันและฟื้นฟูระบบนิเวศที่เกี่ยวข้องกับน้ำ อันเกิดจากแนวโน้มการขยายพื้นที่การเพาะปลูกทุเรียนเพิ่มมากขึ้นในประเทศไทย

- ผลกระทบด้านลบ

เมื่อพิจารณาในประเด็นของการบริหารจัดการน้ำ แนวโน้มการขยายพื้นที่การเพาะปลูกทุเรียนเพิ่มมากขึ้น จะส่งผลกระทบเฉพาะในด้านลบ ดังนี้

ผลกระทบต่อเกษตรกร

เมื่อพื้นที่เพาะปลูกเพิ่มมากขึ้น ย่อมส่งผลให้มีความต้องการใช้น้ำเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะช่วงระยะวิกฤตของทุเรียน คือ ช่วงออกดอกติดผล ไม่สามารถขาดน้ำได้ ซึ่งเป็นช่วงเวลาเดียวกับช่วงผลกระทบฤดูแล้ง จาก การคำนวณในฤดูแล้งต้องมีการจัดเตรียมหาน้ำประมาณ 1,300 ลูกบาศก์เมตรต่อไร่ หรือเกษตรกรต้อง จัดเตรียมแหล่งน้ำเพื่อการเก็บกักน้ำในเชิงสัดส่วนพื้นที่ คือ พื้นที่ทุเรียน 10 ไร่ ควรมีพื้นที่สระน้ำ 1 ไร่ เกษตรกรจึงต้องจัดเตรียมหาแหล่งเก็บกักน้ำและระบบการกระจายน้ำเพิ่มขึ้นในอนาคต ซึ่งเป็นการเพิ่มต้นทุน การผลิตให้กับเกษตรกร และยังมีความเสี่ยงสูงต่อปัญหาการขาดแคลนน้ำอันเนื่องจากสภาพภูมิอากาศ เปลี่ยนแปลงในอนาคต จากการคาดการณ์การขยายพื้นที่ในบทที่ 3 พบว่าหากปล่อยให้การขยายพื้นที่ เพาะปลูกในอนาคตเพิ่มตามปริมาณความต้องการบริโภคในประเทศจีน โดยขาดการควบคุมและจำกัดอย่าง จริงจัง พื้นที่การเพาะปลูกทุเรียนกว่า 1 ล้านไร่ที่จะเพิ่มขึ้นในภาพรวมของประเทศ จะมีความต้องการใช้น้ำ เป็นปริมาณมากในภาวะวิกฤต (ช่วงทุเรียนออกดอกติดผลในฤดูแล้ง) ชาวสวนทุเรียนจะต้องเตรียมพื้นที่เก็บกัก น้ำอย่างน้อย 1 แสนไร่ ซึ่งในกรณีของภาคตะวันออกไม่สามารถพัฒนาแหล่งเก็บกักน้ำขนาดใหญ่ของพื้นที่ได้ เต็มศักยภาพ เนื่องจากอุปสรรคเชิงภูมิประเทศและการเป็นพื้นที่ในเขตป่าสงวน จากการลงพื้นที่สำรวจแหล่ง เก็บกักน้ำในจังหวัดจันทบุรี ชาวสวนทุเรียนที่อยู่ใกล้อ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่สามารถดึงน้ำมาใช้ได้โดยไม่ต้องลงทุน ระบบการกระจายน้ำจากอ่างเข้าสู่สวน แต่ชาวสวนส่วนใหญ่ที่มีพื้นที่เพาะปลูกอยู่นอกเขตชลประทานจะมีบ่อ น้ำขนาดเล็ก (แต่ลึก) ในแปลงของตนเอง ซึ่งเมื่อเกิดภาวะฝนทิ้งช่วงยาวนาน แหล่งน้ำที่มีอยู่ของชาวสวนจะไม่ เพียงพอทั้งแหล่งน้ำผิวดินและน้ำบาดาล ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่ผ่านมาจะเกิดภาวะนี้โดยเฉลี่ย 2 ปีต่อครั้ง เกษตรกรจะแก้ปัญหาวิกฤตนี้โดยการซื้อน้ำเป็นคันรถ (คันละ 600 บาท) มาให้ทุเรียน เพื่ออย่างน้อยรักษาดัน แม้วัวไม่ให้ตายแต่ผลผลิตจะไม่ได้ ซึ่งเอกชนผู้ให้บริการรถน้ำก็นำน้ำมาจากแหล่งน้ำธรรมชาติที่มีอยู่ในพื้นที่ ซึ่ง ต้องใช้น้ำในภาคส่วนอื่น ๆ ด้วย

ผลกระทบต่อสังคม

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพื้นที่เกษตรที่พึ่งพาน้ำฝนเป็นหลัก มีความเสี่ยงขาดแคลนน้ำที่อาจเกิดขึ้นจากสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงไป พื้นที่ป่าไม้ในกลุ่มน้ำชายฝั่งทะเลตะวันออกมีแนวโน้มลดลงและยังคงมีปัญหาการบุกรุกที่ป่าสงวน การขยายตัวของภาคบริการ ท่องเที่ยว และอุตสาหกรรม ที่เพิ่มสูงขึ้น จะส่งผลต่อความต้องการใช้น้ำในภาพรวม มีโอกาสที่จะเกิดปัญหาการขาดแคลนน้ำและการแย่งชิงน้ำระหว่างเพื่อการอุปโภคบริโภคและการใช้น้ำของสวนทุเรียนโดยเฉพาะในจังหวัดระยอง ซึ่งเป็นพื้นที่ตามนโยบายของรัฐบาลที่ผลักดันการพัฒนาโครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกหรือระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor, EEC)

บพเรียนในภาคตะวันออก เคยมีภัยแล้งครั้งใหญ่ในปี พ.ศ. 2548 ที่ฤดูฝนทิ้งช่วงเป็นเวลานานมาก หลายโรงงานในภาคอุตสาหกรรมต้องลดกำลังการผลิต และปัจจุบันนี้ ปี พ.ศ. 2563 กำลังเผชิญภัยแล้งต่อเนื่องมาจากปีที่แล้ว จึงเข้าสู่ภาวะแล้งเร็วกว่าปกติ (ตั้งแต่เดือนมกราคม) ภาคอุตสาหกรรมโดยเฉพาะโรงงานที่ตั้งอยู่ใน 2 พื้นที่หลักอย่างจังหวัดระยองและชลบุรี ซึ่งเป็นศูนย์รวมของโรงงานขนาดใหญ่ทั้งอุตสาหกรรมยานยนต์ ปิโตรเคมี โรงกลั่น และอุตสาหกรรมอื่น ๆ กระจุกตัวอยู่ในพื้นที่ดังกล่าวเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะโรงงานที่ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรม สวนอุตสาหกรรม และเขตอุตสาหกรรม มีความเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาความขัดแย้งระหว่างชาวสวนกับผู้ประกอบการ และจากข้อมูลในแผนแม่บทการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำกลุ่มน้ำชายฝั่งทะเลตะวันออก 20 ปี (พ.ศ. 2563 - 2580) ของสำนักงานทรัพยากรน้ำแห่งชาติ ได้ประเมินความต้องการใช้น้ำของกิจกรรมใช้น้ำต่าง ๆ พบว่า ในกลุ่มน้ำชายฝั่งทะเลตะวันออก ปี พ.ศ. 2560 มีปริมาณความต้องการใช้น้ำทั้งลุ่มน้ำ จำนวน 999.89 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อปี และในอนาคต 20 ปี (ปี พ.ศ. 2580) จะมีความต้องการน้ำเพิ่มขึ้นเป็น 1,862 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อปี ซึ่งจะเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่า ด้วยความต้องการน้ำที่เพิ่มมากขึ้นจากการขยายตัวของชุมชน อุตสาหกรรม และการท่องเที่ยว ประกอบกับความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ ทำให้การสร้างความมั่นคงของน้ำมีความยุ่งยากมากขึ้น ดังนั้นการจัดการด้านความต้องการเพื่อลดการใช้น้ำในทุกภาคส่วนจึงเป็นสิ่งจำเป็นมาก ซึ่งกำลังย้อนแย้งกับแนวโน้มที่ชาวสวนต้องการขยายพื้นที่การเพาะปลูก ปัจจุบันความสามารถในการเก็บกักน้ำของพื้นที่มีเพียงร้อยละ 10 มาตรการด้านการจัดหาแหล่งน้ำเพื่อเพิ่มศักยภาพของการเก็บกักน้ำด้วยการพัฒนาระบบผันน้ำและเชื่อมโยงน้ำทั้งพื้นที่เป็นสิ่งที่ทำได้ยากมากในเชิงภูมิประเทศของกลุ่มน้ำชายฝั่งตะวันออก

● เงื่อนไขที่จะช่วยลดผลกระทบทางลบ และ/หรือ เพิ่มผลกระทบทางบวก

ความสามารถในการบริหารจัดการการขยายการเพาะปลูกทุเรียน จำกัดการเพาะปลูกให้อยู่ภายในศักยภาพของแหล่งน้ำในพื้นที่และความสามารถในการจัดการได้ของเกษตรกร (ระดับแปลง) จำเป็นต้องมีการกำกับและควบคุมไม่ให้มีการขยายพื้นที่เพาะปลูกเกินศักยภาพของแหล่งน้ำ

4.2.1.2 เป้าหมายที่ 8: การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน และครอบคลุม และการจ้างงานเต็มอัตรา และงานที่มีคุณค่าสำหรับทุกคน

- เป้าหมายในบริบทความยั่งยืนของอุตสาหกรรมทุเรียนไทย

ผลกระทบต่อเศรษฐกิจและการมีงานที่มีคุณค่าของเกษตรกรไทย ผู้ประกอบการไทย และสังคมไทย

- ผลกระทบด้านบวก

ผลกระทบต่อเกษตรกร

การเข้ามาประกอบธุรกิจของต่างชาติได้สร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับทุเรียนไทยในการขยายการจำหน่ายเข้าไปในตลาดจีน ในระยะแรกเริ่มของการเข้ามาประกอบการ การดำเนินงานของต่างชาติได้กระตุ้นให้เกิดการขยายตัวของอุปสงค์ทุเรียน จึงช่วยเพิ่มรายได้เกษตรกรผ่านผลดีใน 2 ด้านพร้อมกัน คือ ทุเรียนที่เกษตรกรจำหน่ายมีปริมาณสูงขึ้นอย่างมาก ด้วยราคาขายที่สูงขึ้นพร้อมกันไปด้วย ทั้งนี้ ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกษตรกรได้รับจะมีความยั่งยืนหรือไม่ ขึ้นอยู่กับ 2 เงื่อนไขสำคัญ คือ

- 1) การค้าขายทุเรียนยังเป็นไปตามกลไกตลาดเสรี ไม่มีการผูกขาดการค้าและราคาขายผลผลิต จากข้อมูลที่สำรวจได้จากภาคสนาม³ ส่วนต่างกำไรที่เกษตรกรได้รับในปัจจุบันมีมูลค่าสูงมาก แต่ส่วนต่างกำไรนี้มีแนวโน้มจะลดลง ในด้านหนึ่ง ต้นทุนการปลูกทุเรียนมีแนวโน้มจะสูงขึ้น อันเป็นผลจากต้นทุนด้านแรงงาน รวมถึงความจำเป็นที่เกษตรกรต้องลงทุนในด้านเทคโนโลยีด้านการเพาะปลูกและเก็บเกี่ยว เพื่อทดแทนการขาดแคลนแรงงาน ในขณะที่ราคาขายผลผลิตหน้าสวนน่าจะลดลง เนื่องจากการแข่งขันจากผลผลิตทุเรียนที่เพาะปลูกในต่างประเทศ บวกกับการเพิ่มขึ้นของผลผลิตในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากอุปสงค์ทุเรียนในตลาดจีนที่น่าจะอยู่ในระดับที่สูงต่อไปได้อีกหลายปี ถึงแม้กระบวนการค้าขายทุเรียนไปจีนอยู่ในการครอบครองของผู้ประกอบการจีนเกือบทั้งหมด หากผู้ประกอบการจีนที่ประกอบการในไทย ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก แข่งขันกันทำธุรกิจอย่างเป็นอิสระเสรี ไม่ถูกกีดตันจากอำนาจผูกขาดทางการค้าทั้งจากผู้นำเข้ารายใหญ่ในประเทศจีนหรือจากนโยบายของรัฐบาลจีน การซื้อขายทุเรียนก็คงยังเป็นไปตามกลไกตลาดเสรี ก็น่าจะสามารถรักษาราคาขายผลผลิตทุเรียนให้อยู่ในระดับที่สูงเกินกว่าต้นทุน เกษตรกรยังน่าจะได้กำไรที่ดีจากผลผลิต ถึงแม้ส่วนต่างกำไรจะลดลงจากปัจจุบันบ้าง นอกจากนี้ หากสามารถต่อยอดพัฒนาสินค้าแปรรูปจากผลผลิตทุเรียนเพิ่มมูลค่าสินค้า นำเสนอให้กับตลาดและผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง เป็นการขยายโอกาสทางธุรกิจและรักษาความมั่นคงของธุรกิจ

³ ดูรายละเอียดการสำรวจข้อมูลภาคสนามได้จากรายงานแผนงานวิจัย “การศึกษาผลกระทบของการขยายกิจการของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ: ภาวะคุกคาม โอกาส และความยั่งยืนของระบบธุรกิจผลไม้ไทย” 2563.

- 2) เกษตรกรตั้งอยู่ในความไม่ประมาท มีระบบบริหารจัดการและรับมือกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับผลผลิตและการค้าในอนาคต เช่น การเก็บออมผลประโยชน์จากส่วนต่างกำไรที่ได้รับในช่วงปีแรก ๆ ที่ผลผลิตราคาพุ่งสูงขึ้น แล้วนำผลกำไรบางส่วนไปพัฒนาสวน หรือการขยายธุรกิจของตนในด้านต่าง ๆ เพื่อลดความเสี่ยงทางธุรกิจที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต โดยไม่ใช้จ่ายเกินตัวจนเป็นหนี้สินติดตัว แต่ถ้าเกษตรกรไม่ระวังตัว หลงยินดีกับรายได้ที่เพิ่มขึ้นมาก ใช้จ่ายอย่างไม่ระมัดระวัง ก่อหนี้สินเป็นจำนวนมาก เกิดเป็นความเสี่ยงขึ้นในอนาคต หากเกิดเหตุการณ์ที่ส่งผลให้ผลผลิตมีราคาตกต่ำ เช่น ปัญหาจากดินฟ้าอากาศ ปัญหาราคาตกต่ำเนื่องจากผลผลิตจากแหล่งอื่นที่ไม่ได้คุณภาพ ฤดูราคาผลผลิตโดยรวมลง เป็นต้น เกษตรกรที่มีหนี้สินเหล่านี้ อาจจำเป็นต้องขายสวนของตนออกไป เพื่อนำเงินไปชำระหนี้สินที่มีอยู่

ผลกระทบต่อผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการไทยที่อาจจะได้ประโยชน์จากการเข้ามาของล้งจีน เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ของไทยที่ยังมีขีดความสามารถในการค้ารักษาธุรกิจได้ อีกทั้งบางคนที่ไม่มีเครือข่ายธุรกิจที่ดีกับผู้ประกอบการจีนที่เป็นผู้นำเข้าทุเรียน ยังอาจได้ประโยชน์เพิ่มขึ้นจากปริมาณทุเรียนที่มีการส่งออกมากขึ้น แต่ในระยะยาวผู้ประกอบการรายใหญ่เหล่านี้ อาจถูกเบียดขับออกจากธุรกิจไปในที่สุด จากความต้องการขยายอิทธิพลทางการค้าของผู้ประกอบการจีน

ผลกระทบต่อสังคม

การขยายการจำหน่ายทุเรียนส่งออกปตลาดจีน ทำให้เม็ดเงินจากการค้าขายทุเรียนในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม เนื่องจากความหย่อนยานในการบังคับใช้กฎหมาย ทำให้ผู้ประกอบการจีนจำนวนหนึ่ง ไม่ได้จดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการอย่างถูกกฎหมายในไทย ปกปิดรายได้จากธุรกิจของตน จึงไม่ได้เสียภาษีให้กับรัฐบาลไทยตามที่ควรจะเป็น ส่งผลให้เกิดสังคมใต้รายได้หรือผลประโยชน์น้อยกว่าที่ควรจะเป็น อย่างไรก็ตาม รัฐบาลและอุตสาหกรรมทุเรียนเองก็ยังไม่มีการกำหนดแนวทางที่ชัดเจน ในการนำรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการขยายตัวของการส่งออกทุเรียนนั้น มายกระดับศักยภาพของเกษตรกรไทยและผู้ประกอบการไทยให้เกิดความยั่งยืน

● ผลกระทบด้านลบ

ผลกระทบต่อเกษตรกร

เกษตรกรจะได้รับผลกระทบทางลบหากราคาสินค้าผลผลิตตกต่ำ ดังเช่นเหตุการณ์ที่เคยเกิดขึ้นกับลำไยและยางพารามาก่อนหน้าแล้ว การตกต่ำของราคาผลผลิตหน้าสวนเกิดขึ้นจาก 3 สาเหตุหลัก

สาเหตุแรก เป็นเพราะปริมาณความต้องการบริโภคในตลาดจีนลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ในกรณีของลำไย รสนิยมการบริโภคลำไยเปลี่ยนไป คนจีนรุ่นใหม่ที่เป็นห่วงสุขภาพ มีการบริโภคลำไยน้อยลง ส่วนในกรณีของยางพารา จากการหดตัวของความต้องการรถยนต์ทั้งโลก ความต้องการใช้ยางพาราเพื่อนำไปเป็นวัตถุดิบเพื่อการผลิตยางรถยนต์ลดลง รวมถึงการแทรกตัวเข้ามาของยางสังเคราะห์

สาเหตุประการที่สอง ผู้ประกอบการจีนสามารถผูกขาดการค้า และกำกับทิศทางราคาของผลผลิตได้ มีอำนาจต่อรองสูงจนทำให้ราคาขายผลผลิตหน้าสวนตกต่ำ

สาเหตุที่สาม ผลผลิตที่ไม่ได้คุณภาพออกมาจำหน่ายเป็นปริมาณมาก จนทำให้ไม่สามารถควบคุมหรือรับประกันคุณภาพของทุเรียนไทยได้ ผู้ซื้อในจีนจึงใช้เป็นเหตุอ้างในการกดราคา โดยยกเหตุผลความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจ หากผลผลิตที่รับซื้อไปไม่ได้คุณภาพตามที่ผู้บริโภคต้องการ หรือผู้บริโภคเริ่มหันไปนิยมทุเรียนของต่างชาติที่มีการเพาะปลูกและส่งไปจำหน่ายในจีนมากขึ้น เพราะมีรสชาติและคุณภาพที่ดีกว่า

ผลกระทบต่อผู้ประกอบการไทย

การดำเนินธุรกิจของล้งจีน ย่อมส่งผลกระทบด้านลบต่อธุรกิจการค้าของล้งไทย ในระยะแรก มีผู้ประกอบการไทยจำนวนหนึ่งต้องออกจากธุรกิจไป หรือต้องยอมลดตัวลงมาเป็นผู้แทนของผู้ประกอบการจีน ทำให้ได้รับส่วนต่างกำไรจากธุรกิจลดลงจากเดิม โดยผู้ประกอบการรายใหญ่ของไทยยังสามารถรักษาธุรกิจได้ และบางคนยังอาจได้ประโยชน์เพิ่มขึ้นจากปริมาณทุเรียนที่มีการส่งออกมากขึ้น แต่ในระยะยาว ด้วยความได้เปรียบจากการเข้าถึงตลาดผู้ซื้อในจีน และความสามารถทางธุรกิจที่เหนือกว่า ผู้ประกอบการจีนก็จะขยายอิทธิพลเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนอาจเบียดผู้ประกอบการไทยเกือบทั้งหมดออกจากตลาดไปได้ ถึงแม้จะเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ก็ตาม

ผลกระทบต่อสังคมไทย

จะเกิดผลกระทบทางลบ หากราคาผลผลิตตกต่ำเมื่อเทียบกับต้นทุนการเพาะปลูก เฉกเช่นเดียวกับเหตุการณ์กรณีของลำไย จนรัฐต้องใช้งบประมาณของประเทศเข้ามาให้ความช่วยเหลือเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียน

● เงื่อนไขที่จะช่วยลดผลกระทบทางลบ และ/หรือ เพิ่มผลกระทบทางบวก

- 1) ตลาดจีนยังคงนิยมสินค้าทุเรียนไทยอย่างต่อเนื่อง ความต้องการบริโภคทุเรียนในจีนรวมถึงผลิตภัณฑ์แปรรูปจากทุเรียนไทย ยังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง
- 2) การแข่งขันจากทุเรียนต่างชาติยังอยู่ในระดับที่ไม่รุนแรงนัก ทุเรียนไทยสามารถครองส่วนแบ่งการตลาดส่วนใหญ่ในตลาดจีน
- 3) รสชาติและคุณภาพของผลผลิตดี ตลาดและราคาไม่เสียเนื่องจากผลผลิตที่ไม่ได้คุณภาพ และมีผลิตภัณฑ์จากทุเรียนไทยที่โดดเด่นนำเสนอต่อลูกค้า
- 4) เกษตรกรมีอำนาจต่อรองในการขายผลผลิต ภายใต้กลไกตลาดเสรีทั้งที่อยู่ในตลาดไทยและตลาดการค้าในจีน (ตั้งแต่นำเข้าไปถึงมือผู้บริโภค) ผู้ประกอบการต่างชาติไม่มีอำนาจต่อรองสูงจนสามารถผูกขาดราคาหรือกำกับปริมาณรับซื้อผลผลิต
- 5) เกษตรกรดำเนินการบริหารความเสี่ยง เกษตรกรต้องไม่อยู่ในความประมาท ใช้จ่ายกำไรงามที่ได้ในระยะนี้เพลินจนก่อหนี้สินเกินตัวแบบไม่รู้ตัว ต้องเร่งขายผลผลิต จนทำให้เสียอำนาจต่อรองในการค้าขาย ในช่วงที่เผชิญกับวิกฤตการณ์ เกษตรกรควรนำกำไรที่ได้ไปออม หรือยกระดับคุณภาพของการปลูกและการเก็บเกี่ยว หรือขยายธุรกิจของตน

4.2.1.3 เป้าหมายที่ 9 โครงสร้างพื้นฐานที่มีความต้านทานและยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง การพัฒนา อุตสาหกรรมที่ครอบคลุมยั่งยืน และนวัตกรรม

- เป้าหมายในบริบทความยั่งยืนของอุตสาหกรรมทุเรียนไทย

ผลกระทบต่อภูมิต้านทานและความยืดหยุ่นของเกษตรกรไทยและผู้ประกอบการไทย ในการรองรับ
การเปลี่ยนแปลงจากภายนอก

- ผลกระทบด้านบวก

ผลกระทบต่อเกษตรกร

เกษตรกรเดิมบางกลุ่มและเกษตรกรรุ่นใหม่เริ่มต้นตัว โดยเรียนรู้จากบทเรียนของลำไยและยางพารา
ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงทางธุรกิจที่ต้องพึ่งพาผู้ประกอบการต่างชาติในการเข้าถึงตลาดมากเกินไป จึงพยายาม
แสวงหาช่องทางตลาดแบบใหม่ ทั้งการเพิ่มการจำหน่ายในประเทศมากขึ้น การขายผ่านช่องทางออนไลน์
รวมถึงความพยายามพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากทุเรียน อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในระยะยาว การดำเนินการ
ซึ่งยังเป็นลักษณะต่างคนต่างทำในปัจจุบัน และยังหวังพึ่งพาความช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอกโดยเฉพาะ
หน่วยงานของรัฐ ทั้งในการเข้าถึงตลาดในต่างประเทศรวมถึงในการสร้างนวัตกรรมในตัวสินค้า ซึ่งจาก
ประสบการณ์การแก้ปัญหาสินค้าเกษตรที่ผ่านมามีให้เห็นว่า ความช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐเหล่านี้จะมา
แบบเป็นคราว ๆ ไม่แน่นอน เปลี่ยนแปลงไปตามนโยบายของผู้บริหารประเทศ และหลายครั้งก็ไม่ตรงตาม
ความต้องการของผู้ใช้ประโยชน์อย่างแท้จริง จึงอาจจะไม่เกิดผลตามที่คาดหวังมากนัก ถ้าจะให้เกิดผลเป็น
รูปธรรมในระยะยาว จำเป็นต้องอาศัยสรรพกำลัง ความจริงใจและความต่อเนื่องในการพัฒนางานวิจัยทั้ง
ทางด้านตลาดและสินค้า

- ผลกระทบด้านลบ

ผลกระทบต่อเกษตรกร

อิทธิพลที่เพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติหรือล้งต่างชาติที่อาจส่งผลกระทบในแง่
ลบต่อความต้านทานความยืดหยุ่นในการเปลี่ยนแปลงของเกษตรกรได้ เนื่องจากเมื่อเกษตรกรมีการพึ่งพา
(Dependency) ล้งผลไม้ต่างชาติ รวมทั้งพึ่งพิงผู้ซื้อ (Buyer) ที่เป็นตลาดเดียวมากเกินไปจึงทำให้เกิดผล
เสียดังต่อไปนี้

- 1) เกษตรกรจะขาดการระแวดระวังและเตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากสามารถหาทำไร
และมีรายได้จากการทำธุรกิจร่วมกับล้งผลไม้ต่างชาติได้มาก จึงไม่มีการตั้งรับหรือหาทางเลือก
สำรอง ดังนั้นเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงในตลาดต่างประเทศ เช่น การยกเลิกการสั่งซื้อ การเลิก
กิจการของทุนต่างชาติ พฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศเปลี่ยนแปลงไป หรือการเพิ่มขึ้น
ของคู่แข่ง ก็จะส่งผลให้เกษตรกรไม่สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงหรือแข่งขันในตลาดโลก
ได้ เนื่องจากผู้ประกอบการต่างประเทศมักมีการเข้าถึงข้อมูลในเชิงการตลาดปลายทางได้ดีกว่า

เกษตรกรผู้ผลิตไทย จนส่งผลให้เกษตรกรไทยไม่สามารถขายผลผลิตผลิตได้และสูญเสียอำนาจต่อรองจนถูกกดราคาผลผลิตในที่สุด อีกทั้งอาจทำให้เกษตรกรมีความเปราะบางมากขึ้นและถูกรอบงำโดยผู้ประกอบการหรือทุนต่างชาติได้ง่าย

- 2) การขยายอิทธิพลของล้งผลไม้ต่างชาติมักต้องการจะเข้าถึงและขยายอิทธิพลไปตลอดห่วงโซ่อุปทานทุเรียน ซึ่งหากผู้ประกอบการหรือล้งต่างชาติเหล่านี้สามารถเข้าซื้อแปลงปลูกทุเรียนหรือเข้าถึงองค์ความรู้ข้อมูลการผลิตปลูกทุเรียนได้ ก็จะส่งผลเสียแก่เกษตรกรผู้ผลิตในระยะยาว เนื่องจากเกษตรกรไทยมักไม่มีการบันทึกหรือถ่ายทอดองค์ความรู้ที่เป็นรูปธรรมอยู่แล้ว และหากชาวต่างชาติสามารถเข้าถึงองค์ความรู้และข้อมูลเหล่านี้ ก็จะทำให้ผู้ประกอบการต่างชาติสามารถผลิตผลผลิตมาแข่งขันกับผลผลิตทุเรียนไทยได้มากขึ้น ซึ่งก็จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมทุเรียนไทยในที่สุด อีกทั้งเมื่อไม่มีการบันทึกข้อมูลการเพาะปลูกหรือองค์ความรู้ในการผลิตทุเรียนที่มีคุณภาพซึ่งเป็นอัตลักษณ์และจุดขายที่สำคัญของทุเรียนไทยในตลาดต่างประเทศ ที่ยากจะหาคนเลียนแบบได้และเป็นอำนาจต่อรองที่สำคัญของเกษตรกรก็จะสูญหายไปและไม่มีผู้สืบทอด ในอนาคตทุเรียนไทยจึงมีความเสี่ยงที่จะสูญเสียเอกลักษณ์และพลาดโอกาสในการสร้างแบรนด์ทุเรียนไทยในระยะยาว

ผลกระทบต่อผู้ประกอบการ

ในระยะยาว จะเกิดเป็นวงจรที่เมื่อผู้ประกอบการต่างชาติมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากขึ้น ก็ส่งผลให้อำนาจต่อรองทางการค้าเหนือเกษตรกรไทยและผู้ประกอบการไทยสูงขึ้นตามไปด้วย อันส่งผลกลับไปทำให้ผู้ประกอบการต่างชาติสามารถครอบครองสัดส่วนทางการตลาดสูงขึ้นเรื่อยๆ ในที่สุดผู้ประกอบการไทยรายเดิมที่เคยยังยืนอยู่ในตลาดได้ในช่วงแรกอาจไม่สามารถแข่งขันอยู่ได้ในตลาดอีกต่อไป หรือผู้ประกอบการที่ยังอยู่ในตลาดได้ ก็ต้องพึ่งผู้ประกอบการต่างชาติในการเข้าถึงตลาดมากขึ้นเรื่อยๆ อำนาจการต่อรองก็จะถดถอยลงไป อีกทั้งแทบจะไม่มีโอกาสที่ผู้ประกอบการรายใหม่จะเข้าสู่ตลาดได้เลย ในที่สุดความสามารถของผู้ประกอบการไทยในธุรกิจทุเรียนไทยก็จะถดถอยลง

ผลกระทบต่อสังคม

ประชากรภาคการเกษตรมีความอ่อนแอเปราะบางจากการพึ่งพาทุนต่างชาติและมีความเสี่ยงต่อการล่มสลายมากขึ้น

● เจือ้นไขในการลดผลกระทบด้านลบและ/หรือเพิ่มผลกระทบด้านบวก

- 1) การส่งเสริมให้มีการวิจัยพัฒนาด้านสินค้าและการตลาดอย่างจริงจังและต่อเนื่อง การส่งเสริมให้มีการวิจัยพัฒนาด้านช่องทางการตลาดและความต้องการของตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ จะช่วยให้เกษตรกรสามารถปรับตัวทั้งแผนการผลิตและแผนการตลาดให้ทันกับสถานการณ์ทางการตลาดได้ดียิ่งขึ้น และเพิ่มโอกาสที่เกษตรกรจะสามารถผลิตและพัฒนาผลผลิต

ที่มีคุณภาพออกมาให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคได้ ซึ่งก็จะสามารถทำให้ธุรกิจการค้ามีความยั่งยืนมากขึ้น นอกจากนี้นวัตกรรมด้านสินค้า จะทำให้อุตสาหกรรมทุเรียนไทยสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและโดดเด่น ผลักดันการจำหน่ายผลผลิตได้อย่างต่อเนื่อง

- 2) **การส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนาด้านการเพาะปลูกการผลิต และการพัฒนาระบบการจัดการองค์ความรู้ด้านการเพาะปลูก** การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาการเพาะปลูกตั้งแต่ช่วงเก็บเกี่ยวและหลังเก็บเกี่ยว ทำให้เกษตรกรยกระดับผลผลิตภาพของการเพาะปลูกและคุณภาพของผลผลิต อีกทั้งยังลดการพึ่งพาแรงงานที่มีโอกาสขาดแคลนในอนาคต นอกจากนี้ ยังต้องรีบพัฒนาระบบการจัดการองค์ความรู้เพื่อเป็นฐานของการวิจัยและพัฒนา และเผยแพร่องค์ความรู้ด้านการปลูกทุเรียนไปในวงกว้างและถ่ายทอดไปสู่เกษตรกรรุ่นหลัง เพื่อให้ชาวสวนมีความเข้มแข็งอยู่ตลอดไป

4.2.1.4 เป้าหมายที่ 10: การลดความไม่เท่าเทียมทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ

- **เป้าหมายในบริบทความยั่งยืนของอุตสาหกรรมทุเรียนไทย**

ผลกระทบต่อความเป็นธรรมในการจัดสรรส่วนแบ่งของผลประโยชน์ และการรักษาผลประโยชน์ที่พึงได้ไม่ให้ถูกถ่ายโอนออกนอกประเทศ ทั้งในด้านบวกและทางลบ ดังนี้

- **ผลกระทบด้านบวก**

- ผลกระทบต่อเกษตรกร**

ในช่วงแรก การเข้ามาประกอบการของล้งจีนซึ่งทำหน้าที่เหมือนเป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิต (เกษตรกร) กับผู้บริโภค มีบทบาทสำคัญในการช่วยกระจายทุเรียนให้สามารถเข้าสู่ตลาดจีนได้มากขึ้น ทำให้เกษตรกรสามารถขายผลผลิตได้เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้การเข้ามาของล้งจีนยังเป็นโอกาสอันดีสำหรับเกษตรกรไทยที่มีความพร้อมที่จะพัฒนาตนเองจากการเป็นเพียงผู้ผลิต ขยับตัวเองเป็นผู้รวบรวมและผู้ส่งออกด้วยโดยอาศัยเครือข่ายล้งจีนที่เข้ามารวบรวมผลผลิตในประเทศไทย เป็นช่องทางที่จะทำธุรกิจร่วมกันได้

เมื่อพิจารณาผลประโยชน์ที่ได้รับของผู้ที่เกี่ยวข้องหลักในโซ่อุปทานการส่งออกทุเรียน ได้แก่ เกษตรกรล้ง และผู้ค้าในตลาดจีน จากการสำรวจข้อมูลภาคสนาม⁴ พบว่าการที่ความต้องการบริโภคที่มากขึ้นในต่างประเทศทำให้เกิดเหตุการณ์ ล้งจีนแย่งซื้อผลผลิต ส่งผลดีต่อเกษตรกรที่ทำให้สามารถขายทุเรียนได้ในราคาที่สูงขึ้นกว่าเดิมมากเมื่อเทียบกับช่วง 3-5 ปีที่ผ่านมา เกษตรกรเป็นกลุ่มคนที่ได้รับส่วนต่างของผลกำไรจากการค้าในสัดส่วนสูงสุด รองลงมาเป็นผู้ค้าในตลาดจีน ในขณะที่ล้งมีส่วนต่างของกำไรน้อยที่สุด เมื่อมองในภาพรวมอาจจะดูเหมือนว่าเกษตรกรน่าจะได้ประโยชน์สูงสุดเมื่อเทียบกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในโซ่อุปทานส่งออกทุเรียน แต่เมื่อพิจารณาถึงผลประโยชน์ในภาพรวมของประเทศ พบว่าผลประโยชน์ที่ล้งจีนที่ประกอบ

⁴ ดูรายละเอียดการสำรวจข้อมูลภาคสนามได้จากรายงานแผนงานวิจัย “การศึกษาผลกระทบของการขยายกิจการของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ: ภาวะคุกคาม โอกาส และความยั่งยืนของระบบธุรกิจผลไม้ไทย” 2563.

ธุรกิจในประเทศได้รับจะถูกถ่ายโอนกลับไปยังประเทศจีน เมื่อรวมกับผลประโยชน์ของฝั่งพ่อค้าจีนในประเทศจีน ทำให้ผลประโยชน์ที่ผู้ประกอบการจีนได้รับโดยรวม มีสัดส่วนใกล้เคียงกันกับเกษตรกร

หากพิจารณาในระยะยาว การที่จะทำให้เกษตรกรยังสามารถรักษาผลกระทบบางทางบวก โดยยังได้รับผลประโยชน์จากราคาที่สูงขึ้น และผลประโยชน์ของล้งตกอยู่ในประเทศได้ เกิดความเป็นธรรมในการจัดสรรส่วนแบ่งของผลประโยชน์ไม่ให้ถูกถ่ายโอนออกนอกประเทศ อยู่ภายใต้เงื่อนไข ดังนี้

- 1) การค้าขายทุเรียนยังเป็นไปตามกลไกตลาดเสรี ไม่มีการผูกขาดการค้าและราคาขายผลผลิต (เป็นเงื่อนไขเดียวกับที่ได้นำเสนอในเป้าหมายที่ 8)
- 2) จากการสัมภาษณ์ข้อมูลภาคสนามเกษตรกรหลายราย ให้ข้อมูลว่าไม่ได้มีความกังวลเรื่องการเปลี่ยนแปลงขึ้น-ลงของราคาขายทุเรียนที่จีน เนื่องจากมีความเชื่อมั่นคุณภาพของผลผลิตของตนเอง การพัฒนาผลผลิตที่มีคุณภาพ เก็บเกี่ยวผลผลิตในช่วงเวลาที่เหมาะสม ไม่มีปัญหาทุเรียนอ่อน สามารถเอาเงื่อนไขนี้ในการต่อรองราคาผลผลิตที่สูงขึ้นจากล้งได้ ดังนั้นการสร้างความสำเร็จด้านคุณภาพของผลผลิตจึงเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างอำนาจต่อรองของเกษตรกรได้

ผลกระทบต่อผู้ประกอบการไทย

ผลกระทบในเชิงบวกที่อาจจะเกิดกับผู้ประกอบการไทย เมื่อผู้ประกอบการไทยสามารถใช้ประโยชน์จากการเข้ามาของล้งจีนผู้ประกอบการไทยในการสร้างเครือข่ายการค้ากับคู่ค้าจีน เพื่อนำไปสู่การต่อยอดธุรกิจในการเข้าไปร่วมลงทุนในประเทศจีน รวมทั้งการใช้โอกาสนี้ในการถ่ายโอนความรู้และเทคโนโลยีจากล้งจีนเพื่อพัฒนาคุณภาพและยกระดับการดำเนินงานให้ได้มาตรฐานสากล

จากการสำรวจข้อมูลภาคสนามในประเด็นเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของล้งจีน⁵ พบว่า ข้อดีของล้งจีน คือ มีเงินทุนมากกว่าผู้ประกอบการไทย สามารถรับซื้อผลผลิตได้ในปริมาณมาก หากจะทำให้เกิดความเท่าเทียมระหว่างล้งไทยกับล้งจีน แนวทางที่เป็นไปได้ คือ การจัดระเบียบผู้ประกอบการล้งจีน ให้มีการจดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการอย่างถูกกฎหมายในไทย และควรมีการบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มข้นผ่านการจัดเก็บภาษีให้เป็นระบบ เพื่อไม่ให้เกิดการถ่ายโอนผลประโยชน์ออกนอกประเทศ

เพื่อความยั่งยืน ล้งไทยควรใช้ประโยชน์จากข้อได้เปรียบที่สำคัญของล้งไทยในสายตาของเกษตรกร คือ ความน่าเชื่อถือ ทั้งในเรื่องของการมีสถานที่ประกอบการที่ชัดเจน เป็นที่รู้จักของคนในพื้นที่ คำนึงถึงคุณภาพ หากการดำเนินการของหน่วยงานภาครัฐในการจัดระเบียบเพื่อทำให้ล้งไทยและล้งจีนดำเนินการอยู่ภายในใต้กติกาเดียวกัน ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของล้งไทย น่าจะช่วยให้ต่อรองผลประโยชน์ที่ได้รับจากคู่ค้าได้

⁵ ดูรายละเอียดการสำรวจข้อมูลภาคสนามได้จากรายงานแผนงานวิจัย “การศึกษาผลกระทบของการขยายกิจการของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติด: ภาวะคุกคาม โอกาส และความยั่งยืนของระบบธุรกิจผลไม้ไทย” 2563.

ผลกระทบต่อสังคม

ในช่วงที่คุณภาพทุเรียนหมอนทองของเวียดนามยังสู้ไทยไม่ได้ ส่วนทุเรียนของมาเลเซีย ยังมีราคาสูงกว่าไทย 3 – 4 เท่า ทำให้ทุเรียนที่เป็นคู่แข่งจากต่างประเทศยังมีตลาดที่จำกัด ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่เกษตรกรไทยจะมุ่งให้ความสำคัญกับการผลิตทุเรียนที่มีคุณภาพ และยังมีระบบการบริหารจัดการที่ได้มาตรฐาน เพื่อเป็นจุดแข็งใช้เป็นอำนาจต่อรองได้ นอกจากนี้ การที่ลูกค้าจีนมีความต้องการบริโภคทุเรียนหมอนทองของไทย อาจจะเป็นโอกาสของไทยที่จะนำเสนอผลไม้ประเภทอื่นให้เข้าสู่ตลาดจีนเพิ่มมากขึ้น นอกเหนือจากทุเรียนที่ได้รับความนิยมอยู่แล้ว

● ผลกระทบด้านลบ

ผลกระทบต่อเกษตรกร

เกษตรกรจะได้รับผลกระทบทางลบ ได้รับผลประโยชน์ที่ไม่ธรรมจากการขายผลผลิตให้กับล้งจีน ที่อาจมีอำนาจต่อรองในการเจรจาซื้อขายที่สูงกว่า อันเป็นผลจากเงื่อนไขกลุ่มเดียวกับเป้าหมาย 8 คือ

- 1) ปริมาณความต้องการบริโภคในตลาดจีนลดลง ผลผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศมากขึ้น ราคาขายอาจจะลดลง
- 2) ผู้ประกอบการจีนสามารถผูกขาดการค้า และกำกับทิศทางราคาของผลผลิตได้ มีอำนาจต่อรองสูงจนทำให้ราคาขายผลผลิตหน้าสวนตกต่ำ
- 3) ผลผลิตที่ไม่ได้คุณภาพออกมาจำหน่ายเป็นปริมาณมาก จนทำให้ไม่สามารถควบคุมหรือรับประกันคุณภาพของทุเรียนไทยได้ ผู้ซื้อในจีนจึงใช้เป็นเหตุอ้างในการกดราคา โดยยกเหตุผลความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจ หากผลผลิตที่รับซื้อไปไม่ได้คุณภาพตามที่ผู้บริโภคต้องการ หรือผู้บริโภคเริ่มหันไปนิยมทุเรียนของต่างชาติที่มีการเพาะปลูกและส่งไปจำหน่ายในจีนมากขึ้น เพราะมีรสชาติและคุณภาพที่ดีกว่า
- 4) คู่แข่งสามารถผลิตทุเรียนที่มีคุณภาพดีกว่า ภายใต้ราคาที่ถูกลงกว่าจะส่งผลให้ความนิยมในการบริโภคทุเรียนหมอนทองของไทยลดลงได้

ผลกระทบต่อผู้ประกอบการไทย

การที่ล้งจีนเป็นเจ้าของกิจการทั้งภายในประเทศไทย โดยการเข้ามาซื้อผลผลิตที่หน้าสวนเอง และยังมีเครือข่ายการเป็นผู้นำเข้า หรืออาจเป็นผู้จัดจำหน่ายในตลาดปลายทางเองด้วย ทำให้ได้รับผลกำไรจากการประกอบการทั้งในฝั่งประเทศไทยและฝั่งจีน หากประเทศไทยไม่มีมาตรการหรือกลไกในการจัดเก็บด้านภาษีที่ชัดเจน ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นในการประกอบธุรกิจในประเทศไทยส่วนนี้จะถูกส่งกลับไปต่างประเทศทั้งหมด ในขณะที่ผู้ประกอบการไทย (ล้งไทย) ได้ผลประโยชน์จากส่วนต่างผลกำไรที่ค่อนข้างน้อยในการทำหน้าที่รวบรวมหรือบรรจุแล้วส่งต่อให้ล้งจีนเพื่อการส่งออกอีกทอดหนึ่ง สถานการณ์จะแย่งชิงในระยะยาวเมื่อผู้ประกอบการต่างชาติเข้าครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดมากขึ้น ส่งผลให้อำนาจต่อรองทางการค้าสูงขึ้นไปเรื่อย ๆ

ผลกระทบต่อสังคมไทย

ในปัจจุบัน ได้เห็นถึงการหลบเลี่ยงของผู้ประกอบการที่จะขึ้นทะเบียนและเสียภาษีการค้าอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ถ้าในระยะยาว ยังปล่อยให้สถานการณ์เป็นอยู่อย่างนี้ ผู้ประกอบการไทยที่เสียภาษีถูกต้องตามกฎหมายก็จะเสียเปรียบมากขึ้น ๆ และในที่สุดหากยังไม่จริงจังกับการกำกับดูแลทางกฎหมาย เพื่อจัดระเบียบพ่อค้าชาวต่างชาติ โดยเฉพาะการเรียกเก็บภาษีที่ได้จากการค้า จะทำให้สังคมไทยเสียภาษีจากรายได้ที่พึงได้ไปเป็นจำนวนมาก จากการวิเคราะห์ส่วนต่างกำไรของล้งอยู่ที่ 15 บาทต่อกิโลกรัม ทุก ๆ 100,000 ตันของทุเรียนที่ไทยสามารถส่งออกทุเรียนไป หากล้งมีการหลีกเลี่ยงภาษีอยู่ที่ร้อยละ 50 ของยอดส่งออก มีการหลีกเลี่ยงการเสียภาษี ณ ฐานภาษีนิติบุคคลที่ร้อยละ 30 ของกำไร ประเทศไทยจะสูญเสียรายได้ที่พึงได้ไปกว่า 2 ร้อยล้านบาทต่อปี

- **เงื่อนไขที่จะช่วยลดผลกระทบทางลบ และ/หรือ เพิ่มผลกระทบทางบวก**
เป็นเงื่อนไขกลุ่มเดียวกับเป้าหมายที่ 8

4.2.1.5 เป้าหมายที่ 12: หลักประกันให้มีแบบแผนการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน

- **เป้าหมายในบริบทความยั่งยืนของอุตสาหกรรมทุเรียนไทย**
ผลกระทบต่อการรักษามาตรฐานในกระบวนการเพาะปลูก
- **ผลกระทบด้านบวก**

ผลกระทบต่อเกษตรกรไทย

ด้วยมาตรการการนำเข้าผลไม้ของประเทศจีนส่งผลให้เกษตรกรไทยจะมีการตื่นตัวอย่างมากเกี่ยวกับมาตรฐานการเพาะปลูก เพื่อให้มีความปลอดภัยผ่านมาตรฐานการส่งออก รวมถึงการแสวงหาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับทุเรียน เพื่อยกระดับการผลิต ที่มีคุณภาพสูงขึ้นตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ทั้งนี้ยังส่งผลให้เกษตรกรตระหนักถึงคุณค่าทางโภชนาการของทุเรียน เนื่องจากอนาคตอาจจะมีการเลือกรับประทานอาหารที่ดีและถูกหลักสุขอนามัยมากขึ้น แต่การตื่นตัวในเรื่องดังกล่าวจะคาดว่าจะเกิดขึ้นเฉพาะกับเกษตรกรรายใหญ่ ซึ่งมีความพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงการปลูก การผลิต ให้ได้การรับรองมาตรฐานมากกว่าเกษตรกรรายเล็ก

ผลกระทบต่อผู้ประกอบการไทย

จากความตื่นตัวของเกษตรกรที่ต้องการให้ผลิตภัณฑ์ของตนเองได้มาตรฐานย่อมเป็นผลดีต่อผู้ประกอบการไทย คือ ผู้ประกอบการไทยจะได้รับผลผลิตที่ผ่านมาตรฐาน GAP เพิ่มมากขึ้น ในอนาคตผู้ประกอบการไทยจะมีการปรับเปลี่ยนตัวเอง ด้วยการพยายามยกระดับความสามารถของตนเองเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการต่างชาติได้ ผู้ประกอบการจะตระหนักถึงการมีมาตรฐานที่เป็นเครื่องหมายการันตีเพื่อการส่งออก นั่นคือ หากมีมาตรฐาน GMP อีกทั้งผู้ประกอบการจะแสวงหาผลผลิตที่ตอบสนองต่อความต้องการการบริโภคในอนาคตมากขึ้น เช่น แสวงหาผลผลิตมาจากแหล่งเพาะปลูกที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัยสูง/อินทรีย์ เพื่อให้มีส่วนแบ่งการตลาดโดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังจ่ายสูง แต่การตื่นตัวนี้จะเกิดเฉพาะผู้ประกอบการไทยรายใหญ่ที่มีทุนมากพอที่จะเปลี่ยนแปลง

ผลกระทบต่อสังคมไทย

จากการตื่นตัวของเกษตรกรไทยและผู้ประกอบการไทยที่ต้องการมาตรฐานการยอมรับให้กับตนเอง การมีมาตรฐานของเกษตรกรไทยและผู้ประกอบการไทยย่อมส่งผลดีต่อสังคมไทย คือ การที่เกษตรกรไทยมีการเพาะปลูกได้มาตรฐาน GAP เพิ่มมากขึ้น จะส่งผลให้มีการใช้สารเคมีเพื่อการเพาะปลูกอย่างเหมาะสม คุณภาพของน้ำ อากาศ และดินของสังคมที่อยู่ใกล้เคียงกับบริเวณสวนทุเรียนจะได้รับผลกระทบน้อยลงกว่า การเพาะปลูกที่ไม่มีการควบคุมการใช้สารเคมี อีกทั้งยังส่งผลให้เกิดสารตกค้างจากสารเคมีลดลง อาจจะมีการใช้เทคโนโลยีชีวภาพเพิ่มมากขึ้น ซึ่งในส่วนนี้จะตรงกับเป้าประสงค์ข้อที่ 12.4 การจัดการวัฏจักรสารเคมีในสิ่งแวดล้อมและลดการปนเปื้อนสู่อากาศ น้ำ และดิน

ด้วยการตื่นตัวของเกษตรกรที่อยากได้มาตรฐาน GAP ผู้ประกอบการไทยที่ต้องการมาตรฐาน GMP จะทำให้เกิดการตื่นตัวของภาคส่วนที่มีอำนาจและหน้าที่ในการประเมินมาตรฐาน GAP และ GMP หน่วยงานดังกล่าวจะมีการเตรียมตัว เพื่อให้สามารถทำการตรวจสอบมาตรฐานที่เกษตรกรและผู้ประกอบการต้องการ เพื่อให้สามารถส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศได้

● ผลกระทบด้านลบ

ผลกระทบต่อเกษตรกรไทย

อุตสาหกรรมทุเรียนที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จะส่งผลให้ต่อเกษตรกรที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนี้

- 1) กรณีเกษตรกรรายใหม่ที่เข้ามาเพาะปลูกทุเรียนมากขึ้น แต่ยังไม่มีความรู้ ประสบการณ์ ในการเพาะปลูก เก็บเกี่ยว รักษาผลผลิต จากเงื่อนไขดังกล่าวอาจจะเกิดเหตุการณ์ผลผลิตที่ไม่มีคุณภาพออกสู่ท้องตลาด และปะปนกับทุเรียนที่มีคุณภาพ ส่งผลให้ทุเรียนมีราคาตกต่ำ
- 2) กรณีเกษตรกรที่ยังไม่ได้มาตรฐาน GAP ผลผลิตจากสวนของเกษตรกรกลุ่มนี้อาจจะถูกกดราคา และนำไปปะปนหรือสวมสิทธิ์กับผลผลิตที่มาจากสวนที่ได้ GAP ถ้าผลผลิตที่ปะปนกันออกสู่ท้องตลาด อาจจะทำให้มาตรฐานของทุเรียนไทยต่อความน่าเชื่อถือของผู้บริโภคลดลง และส่งผลให้ทุเรียนมีราคาตกต่ำ

จากการเกิดเหตุการณ์ของเกษตรกรรายใหม่ที่ขาดองค์ความรู้และเกษตรกรที่ยังไม่ได้มาตรฐาน GAP ถ้า 2 กลุ่มนี้มีมากขึ้นในอนาคต ผลที่ตามมา คือ ทุเรียนไทยกลายเป็นทุเรียนที่ไม่มีคุณภาพ ราคาตกต่ำ อาจจะทำให้เกิดเหตุการณ์เกษตรกรไทยสูญเสียเงินอันเป็นเจ้าของสวน มีการขายสวนเกิดขึ้น ถ้าราคาต่ำจนเกิดภาวะขาดทุน อีกกรณีที่จะส่งผลจากเหตุการณ์นี้ คือ เกษตรกรไทยจะขาดความรู้ความสามารถในการเพาะปลูก แต่ต่างประเทศอาจมีการพัฒนาเทคนิคการเพาะปลูก ปัจจัยที่ใช้ในการเพาะปลูก สุดท้ายแล้วเกษตรกรไทยจะต้องซื้อปัจจัยการผลิตและเทคโนโลยีจากต่างประเทศ ถ้ายังไม่มีมาตรการรับรู้ถึงการเพาะปลูกแบบมีมาตรฐาน การควบคุมคุณภาพผลผลิต

นอกจากนี้ การเร่งปลูกเพื่อเพิ่มผลผลิตอย่างรวดเร็วจนไม่ได้มาตรฐานจะส่งผลเสียทั้งในแง่ของการควบคุมต้นทุนการปลูกและสุขภาพของเกษตรกรอีกด้วย การสำรวจเกษตรกรชาวสวนทุเรียนในภาค

ตะวันออกพบว่ามีค่าปุ๋ยและสารเคมีปราบศัตรูพืช เป็นต้นทุนในการดูแลสวนทุเรียนที่สูงกว่าต้นทุนในหมวดอื่น เช่น ต้นทุนแรงงาน เป็นต้น และขณะนี้เกษตรกรบางรายประสบปัญหาสุขภาพจากการใช้สารเคมีอยู่แล้ว

ผลกระทบต่อผู้ประกอบการไทย

ด้วยการขยายตัวของอุตสาหกรรมทุเรียนไทย เกษตรกรรายใหม่ที่เข้ามาเพาะปลูกทุเรียนเพิ่มมากขึ้น ทำให้ผลผลิตที่มีความหลากหลายทั้ง รสชาติ สายพันธุ์ คุณภาพ ออกสู่ท้องตลาด ผู้ประกอบการที่ต้องการยืนระยะในตลาดได้ในระยะยาว จะต้องแสวงหาความรู้ และพัฒนาความสามารถของตนเองให้มากขึ้น ที่จะคัดเลือกทุเรียนที่มีคุณภาพไว้กับตนเอง เพื่อเป็นการรักษาแบรนด์ของตนเองไว้ไม่ให้สูญเสียความน่าเชื่อถือแก่ผู้บริโภค

ผลกระทบต่อสังคมไทย

ในอนาคตความนิยมในการเพาะปลูกทุเรียนคาดว่าจะเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดการแย่งชิงทรัพยากร ดิน น้ำ และปัจจัยการผลิตอื่น ๆ พืชชนิดอื่น สารเคมีในสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น ถ้าไม่มีการควบคุมมาตรฐานการเพาะปลูก (ดังนำเสนอในเป้าหมายที่ 6 และเป้าหมายที่ 15)

ด้านการจำหน่ายเมื่อทุเรียนมีมาก การบริโภคมีมาก สิ่งตามมาคือปริมาณขยะที่เกิดจากทุเรียน (ต้องมีการวางแผนและจัดการ) นอกจากปัญหาขยะแล้ว ยังมีปัญหาเกี่ยวกับผลประโยชน์จากการประกอบธุรกิจอาจจะตกอยู่กับผู้ประกอบการต่างชาติมากกว่าผู้ประกอบการไทย

● เงื่อนไขที่จะช่วยลดผลกระทบทางลบ และ/หรือ เพิ่มผลกระทบทางบวก

การทำสวนทุเรียนแบบปลอดภัยและยั่งยืน ซึ่งต้องอาศัย

- 1) เกษตรกรไทยรายย่อยเริ่มต้น นำพาสวนของตนเองเข้าสู่ระบบ GAP หรือมาตรฐานที่สูงสุดของทุเรียน/ผลไม้ไทย
- 2) การควบคุมมาตรฐานเกษตรกรรายใหม่ ที่หันมาปลูกทุเรียน ต้องเข้าสู่ระบบมาตรฐาน GAP หรือมาตรฐานที่สูงสุดของทุเรียน/ผลไม้ไทย
- 3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องต้องมีการพัฒนา ปัจจัยที่เกี่ยวข้องการผลิต เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง ทั้งการผลิตและแปรรูป ที่สอดคล้องกับการยกระดับมาตรฐานการผลิตในระดับ GAP หรือมาตรฐานที่สูงสุดของทุเรียน/ผลไม้ไทย
- 4) การพัฒนาสายพันธุ์ ที่ตรงตามความต้องการของตลาด มีนวัตกรรมด้านรสชาติ ตอบสนองกระแสความนิยม ยืดอายุหลังเก็บเกี่ยวของทุเรียนที่ตัดในอายุของผลที่ดีที่สุด
- 5) ราชการไทยที่เกี่ยวข้องต้นตอ มีหน่วยงานเจ้าภาพให้การสนับสนุนองค์ความรู้ เป็นพี่เลี้ยงผลักดันให้ทุกสวน/กลุ่มสวนเข้าสู่ระบบการผลิตที่สามารถผ่านการรับรองมาตรฐาน GAP หรือมาตรฐานที่สูงสุดของทุเรียน/ผลไม้ไทย

⁶ ดูรายละเอียดการสำรวจข้อมูลภาคสนามได้จากรายงานแผนงานวิจัย “การศึกษาผลกระทบของการขยายกิจการของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ: ภาวะคุกคาม โอกาส และความยั่งยืนของระบบธุรกิจผลไม้ไทย” 2563.

4.2.1.6 เป้าหมายที่ 15: การใช้ระบบนิเวศบนบกอย่างยั่งยืน ป่าไม้ที่ยั่งยืน การเสื่อมโทรมของดินและ ฟื้นฟูสภาพดินและหยุดยั้งการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ

- เป้าหมายในบริบทความยั่งยืนของอุตสาหกรรมทุเรียนไทย

ผลกระทบโดยตรงกับทรัพยากรป่าไม้ ดิน และระบบนิเวศ อันเกิดจากแนวโน้มการขยายพื้นที่การ
เพาะปลูกทุเรียนเพิ่มมากขึ้นในประเทศไทย เฉพาะในด้านลบ ดังนี้

- ผลกระทบด้านลบ

แนวโน้มการขยายพื้นที่การเพาะปลูกทุเรียนเพิ่มมากขึ้น จะส่งผลกระทบเฉพาะในด้านลบ ดังนี้

ผลกระทบต่อเกษตรกรไทย

จากการวิเคราะห์ในบทที่ 3 พบว่า หากขยายพื้นที่เพาะปลูกไล่ตามปริมาณการบริโภคในจีน จะต้อง
ใช้พื้นที่ในการเพาะปลูกมากกว่าศักยภาพของพื้นที่ที่เหมาะสมกับการปลูก ดังนั้น พื้นที่เพาะปลูกที่ต้องดูแล
มากขึ้น อาจต้องมีการใส่ปุ๋ยและสารเคมีมากขึ้น ถ้าปฏิบัติไม่ถูกต้องตามข้อกำหนดของการปฏิบัติทาง
การเกษตรที่ดีสำหรับพืชอาหาร (GAP) การใช้สารเคมีในแปลงทุเรียน จะมีผลต่อการตกค้างสารเคมีปนเปื้อน
ต่อทรัพยากรดินและน้ำในแปลงทุเรียน และผลต่อสุขภาพของเกษตรกร นอกจากนี้ หากพื้นที่ที่ไม่เหมาะสมใน
การเพาะปลูก ทำให้ไม่สามารถควบคุมทั้งปริมาณและคุณภาพของผลผลิต ส่งผลต่อเนื่องไปทำให้ผลผลิตมี
ราคาตกต่ำได้

ผลกระทบต่อสังคมไทย

ผลกระทบต่อสังคมไทยโดยรวม จะเป็นผลที่เกิดทางอ้อมใน 3 ทาง คือ

- 1) ผลทางอ้อมจากการมีพื้นที่ป่าลดลง เพราะมีการบุกรุกพื้นที่ป่าสงวนในการผลิตทุเรียนที่
ต้องการขยายพื้นที่เพิ่มมากขึ้น และส่งผลย้อนกลับไปที่เป้าหมายที่ 6 เรื่องทรัพยากรน้ำ
- 2) ผลต่อทรัพยากรดินในด้านความเสื่อมโทรมของคุณภาพดิน
- 3) การสูญเสียความหลากหลายทางพืชเศรษฐกิจที่มีอยู่ในพื้นที่ภาคตะวันออก เพราะเกษตรกรมี
ความต้องการปลูกทุเรียนแทนไม้ผลชนิดอื่น

- เงื่อนไขที่จะช่วยลดผลกระทบทางลบ และ/หรือ เพิ่มผลกระทบทางบวก

- 1) ความสามารถในการบริหารจัดการการขยายการเพาะปลูกทุเรียน (เช่นเดียวกับเงื่อนไขใน
เป้าหมายที่ 6)
- 2) ระบบการผลิตทุเรียนต้องอยู่ในรูปแบบปลอดภัยและยั่งยืน (เช่นเดียวกับเงื่อนไขในเป้าหมายที่ 12)

4.3 สรุป

จากการประเมินผลกระทบข้างต้นจะเห็นว่า ในระยะสั้น การขยายอิทธิพลของโรงคัดบรรจุชาวจีนสร้างประโยชน์ให้กับเกษตรกร รายได้จากยอดการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม ความท้าทายของอุตสาหกรรมทุเรียนไทยจะอยู่ที่การรักษาผลประโยชน์ทางบวกในระยะสั้นให้ยังคงอยู่ต่อไปในระยะยาว เพราะผู้ประกอบการจีนย่อมแสวงหาหนทางที่จะขยายโอกาสทางธุรกิจของตน และจากการมองภาพอนาคตของผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมทุเรียนไทย ดูเหมือนจะเห็นตรงกันว่า ภาคการค้าไทยไม่น่าจะมีความสามารถชะลอหรือหยุดการขยายอิทธิพลของทุนจีนที่จะเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในการค้าทุเรียนได้

ส่วนในระยะยาวนั้น ผลของการขยายอิทธิพลของทุนจีน จนแทบจะครอบงำธุรกิจการค้าทุเรียนในประเทศไทยได้เกือบหมด มีโอกาสก่อให้เกิดผลกระทบได้ทั้งทางบวกและทางลบ โดยผลลัพธ์จะเป็นทางบวกหรือทางลบ และจะมีระดับความรุนแรงของผลกระทบทางบวกหรือทางลบมากน้อยกว่ากันแค่ไหน ไม่สามารถชี้ชัดได้ เนื่องจากความไม่แน่นอนของสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งนี้ การที่ผลประโยชน์ที่ได้จะยังคงดีอยู่ต่อไปหรือจะเสื่อมถอยลงจนกลายเป็นผลเสียนั้น ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขและสถานการณ์แวดล้อมอุตสาหกรรมทุเรียนไทยที่จะเป็นไปในอนาคต เงื่อนไขและสถานการณ์แวดล้อมเหล่านี้จึงเปรียบเสมือน “จุดคานงัด” ของอนาคตทุเรียนไทย ซึ่ง “จุดคานงัด” ดังกล่าว หากได้มีการบริหารจัดการและกำกับดูแล ให้ดำเนินไปในทิศทางที่เป็นคุณกับเกษตรกรและผู้ประกอบการไทย ก็จะเสริมให้เกิดผลกระทบในทางบวกมากขึ้น ในทำนองเดียวกันก็จะช่วยยับยั้งหรือลดความรุนแรงของผลกระทบด้านลบลงได้ ดังแสดงในตารางที่ 4-1 ที่แยกเงื่อนไขและสถานการณ์ที่เป็น “จุดคานงัด” ของอนาคตทุเรียนไทยตามแต่ละเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

ตารางที่ 4-1 เงื่อนไขและสถานการณ์ที่กำหนดทิศทางของผลกระทบต่ออนาคตทุเรียนไทย

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน	เงื่อนไขกำหนดทิศทางของผลกระทบ
เป้าหมายที่ 6: หลักประกันให้มีน้ำใช้ และการบริหารจัดการน้ำและการสุขาภิบาลอย่างยั่งยืนสำหรับทุกคน	— ความสามารถในการบริหารจัดการการขยายการเพาะปลูกทุเรียน
เป้าหมายที่ 8: การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน และครอบคลุม และการจ้างงานเต็มอัตรา และงานที่มีคุณค่าสำหรับทุกคน	— ตลาดจีนยังคงนิยมสินค้าทุเรียนไทยอย่างต่อเนื่อง — การแข่งขันจากทุเรียนต่างชาติยังอยู่ในระดับที่ไม่รุนแรงนัก — รสชาติและคุณภาพของผลผลิตต้องไวใจได้ — กลไกตลาดที่เป็นธรรม ทั้งที่อยู่ในตลาดไทยและตลาดการค้าในจีน — เกษตรกรดำเนินการบริหารความเสี่ยง

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน	เงื่อนไขกำหนดทิศทางของผลกระทบ
เป้าหมายที่ 9: โครงสร้างพื้นฐานที่มีความต้านทานและยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง การพัฒนาอุตสาหกรรมที่ครอบคลุมและยั่งยืน และนวัตกรรม	— ความจริงจังและต่อเนื่องในการส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนาด้านสินค้าและตลาด — ความจริงจังและต่อเนื่องในการส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนาด้านการปลูก และระบบบริหารจัดการองค์ความรู้ด้านการเพาะปลูก
เป้าหมายที่ 10 : การลดความไม่เท่าเทียมทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ	— เช่นเดียวกับเป้าหมายที่ 8
เป้าหมายที่ 12: หลักประกันให้มีแบบแผนการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน	— การทำสวนทุเรียนแบบปลอดภัยและยั่งยืน
เป้าหมายที่ 15 : การใช้ระบบนิเวศบนบกอย่างยั่งยืน ป่าไม้ที่ยั่งยืน การเสื่อมโทรมของดินและฟื้นฟูสภาพดินและหยุดยั้งการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ	— ความสามารถในการบริหารจัดการการขยายการเพาะปลูกทุเรียน (เช่นเดียวกับเงื่อนไขในเป้าหมายที่ 6) — ระบบการผลิตทุเรียนต้องอยู่ในรูปแบบปลอดภัยและยั่งยืน (เช่นเดียวกับเงื่อนไขในเป้าหมายที่ 12)

ที่มา: คณะผู้วิจัย

โดยสรุป เงื่อนไขและสถานการณ์ที่เป็น “จุดคานงัด” ของอนาคตทุเรียนไทย ประกอบด้วย

- 1) ความสามารถในการบริหารจัดการการขยายการเพาะปลูกทุเรียน
- 2) ตลาดจีนยังคงนิยมสินค้าทุเรียนไทยอย่างต่อเนื่อง
- 3) การแข่งขันจากทุเรียนต่างชาติยังอยู่ในระดับที่ไม่รุนแรงนัก
- 4) รสชาติและคุณภาพของผลผลิตดี
- 5) เกษตรกรไทยมีอำนาจต่อรองในการขายผลผลิต ภายใต้กลไกตลาดที่เป็นธรรม ทั้งที่อยู่ในตลาดไทยและตลาดการค้าในจีน
- 6) เกษตรกรดำเนินการบริหารความเสี่ยง
- 7) ความจริงจังและต่อเนื่องในการส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนาด้านสินค้าและตลาด
- 8) ความจริงจังและต่อเนื่องในการส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนาด้านการปลูก และระบบบริหารจัดการองค์ความรู้ด้านการเพาะปลูก
- 9) การทำสวนทุเรียนแบบปลอดภัยและยั่งยืน

บทต่อไปจะเป็นการนำเงื่อนไขและสถานการณ์แวดล้อมที่กำหนดความยั่งยืนของอุตสาหกรรมทุเรียนไทยข้างต้น มากำหนดเป็นกลยุทธ์และมาตรการต่าง ๆ ที่สมควรดำเนินการต่อไป

บทที่ 5

ข้อเสนอแนะด้านกลยุทธ์และมาตรการในการจัดการการขยายอิทธิพลของโรงคัดบรรจุต่างชาติ

ความจริงประการหนึ่งที่ต้องยอมรับ คือ ในระยะกว่า 5 ปีที่ผ่านมา ผู้ประกอบการชาวจีนที่ทำหน้าที่เป็นผู้รวบรวมผลผลิตและเป็นโรงคัดบรรจุ มีบทบาทเป็น “คนกลาง” คนสำคัญที่เปิดโอกาสและอำนวยความสะดวกให้ทุเรียนไทยสามารถเชื่อมโยงเข้าไปจำหน่ายในตลาดผู้บริโภคในจีนได้อย่างกว้างขวางกว่าเดิม ส่งผลให้การค้าทุเรียนไทยเติบโตขึ้นจากเดิมเป็นอย่างมาก สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรชาวสวนทุเรียนไทยที่ส่งออกผลผลิตอย่างทั่วถึง การรับมือและจัดการกับการขยายอิทธิพลทางการค้าของผู้ประกอบการจีน จึงไม่ใช่เป็นการปฏิเสธบทบาทและความสำคัญของกลุ่มคนเหล่านี้ ที่มีส่วนสำคัญช่วยสร้างโอกาสและอนาคตทางการค้าของทุเรียนไทย แต่เป็นการสร้างภูมิคุ้มกัน และการจัดการและจัดระเบียบให้เกิดความเป็นธรรมในการแบ่งผลประโยชน์จากการค้าที่ทุกฝ่ายควรได้รับ ไม่ให้เกิดการเอาเปรียบซึ่งกันและกัน และไม่ส่งผลต่อเนื่องสร้างความเสียหายแก่สิ่งแวดล้อมและความเป็นอยู่ของชุมชน เป็นการดำเนินการเพื่อ 1) ป้องกันหรือลดผลกระทบเชิงลบที่อาจจะเกิดขึ้นทั้งกับชาวสวนทุเรียน พ่อค้าไทย ชุมชน และสังคมไทยโดยรวม และในขณะเดียวกัน 2) เสริมผลกระทบเชิงบวกที่ได้จากการเพิ่มโอกาสในการขยายการจำหน่ายทุเรียนไทยในตลาดจีนและตลาดอื่น ๆ นำไปสู่ความยั่งยืนของอุตสาหกรรมทุเรียนไทยในที่สุด

การนำเสนอส่วนแรกในบทนี้เป็นการทบทวนและสรุปข้อเสนอเกี่ยวกับกลยุทธ์และมาตรการของการศึกษาในอดีตที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมทุเรียนไทย ส่วนที่สองของการนำเสนอเป็นกรอบทิศทางการกลยุทธ์ที่ถูกกำหนดบนฐานของผลการประเมินผลกระทบระยะยาวที่ได้นำเสนอไปแล้วในบทที่ 4 ส่วนที่สามเป็นการนำเสนอกรอบความคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการจัดตั้ง “สถาบันเกษตรกร” ซึ่งน่าจะเป็นการดำเนินการที่เป็น “เครื่องมือ (Instrument)” ในการจัดการและรับมือกับการขยายอิทธิพลของโรงคัดบรรจุชาวต่างชาติ เพื่อสร้างหลักประกันให้กับความยั่งยืนของอุตสาหกรรมทุเรียนไทย ส่วนที่สี่เป็นการสรุปข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินการเพื่อจัดการและจัดระเบียบการขยายอิทธิพลของโรงคัดบรรจุทุเรียนของชาวจีน

5.1 การทบทวนข้อเสนอเกี่ยวกับกลยุทธ์และมาตรการของการศึกษาอุตสาหกรรมทุเรียนไทย

จากการทบทวนเอกสารและรายงานวิชาการที่ผ่านมา คณะวิจัยได้พบการศึกษาอยู่ 2 ชิ้น ซึ่งได้นำเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหา และการสร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมทุเรียนไทย

- 1) การศึกษา “การตั้งโรงคัดบรรจุผลไม้ (ลัง) ของผู้ประกอบการชาวต่างชาติ ในจังหวัดจันทบุรี”
- 2) โครงการการจัดทำยุทธศาสตร์การสร้างโอกาสทางการค้าการลงทุนและพัฒนาต้นแบบธุรกิจสินค้าเกษตร

ดังสามารถสรุปผลการศึกษาทั้ง 2 ได้ ดังนี้

5.1.1 การศึกษา “การตั้งโรงคัดบรรจุผลไม้ (ล้ง) ของผู้ประกอบการชาวต่างชาติ ในจังหวัดจันทบุรี”

ถึงแม้ในช่วงที่ผ่านมา เกษตรกรขายผลไม้ได้ราคาดีมาก เป็นผลมาจากการที่ผู้ประกอบการชาวจีนหลายราย เข้ามารวมกลุ่มรับซื้อผลไม้และตั้งโรงคัดบรรจุถึงในจังหวัด ผู้ประกอบการชาวจีนมีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่าล้งท้องถิ่น จนสามารถยึดครองส่วนแบ่งการค้าในสัดส่วนที่ค่อนข้างสูง ทำให้หลายฝ่ายเกิดความกังวลว่า หากปล่อยไว้โดยไม่มีการควบคุมหรือป้องกัน ล้งจีนอาจสามารถผูกขาดการค้าและกำหนดราคาซื้อผลผลิตไทยในอนาคต

เพื่อป้องกันการผูกขาดทางตลาด สนับสนุนให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมมากขึ้น ลดการครอบงำตลาดการค้าผลไม้ไทย ดูแลการประกอบธุรกิจของคนต่างชาติให้มีการปฏิบัติถูกต้องและเป็นไปตามกฎหมาย คณะกรรมการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน สภานิติบัญญัติแห่งชาติ จึงมอบหมายให้คณะกรรมการพาณิชย์ ในคณะกรรมการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน สภานิติบัญญัติแห่งชาติ พิจารณาศึกษา เรื่อง การตั้งโรงคัดบรรจุผลไม้ (ล้ง) ของผู้ประกอบการชาวต่างชาติในจังหวัดจันทบุรี

ต้นปี พ.ศ. 2559 คณะกรรมการฯ ได้นำเสนอผลการศึกษาดังกล่าวต่อที่ประชุมสภานิติบัญญัติแห่งชาติ โดยมีข้อเสนอแนะออกได้เป็น 3 กลุ่มมาตรการ คือ

- มาตรการการจัดระเบียบทางการค้า
- มาตรการส่งเสริม การส่งออก การค้าและการนำเข้า
- มาตรการเพิ่มเติมอื่นๆ

ตารางที่ 5-1, ตารางที่ 5-2 และ ตารางที่ 5-3 ได้สรุปสาระสำคัญของทั้ง 3 กลุ่มมาตรการ ตามลำดับ

ตารางที่ 5-1 สารสำคัญของมาตรการการจัดระเบียบทางการค้า

ประเด็นหลัก	สาระสำคัญ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าวโดย ไม่ได้รับอนุญาต	การรับซื้อผลไม้จากชาวสวนมาคัดกรองคุณภาพและขนาดบรรจุเพื่อ ส่งไปขายยังต่างประเทศ อาจถือเป็นการให้บริการบริษัทแม่ใน ต่างประเทศ ตามธุรกิจบริการตามบัญชี 3(21) ท้าย พ.ร.บ.การ ประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 ซึ่งอยู่ภายใต้ขอบเขตการ ประกอบธุรกิจของสำนักงานผู้แทน จึงต้องขออนุญาตประกอบธุรกิจ การคัสดผลไม้เพื่อส่งออก แต่มีการขายผลไม้ที่ไม่ผ่านการคัดแยก บางส่วนในประเทศไทย จัดเป็นกิจกรรมภายในที่เกี่ยวกับผลิตผลทาง การเกษตรตามบัญชี 3(13) พ.ร.บ.การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 ซึ่งต้องขออนุญาตประกอบธุรกิจ	กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
พฤติกรรมการค้าที่ไม่เป็นธรรม การ ผูกขาดทางการค้า หรือตกลงร่วมกันอันมี ลักษณะผูกขาดทางการค้า	การกำหนดราคาสำหรับผลไม้บางส่วนให้ต่ำกว่าราคาตลาดอาจเข้าข่าย ตาม พ.ร.บ.การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542	- คณะกรรมการการ แข่งขันทางการค้า - กรมการค้าภายใน

ประเด็นหลัก	สาระสำคัญ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
แก้ไขปัญหาการทำงานคนต่างด้าวเข้ามาทำงาน	จะต้องได้รับใบอนุญาตทำงาน (Work Permit) ตาม พ.ร.บ.การทำงานของคนต่างด้าว พ.ศ. 2521 ประกอบกับต้องได้รับอนุญาตให้อยู่และทำงานในประเทศได้ด้วย (Permit to Stay) ตาม พ.ร.บ.คนเข้าเมือง พ.ศ. 2522	- กรมการจัดหางาน - สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง
ปัญหาการจัดเก็บภาษีการประกอบธุรกิจซื้อผลไม้	ผู้มีรายได้มีหน้าที่ต้องเสียภาษีตามประมวลรัษฎากร	กรมสรรพากร
การจัดระเบียบการส่งออกนำเข้าผลไม้	กำหนดให้สมาคมการค้าที่ตั้งขึ้นเฉพาะ ช่วยส่งเสริมบทบาทการค้ากับดูแลการส่งออกนำเข้าผลไม้ของไทยให้เป็นมาตรฐานสากล เพื่อสร้างความถูกต้องและเป็นธรรม อาทิเช่น การกำหนดเงื่อนไขทางการค้า การชำระเงิน เงื่อนไขการตลาด เงื่อนไขการซื้อและฝากขาย	สมาคมการค้า
การกำกับดูแลการนำเข้าส่งออกให้เป็นระบบ	กำหนดประเภทผลไม้ที่มีความสำคัญ และอาจต้องมีการการออกใบอนุญาตนำเข้า (Import Licensing) และใบอนุญาตส่งออก (Export Licensing)	

ตารางที่ 5-2 สารสำคัญของมาตรการส่งเสริม การส่งออก การค้าและการนำเข้า

ประเด็นหลัก	สาระสำคัญ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
การส่งเสริมการตลาด	เพิ่มช่องทางการตลาดและเปิดโอกาสให้แก่คนไทยให้กลับเข้ามามีบทบาทในการส่งออก วางแนวทางสนับสนุนให้การค้าผลไม้ไทยเป็นวาระขับเคลื่อนสำคัญ รวมทั้งต้องสร้าง Platform การบริหารจัดการการค้า การตลาดและการทำเว็บไซต์ผลไม้ไทย เพื่อเป็นโมเดลแก่ผู้ประกอบการไทย	กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
การส่งออก	นำมาตรการส่งเสริม เรื่อง การส่งออกผลไม้ การแปรรูปผลไม้ โดยถือเป็นวาระสำคัญในการขับเคลื่อนผลไม้ไทย การส่งออกผลไม้จะได้เป็นประโยชน์ต่อห่วงโซ่อุปทาน	กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
การค้า	การค้าผลไม้ในพื้นที่แหล่งผลิตในตลาดกลาง การเตรียมการบรรจุ การส่งออก การส่งเสริมและสนับสนุนสินค้า ทำให้เกิดความคล่องตัวและมีระบบโลจิสติกส์ทั้งด้านการขนถ่ายและห้องเย็นเป็นส่วนช่วยสนับสนุน	
การนำเข้า	การนำเข้าผลไม้บางประเภท อาจต้องกำหนดมาตรฐานที่เข้มงวด เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับของที่มีคุณภาพมาตรฐานสากล	

ตารางที่ 5-3 สารสำคัญของมาตรการเพิ่มเติมอื่น ๆ

ประเด็นหลัก	สารสำคัญ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มและมีการซื้อขายแบบ On-Line	สนับสนุนให้เกษตรกรรวมกลุ่มและทำการซื้อขายแบบ On-Line เพื่อขยายช่องทางการตลาดไปได้ทั่วโลก สหกรณ์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องผนึกกำลังเพื่อส่งเสริมให้การตั้งโรงคั่วบรรจุผลไม้ แข่งขันได้กับโรงคั่วบรรจุผลไม้ของคนต่างด้าว ภาคเอกชนต้องเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่น	- สภาอุตสาหกรรมจังหวัด - สภาหอการค้าจังหวัด
การกำหนดมาตรฐาน GAP/GMP	กำหนดให้ผู้ส่งออกผักและผลไม้ต้องขึ้นทะเบียนเป็นผู้ส่งออก โดยผลผลิตที่ส่งออกต้องมาจากแปลงปลูกที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practice: GAP) และมาจากโรงคั่วบรรจุที่ผ่านการรับรองคุณภาพและมาตรฐานตามระบบการผลิตที่ดี (Good Manufacturing Practice: GMP)	<u>กรมวิชาการเกษตร</u>
มาตรการอื่น นอกจากการบังคับใช้กฎหมาย	กำหนดให้ผลไม้เป็นรายการสินค้าสำคัญที่ควรมีการควบคุม กำกับดูแลปริมาณที่นำเข้าส่งออก ตาม พรบ.การส่งออกนำเข้า พ.ศ. 2522 จัดระบบการเก็บภาษีรองรับ	

ประเด็นหลัก	สาระสำคัญ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
	มาตรการส่งเสริมให้ชาวสวนมีความเข้มแข็ง เช่น การรวมตัวกันเป็น สมาคมการค้า และการหาตลาดประเทศอื่น	
การดำเนินการของสหกรณ์การเกษตร	สร้างรูปแบบการดำเนินการของสหกรณ์การเกษตร ให้มีความเข้มแข็ง ในการบริหารจัดการการสนับสนุนการเปิดเว็บไซต์เพื่อการจำหน่าย ผลไม้ออนไลน์	

5.1.2 โครงการการจัดทำยุทธศาสตร์การสร้างโอกาสทางการค้าการลงทุนและพัฒนาต้นแบบธุรกิจสินค้าเกษตร

ในปี พ.ศ. 2559 สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ ได้เล็งเห็นความจำเป็นที่จะต้องสร้างโอกาสทางการค้าการลงทุนให้กับผู้ประกอบการไทย เพื่อความสามารถในการแข่งขันและความอยู่รอด ภายใต้สถานการณ์ทางการค้าที่เปลี่ยนแปลง โดยใช้ประโยชน์จากการค้าการลงทุนระหว่างประเทศที่ทวีความสำคัญมากขึ้น จึงได้มอบหมายให้ ศูนย์ศึกษาการค้าระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ดำเนินโครงการการจัดทำยุทธศาสตร์การสร้างโอกาสทางการค้าการลงทุนและพัฒนาต้นแบบธุรกิจสินค้าเกษตร ภายใต้วัตถุประสงค์ 3 ประการคือ

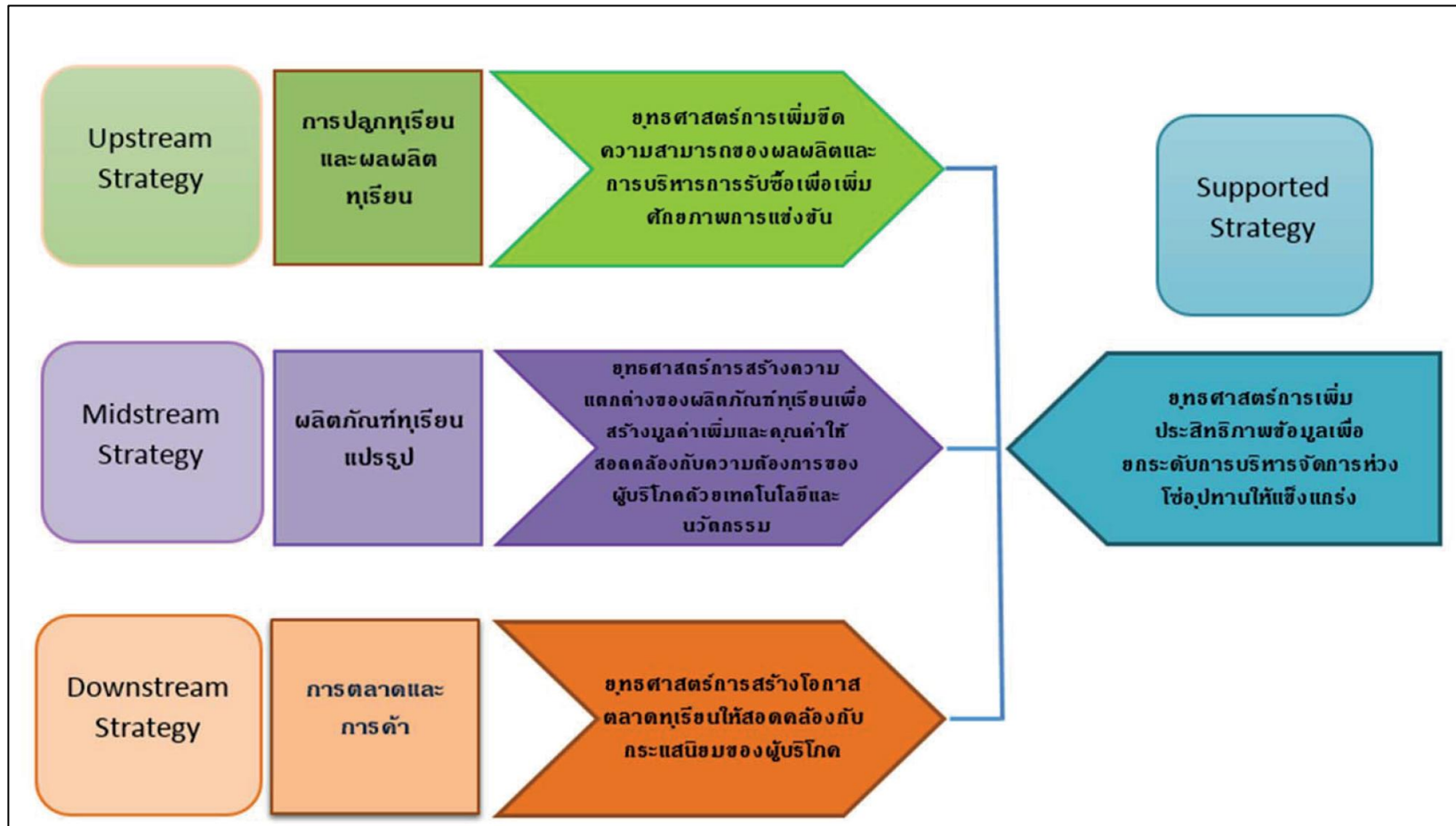
- 1) เพื่อพัฒนาระดับไทยให้เป็นชาติการค้า (Trading Nation) และเพิ่มขีดความสามารถในการส่งออกและลงทุนในต่างประเทศของสินค้าเกษตรของไทย
- 2) เพื่อพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้แก่ภาคเอกชนรองรับการเป็นชาติการค้า การเข้าประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และรองรับเศรษฐกิจยุคใหม่
- 3) เพื่อสร้างและแสวงหาโอกาสทางการค้าการลงทุนในต่างประเทศ และพัฒนาต้นแบบธุรกิจสินค้าเกษตร

ขอบเขตของการศึกษาเป็นการจัดทำยุทธศาสตร์การสร้างโอกาสทางการค้าการลงทุนธุรกิจสินค้าเกษตรระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2559-2561) และยุทธศาสตร์ย่อยรายสาขาจำนวน 3 สาขา¹ โดยการศึกษาได้คัดเลือกสินค้าเกษตรที่นำมาเป็นตัวแทนในการจัดทำยุทธศาสตร์สินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปรายสาขา จำนวน 3 รายการ คือ 1) สินค้าข้าวและข้าวแปรรูป 2) สินค้ามะพร้าว และ 3) สินค้าทุเรียน

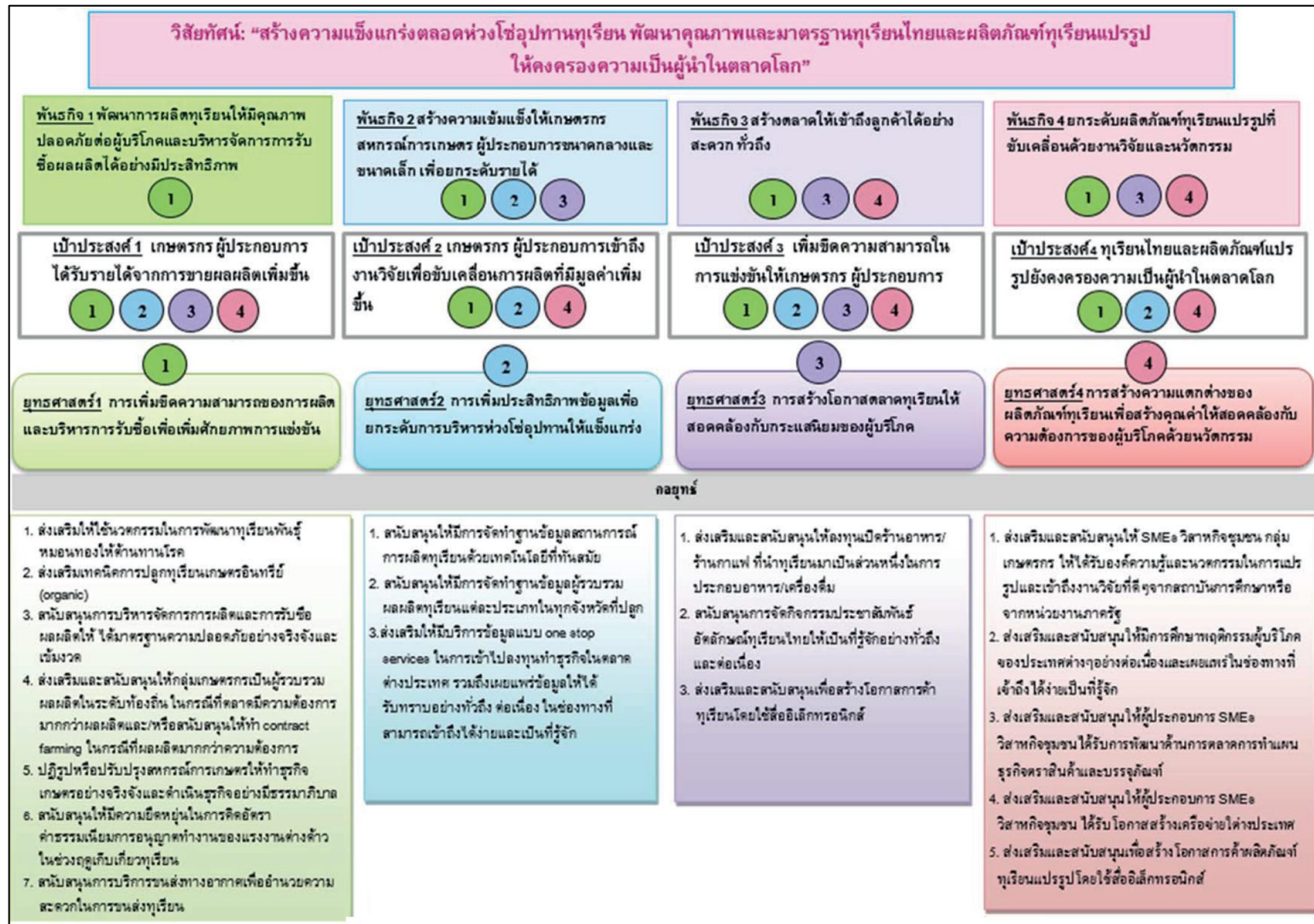
ในส่วนของสินค้าทุเรียน การศึกษาได้ทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการผลิตและการค้าทุเรียน (SWOT Analysis) ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

จากกรอบการวิเคราะห์ SWOT การศึกษาได้กำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ภายใต้แต่ละยุทธศาสตร์ โดยแบ่งยุทธศาสตร์หลักออกตามช่วงของห่วงโซ่อุปทาน ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ด้านต้นน้ำ ยุทธศาสตร์ด้านกลางน้ำ และยุทธศาสตร์ด้านปลายน้ำ รวมถึงยุทธศาสตร์สนับสนุนยุทธศาสตร์หลักทั้งสาม ตามรูปที่ 5-1 ซึ่งสามารถนำมาจัดทำเป็นแผนภาพความเชื่อมโยงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ เพื่อให้เห็นถึงความเชื่อมโยงกันระหว่างพันธกิจ เป้าประสงค์ ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ ดังแสดงในรูปที่ 5-2 โดยมีตารางที่ 5-4 ถึงตารางที่ 5-7 สรุปแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่นำเสนอ

¹ ศูนย์ศึกษาการค้าระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (กันยายน 2559). โครงการการจัดทำยุทธศาสตร์การสร้างโอกาสทางการค้า การลงทุนและพัฒนาต้นแบบธุรกิจสินค้าเกษตร.



รูปที่ 5-1 แผนภาพความสัมพันธ์ของยุทธศาสตร์สินค้าทุเรียนภายในห่วงโซ่อุปทาน



รูปที่ 5-2 แผนภาพความเชื่อมโยงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์สินค้าทุเรียนไทย

ตารางที่ 5-4 แผนปฏิบัติงานภายใต้ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเพิ่มขีดความสามารถของผลผลิตและบริหารการรับซื้อเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน

กลยุทธ์	แผนปฏิบัติงาน	หน่วยงานที่รับผิดชอบ*
ส่งเสริมให้ใช้นวัตกรรมในการพัฒนาทุเรียน หมอนทองให้ทนโรค	• ระยะสั้น ในปีที่ 1 — คัดค้านนวัตกรรมในการพัฒนาทุเรียนพันธุ์หมอนทองที่สามารถต้านทานและป้องกันโรคโคนเน่า	• กรมวิชาการเกษตร
ส่งเสริมเทคนิคการปลูกทุเรียนมาตรฐานเกษตรอินทรีย์	• ระยะกลางในปีที่ 2 — จัดทำโครงการอบรมเกษตรกรรณรงค์ ที่ตั้งใจปลูกทุเรียนอินทรีย์	• สถาบันพีชอินทรีย์ กรมวิชาการเกษตร • สำนักงานมาตรฐานอินทรีย์เกษตร จังหวัด/อำเภอ/ตำบล
สนับสนุนการบริหารจัดการผลิตและการรับซื้อ ผลผลิตให้ได้มาตรฐานความปลอดภัยอย่าง จริงจังและเข้มงวด	• ระยะเร่งด่วน — ตรวจสอบและลงโทษการสวมสิทธิ์ GAP, GMP — ตรวจสอบและลงโทษการตัดทุเรียนอ่อน • ระยะสั้นในปีที่ 1 — ให้ทุกสวนมี GAP หรือ Thai GAP	• สวพ เขต • สถาบันส่งเสริมคุณภาพเกษตรกรไทย • สภาหอการค้า • ITAP สนง. พัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ • สถาบันทุเรียนไทย

กลยุทธ์	แผนปฏิบัติงาน	หน่วยงานที่รับผิดชอบ*
	— ให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมเป็นผู้ให้การรับรองมาตรฐานความปลอดภัย	• <u>เกษตรจังหวัด</u>
สนับสนุนให้กลุ่มเกษตรกรเป็นผู้รวบรวมผลผลิตในระดับท้องถิ่นในกรณีที่ตลาดมีความต้องการมากกว่าผลผลิต และ สนับสนุนให้ทำ Contract farming ในกรณีผลผลิตมากกว่าความต้องการ	• <u>ระยะสั้นในปีที่ 1</u> — สนับสนุนสินเชื่ออัตราดอกเบี้ยต่ำใช้เป็นเงินหมุนเวียนในการรวบรวมผลผลิต และลงทุนสร้างห้องเย็นที่บรรจุทุเรียนได้ 1,000-2,000 ตัน โดยสนับสนุนให้เข้าร่วมโครงการ 1 ตำบล 1 SMEs เกษตร — สร้างต้นแบบการรวมกลุ่มเกษตรกรให้เป็นผู้รวบรวมผลผลิตระดับท้องถิ่น	• <u>ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ ร่วมมือกับ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม</u> • <u>เกษตรจังหวัด/อำเภอ/ตำบล</u> • <u>สวพ เขต</u> • <u>พาณิชย์จังหวัด</u> • <u>สถาบันทุเรียนไทย</u> • <u>หอการค้าจังหวัดและกลุ่มเกษตรกร ร่วมกันสนับสนุน</u>
ปฏิรูปหรือปรับปรุงให้สหกรณ์การเกษตรทำธุรกิจเกษตรอย่างจริงจัง	• <u>ระยะสั้นในปีที่ 1</u> — สนับสนุนสินเชื่ออัตราดอกเบี้ยต่ำใช้เป็นเงินหมุนเวียนในการรวบรวมผลผลิต และลงทุนสร้างห้องเย็นที่บรรจุทุเรียนได้	• <u>ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ ร่วมมือกับ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม</u>

กลยุทธ์	แผนปฏิบัติงาน	หน่วยงานที่รับผิดชอบ*
	5,000-10,000 ต้น โดยสนับสนุนให้เข้าร่วมโครงการ 1 ตำบล 1 SMEs เกษตร	
	— จัดอบรมให้ความรู้แก่สหกรณ์การเกษตร	• <u>กรมส่งเสริมสหกรณ์</u>
	— สร้างเครือข่ายของชุมชนสหกรณ์การเกษตรให้เข้มแข็ง	• <u>สหกรณ์การเกษตรประจำพื้นที่</u>
สนับสนุนให้เกิดความยืดหยุ่นในการคิดอัตราค่าธรรมเนียม ค่าแรงงานต่างด้าวในฤดูเก็บเกี่ยวทุเรียน	• <u>ระยะสั้นในปีที่ 1</u> — สนับสนุนให้มีการพิจารณาค่าธรรมเนียม ค่าแรงงานต่างด้าวในฤดูเก็บเกี่ยวทุเรียน	• <u>กรมจัดหางาน</u>
สนับสนุนการบริการขนส่งทางอากาศ	• <u>ระยะสั้นในปีที่ 1</u> — ทำ MOU ร่วมกับการบินไทยในการคิดค่าบริการขนส่งทางอากาศในอัตราลดลงเฉพาะกรณีพิเศษในช่วงส่งเสริมการบุกตลาดใหม่	• <u>กระทรวงพาณิชย์ ร่วมกับ สมาคมการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ และกรมการขนส่ง</u>

* ตัวอักษรหนา: หน่วยงานหลัก ตัวอักษรปกติ: หน่วยงานสนับสนุน ขีดเส้นใต้: หน่วยงานภาครัฐ

ตารางที่ 5-5 แผนปฏิบัติงานภายใต้ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเพิ่มประสิทธิภาพข้อมูลเพื่อยกระดับการบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทาน

กลยุทธ์	แผนปฏิบัติงาน	หน่วยงานที่รับผิดชอบ*
สนับสนุนให้มีการจัดทำฐานข้อมูล สถานการณ์ด้านการผลิตที่ทันสมัย	• ระยะสั้น ในปี ที่ 1 — เพิ่มการจัดทำพื้นที่เพาะปลูก พื้นที่ให้ผลแยกตามสายพันธุ์ และพื้นที่เพาะปลูก ข้อมูลเกษตรกรรายแปลง ข้อมูลการจดทะเบียน GAP และการต่อทะเบียนเกษตรกร — จัดทำข้อมูลสถานการณ์ราคาทุเรียน ราคาขาย ราคาขายส่ง และราคาส่งออก จำแนกตามสายพันธุ์ — จัดทำข้อมูลปริมาณและมูลค่าผลผลิตที่เสียหายจากภัยธรรมชาติในแต่ละปี — ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีแบบใหม่ในการจัดเก็บข้อมูลให้เที่ยงตรง — ใช้เทคโนโลยีที่มีความแม่นยำมาช่วยในการเก็บข้อมูลแบบ Real Time — ทำ Application บนมือถือให้ความรู้แก่เกษตรกร การใช้ปุ๋ย สารเคมี	• ศูนย์สารสนเทศการเกษตร • สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร • กรมส่งเสริมการเกษตร • บริษัทโทรศัพท์มือถือ • สนง. พัฒนาเทคโนโลยีอวกาศ และภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน)

กลยุทธ์	แผนปฏิบัติงาน	หน่วยงานที่รับผิดชอบ*
	— จัดทำ MOU กับ สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ เพื่อจัดทำข้อมูลพื้นที่ความเสียหายจากภัยธรรมชาติ	
สนับสนุนให้มีการจัดทำฐานข้อมูลรวบรวมผลผลิตทุเรียนในแต่ละประเภทในแต่ละจังหวัดที่ปลูก	• ระยะกลางในปีที่ 1 — จัดทำฐานข้อมูลที่มีรายชื่อผู้รวบรวมผลผลิต จำแนกเป็นทุนจีน 100%, บริษัทร่วมทุน และบริษัทไทย — เผยแพร่ข้อมูลให้ประชาชนเข้าถึงได้ง่าย	• <u>พาณิชย์จังหวัด</u> • <u>กรมพัฒนาธุรกิจการค้า</u> • <u>ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์</u>
ส่งเสริมให้มีการบริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ One Stop Service ในการเข้าไปลงทุนทำธุรกิจ在不同ประเทศ	• ระยะสั้นในปี ที่ 1 — รวบรวมข้อมูลทางการค้าทั้งหมดไว้ในแหล่งเดียวกัน เช่น พฤติกรรมการบริโภค在不同ประเทศ แนวโน้มการตลาด ขนาดของตลาด ช่องทางจัดจำหน่าย — เผยแพร่ข้อมูลทางการค้าแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ให้ได้ทราบอย่างทั่วถึง	• <u>สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ</u> • <u>ศูนย์สารสนเทศของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงพาณิชย์</u> • <u>ศูนย์ข้อมูลของจังหวัดที่มีการเพาะปลูกทุเรียน</u>

กลยุทธ์	แผนปฏิบัติงาน	หน่วยงานที่รับผิดชอบ*
		- สมาคมส่งออกผลไม้ - หอการค้าจังหวัดที่มีการเพาะปลูกทุเรียน

* ตัวอักษรหนา: หน่วยงานหลัก ตัวอักษรปกติ: หน่วยงานสนับสนุน ขีดเส้นใต้: หน่วยงานภาครัฐ

ตารางที่ 5-6 แผนปฏิบัติงานภายใต้ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างโอกาสการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับกระแสนิยมผู้บริโภค

กลยุทธ์	แผนปฏิบัติงาน	หน่วยงานที่รับผิดชอบ*
ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการลงทุน เปิดร้านอาหาร กาแฟ ผลิตภัณฑ์อื่นที่นำ ทุเรียนสดมาเป็นส่วนประกอบ	- ระยะสั้น ในปีที่ 1 - จัดทำโครงการต้นกล้าและคัดเลือกต้นแบบธุรกิจ ร้านอาหาร/ร้านกาแฟ/เครื่องดื่มแบบใหม่ ที่นำทุเรียนมา เป็นส่วนประกอบ	<u>กรมพัฒนาธุรกิจการค้า</u> <u>กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ</u> <u>ธนาคารเอสเอ็มอี</u>
สนับสนุนการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อัต ลักษณ์ทุเรียนไทยให้เป็นที่รู้จักอย่างทั่วถึง พร้อมสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัย	- ระยะสั้นในปีที่ 1 - จัดพื้นที่สำหรับงานมหกรรมทุเรียนระดับชาติในงานแสดง สินค้าเกี่ยวกับอาหารนานาชาติประจำปี THAIFEX-World of Food Asia ที่ประกอบด้วยทุเรียนจากแหล่งผลิตต่าง ๆ ของประเทศไทย - จัดกิจกรรมนำร่องเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการ กลุ่ม เกษตรกรและสหกรณ์การเกษตรให้มีส่วนร่วมในการบุก ตลาดใหม่	<u>กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ</u> - หอการค้าแห่งประเทศไทย - สถาบันทุเรียนไทย - สหกรณ์การเกษตร - ชมรมคนรักทุเรียนแห่งประเทศไทย

กลยุทธ์	แผนปฏิบัติงาน	หน่วยงานที่รับผิดชอบ*
ส่งเสริมและสนับสนุนเพื่อสร้างโอกาสทางการค้าทุเรียนโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)	- ระยะสั้นในปี ที่ 1 — จัดทำโครงการนักธุรกิจทุเรียนการค้าออนไลน์โดยรับสมัครผู้สนใจที่มีเริ่มต้นทำธุรกิจหรือขยายธุรกิจสู่ช่องทางการค้าออนไลน์	- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า - สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ - สมาคมส่งออกผลไม้ไทย - สถาบันการศึกษา

* ตัวอักษรหนา: หน่วยงานหลัก ตัวอักษรปกติ: หน่วยงานสนับสนุน ขีดเส้นใต้: หน่วยงานภาครัฐ

ตารางที่ 5-7 แผนปฏิบัติงานภายใต้ ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ทุเรียนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและคุณค่า
ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม

กลยุทธ์	แผนปฏิบัติงาน	หน่วยงานที่รับผิดชอบ*
ส่งเสริมและสนับสนุนให้ SMEs วิสาหกิจ ชุมชน กลุ่มเกษตรกร ให้ได้รับองค์ความรู้ และนวัตกรรมในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทุเรียน	• ระยะเร่งด่วน — ประชาสัมพันธ์ให้ SMEs สมัครเป็นสมาชิกของหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อรับรู้ข่าวสารและการสนับสนุน • ระยะสั้นในปีที่ 1 — สนับสนุนให้ SMEs ต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปขอรับการสนับสนุนจากโครงการต่าง ๆ ที่มีผู้เชี่ยวชาญคำปรึกษา — จัดทำโครงการต้นกล้านำทางต่อยอดให้เกษตรกรรุ่นใหม่ (YSF) ผู้ประกอบการรายย่อยหน้าใหม่ — ประชาสัมพันธ์ให้เข้าร่วมงานนัดพบระหว่างนักวิจัยผู้ประกอบการและแหล่งทุน — เผยแพร่และประชาสัมพันธ์องค์ความรู้จากงานวิจัยให้ได้รับทราบอย่างทั่วถึง	• <u>สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สถาบัน กระทรวงพาณิชย์</u> • <u>สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย</u> • สมาคมต่าง ๆ • <u>กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม</u> • <u>สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย</u> • <u>ITAP สวทช.</u> • <u>สวก.</u> • <u>สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ</u>

กลยุทธ์	แผนปฏิบัติงาน	หน่วยงานที่รับผิดชอบ*
ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคของประเทศต่าง ๆ นโยบายทางการค้าและผลพลอยได้จากทุเรียนอย่างต่อเนื่องทั้งตลาดเดิมและตลาดใหม่	- ระยะสั้นในปีที่ 1 - ผลักดันให้มีการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค นโยบายทางการค้าและผลพลอยได้จากทุเรียน - มีการเผยแพร่รายงานการศึกษาในช่องทางที่เป็นที่รู้จัก	- ศูนย์วิจัยอุตสาหกรรมเกษตรของสถาบันการศึกษาต่าง ๆ <u>สถาบันอาหาร</u> <u>สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ</u> <u>ศูนย์สารสนเทศของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์</u> <u>ศูนย์ข้อมูลของจังหวัดที่มีการเพาะปลูกทุเรียน</u> - หอการค้าจังหวัด <u>สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ</u>
ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการขนาดเล็ก วิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรกร มีโอกาสได้รับการพัฒนาด้านการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูป	- ระยะสั้นในปีที่ 1 - ส่งเสริมให้จัดทำโครงการพัฒนานการตลาดอย่างครบทุกด้านเชิงปฏิบัติการ โดยมีผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษา	<u>กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ</u> <u>กรมพัฒนาธุรกิจ</u>

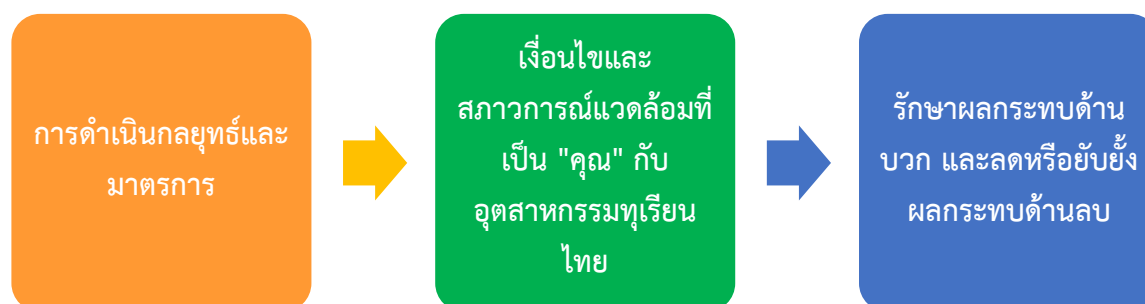
กลยุทธ์	แผนปฏิบัติงาน	หน่วยงานที่รับผิดชอบ*
ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการ SMEs มีโอกาสสร้างเครือข่ายในต่างประเทศ	- ระยะสั้นในปีที่ 1 - ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการแปรรูปทุเรียน SMEs สมัครเข้าร่วมโครงการพื้งนอง เพื่อรับการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์จากผู้ประกอบการรายใหญ่ - คัดเลือกผู้ประกอบการแปรรูปทุเรียน SMEs ที่มีความพร้อมมาเป็นต้นแบบเพื่อเดินทางไปศึกษาตลาดต่างประเทศ	<u>กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ</u>
ส่งเสริมและสนับสนุนเพื่อสร้างโอกาสทางการค้าทุเรียนแปรรูป โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)	- ระยะสั้นในปีที่ 1 - ส่งเสริมและสนับสนุนให้ภาคเอกชนไทยลงทุนในระบบการบริหารจัดการการค้าโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ให้บริการแบบครบวงจร	<u>กรมพัฒนาธุรกิจการค้า</u> <u>จังหวัด</u> - สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ - สมาคมผู้ส่งออกผลไม้ไทย - หอการค้าไทย

* ตัวอักษรหนา: หน่วยงานหลัก ตัวอักษรปกติ: หน่วยงานสนับสนุน ขีดเส้นใต้: หน่วยงานภาครัฐ

5.2 กรอบทิศทางการยุทธ์ในการขับเคลื่อนความยั่งยืนของอุตสาหกรรมทุเรียนไทย

ส่วนนี้นำเสนอกรอบทิศทางการยุทธ์ในการขับเคลื่อนความยั่งยืนของอุตสาหกรรมทุเรียนไทย เชื่อมโยงกับผลการประเมินแนวโน้มผลกระทบระยะยาว ซึ่งได้นำเสนอในบทที่แล้ว โดยการประเมินผลกระทบระยะยาวพบว่า สืบเนื่องจากความไม่แน่นอนของสถานการณ์ในอนาคต จึงไม่อาจชี้ชัดถึงทิศทางของผลกระทบในระยะยาวได้ ทั้งนี้ ผลกระทบระยะยาวที่จะเกิดขึ้นจากการขยายกิจการของผู้ประกอบการต่างชาติ อาจเป็นไปได้ทั้งที่เป็นคุณหรือที่เป็นโทษต่ออุตสาหกรรมทุเรียนไทย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขหรือสถานการณ์แวดล้อมอุตสาหกรรมที่จะเกิดขึ้นในอนาคต หากเงื่อนไขหรือสถานการณ์มีลักษณะเป็น “คุณ” ผลกระทบมีแนวโน้มที่จะเป็นบวกมากกว่าเป็นลบ อุตสาหกรรมทุเรียนไทยและเกษตรกรไทยยังได้ประโยชน์อย่างเต็มที่จากการขยายตัวของการส่งออกทุเรียนไทย ในทางตรงข้าม ถ้าเงื่อนไขหรือสถานการณ์มีลักษณะเป็น “โทษ” ผลกระทบก็จะมีทิศทางที่อาจบั่นทอนความยั่งยืนของอุตสาหกรรมทุเรียนไทยได้

การกำหนดกลยุทธ์และมาตรการจึงแสวงหาแนวทางการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดเงื่อนไขหรือสถานการณ์ที่เป็น “คุณ” ให้มากที่สุด อันจะส่งผลต่อเนื่องให้เกิดผลกระทบด้านบวก และป้องกันหรือลดผลกระทบทางลบ ตามรูปที่ 5-3



รูปที่ 5-3 ความเชื่อมโยงระหว่างกลยุทธ์และมาตรการกับผลกระทบระยะยาว

จากการประเมินในบทที่ 4 สามารถสรุปเงื่อนไขและสถานการณ์แวดล้อมที่เป็น “จุดคานงัด” ของอนาคตอุตสาหกรรมทุเรียนไทย ได้ดังนี้

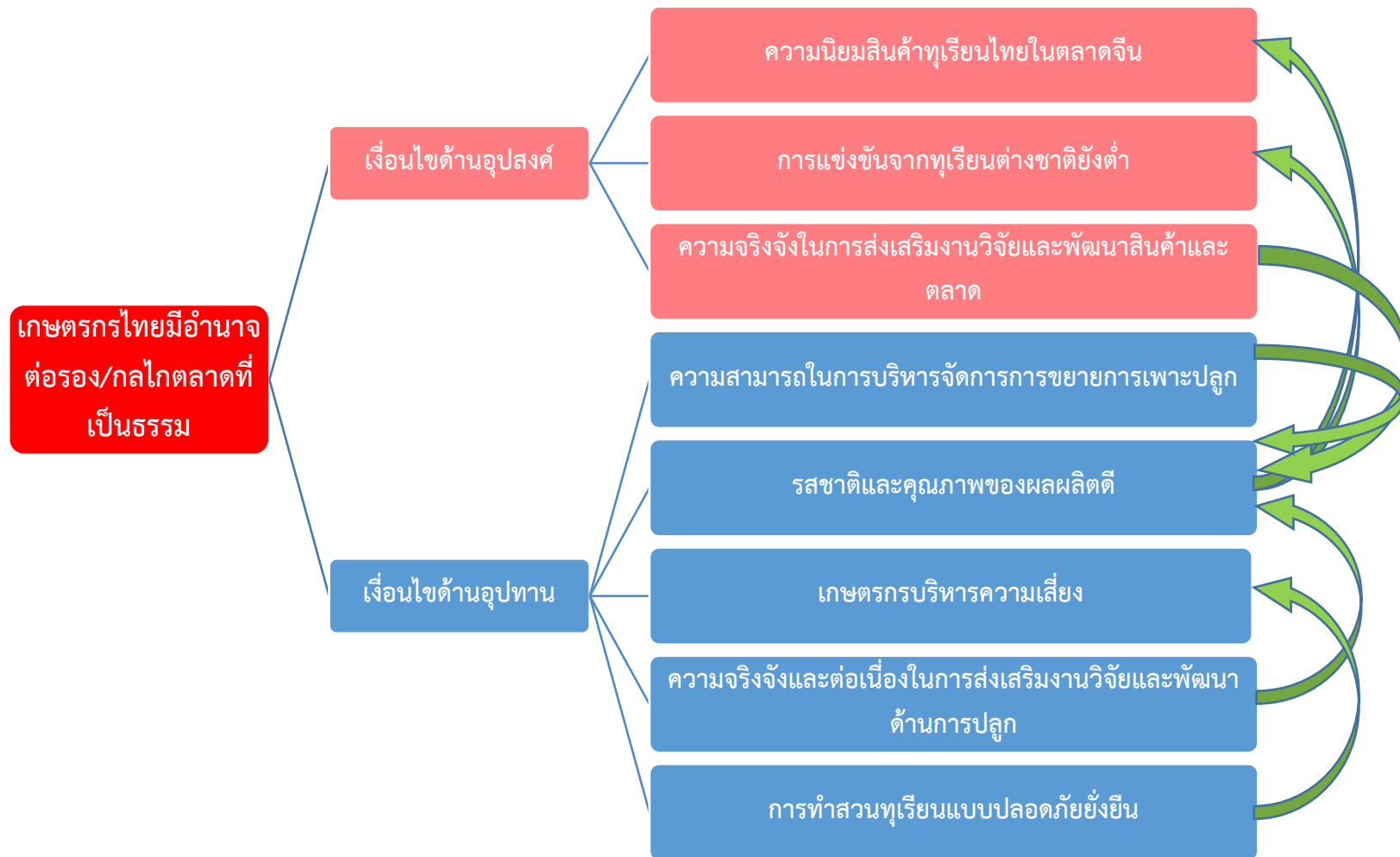
- 1) ความสามารถในการบริหารจัดการการขยายการเพาะปลูกทุเรียน
- 2) ตลาดจีนยังคงนิยมสินค้าทุเรียนไทยอย่างต่อเนื่อง
- 3) การแข่งขันจากทุเรียนต่างชาติยังอยู่ในระดับที่ไม่รุนแรงนัก
- 4) รสชาติและคุณภาพของผลผลิตดี
- 5) เกษตรกรไทยมีอำนาจต่อรองในการขายผลผลิต ภายใต้กลไกตลาดที่เป็นธรรม ทั้งที่อยู่ในตลาดไทยและตลาดการค้าในจีน
- 6) เกษตรกรดำเนินการบริหารความเสี่ยง

- 7) ความจริงจังและต่อเนื่องในการส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนาด้านสินค้าและตลาด
- 8) ความจริงจังและต่อเนื่องในการส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนาด้านการปลูก และระบบบริหารจัดการองค์ความรู้ด้านการเพาะปลูก
- 9) การทำสวนทุเรียนแบบปลอดภัยและยั่งยืน

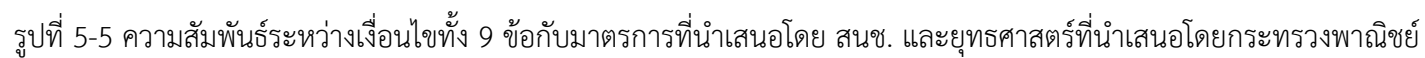
อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาให้ดีจะเห็นว่า เงื่อนไขทั้ง 9 ประการข้างต้นไม่ได้แยกกันเป็นเอกเทศ แต่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน ซึ่งสามารถแสดงในรูปที่ 5-4 โดยเงื่อนไขทั้ง 9 ประการสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มเงื่อนไข คือ กลุ่มเงื่อนไขที่มีผลต่ออุปสงค์หรือความต้องการสินค้า และเงื่อนไขที่มีผลต่ออุปทานหรือความสามารถของอุตสาหกรรมทุเรียนไทยในการนำเสนอสินค้า ซึ่งกลุ่มเงื่อนไขทั้ง 2 ด้าน สุดท้ายจะส่งผลไปยังอำนาจต่อรองของเกษตรกรไทยในการขายผลผลิต ซึ่งจะเป็นกลไกที่สำคัญที่รักษาความเป็นธรรมในการค้าระหว่างเกษตรกรไทยและผู้ประกอบการชาวต่างชาติ ไม่มีฝ่ายใดสามารถผูกขาดหรือครอบงำตลาด และกำหนดราคาซื้อขายได้ตามอำเภอใจ

รูปที่ 5-5 แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างเงื่อนไขทั้ง 9 ข้อกับมาตรการที่นำเสนอโดย สนช. และยุทธศาสตร์ที่นำเสนอโดยกระทรวงพาณิชย์ จะเห็นถึงความสอดคล้องของข้อเสนอจากทั้ง 2 การศึกษากับเงื่อนไขทั้ง 9 ประการ ยกเว้นว่า ข้อเสนอด้านกลยุทธ์และมาตรการจากการศึกษาทั้ง 2 ชั้นในอดีต เป็นข้อเสนอสำหรับการดำเนินการที่มุ่งหวังเพียงผลในระยะสั้น ไม่ได้มีการประเมินถึงผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในระยะยาว ที่อาจบั่นทอนความยั่งยืนของทุเรียนไทย จึงไม่ได้พิจารณาถึงปัญหาที่จะตามมาจากการขยายพื้นที่เพาะปลูกอย่างไร้การควบคุม และการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับเกษตรกรเพื่อรับมือกับความเสี่ยงที่อาจต้องประสบในอนาคต

กลยุทธ์และมาตรการจากการศึกษาทั้งสองในอดีตพอจะแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลยุทธ์และมาตรการด้านการบังคับใช้กฎหมายเพื่อจัดระเบียบผู้ประกอบการต่างชาติและการนำเข้าส่งออกผลไม้ และกลยุทธ์และมาตรการด้านการสร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมทุเรียนไทย โดยทั้ง 2 การศึกษา ต่างก็เสนอให้หน่วยงานภาครัฐเป็นหน่วยงานหลักในการผลักดันทั้ง 2 กลุ่มกลยุทธ์และมาตรการ



รูปที่ 5-4 ความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างเงื่อนไขที่กำหนดทิศทางผลกระทบต่อนานาคทุเรียนไทย



การกำหนดกลยุทธ์และมาตรการในการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาพืชผลทางการเกษตร นิยมให้หน่วยงานภาครัฐเป็น “ช้างเท้าหน้า” ของการขับเคลื่อนองคาพยพในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นและสร้างความเข้มแข็งให้กับภาคการเกษตร ตั้งอยู่บนฐานความคิดว่า เกษตรกรและภาคเอกชนไทยมีความอ่อนแอ ไม่ค่อยสามารถยืนได้บนขาของตัวเอง จำเป็นต้องการความช่วยเหลือจากรัฐแทบจะในทุกมิติ ซึ่งกรอบแนวคิดนี้อาจไม่ถูกต้องนักในบริบทของทุเรียนด้วยเหตุผล 3 ประการ

- 1) ประสบการณ์การแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตรในอดีตได้สอนบทเรียนว่า การให้เกษตรกรพึ่งพารัฐอยู่ร่ำไป ทำให้เกษตรกรอ่อนแอลง ไม่สามารถหลุดพ้นจากวังวนของปัญหาได้ เกิดเป็นวงจรซ้ำซากของปัญหา
- 2) สถานะของเกษตรกรทุเรียนในเวลานี้ มีความแตกต่างจากเกษตรกรที่เพาะปลูกสินค้าเกษตรตัวอื่น การสำรวจภาคสนามของการศึกษา² ได้ชี้ให้เห็นว่า เกษตรกรทุเรียนที่ขายผลผลิตที่ส่งออกไปจีน ได้ส่วนแบ่งกำไรจากการขายที่สูง มีรายได้และฐานะที่ดี มีฐานะทางเศรษฐกิจที่มั่นคงกว่าเกษตรกรในภาคการเกษตรอื่น ๆ น่าจะมีขีดความสามารถที่จะเป็นผู้นำในการขับเคลื่อนยกระดับขีดความสามารถและความเข้มแข็งขึ้นเรื่อย ๆ
- 3) จากข้อเสนอแนะของการศึกษาที่ผ่านมาที่สรุปในหัวข้อ 5.1 หน่วยงานที่ถูกกำหนดให้เป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินกลยุทธ์ แบ่งตามขั้นตอนหรือประเด็นที่เกี่ยวกับการส่งออกผลไม้ ได้ดังนี้

การปลูก

มาตรฐาน GAP และ GMP: กรมวิชาการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร

สหกรณ์การเกษตร: กรมส่งเสริมสหกรณ์ กรมส่งเสริมการเกษตร กรมตรวจบัญชีสหกรณ์

ข้อมูลด้านเกษตร: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน)

การแปรรูป

การพัฒนาสินค้า: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

การประกอบธุรกิจ

การจัดทะเบียนธุรกิจ: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

การทำงานของคนต่างด้าว: สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง กรมจัดหางาน

การค้าที่ไม่เป็นธรรม: คณะกรรมการแข่งขันทางการค้า กรมการค้าภายใน

การจัดเก็บภาษี: กรมสรรพากร

² ดูรายละเอียดการสำรวจข้อมูลภาคสนามได้จากรายงานแผนงานวิจัย “การศึกษาผลกระทบของการขยายกิจการของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ: ภาวะคุกคาม โอกาส และความยั่งยืนของระบบธุรกิจผลไม้ไทย” 2563.

การส่งออก

ข้อกำหนดการส่งออก: กรมการค้าต่างประเทศ

การรับรองสารตกค้าง: กรมวิชาการเกษตร สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร
แห่งชาติ

การตรวจปล่อยสินค้า: กรมศุลกากร

การเจรจาการค้าระหว่างประเทศ: กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

การค้าในต่างประเทศ: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ

จะเห็นได้ชัดว่าส่วนงานเหล่านี้อยู่กระจัดกระจายกันหลายกระทรวง ทั้งหน่วยงานที่อยู่ในสังกัด
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการคลัง และกระทรวงดิจิทัลเพื่อ
เศรษฐกิจและสังคม ซึ่งแต่ละหน่วยงานก็มีกฎหมายที่กำหนดขอบเขตภารกิจของตน มีแผนการใช้
งบประมาณของตน มีเป้าหมายที่ต้องรับผิดชอบคนละชุดกัน ซึ่งยังมักเปลี่ยนไปตามกระแส
การเมือง จึงมักมีปัญหาและความอ่อนแอในการบูรณาการงานระหว่างหน่วยงาน และในการ
รักษาความต่อเนื่องในการดำเนินงาน กลยุทธ์และมาตรการที่ต้องอาศัยหน่วยงานจำนวนมากมา
ดำเนินการแบบนี้ มักไม่ประสบความสำเร็จ เพราะขาดองค์กร “เจ้าภาพ” หรือองค์กรที่จะเป็น
เจ้าของผลงาน (Ownership) ที่จะทำหน้าที่ผลักดันและขับเคลื่อนให้การดำเนินงานของทุก
หน่วยงานเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างสอดคล้องประสาน

รูปที่ 5-5 ฉายภาพให้เห็นว่าเป้าหมายสูงสุดของกลยุทธ์และมาตรการต่าง ๆ ที่ใช้ในการจัดการและ
รับมือกับการขยายอิทธิพลของผู้ประกอบการต่างชาติ คือ การยกระดับอำนาจต่อรองในการขายผลผลิตให้กับ
ชาวสวนทุเรียนไทยเพื่อให้ได้ราคายุติธรรม จากที่นำเสนอมาแล้วในบทที่ 3 ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมทุเรียน
ส่วนใหญ่เห็นพ้องต้องกันว่า ในระยะยาว ล้งไทย ไม่ว่าจะเป็นรายเล็กหรือรายใหญ่ จะทยอยเสียส่วนแบ่ง
การตลาดไปเรื่อย ๆ จากความเสียเปรียบในการแข่งขัน ในที่สุดทุนจีนน่าจะสามารถครอบครองส่วนแบ่ง
การตลาดในการค้าทุเรียนไทยเกือบจะสมบูรณ์ หรืออีกนัยหนึ่ง เกษตรกรและการเพาะปลูกเป็นปรกาด้าน
สุดท้ายที่จะยับยั้งทุนจีน ไม่ให้เข้าครอบงำผูกขาดอุตสาหกรรมทุเรียนไทย การยกระดับอำนาจต่อรองให้กับ
เกษตรกรในการขายผลผลิตไม่ให้เสียเปรียบแก่ผู้ค้าจีน คานอำนาจกับอิทธิพลของทุนจีน จึงมีความสำคัญอย่าง
มาก

อำนาจต่อรองทางการค้าของเกษตรกร หมายถึง ความสามารถของเกษตรกรที่จะกำหนดทิศทางของ
ราคาขายผลผลิต เป็นอิสระจากการควบคุมของคู่แข่ง ผู้ซื้อ และผู้บริโภคร ซึ่งมีความสำคัญอย่างมากต่อความ
มั่นคงของฐานะความเป็นอยู่ของเกษตรกร โดยทั่วไป เกษตรกรจะมีอำนาจต่อรองที่ด้อยกว่าผู้ซื้อสินค้าเกษตร
เนื่องจากหลายเหตุผล เช่น ในกรณีของผลไม้สด ซึ่งเป็นสินค้าเกษตรเน่าเสียง่าย เกษตรกรมีแรงกดดันที่
จะต้องรีบขาย ทำให้เสียเปรียบในการต่อรองราคา และเกษตรกรมักจะเป็นรายเล็กและมีจำนวนมาก ทำให้
ต้องแข่งขันการขายผลผลิต ในขณะที่ผู้ซื้อพืชผลทางการเกษตรจะเป็นรายกลางและรายใหญ่หรือมีทุนที่หนา

กว่า อีกทั้งความไม่แน่นอนในปริมาณผลผลิตที่จะเกิดจากนานาเหตุ ทำให้เป็นการยากที่เกษตรกรแต่ละรายจะวางแผนการเพาะปลูก จึงมักส่งผลให้เกิดปัญหาผลผลิตล้นตลาด นำไปสู่ความตกต่ำของราคา

โดยทั่วไป กลยุทธ์ที่นำมาใช้ในการยกระดับอำนาจการต่อรองของเกษตรกรประกอบด้วย 5 กลุ่มกลยุทธ์³ ดังแสดงในตารางที่ 5-8

- 1) การควบคุมปริมาณผลผลิต (Supply Management) เป็นการกำกับและควบคุมปริมาณผลผลิตที่จะเพาะปลูกให้สอดคล้องกับปริมาณความต้องการของตลาด
- 2) การตลาดแบบรวมกลุ่ม (Collective Marketing)
- 3) เกษตรพันธสัญญา (Contract Farming)
- 4) การสร้างความแตกต่างให้กับผลผลิต (Product Differentiation)
- 5) การลดคนกลางในโซ่อุปทาน (Shortening the Supply Chain)

ตารางที่ 5-8 สรุปประเภทกลยุทธ์ที่ใช้ในการยกระดับอำนาจการต่อรองทางการค้าของเกษตรกร

ประเภทกลยุทธ์	หลักการและเหตุผล	ประโยชน์ที่เกษตรกรได้รับ	บทบาทของเกษตรกร	บทบาทของหน่วยงานรัฐ
การควบคุมปริมาณผลผลิต (Supply Management)	รักษาสมดุลระหว่างปริมาณผลผลิตกับความต้องการซื้อ	ราคาของผลผลิตมีเสถียรภาพ	มีวินัยในการจำกัดปริมาณเพาะปลูก <u>รวมกลุ่มเป็นสถาบันเกษตรกร</u>	ควบคุมผลผลิตที่นำเข้า กำกับและควบคุมการเพาะปลูกให้ได้ผลผลิตตามที่กำหนด
การตลาดแบบรวมกลุ่ม (Collective Marketing)	ทำหน้าที่ขายผลผลิตแบบรวมกลุ่ม	เข้าถึงตลาดได้มากขึ้น ราคาขายสูงขึ้น	<u>รวมกลุ่มเป็นสถาบันเกษตรกร</u> แสวงหาแหล่งเงินทุน	กฎหมายที่เปิดกว้างให้มีการรวมกลุ่มเจรจาขายผลผลิต

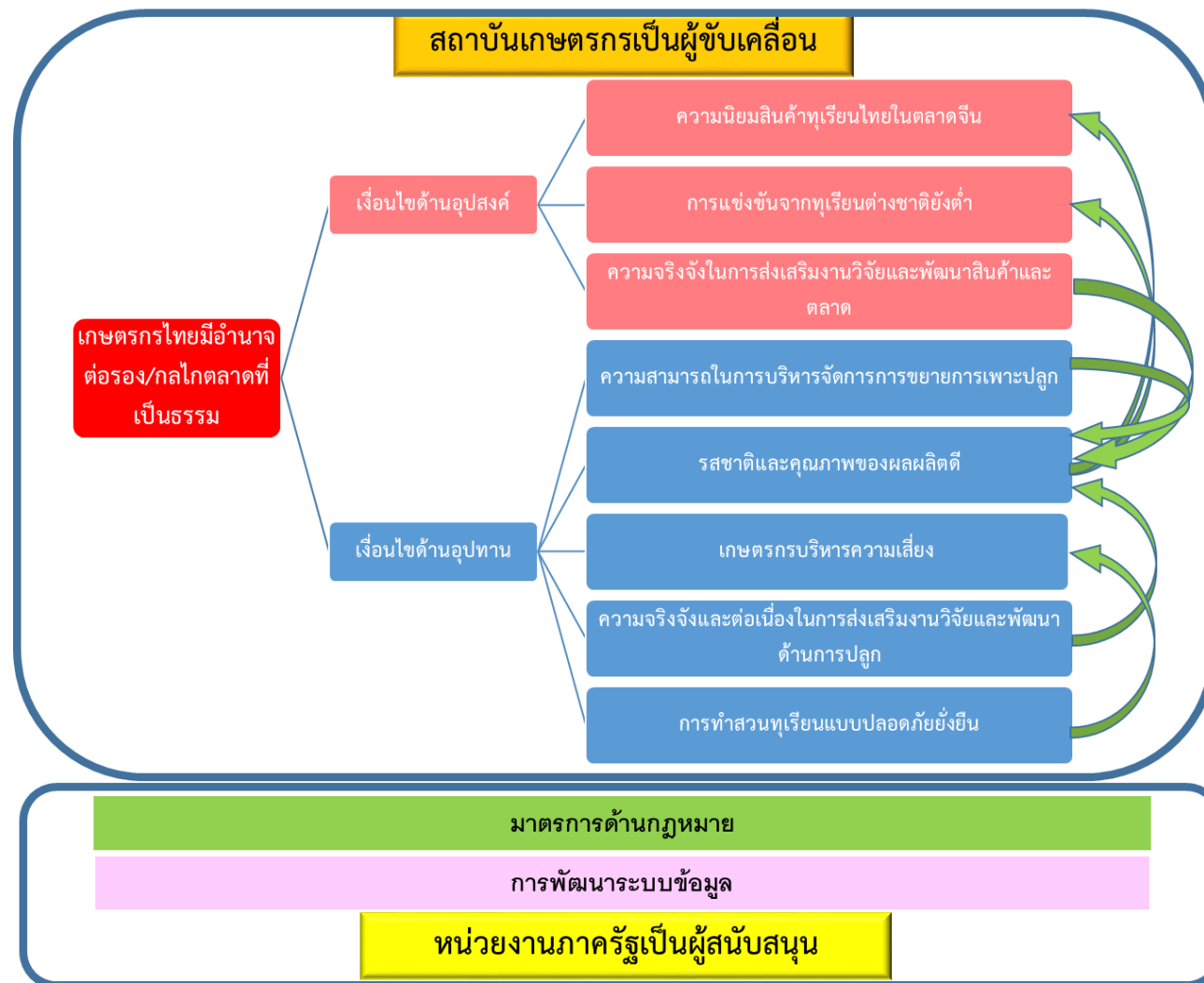
³ Alex Danau, Julie Flament, and Daniel Van Der Steen. Choosing The Right Strategies for Increasing Farmers' Market Power. Collectif Stratégies Alimentaires asbl. European Commission and Belgian DGD. Brussels. 2011.

ประเภทกลยุทธ์	หลักการและ เหตุผล	ประโยชน์ที่ เกษตรกรได้รับ	บทบาทของ เกษตรกร	บทบาทของ หน่วยงานรัฐ
เกษตรพันธสัญญา (Contract Farming)	การสร้าง หลักประกันทั้งใน การรับซื้อและใน การขาย	ลดความเสี่ยงจาก การขาย รายได้มีความ มั่นคง	<u>เจรจาแบบ</u> <u>รวมกลุ่ม</u> เรียนรู้และสร้าง ความเข้าใจใน เงื่อนไขของสัญญา	ให้คำแนะนำใน การจัดทำร่าง สัญญา สร้างความโปร่งใส ด้านราคาซื้อขาย ผลผลิต
การสร้างความ แตกต่างให้กับ ผลผลิต (Product Differentiation)	การสร้างโอกาส ใหม่ทางการขาย	ราคาขายที่สูงขึ้น จากผลผลิตที่มีตรา สินค้า การกระจาย ช่องทางรายได้	<u>ต่อรองการขาย</u> <u>แบบรวมกลุ่ม</u>	สนับสนุนการใช้ ตราสินค้า รักษาความยั่งยืน ของตราสินค้า
การลดคนกลางใน โซ่อุปทาน (Shortening the Supply Chain)	การเข้าถึงผู้บริโภค ได้โดยตรง	ได้ส่วนแบ่งกำไร จากการขายมาก ขึ้น	<u>รวมกลุ่มเป็น</u> <u>สถาบันเกษตรกร</u> ลงทุนและเวลาใน การทำการตลาด	สร้างกลไกและ สนับสนุนให้ เกษตรกรสามารถ เข้าถึงผู้บริโภคได้ โดยตรง

สิ่งที่เหมือนกันในทุกกลุ่มยุทธศาสตร์ในตารางที่ 5-8 ข้างต้น คือ การรวมตัวกันของเกษตรกร เป็นหัว
จักรในการขับเคลื่อนกลุ่มยุทธศาสตร์ โดยหน่วยงานภาครัฐทำหน้าที่สนับสนุนตามความเหมาะสมในแต่ละ
กรณี ด้วยเหตุนี้ จึงพบว่า ประเทศที่สามารถแก้ไขปัญหาภาคการเกษตร จนเกษตรกรมีฐานะที่มั่นคงและ
คุณภาพชีวิตที่ดี ต่างก็ดำเนินการ “เชิงรุก” ผลักดันให้เกษตรกรรวมตัวกันเป็นองค์กรที่เข้มแข็ง เป็นแกนนำใน
การขับเคลื่อนการพัฒนาภาคการเกษตร ทั้งนี้ การสร้างความยั่งยืนของทุเรียนไทยเป็นผลประโยชน์โดยตรง
ของเกษตรกร เกษตรกรควรเป็นหัวเรือใหญ่การดำเนินการสร้างอำนาจต่อรองทางการค้า ไม่ควรแต่รอรับ
ความช่วยเหลือจากหน่วยงานรัฐ ซึ่งอาจไม่เข้าใจบริบทของปัญหาอย่างแท้จริง อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าสวน
ทุเรียนแต่ละรายในปัจจุบันจะมีฐานะทางรายได้ที่ค่อนข้างดี แต่ยังเป็นรายเล็ก ย่อมมีสรรพกำลังไม่เข้มแข็งพอ
การขับเคลื่อนความยั่งยืนของอุตสาหกรรมทุเรียนไทยจำเป็นต้องอาศัยการรวมกลุ่มกันของเกษตรกรชาวสวน

ทุเรียนเป็น “สถาบันเกษตรกร” ทำหน้าที่เป็นผู้ขับเคลื่อนการดำเนินการเพื่อสร้างอำนาจต่อรองทางการค้า ป้องกันไม่ให้ถูกชาวต่างชาติครอบงำหรือผูกขาดตลาดการค้าได้แบบเบ็ดเสร็จ

รูปที่ 5-6 เป็นข้อเสนอของศึกษานี้ที่เสนอกรอบของกลยุทธ์และมาตรการไปในทิศทางที่ “สร้างอำนาจต่อรองทางการค้า” ให้กับเกษตรกรไทย กรอบทิศทางกลยุทธ์และมาตรการมีความแตกต่างจากข้อเสนอที่ผ่านมา โดยกำหนดให้ สถาบันเกษตรกรเป็นผู้นำและรับผิดชอบหลัก ทำการขับเคลื่อนกลยุทธ์และมาตรการโดยเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจและการค้า หน่วยงานรัฐทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกและสนับสนุน (Facilitator) โดยเฉพาะในส่วนของการบังคับใช้กฎหมายที่มีอำนาจอยู่แล้ว และการพัฒนาระบบข้อมูล ซึ่งจำเป็นต้องใช้อำนาจรัฐในการรวบรวมข้อมูล



รูปที่ 5-6 กรอบความคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์และมาตรการในการจัดการและรับมือกับการขยายอิทธิพลของโรงคั่วบรรจุต่างชาติ

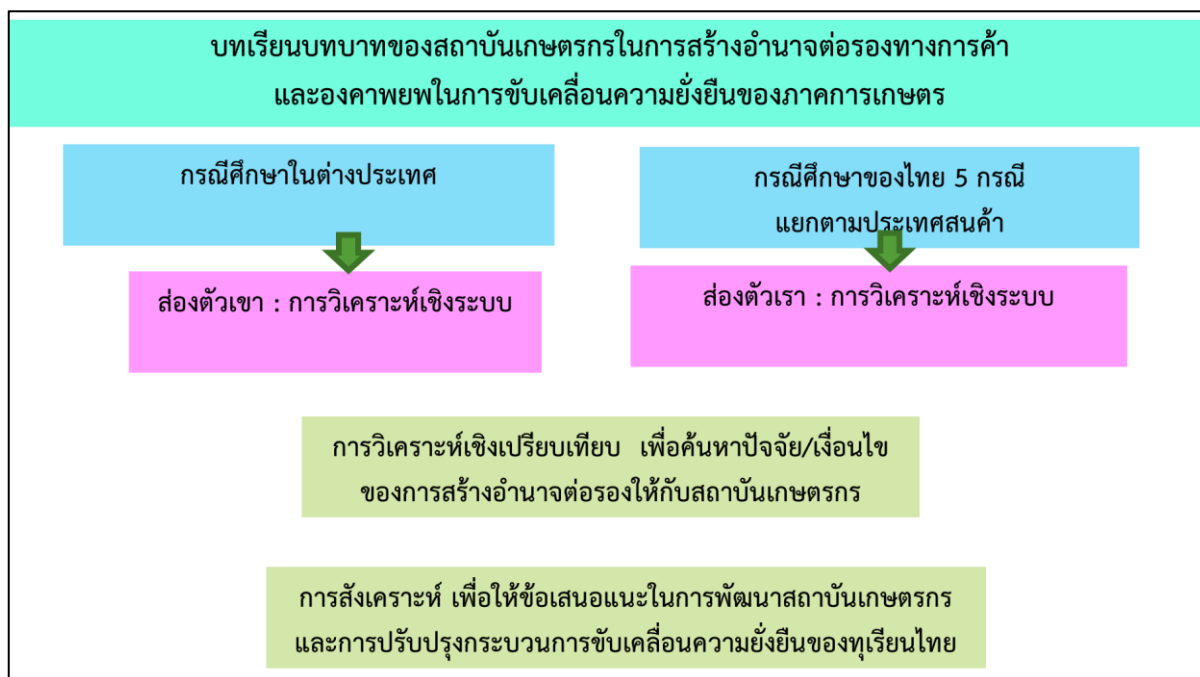
อย่างไรก็ตาม ข้อเสนอให้เกษตรกรรวมตัวกันเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งไม่ใช่เป็นข้อเสนอใหม่ สหกรณ์แห่งแรกของไทยได้ถูกจัดตั้งมากกว่า 100 ปี กรมส่งเสริมสหกรณ์ได้จัดตั้งมากกว่า 40 ปี อีกทั้งยังมีสภาเกษตรกรแห่งชาติมากกว่า 10 ปีแล้ว แต่เกษตรกรไทยยังไม่สามารถรวมตัวกันเป็นเอกภาพ สร้างองค์กรเกษตรกรที่เข้มแข็งที่สามารถขับเคลื่อนนโยบายระดับชาติได้ ผลการสอบถามความเห็นชาวสวนภาคตะวันออก⁴ พบว่าชาวสวนจำนวนมาก ไม่เคยมีประสบการณ์การรวมตัวกันเลย และที่มีการรวมตัวกัน ก็ไม่ได้มีการดำเนินการธุรกิจเชิงรุกแบบครบวงจร อาจมีการร่วมขายผลผลิตอยู่บ้าง เช่น สหกรณ์การเกษตรทำไหม หรือรวมตัวกันแบบหลวม ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลข่าวสาร

การศึกษาจึงได้ทำการถอดบทเรียนบทบาทของสถาบันเกษตรกรและกระบวนการขับเคลื่อนความยั่งยืนของภาคการเกษตรในต่างประเทศ เปรียบเทียบกับประสบการณ์เกี่ยวกับบทบาทของสถาบันเกษตรกรกับกระบวนการขับเคลื่อนภาคการเกษตรในประเทศไทย

5.3 ถอดบทเรียนบทบาทของสถาบันเกษตรกรและองค์การของการขับเคลื่อนความยั่งยืนของภาคการเกษตร

การถอดบทเรียนเป็นการเปรียบเทียบกรณีศึกษาจากต่างประเทศกับกรณีศึกษาของไทย โดยกรณีศึกษาของต่างประเทศจะเป็นตัวอย่างของสินค้ากวีโนวีแลนด์ ซึ่งสร้างชื่อเสียงไปทั่วโลก และตัวอย่างอุตสาหกรรมผักและผลไม้ในสหภาพยุโรป ซึ่งกรณีทั้งสองมีกรอบแนวทางการขับเคลื่อนที่แตกต่างกันออกไป ส่วนกรณีศึกษาของไทยจะเป็นการพิจารณาบทวน 5 กรณีศึกษาไปพร้อมกัน โดยคัดเลือกจากเกณฑ์โครงสร้างตามกฎหมาย และ/หรือ การมีบทเรียนที่ดีในการจัดการห่วงโซ่อุปทานผลิตผลหรือผลิตภัณฑ์ โดยมีขั้นตอนการถอดบทเรียนดังแสดงในรูปที่ 5-7

⁴ รายละเอียดการสำรวจข้อมูลภาคสนามได้จากรายงานแผนงานวิจัย “การศึกษาผลกระทบของการขยายกิจการของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ: ภาวะคุกคาม โอกาส และความยั่งยืนของระบบธุรกิจผลไม้ไทย” 2563.



รูปที่ 5-7 กระบวนการถอดบทเรียนการพัฒนาสถาบันเกษตรกรและกระบวนการขับเคลื่อนความยั่งยืนของ
สินค้าเกษตร

5.3.1 บทเรียนจากอุตสาหกรรมกีวี ประเทศนิวซีแลนด์

การปลูกกีวีเริ่มต้นในปี ค.ศ. 1904 เมื่อมีการนำต้นพันธุ์มาจากประเทศจีน ทั้งนี้ ในขณะนั้นผลไม้ไม่มีชื่อ ว่า “Chinese Gooseberry” การค้าผลผลิตในประเทศเริ่มดำเนินการอย่างจริงจังต้นทศวรรษ 1940 นิวซีแลนด์เริ่มส่งออกผลกีวีครั้งแรกในปี ค.ศ. 1952 เป็นการส่งออกไปประเทศสหราชอาณาจักรและ ออสเตรเลีย โดยสหพันธ์ผู้ปลูกผลไม้แห่งนิวซีแลนด์ (New Zealand Fruit Growers Federation) ซึ่งก่อตั้ง ในปี ค.ศ. 1916 ต่อมาในปี ค.ศ. 1959 นิวซีแลนด์ได้เปลี่ยนชื่อผลไม้ชนิดนี้เป็น กีวี ตามชื่อของนกกีวีที่เป็น สัญลักษณ์ของประเทศ เพื่อหลีกเลี่ยงภาษาที่น่าเข้าที่รัฐบาลสหรัฐอเมริกาเรียกเก็บจากการนำเข้าผลเบอร์รี่⁵

ปลายทศวรรษ 1960 จนถึงต้นทศวรรษ 1970 ปริมาณการส่งออกผลผลิตกีวีขยายตัวอย่างรวดเร็ว จน ปี ค.ศ. 1976 เป็นปีแรกที่ยอดการส่งออกสูงกว่ายอดการบริโภคในประเทศ ต่อจากนั้นการส่งออกก็เพิ่มขึ้น เรื่อยมา โดยเฉพาะในช่วงกลางทศวรรษ 1980 การปลูกขยายตัวอย่างมาก โดยในปี ค.ศ. 1981 การส่งออกอยู่ ที่ 22,000 ตัน และเพิ่มขึ้นจนถึง 203,000 ตันในปี ค.ศ. 1987 อย่างไรก็ดี ในช่วงปลายทศวรรษที่ 1980

⁵ The New Zealand Kiwifruit Industry - Challenges and Successes 1960 to 1999. John Brian Milne. 2014. A thesis presented in partial fulfilment of the requirements for the degree of Master of Arts in History at Massey University.

อุตสาหกรรมต้องเผชิญกับราคาตกต่ำ⁶ ราคาที่ชาวสวนได้รับจากการขายอยู่ที่ \$7.84 ต่อถาดในปี ค.ศ. 1981 แต่ในปี ค.ศ. 1987 ราคากลับเหลือเพียง \$3.00 ต่อถาด ชาวสวนกว่าร้อยละ 91 ต้องประสบกับการขาดทุน อันเป็นผลจากการขยายการผลิตทำให้เกิดผลผลิตส่วนเกิน และค่าเงินนิวซีแลนด์ที่แข็งขึ้นในปี ค.ศ. 1987⁷ วิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้นกับชาวสวนนำไปสู่การปรับรีโอโครงสร้างการอุตสาหกรรมการส่งออกกีวี่ครั้งแรกในปี ค.ศ. 1989 และถัดมาจนถึงฤดูกาลเพาะปลูก 1992/1993 การบริหารจัดการและการกำกับดูแลที่ผิดพลาด นำไปสู่ วิกฤตการณ์การส่งออกครั้งที่สอง ซึ่งส่งผลสู่กระแสการปรับรีโอโครงสร้างการดูแลการส่งออกกีวี่อีกครั้ง ใน ปัจจุบันนี้ ถึงแม้จะมีผู้ส่งออกผลกีวี่รายใหญ่ของโลกหลายรายประกอบด้วย นิวซีแลนด์ อิตาลี เบลเยียม และ ชิลี แต่นิวซีแลนด์ก็สามารถยึดครองส่วนแบ่งการตลาดการส่งออกกีวี่ได้เกือบร้อยละ 50 ของการส่งออก ทั้งหมดในปี ค.ศ. 2018

ตารางที่ 5-9 ประเทศผู้ส่งออกกีวี่รายใหญ่ของโลก และมูลค่าการส่งออก ในปี ค.ศ. 2018

อันดับ	ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่า (US\$)	ส่วนแบ่ง การตลาด
1.	New Zealand	\$1.5 billion	49.7%
2.	Italy	\$518.4 million	16.9%
3.	Belgium	\$300.1 million	9.8%
4.	Chile	\$205.2 million	6.7%

ที่มา: World's top export⁸

ก. วิวัฒนาการของการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมกีวี่ ประเทศนิวซีแลนด์

การขยายตัวอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมการส่งออกกีวี่ของนิวซีแลนด์ เป็นผลจากการพัฒนาด้าน สถาบันและการพัฒนาด้านองค์กรอย่างต่อเนื่อง รับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ต้นทศวรรษ 1970 เป็นยุคที่อุตสาหกรรมกีวี่ในนิวซีแลนด์ขยายตัวอย่างรวดเร็ว มีการขยายการเพาะปลูกอย่างก้าวกระโดด จน เกิดเป็นความตึงเครียดระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง แย่งอำนาจกันระหว่างผู้ปลูกกับผู้ส่งออก โดยเฉพาะชาวสวนรู้สึก

⁶ Mark Kilgour, Caroline Saunders, Frank Scrimgeour, and Eva Zellman. The Key Elements of Success and Failure in the NZ Kiwifruit Industry. The Agribusiness and Economics Research Unit (AERU). Research Report No. 311. August 2008.

⁷ New Zealand Kiwifruit Growers Incorporated. (2018). Kiwifruit Book. Retrieved from <https://www.nzkgi.org.nz/wp-content/uploads/2018/12/2018-Kiwifruit-Book.pdf>

⁸ World's top export. (18 July 2019). Kiwifruit Exports by Country. Retrieved from <http://www.worldstopexports.com/kiwifruit-exports-by-country/>

ว่าผู้ส่งออกไม่มีประสิทธิภาพในการแสวงหาตลาดส่งออกใหม่ ๆ ในขณะที่ผลผลิตเริ่มออกมาเป็นจำนวนมาก จึงได้เรียกร้องให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อกำกับดูแลการทำตลาด (Kiwi Fruit Board) ฝ่ายผู้ส่งออก จำนวน 3 ราย จึงแก้สถานการณ์ด้วยการร่วมกันก่อตั้ง Kiwifruit Export Promotion Committee (KEPC) ในปี ค.ศ. 1970 เพื่อป้องกันผลประโยชน์ของตน และเพื่อส่งเสริมให้เกิดการทำตลาดแบบมีอาชีพมากขึ้น โดยเรียกเก็บภาษีในอัตรา 10 เซ็นต์ต่อถาด (6 เซ็นต์เรียกเก็บจากผู้ปลูก 4 เซ็นต์จากผู้ส่งออก) สำหรับใช้จ่าย สนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมการส่งออกไปต่างประเทศ และต่อมาในปี ค.ศ. 1974 ผู้ส่งออก 11 ราย ได้รวมตัว ก่อตั้ง Kiwifruit Exporters Association (KEA) เพื่อปกป้องผลประโยชน์ของผู้ส่งออก ในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน ในปี ค.ศ. 1976 ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุก็ได้ก่อตั้ง New Zealand Kiwifruit Packers Association เพื่อ รักษาผลประโยชน์ของตน จนมาในช่วงปี ค.ศ. 1973-1977 ราคาผลผลิตดิบตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็วจาก 2.82 เหรียญเป็น 5.51 เหรียญต่อถาด อย่างไรก็ตาม ก็เริ่มปรากฏสัญญาณการทำตลาดเชิงทำลาย มีผู้ส่งออกที่ขายตัด ราคาตัวเองในตลาดต่างประเทศ ชาวสวนเรียกร้องให้มีการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมากำกับดูแล ขณะที่บริษัท ผู้ส่งออกคัดค้านข้อเรียกร้องนั้น แต่ในที่สุดในปี ค.ศ. 1977 ก็ได้จัดตั้ง New Zealand Kiwifruit Marketing Licensing Authority (KMLA) โดยอาศัยอำนาจตาม พ.ร.บ. Primary Product Marketing Act 1953 โดย ทำหน้าที่ให้ใบอนุญาตผู้ส่งออก (อย่างจำกัดจำนวน) กำหนดและควบคุมมาตรฐานคุณภาพ การตลาด การ บรรจุหีบห่อ และการวิจัยและพัฒนา (R&D) ถัดมาในปี ค.ศ. 1980 หน่วยงาน KMLA ถูกเปลี่ยนชื่อเป็น New Zealand Kiwifruit Authority (NZKA) ซึ่งกรรมการประกอบด้วยผู้แทนเกษตรกร 5 คน ผู้ส่งออก 2 คน และ ผู้แทนรัฐบาล 1 คน ซึ่งองค์ประกอบของกรรมการสะท้อนการประนีประนอมระหว่างชาวสวนกับผู้ส่งออก

องค์กร NZKA ได้รับงบการดำเนินงานจากค่าธรรมเนียมที่จัดเก็บจากทั้งเกษตรกรและผู้ส่งออก มีภารกิจหลัก คือ

- กำหนดมาตรฐานคุณภาพ การแบ่งเกรด มาตรฐานหีบห่อ เพื่อให้กีวีสดส่งออกได้มาตรฐาน สูงสุด ในทุกด้าน
- ออกใบอนุญาตให้กับผู้ส่งออกจำกัดจำนวน ทำให้ผู้ส่งออกลดจำนวนจาก 14 รายเหลือแค่ 7 ราย
- กำกับการทำตลาดกีวีในต่างประเทศ
- ส่งเสริมผลผลิตในทุกตลาด
- ประสานงานเพื่อยกระดับผลิตภาพของอุตสาหกรรม

โดยภารกิจที่เกี่ยวข้องกับการออกใบอนุญาตส่งออกประกอบด้วย

- ตราข้อกำหนดคุณภาพในการบรรจุและการติดฉลากสินค้า
- กำหนดราคา
- กำหนดสัดส่วนขั้นต่ำในการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศแต่ละแห่ง
- ทำการตลาดสินค้าในต่างประเทศ

โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษา 4 คณะ

- Marketing planning committee
- Quality standards committee
- Scientific and research committee
- Packaging advisory committee

ราคาผลผลิตที่ชาวสวนได้รับเพิ่มขึ้นจนถึงจุดสูงสุดในปี ค.ศ. 1982 หลังจากนั้นราคาก็ตกลง สาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการทำหน้าที่ของ NZKA ทำให้ผู้ส่งออกขาดแรงจูงใจที่จะพัฒนาตนเองและขาดศักยภาพในการแข่งขันในเพิ่มคุณค่าของผลผลิตด้วยนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ และปี ค.ศ. 1988 จึงเกิดวิกฤตการณ์ราคาถั่วเนื่องจากผู้ส่งออก 7 ราย แข่งขันกันอย่างรุนแรงด้วยการลดราคา นำไปสู่การปรับโครงสร้างใหม่ในปี ค.ศ. 1989 ด้วยการจัดตั้ง New Zealand Kiwifruit Marketing Board (NKZMB) ซึ่งประกอบด้วยเกษตรกร 4 คน ผู้แทนรัฐบาล 1 คน และผู้แทนภาคการค้า 3 คน มาแทนที่ NZKA การปรับโครงสร้างของอุตสาหกรรมครั้งนี้ เป็นผลจากการผลักดันของเกษตรกร ต้องการเปลี่ยนจากเดิมที่ใช้ระบบการตลาดเสรี “Free Market” มาเป็นมอบหมายให้ NKZMB ประกอบด้วยเกษตรกร 4 คน ผู้แทนรัฐบาล 1 คน และผู้แทนภาคการค้า 3 คน ผูกขาดการรับซื้อผลผลิตและการส่งออกผลผลิตแต่ผู้เดียว เรียกว่า Single Point of Entry (SPE) โดยอาศัยอำนาจตาม Primary Product Marketing Act 1953 และ Kiwifruit Marketing Regulations 1977 ให้อำนาจ NKZMB ในการผูกขาดการซื้อ กระจาย และทำการตลาดผลผลิตกีวี่ ในตลาดต่างประเทศ ยกเว้นตลาดออสเตรเลีย ภายใต้ข้อผูกมัดที่ต้องซื้อผลผลิตทั้งหมดที่ได้มาตรฐานที่กำหนด เพื่อให้เกษตรกรได้ประโยชน์สูงสุด โดยเลี้ยงตัวเองได้โดยใช้รายได้จากธุรกิจมาใช้จ่ายดำเนินงาน การปรับโครงสร้างครั้งนี้เปิดโอกาสให้ชาวสวนมีส่วนร่วมกันขับเคลื่อนอุตสาหกรรมกีวี่ ไปเป็นธุรกิจระดับโลก โดยการลงทุนอย่างสอดคล้องกันในการสร้างตราสินค้า การตลาด การควบคุมคุณภาพ และการวิจัยและพัฒนา

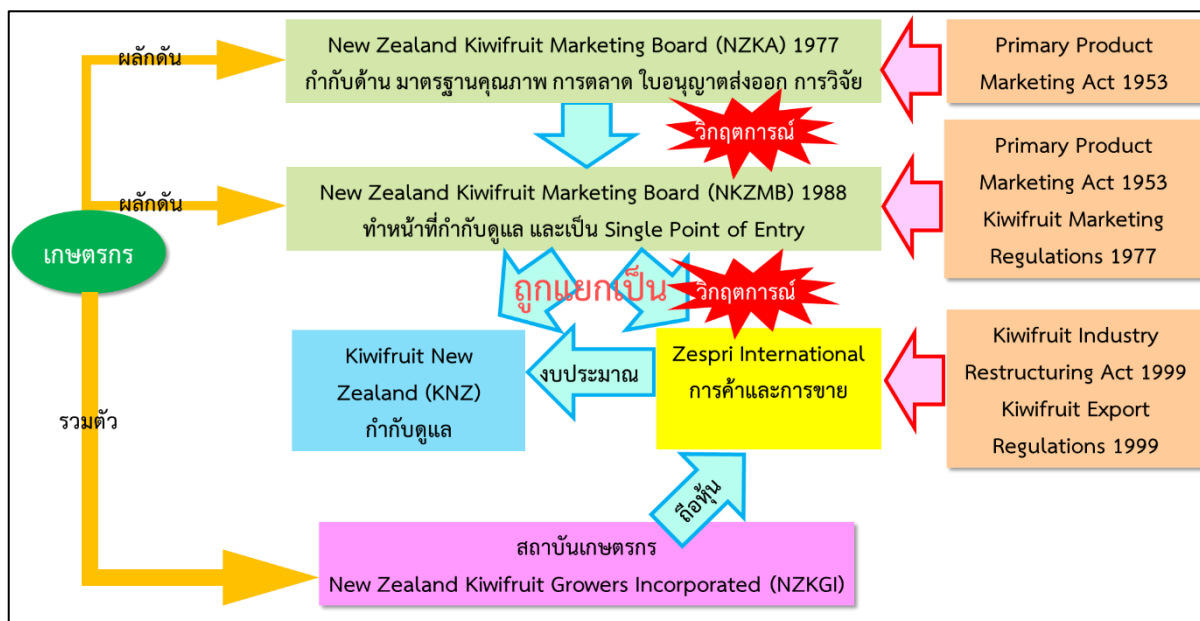
ภายหลังการจัดตั้ง NKZMB เกิดการเปลี่ยนแปลงในธุรกิจโรงคัดแยกและบรรจุ โดยในระยะแรกนั้นเกษตรกรทำการคัดบรรจุเอง จนในปี ค.ศ. 1988 มีโรงคัดบรรจุจำนวน 620 แห่ง แต่ต่อมาเกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการดำเนินงาน จากเดิมที่ชาวสวนจะรับผิดชอบทั้งการปลูกกับการคัดบรรจุ มาเป็นผู้ให้บริการทั้งการคัดบรรจุกับการให้บริการห้องเย็น (Cool Store) ซึ่งทำให้เหลือโรงคัดบรรจุเพียง 83 แห่ง ซึ่งต้องพึ่งพาการให้บริการห้องเย็นด้วย โดยโรงคัดแยกยังทำหน้าที่เป็นศูนย์ติดตามสถานการณ์แมลงอีกด้วย การลดจำนวนโรงคัดแยกเป็นผลจากความจำเป็นต้องดำเนินการให้เกิดการประหยัดต่อขนาด ซึ่งได้รับแรงกดดันจาก 1) การบังคับของ NKZMB ให้โรงคัดแยกรับผิดชอบต้นทุนการติดฉลาก (Fruit Labelling) ตามข้อกำหนดของ NKZMB การที่ต้นทุนในการติดฉลากขยับตัวสูงขึ้นเนื่องจากต้องส่งสินค้าไปทำตลาดที่หลากหลายขึ้น มีความจำเป็นที่เพิ่มขนาดของกิจการเพื่อลดต้นทุน และ 2) ความเข้มงวดในการกำกับดูแลของ NKZMB ที่เคร่งครัด

กับการคัดขนาดของผลผลิต ทำให้ผู้ประกอบการต้องลงทุนในเครื่องคัดเกรดอิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัยและราคาแพง ซึ่งการลงทุนในเครื่องดังกล่าวจะคุ้มทุนเฉพาะกับโรงคัดบรรจุขนาดใหญ่

จนถึงฤดูกาล 1992/1993 ราคาขายในตลาดยุโรป ซึ่งเป็นตลาดส่งออกที่ใหญ่ที่สุด ลดลง ส่งผลให้ NZKMB ซึ่งทำสัญญาซื้อขายผลผลิตล่วงหน้ากับเกษตรกร ประสบปัญหาทางการเงินอย่างรุนแรง จนรัฐบาลองเข้ามาแทรกแซง และเข้ามาทบทวนการทำงาน NZKMB และสถานะของอุตสาหกรรม นำไปสู่การปรับรูปใน 3 ด้าน

- **ตัวแทนของเกษตรกร** ภายใต้โครงสร้างเดิม เกษตรกรแสดงความเห็นและความต้องการผ่านผู้แทนของตนที่เป็นกรรมการใน NZKMB และในสหพันธ์ Fruit Growers Federation อำนาจของเกษตรกรในการกำกับทิศทางของอุตสาหกรรมค่อนข้างอ่อน ในปี ค.ศ. 1994 จึงมีการจัดตั้ง New Zealand Kiwifruit Growers Incorporated (NZKGI) เป็นสถาบันเกษตรกรที่จะขับเคลื่อนให้อุตสาหกรรมมีความมั่นคงและยั่งยืน ปกป้องผลประโยชน์ทางการเมืองและทางการค้าของเกษตรกร เพื่อความอยู่ดีกินดีของเกษตรกร ซึ่งองค์กรได้งบประมาณในการดำเนินงานจากการจัดเก็บ 1 เซ็นต์ต่อถาด (\$0.0028/kg) จากผลผลิตที่ส่งออก
- **โครงสร้างการตลาด** นำไปสู่ข้อเสนอแนะให้แยก NZKMB ออกเป็น 2 ส่วนงาน หน่วยงานหนึ่งทำหน้าที่ด้านกำกับดูแล และอีกหน่วยงานทำหน้าที่ด้านการตลาดและการค้า
- **ทิศทางกลยุทธ์** แยกหน้าที่การกำกับดูแลตามกฎหมายออกจากหน้าที่ด้านการตลาดและการค้า โดยหน่วยงานที่ทำหน้าที่การตลาดและการค้าจะต้องดำเนินงานเป็นแบบธุรกิจ โดยจำหน่ายผลผลิตในตราสินค้า Zespri

ในที่สุด ในปี ค.ศ. 2000 NZKMB ถูกแยกเป็น 2 ส่วน โดยใช้อำนาจตามกฎหมาย Kiwifruit Industry Restructuring Act 1999 และ Kiwifruit Export Regulations 1999 การกิจด้านการค้าขาย ให้ไปผนวกร่วมกับบริษัท Zespri International ซึ่งเป็นบริษัทที่ถือหุ้นโดยชาวสวน ส่วนของการทำหน้าที่กำกับดูแลอุตสาหกรรม ตกอยู่กับ Kiwifruit New Zealand (KNZ) โดยงบประมาณจะได้จาก Zespri ตามที่จ่ายจริง (at cost) ทั้งนี้ คณะกรรมการ KNZ Board ประกอบด้วย ประธาน เป็นผู้ที่ไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับอุตสาหกรรมก็วีแต่งตั้งโดยรัฐมนตรี ผู้แทนชาวสวน 3 คน กรรมการอิสระ 2 คนแต่งตั้งโดยรัฐมนตรี



รูปที่ 5-8 สรุปวิวัฒนาการของการพัฒนาด้านองค์กรการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมกีวี่ ประเทศนิวซีแลนด์

ข. ปัจจัยความสำเร็จของสถาบันเกษตรกรในอุตสาหกรรมผักและผลไม้ นิวซีแลนด์

- **การปรับโครงสร้างและองค์กร** ภาคเอกชนทั้งเกษตรกรและผู้ส่งออก เป็นผู้มีบทบาทหลัก ร่วมกันขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง โดยรัฐบาลทำหน้าที่เพียงอำนวยความสะดวกและดูแลด้านกฎหมายตามการเปลี่ยนแปลงเชิงองค์กรและสถาบัน เกษตรกรรวมตัวกันเกิดความเข้มแข็ง นำไปสู่การจัดตั้งสถาบันเกษตรกร New Zealand Kiwifruit Growers Incorporated (NZKGI) ซึ่งมีส่วนเข้าไปกำกับดูแลและควบคุมธุรกิจการค้า การตลาด และการส่งออก เพื่อรักษาผลประโยชน์ของตนเองของรัฐ KNZ Board ทำหน้าที่เพียงให้การสนับสนุนในการกำกับดูแลให้การทำงานเป็นไปตามกฎหมาย ทั้งนี้กระบวนการปรับเปลี่ยนได้ให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพในทุกจุดของห่วงโซ่มูลค่า รวมถึงการสร้างขีดความสามารถในการตลาดและการขายในตลาดต่างประเทศ ไม่ใช่เฉพาะเพียงแค่การเพาะปลูก
- **ผู้นำ** ผู้นำในทุกภาคส่วนของอุตสาหกรรมกีวี่ ทำงานเชิงรุก และมีความเป็นผู้นำสูง ให้ความสำคัญกับการตลาด การทำงานให้เกิดผลจริงในทางปฏิบัติ และวัฒนธรรมของการร่วมมือกัน โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ระยะยาวของอุตสาหกรรมเป็นสำคัญ
- **การทำตลาดส่งออกเชิงรุก** บริษัท Zespri International ซึ่งรับผิดชอบการส่งออกกีวี่ ได้ตั้งสำนักงานในประเทศที่เป็นตลาดส่งออก และแสวงหาช่องทางการค้าและจัดจำหน่ายในต่างประเทศด้วยตนเอง ไม่ได้พึ่งพาเฉพาะผู้นำเข้าท้องถิ่นในต่างประเทศ ลดอำนาจต่อรองของผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศและแรงกดดันจากกีวี่ของคู่แข่งชาติอื่น เช่น ในสหภาพยุโรป ซึ่งเป็นลูกค้ารายใหญ่ที่สุดของกีวี่นิวซีแลนด์ บริษัท Zespri International ได้ตั้งสำนักงานใหญ่เพื่อดูแลตลาดสหภาพยุโรปในประเทศเบลเยียม

- **นวัตกรรม** ในระยะแรกพึ่งพางานวิจัยจากหน่วยงานภายนอก เช่น สถาบันการศึกษา แต่ต่อมา เป็น การทำวิจัยที่เกิดจากความต้องการของผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมกีวี่ เพื่อให้งานวิจัยเกิดประโยชน์ต่อ อุตสาหกรรมอย่างแท้จริง โดยงานวิจัยจะเน้นงานที่สนับสนุนยุทธศาสตร์การตลาดที่ต้องการสร้างความแตกต่างในตลาดโลก ภายใต้การสนับสนุนจากรัฐบาลด้าน R&D ทั้งนี้ การวิจัยและพัฒนาในแต่ละปี มีค่าใช้จ่ายประมาณ 1% ของมูลค่าการส่งออก งานวิจัยที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมตั้งแต่ ค.ศ. 1980 ประกอบด้วย
 - Integrated Pest Management (IPM) เป็นการพัฒนายาป้องกันศัตรูพืช มีคุณสมบัติ เด่นทั้งในด้านความปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการช่วยลดความถี่ในการที่ต้อง พ่นยา
 - KiwiGreen Programme เป็นโครงการที่ต่อยอดจาก IPM เพื่อให้ได้ผลผลิตปลอดภัย ประกอบด้วย การติดตามสถานการณ์ศัตรูพืช การกำกับการใช้ยาฆ่าแมลงเท่าที่จำเป็นจริง ๆ กำหนดให้สารตกค้างเหลือเฉลี่ยร้อยละ 5 ของค่ามาตรฐาน International Codex
 - Post Harvest Operation Technology พัฒนาอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการคัดแยก การบรรจุ การรักษาอุณหภูมิ
 - New Products: Zespri Gold ซึ่งเป็นการพัฒนาพันธุ์ใหม่ที่ให้ผลผลิตมีสีเหลืองทอง มีความโดดเด่นด้านรสชาติที่หวานและชุ่มฉ่ำ โดยใช้กลยุทธ์ในการทำตลาดไปแนวที่ให้เป็นผลิตภัณฑ์ ที่เสริมตลาดเดิม เป็นทางเลือกใหม่ ๆ แก่ผู้บริโภค ไม่ใช่ไปทดแทนผลผลิตพันธุ์ Green ที่มี อยู่เดิม
 - การพัฒนาตราสินค้า Zespri และการสร้างความเข้มแข็งให้กับตราสินค้าอย่างต่อเนื่อง
- **การพัฒนาห่วงโซ่มูลค่า** พัฒนาการสื่อสารแบบเปิดกว้าง โดยให้ความสำคัญกับความเป็นเจ้าของ และการกำกับดูแลห่วงโซ่มูลค่าที่จะต้องตกอยู่ในการควบคุมของคณินวชีแลนด์
- **การวิจัยตลาดและการกระจายข้อมูลข่าวสาร** ข้อมูลด้านการตลาดได้รับการถ่ายทอดตลอดห่วงโซ่ อุปทาน
- **การกำหนดมาตรฐานคุณภาพการส่งออก** ผนวกกับความสามารถของ NZKMB ในการกำกับ มาตรการควบคุมคุณภาพหลังการเก็บเกี่ยว เป็นผลจากการพัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับ Traceability Systems ซึ่งติดตามการเคลื่อนย้ายพาเลทที่ลงทะเบียนที่ใช้ขนย้ายผลผลิต ทั้งนี้ อุตสาหกรรมกีวี่สร้างความโดดเด่นในตัวสินค้าด้วยการใช้ข้อกำหนดคุณภาพผลผลิตส่งออกของตนที่มี ความเข้มข้นสูงกว่าข้อกำหนดที่ใช้ในระดับนานาชาติ
- **หน่วยงานหรือองค์กรที่ขับเคลื่อนอุตสาหกรรม** จะถูกตรวจสอบอย่างจริงจังโดยผู้ตรวจสอบอิสระ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อตรวจสอบความโปร่งใสและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

ค. สรุป

จุดเปลี่ยนที่สำคัญ คือ การแก้วิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้นครั้งที่สอง ด้วยการแยกบทบาทหน้าที่ทางธุรกิจ ออกจากองค์กรของรัฐ สถาบันเกษตรกรรับบทบาทในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมและการดำเนินการทั้งด้านการผลิตและการค้า ส่วนรัฐเป็นเพียงผู้ให้กับสนับสนุน (Facilitator) และกำกับดูแลให้เป็นไปตามกฎหมาย

5.3.2 บทเรียนจากอุตสาหกรรมผักและผลไม้ สหภาพยุโรป

ผลผลิตของการเกษตรถูกกระทบจากสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศได้ง่าย ก่อให้เกิดปัญหาความไม่สมดุลระหว่างอุปสงค์ (ความต้องการบริโภคผลผลิต) และอุปทาน (ปริมาณผลผลิต) อยู่ตลอดเวลา อันส่งผลต่อเนื่องถึงการขาดเสถียรภาพของราคาและรายได้ที่เกษตรกรจะได้รับจากการขายผลผลิตของตน ในอดีตที่ผ่านมา รัฐบาลทั่วโลกจึงมักจะแทรกแซงและกำกับตลาดสินค้าเกษตรเพื่อช่วยเหลือฐานะทางการเงินของเกษตรกร และต่อมาการแทรกแซงภาคการเกษตรโดยรัฐบาลก็ได้เพิ่มเป้าหมาย ครอบคลุมไปถึงการจัดการรักษาพื้นที่ การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศ การพลิกฟื้นเศรษฐกิจในชนบท การรักษาความมั่นคงทางอาหาร

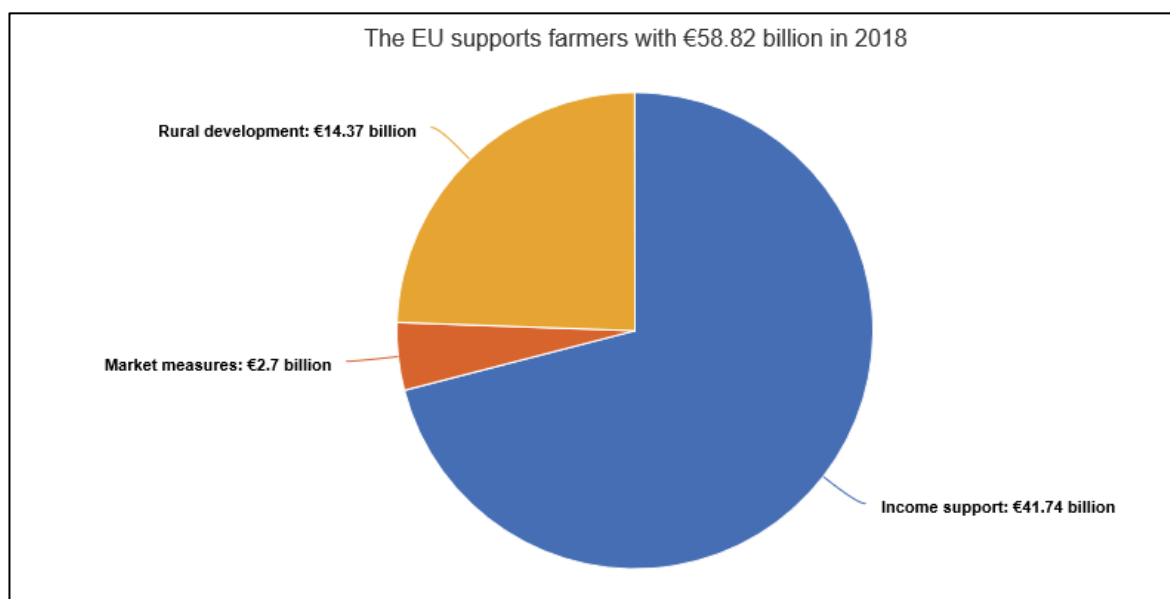
รัฐบาลของกลุ่มสหภาพยุโรป จึงได้เริ่มใช้นโยบายด้านการเกษตรร่วมกัน (the Common Agricultural Policies, CAP) ในปี ค.ศ. 1962 นโยบาย CAP เป็นมาตรการที่บูรณาการเพื่อให้การสนับสนุนทางการเงินกับการเพาะปลูกและรักษาระดับราคาของผลผลิต โดยระยะก่อตั้ง เป้าหมายของ CAP คือ

- 1) เพื่อยกระดับผลิตภาพของภาคการเกษตรด้วยการส่งเสริมการพัฒนาด้านเทคนิคและการใช้ทรัพยากรในการผลิตให้เกิดประโยชน์สูงสุด
- 2) เพื่อสร้างหลักประกันให้เกษตรกรมีมาตรฐานการครองชีพที่เหมาะสม
- 3) เพื่อรักษาเสถียรภาพของตลาด
- 4) เพื่อสร้างหลักประกันให้มีผลผลิตที่เพียงพอ
- 5) เพื่อให้ผู้บริโภคได้ราคาที่เป็นธรรม

นโยบาย CAP ได้ถูกทบทวนและผ่านการปฏิรูปในปี ค.ศ. 2003 และในปี ค.ศ. 2014 ปรับทิศทางของนโยบายจากเดิมที่เคยมุ่งเฉพาะส่วนของการผลิต โดยเป้าหมายของ CAP ในปัจจุบัน ได้เพิ่มเป็น

- 1) เพื่อสนับสนุนเกษตรกรและยกระดับผลิตภาพของการเกษตร และสร้างหลักประกันให้มีผลผลิตที่พอเพียงในราคาที่เหมาะสม
- 2) เพื่อปกป้องเกษตรกรให้มีมาตรฐานการครองชีพที่เหมาะสม
- 3) เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน
- 4) เพื่อรักษาชุมชนชนบททั่วสหภาพยุโรป
- 5) เพื่อความยั่งยืนของเศรษฐกิจในชนบทด้วยการสร้างงานในการเพาะปลูก ธุรกิจและอุตสาหกรรม การเกษตร และอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้อง

งบประมาณในการดำเนินนโยบายมาจาก 2 กองทุน คือ European Agricultural Fund (EAGF) และ European Agricultural Fund for Rural Development (EAFRD) โดยเป็นการสนับสนุนใน 3 ด้าน คือ 1) การสนับสนุนรายได้ (Income Support) 2) การพัฒนาชนบท และ 3) มาตรการด้านการตลาด (Market Measures) ในปี ค.ศ. 2018 งบประมาณสนับสนุนการเกษตรภายใต้นโยบายนี้ คิดเป็นประมาณ 1 ใน 3 ของ งบประมาณรวมทั้งหมดของ EU โดยมีค่าใช้จ่ายในแต่ละด้านของการสนับสนุนแสดงในรูปที่ 5-9



รูปที่ 5-9 งบประมาณในการสนับสนุนเกษตรกร
ที่มา : European Comission⁹

เสาหลักในการขับเคลื่อน CAP ในส่วนของมาตรการด้านการตลาด (Market Measures) มาตลอด คือ กรอบหรือกลไกการทำงาน ที่เรียกว่า องค์การการค้าร่วม (The Common Market Organization, CMO) ซึ่งขับเคลื่อนด้วยคณะกรรมการบริหาร (Management Committee) ซึ่งมีผู้แทนจากหน่วยงานรัฐของประเทศสมาชิก แต่เดิมมีการจัดตั้ง CMO แยกตามรายการสินค้าเกษตรรวม 21 แห่ง ซึ่งตรากฎระเบียบที่แตกต่างกันโดยใช้มาตรการที่เน้นการประกันราคา ต่อมาในปี ค.ศ. 2007 ได้มีการปฏิรูปด้วยการยุบรวมทั้งหมดเหลือเพียง 1 CMO เน้นการผลักดันนโยบาย และลดบทบาทของมาตรการแทรกแซงตลาดลง ซึ่งจะใช้เมื่อเกิดวิกฤตการณ์เท่านั้น งบประมาณงานของ CMO ได้จากกองทุน European Agricultural Guarantee Fund (EAGF) ซึ่งมีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ปี ค.ศ. 2009 หลังการปฏิรูป

⁹ European Comission. (17 May 2019). The common agricultural policy supports farmers and ensures Europe's food security. Retrieved from https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/cap-glance_en

ตารางที่ 5-10 การใช้เงินจากกองทุน EAGF ในการแทรกแซงตลาด (ล้านยูโร)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Storage	173.4	93.6	-194.6	17.4	25.1	5.1	18.4	52.4	27.6
Export refunds	649.5	385.1	179.4	146.7	62.4	4.5	0.3	0.6	0.0
Other market measures	3083.5	3454.8	3428.3	3344.5	3217.2	2579.6	2698.0	3185.2	3061
Total	3906.4	3933.5	3413.1	3508.6	3304.7	2589.2	2716.7	3238.2	3088.6

ที่มา Financial reports from the Commission to the European Parliament and to the Council.¹⁰

ก. วิวัฒนาการของการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมผักและผลไม้ สหภาพยุโรป

ผักและผลไม้เป็นผลผลิตที่สำคัญของภาคการเกษตรในสหภาพยุโรป โดยมีมูลค่าของผลผลิตจากสวนจำนวน 1.4 ล้านแปลง รวมเป็นกว่า 50,000 ล้านยูโรต่อปี คิดเป็นร้อยละ 21 ของผลผลิตทางการเกษตรทั้งหมดในปี ค.ศ. 2016 จึงมีความสำคัญมากกับความเป็นอยู่ของประชากรในสหภาพยุโรป ทั้งนี้ อุตสาหกรรมผักและผลไม้ในสหภาพยุโรปมีมูลค่าการค้าตลอดห่วงโซ่คุณค่า 150,000 ล้านยูโร และเป็นแหล่งจ้างงานที่สำคัญในพื้นที่ชนบท โดยมีการจ้างงานจำนวน 750,000 ตำแหน่ง เมื่อพิจารณาจากทั้งมิติของปริมาณผลผลิตที่สหภาพยุโรปเป็นผู้ส่งออก และมิติของปริมาณผลผลิตที่สหภาพยุโรปนำเข้าจากประเทศอื่น อุตสาหกรรมผักและผลไม้สหภาพยุโรปมีความเป็นนานาชาติสูง และต้องเผชิญกับการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศอย่างเข้มข้น โดยเฉพาะการแข่งขันจากประเทศที่มีค่าแรงต่ำและมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมเข้มข้นน้อยกว่า¹¹

ด้วยความสำคัญดังกล่าว อุตสาหกรรมผักและผลไม้จึงเป็นภาคส่วนรุ่นแรกที่ได้รับการจัดตั้ง CMO โดย CMO สำหรับผักสดและผลไม้สดเกิดขึ้นในปี ค.ศ. 1962 และ CMO สำหรับผักและผลไม้แปรรูปเกิดในปี ค.ศ. 1968 ภายใต้วัตถุประสงค์เพื่อรักษาเสถียรภาพของตลาดผักและผลไม้ รักษาระดับปริมาณผลผลิต และ

¹⁰ European Parliament. (2007). First pillar of the CAP: I — Common organisation of the markets (CMO) in agricultural products. Retrieved from <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/108/first-pillar-of-the-cap-i-common-organisation-of-the-markets-cmo-in-agricultural>

¹¹ AREFLH (Assembly of the European Regions producing fruits, vegetables and plants). White Paper on the fruit & vegetable CMO. 2017

สร้างรายได้ที่เป็นธรรมให้แก่เกษตรกร โดยผ่านการปรับเปลี่ยนมาหลายครั้ง โดยมีการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ ในปี ค.ศ. 1997 ซึ่งเป็นเริ่มดำเนินนโยบายเชิงก้าวหน้า ภายใต้หลักการ¹²

- 1) เพื่อเสริมหลักการที่มุ่งเน้นตลาดและรักษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม
- 2) เพื่อให้เกษตรกรได้ผลตอบแทนที่ดี
- 3) เพื่อปรับการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและความคาดหวังของผู้บริโภค
- 4) เพื่อเพิ่มความสามารถของเกษตรกรในการรับมือกับวิกฤตการณ์
- 5) เพื่อสนับสนุนแนวปฏิบัติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 6) เพื่อส่งเสริมการบริโภคผักและผลไม้
- 7) เพื่อเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงผักและผลไม้

ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1972 เป็นต้นมา CMO ผักและผลไม้ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดตั้งสถาบันเกษตรกรเพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินนโยบายด้านราคาและแทรกแซงตลาด ต่อมาในปี ค.ศ. 1996 ระหว่างที่จะมีการปฏิรูป เกิดความไม่สมดุลในอำนาจทางการค้าระหว่างเกษตรกรกับพ่อค้า โดยพ่อค้ามีอำนาจต่อรองที่สูงกว่าในการเจรจาทางการค้าและด้านราคากับเกษตรกร จากความได้เปรียบใน 2 ด้าน คือ 1) ผักและผลไม้เป็นผลผลิตที่เน่าเสียง่าย เกษตรกรมีแรงกดดันที่ต้องปล่อยขายผลผลิตออกไป ถึงแม้ไม่ได้ราคาที่ต้องการก็ตาม และ 2) ในขณะที่เกษตรกรมีจำนวนมาก แต่ผู้ซื้อซึ่งเป็นผู้ค้าปลีกในตลาดสมัยใหม่ (Modern Trade) มีอยู่น้อยราย และแต่ละรายก็เป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ภาครัฐในสหภาพยุโรปจึงได้ยกระดับความสำคัญสถาบันเกษตรกรซึ่งเกิดจากการรวมตัวกันของเกษตรกร เพื่อเป็นกลไกที่เพิ่มอำนาจต่อรองให้กับเกษตรกรในการค้ากับผู้ประกอบการกับธุรกิจห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตร เพื่อให้เกิดการกระจายผลประโยชน์อย่างยุติธรรมตลอดห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตร อันเป็นหลักประกันให้เกษตรกรมีมาตรฐานความเป็นอยู่ที่ดี

ตามกฎหมายของ EU สถาบันเกษตรกรที่ได้รับการรับรอง จะต้องมีการกิจและคุณสมบัติตามที่กำหนด ดังนี้

- เป็นนิติบุคคล
- ประกอบด้วยสมาชิกเป็นเกษตรกรโดยทั้งหมดหรือเป็นส่วนใหญ่ ขึ้นอยู่กับข้อกำหนดของแต่ละประเทศสมาชิก
- ให้อำนาจการตัดสินใจในการดำเนินการขึ้นอยู่กับเกษตรกร
- มีปริมาณการค้าขายที่สูงระดับหนึ่ง เพื่อให้มีอำนาจต่อรองในตลาด
- ให้ความสำคัญกับการทำการตลาดผลผลิตของสมาชิก บนพื้นฐานของข้อมูลการผลิตที่ต้องรายงานโดยเกษตรกรทุกคนที่เป็นสมาชิก
- ให้ความสำคัญกับคุณภาพในการคัดบรรจุ การจัดเก็บ การจัดเตรียมและบรรจุภัณฑ์

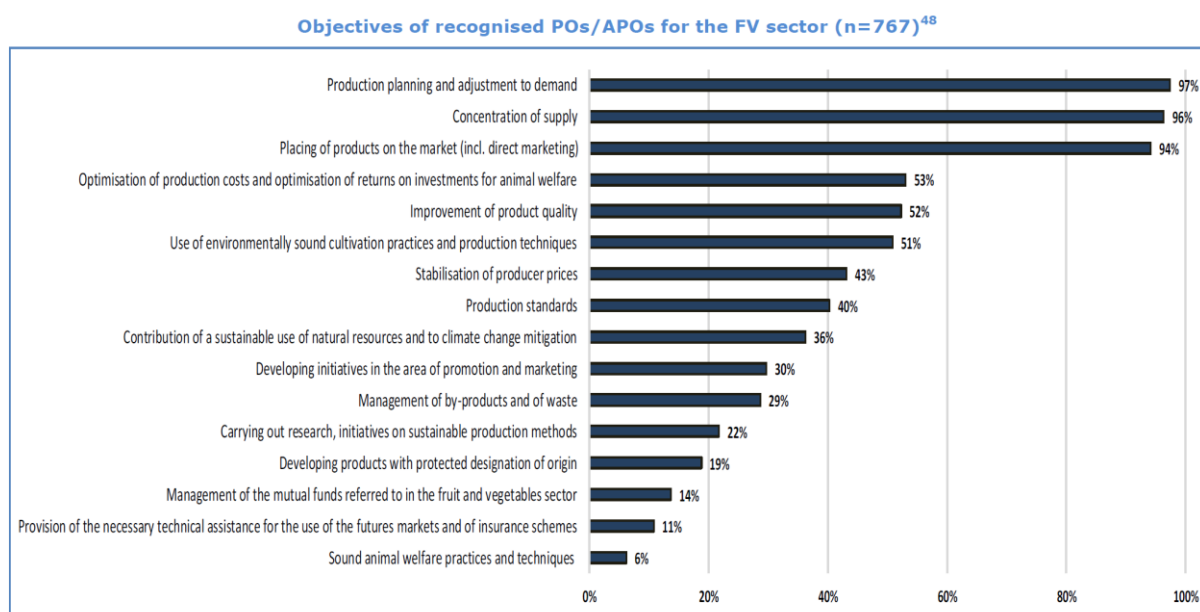
¹² AREFLH (Assembly of the European Regions producing fruits, vegetables and plants). White Paper on the fruit & vegetable CMO. 2017

- ควบคุมคุณภาพและปริมาณการเพาะปลูกตามความต้องการที่แท้จริงของตลาด
- มีบุคลากรที่มีความสามารถและมีความรับผิดชอบในการดำเนินงานให้บรรลุภารกิจ
- มีการประยุกต์ใช้หลักวิชาการโดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

สถาบันเกษตรกรที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดและรัฐให้กับรับรอง มีสิทธิที่จะขอรับรองปริมาณ
สนับสนุนการก่อตั้งและการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ เรียงลำดับความสำคัญ ดังนี้

- **การตลาด** ครอบคลุมทั้งการรับซื้อผลผลิต การจัดเก็บ การคัดแยก การบรรจุ การขนส่ง การวิจัย
และพัฒนา การประชาสัมพันธ์ การวางแผนการผลิต การสำรวจตลาด
- **การผลิต** มาตรการสุขอนามัยพืช ชลประทาน เครื่องจักร โรงเรือน พันธุ์พืช การวิจัยและพัฒนา
- **การตรวจสอบ** การตรวจคุณภาพและสุขอนามัยของพืช
- **อื่น ๆ** เช่น ค่าใช้จ่ายการบริหารจัดการ

รูปที่ 5-10 แสดงผลการสำรวจเป้าหมายของสถาบันเกษตรกรผักและผลไม้ (FV) ที่รัฐให้การรับรอง
จำนวน 767 แห่ง¹³



Source: Compiled by AI based on 2017 EC survey

รูปที่ 5-10 ผลการสำรวจเป้าหมายของสถาบันเกษตรกรผักและผลไม้ (FV) ที่รัฐให้การรับรองจำนวน 767 แห่ง
ที่มา: Arcadia International E.E.I.G. and EY.

¹³ Arcadia International E.E.I.G. and EY. Study of the best ways for producer organisations to be formed, carry out their activities and be supported. Final report. 2019

สถาบันการเกษตรที่ได้รับการรับรอง และประสงค์จะรับการสนับสนุนจากรัฐจะต้องจัดทำโปรแกรมการดำเนินงาน Operational Programmes ซึ่งอาจประกอบด้วย

- เป็นแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจของ PO ครอบคลุม 3 หรือ 5 ปี
- กิจกรรมที่สนับสนุนการรวมกลุ่มและการดำเนินงานของกลุ่ม ประกอบด้วย
 - การปรับการเพาะปลูกให้สอดคล้องกับตลาด
 - การรวมกลุ่มนำเสนอขายผลผลิต
 - การปรับปรุงคุณภาพ
 - การสนับสนุนการเกษตรแบบยั่งยืน
 - การปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศ
 - การเปิดตลาดใหม่
 - การป้องกันและจัดการวิกฤตการณ์

ตารางที่ 5-11 และรูปที่ 5-11 แสดงมูลค่าการใช้จ่ายในโปรแกรมการดำเนินงานแยกตามประเภทของมาตรการ

ตารางที่ 5-11 ค่าใช้จ่ายตามโปรแกรมการดำเนินงานแยกตามประเภทของมาตรการ 2011-2105

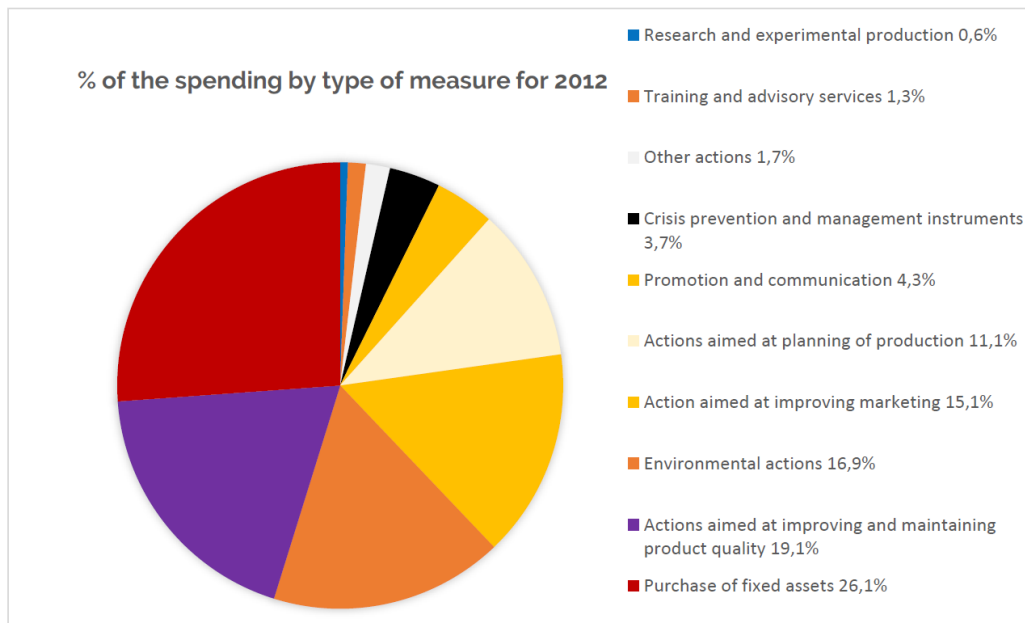
measures of the OP in million €

	2011	2012	2013	2014	2015
Actions aimed at planning the production	303	198	209	305	331
Actions aimed at improving and maintaining product quality	346	339	302	409	316
Actions aimed at improving marketing	304	269	221	321	250
Research and Experimental production	12	10	10	14	4
Training and advisory services	22	23	25	38	25
Crisis prevention and management instruments	90	66	54	87	61
Environmental actions	315	301	222	262	216
Other actions	46	31	20	37	26
Purchase of fixed assets	600	465	446	759	632
Promotion and communication	57	77	56	60	36

Source: EC-AGRI-R1

ที่มา: AREFLH¹⁴

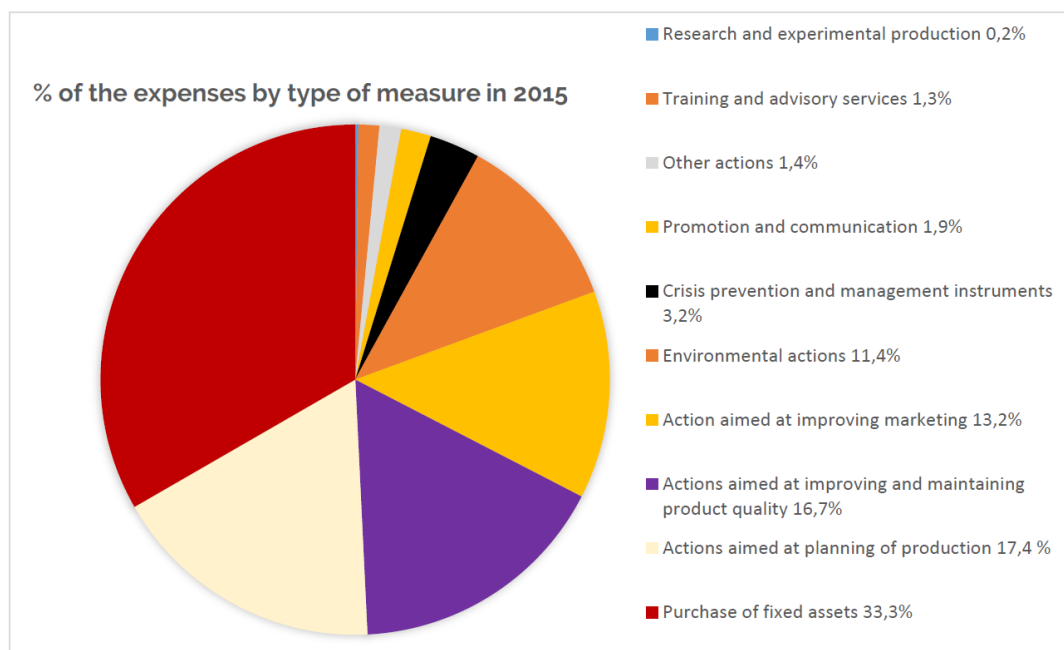
¹⁴ AREFLH (Assembly of the European Regions producing fruits, vegetables and plants). White Paper on the fruit & vegetable CMO. 2017



Source : AREFLH, after EC DG Agri-R1 data

รูปที่ 5-11 สัดส่วนค่าใช้จ่ายแยกตามประเภทของมาตรการ ปี 2012

ที่มา: AREFLH¹⁵



Source : AREFLH, after EC DG Agri-R1 data

รูปที่ 5-12 สัดส่วนค่าใช้จ่ายแยกตามประเภทของมาตรการ ปี 2015

ที่มา: AREFLH¹⁶

¹⁵ อ้างแล้วใน AREFLH

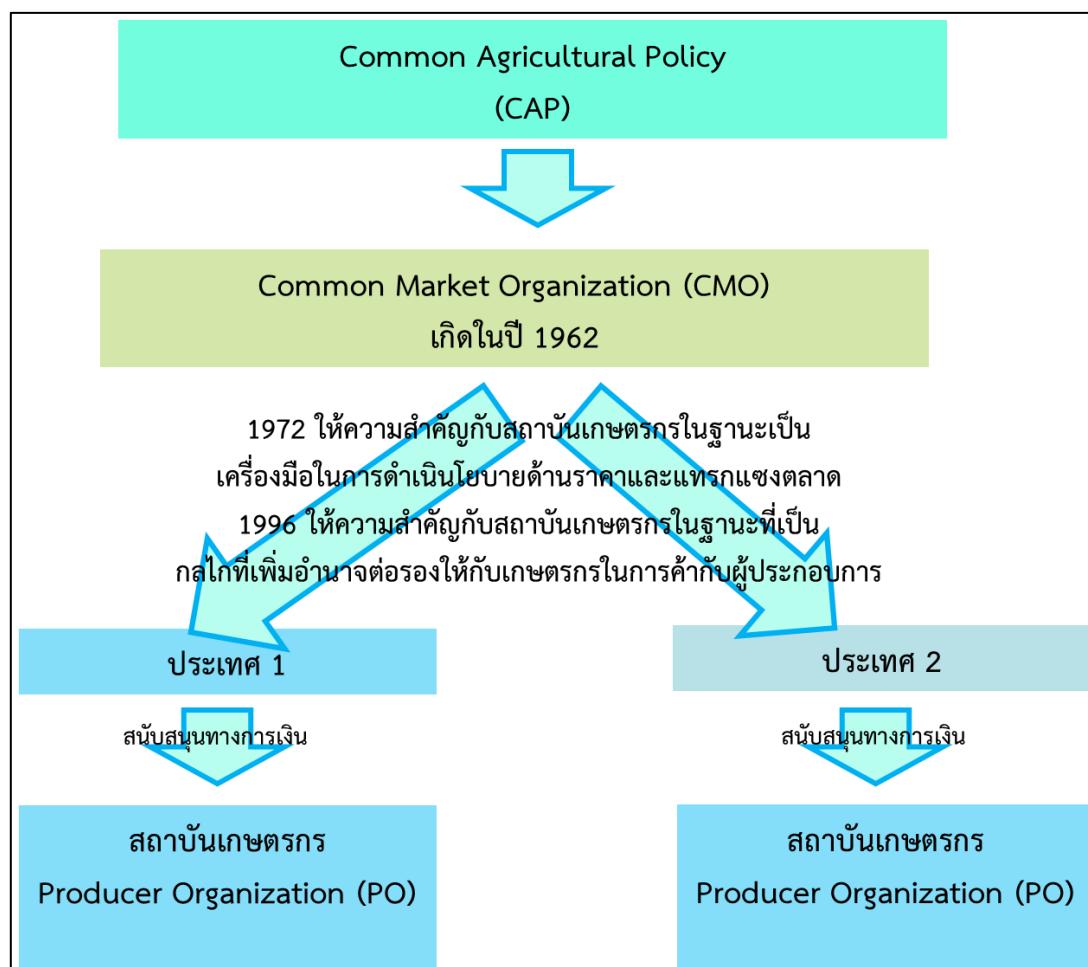
¹⁶ อ้างแล้วใน AREFLH

จะเห็นว่าการใช้จ่ายจัดซื้อจัดหาสินทรัพย์จะมีสัดส่วนที่สูงที่สุด รองลงมาเป็นมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการเพาะปลูกกับการปรับปรุงคุณภาพผลผลิต

ทั้งนี้ งบประมาณจะได้มาจาก 3 แหล่ง คือ

- รายได้ของสถาบันเกษตรกร
- เกษตรกรที่เป็นสมาชิก
- สหภาพยุโรป โดยงบประมาณสนับสนุนไม่เกินร้อยละ 50 ของค่าใช้จ่าย หรือ ไม่เกินร้อยละ 4.1 ของมูลค่าผลผลิต (ซึ่งในกรณีหลังนี้อาจจะได้รับการสนับสนุนอีกร้อยละ 0.5 เพื่อกิจกรรมป้องกันและจัดการวิกฤตการณ์ โดยในปี ค.ศ. 2017 งบประมาณการสนับสนุนของ EU อยู่ที่ 800 ล้านยูโร ซึ่งจะสนับสนุนสถาบันเกษตรกรที่มีแผนการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างน้อย 2 โครงการและใช้งบไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของงบประมาณทั้งหมดแผนการดำเนินงาน

ในรูปที่ 5-13 เป็นการสรุปโครงสร้างการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมผักและผลไม้ในสหภาพยุโรป โดยมีสถาบันเกษตรกรเป็นกลไกหลักของการขับเคลื่อน

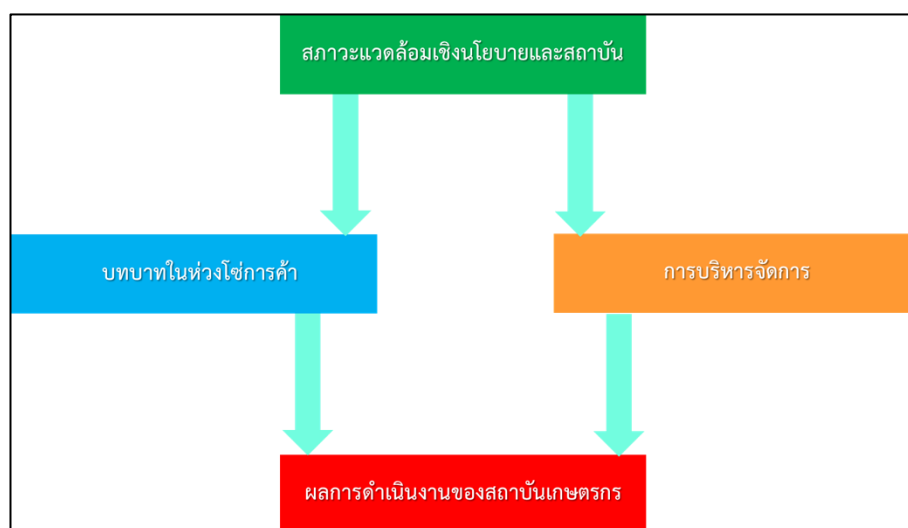


รูปที่ 5-13 สรุปโครงสร้างการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมผักและผลไม้ในสหภาพยุโรป

ข. ปัจจัยความสำเร็จของสถาบันเกษตรกรในอุตสาหกรรมผักและผลไม้ สหภาพยุโรป

ความสำเร็จในการดำเนินงานของสถาบันเกษตรกรต้องอาศัย 3 ปัจจัย ดังนี้

- สภาวะแวดล้อมเชิงนโยบายและสถาบัน หมายถึง บริบททางสังคม วัฒนธรรม การเมือง และกฎหมาย ซึ่งอาจเป็นปัจจัยที่สนับสนุนหรือเป็นอุปสรรคต่อการจัดตั้งและการดำเนินงานของสถาบันเกษตรกร ซึ่งส่งผลต่อสถานะความเป็นไปของปัจจัยความสำเร็จที่เหลืออีก 2 ปัจจัย
- บทบาทในห่วงโซ่การค้า หมายถึง ชีตความสามารถในการแข่งขันของสถาบันเกษตรกรเมื่อเทียบกับคู่ค้า รวมถึงกลยุทธ์ทางธุรกิจที่สถาบันตัดสินใจดำเนินการ
- การบริหารจัดการ หมายถึง กระบวนการตัดสินใจทางธุรกิจ ระบบบริหารจัดการองค์กร และผู้บริหารองค์กร



รูปที่ 5-14 ปัจจัยความสำเร็จของสถาบันเกษตรกรในอุตสาหกรรมผักและผลไม้ สหภาพยุโรป

ปัจจัยด้านสภาวะแวดล้อมเชิงนโยบายและสถาบัน เกษตรกรในสหภาพยุโรปมีประวัติศาสตร์และประสบการณ์ในการรวมตัวและร่วมมือกันตั้งแต่ปลายศตวรรษที่ 19 แล้ว ในทางการเมือง รัฐบาลสหภาพยุโรปได้สนับสนุนทั้งทางตรงและทางอ้อม อำนวยความสะดวกให้แก่การจัดตั้งสถาบันเกษตรกรและการดำเนินงานของสถาบันเกษตรกร เพราะตระหนักถึงความสำคัญในบทบาทของสถาบันเกษตรกร ที่เป็นกลไกหลักในการสร้างอำนาจต่อรองให้เกษตรกรในการเจรจาการค้ากับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผักและผลไม้ กฎหมายการแข่งขันทางการค้าเปิดโอกาสให้สามารถจัดตั้งสถาบันเกษตรกร เพื่อร่วมกันขายผลผลิต และกฎหมายที่กำกับดูแลสหกรณ์ยังให้ความยืดหยุ่นแก่สถาบันเกษตรกรในการตัดสินใจเลือกประเภทขององค์กร และรูปแบบการบริหารจัดการภายใน นอกจากนี้ รัฐยังมีความชัดเจนในนโยบายและเงื่อนไขในการให้การสนับสนุนแก่สถาบันเกษตรกร โดยสถาบันจะต้องมีคุณสมบัติตามที่กำหนด และมีเป้าหมายในการดำเนินงานข้อใดข้อหนึ่งจาก 3 ข้อนี้ 1) การผลิตมีการวางแผนให้สอดคล้องกับความต้องการทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ 2) สมาชิกรวบรวมผลผลิตและทำการตลาดร่วมกัน 3) การบริหารจัดการต้นทุนและการรักษาเสถียรภาพของราคา

ปัจจัยด้านบทบาทในห่วงโซ่การค้า สถาบันเกษตรกรในอุตสาหกรรมผักและผลไม้ของสหภาพยุโรป ยกระดับอำนาจต่อรองและความสามารถในการค้าของตน ด้วยการขยายการดำเนินงานไปถึงการตลาดเอง การขยายช่องทางการตลาด การสร้างตราสินค้า รวมถึงการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า นอกจากนี้ เพื่อสร้างความยั่งยืนกับการขายผลผลิต สถาบันเกษตรกรบางแห่งก็มีความร่วมมือในลักษณะเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับผู้ประกอบการที่เป็นผู้รับซื้อผลผลิตอีกด้วย

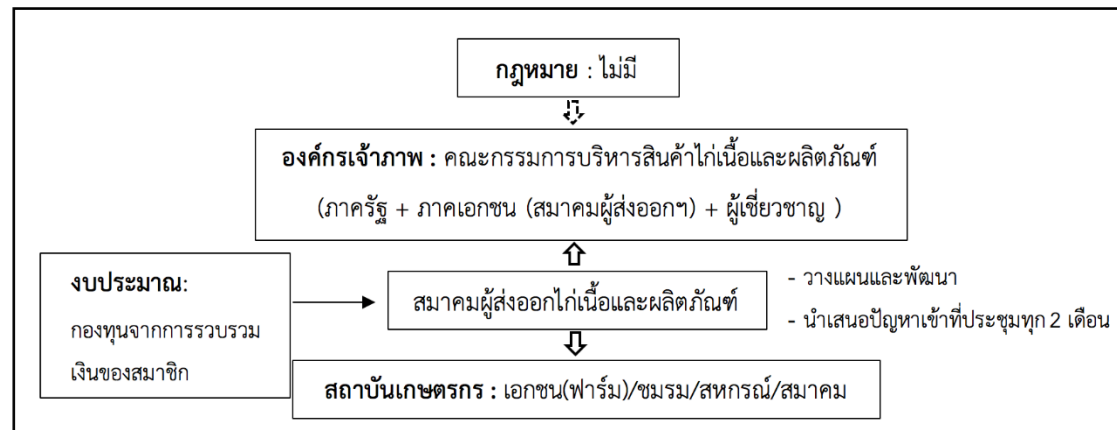
ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ประกอบด้วยคุณภาพของระบบบริหารจัดการ และคุณสมบัติของผู้บริหาร สถาบันเกษตรกรมีกลยุทธ์ที่ชัดเจน มีระบบบริหารจัดการที่พร้อมปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ มีการแบ่งผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ อีกทั้งมีการควบคุมและจัดการกับประเด็นของผลประโยชน์ทับซ้อน ป้องกันสมาชิกบางคนหรือส่วนน้อยมุ่งแต่ผลประโยชน์ของตนเองมากกว่าผลประโยชน์ของกลุ่ม นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยง การวางแผนและมาตรการเพื่อเพิ่มความสามารถให้กับเกษตรกรในรับมือกับวิกฤตการณ์ โครงสร้างการบริหารมีคณะกรรมการที่ปรึกษา (Supervisory Board) ติดตามตรวจสอบการปฏิบัติงานและการตัดสินใจของคณะกรรมการบริหาร (Board of Directors) ผู้นำและผู้บริหารสถาบัน มีความเป็นผู้ประกอบการสูง มีความมุ่งมั่น และมีความเป็นมืออาชีพ และในขณะเดียวกัน มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และใส่ใจและห่วงใยความเป็นอยู่ของสมาชิก ทั้งนี้ ก็ต้องมีการจ่ายผลตอบแทนผู้บริหารให้เหมาะสมกับความสามารถ

ค. สรุป

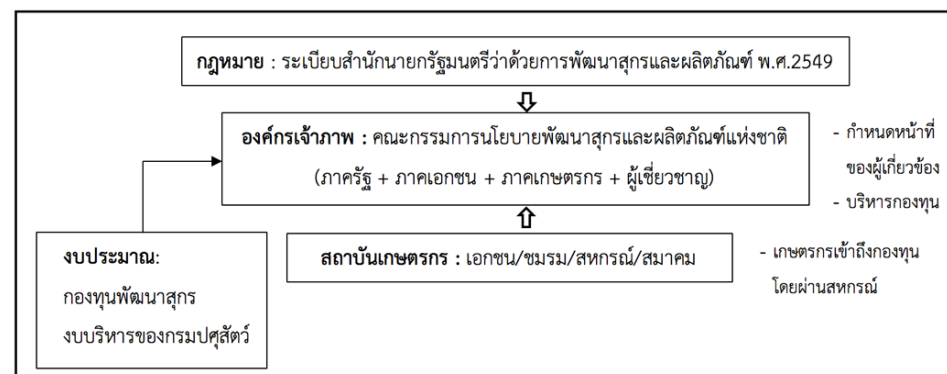
ความแตกต่างระหว่างกรณีผักและผลไม้ในสหภาพยุโรปและสินค้ากวีโนนิวซีแลนด์ คือ เกษตรกรกวีโนรวมตัวกันเป็นเพียงสถาบันเกษตรกรแห่งเดียว ในขณะที่สถาบันเกษตรกรในสหภาพยุโรปจะมีอยู่หลายแห่งตามฐานการผลิต แต่สิ่งที่เหมือนกัน คือ รัฐบาลรับบทบาทเป็นผู้อำนวยความสะดวก และกำกับดูแลด้านกฎหมาย ในขณะที่สถาบันเกษตรกรรับบทบาทนำในการขับเคลื่อนการพัฒนาด้านการผลิตและการค้า โดยให้ความสำคัญกับการค้าการผลิต เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งในการต่อรองการซื้อขายกับผู้ซื้อผลผลิต

5.3.3 บทเรียนจากกรณีศึกษาของไทย

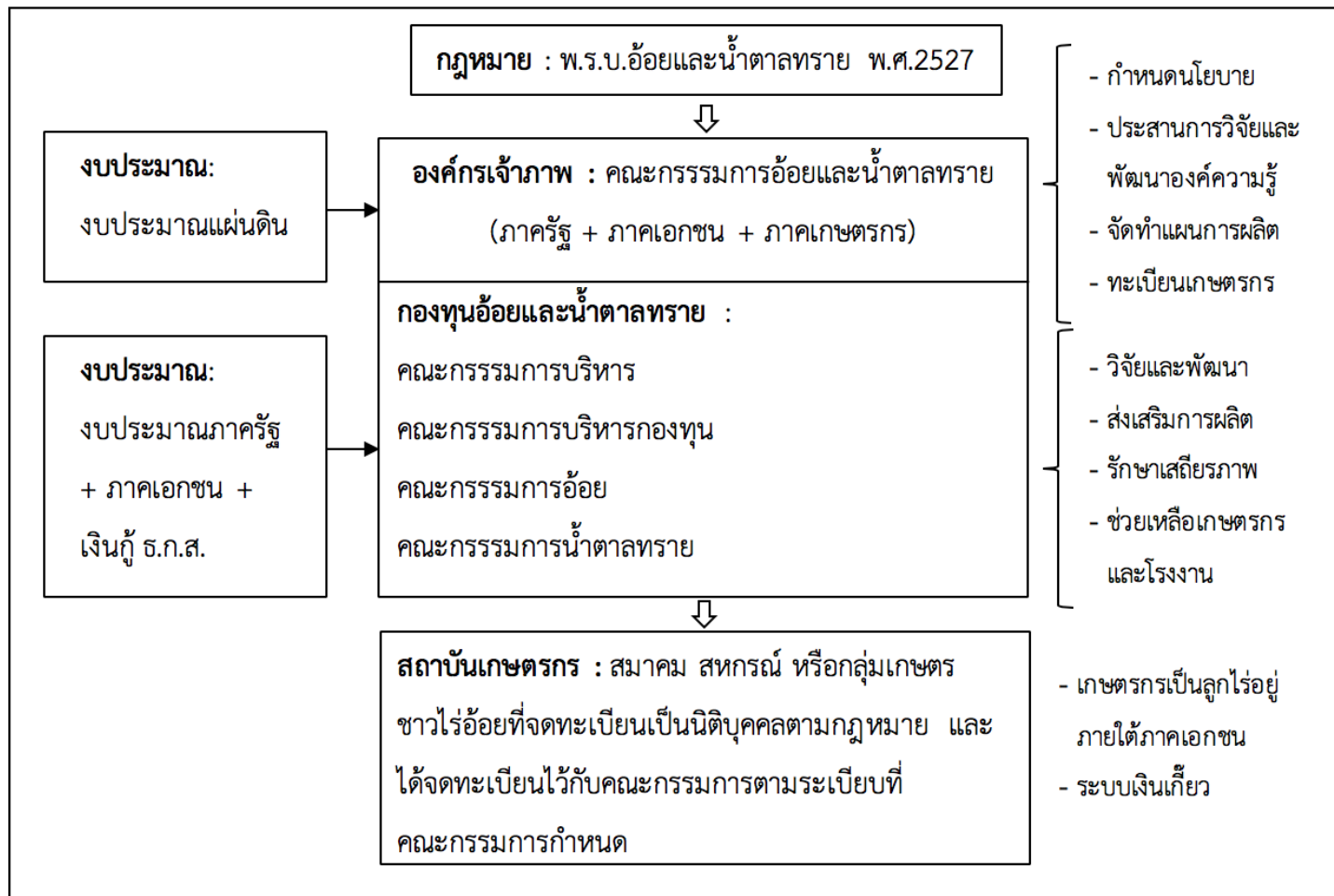
การถอดบทเรียนทบทวนการสร้างอำนาจต่อรองของสถาบันเกษตรกรในประเทศไทย และการขับเคลื่อนความยั่งยืนของภาคเกษตรไทย จาก 5 กรณีศึกษา ประกอบด้วย คณะกรรมการบริหารสินค้าไก่เนื้อและผลิตภัณฑ์ คณะกรรมการนโยบายพัฒนาสุกรและผลิตภัณฑ์แห่งชาติ คณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย คณะกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้ และการยางแห่งประเทศไทย โดยทั้ง 5 กรณี มีโครงสร้างดังรูปที่ 5-15 ถึง รูปที่ 5-19 ตามลำดับ และผลการถอดบทเรียนได้สรุปในตารางที่ 5-12



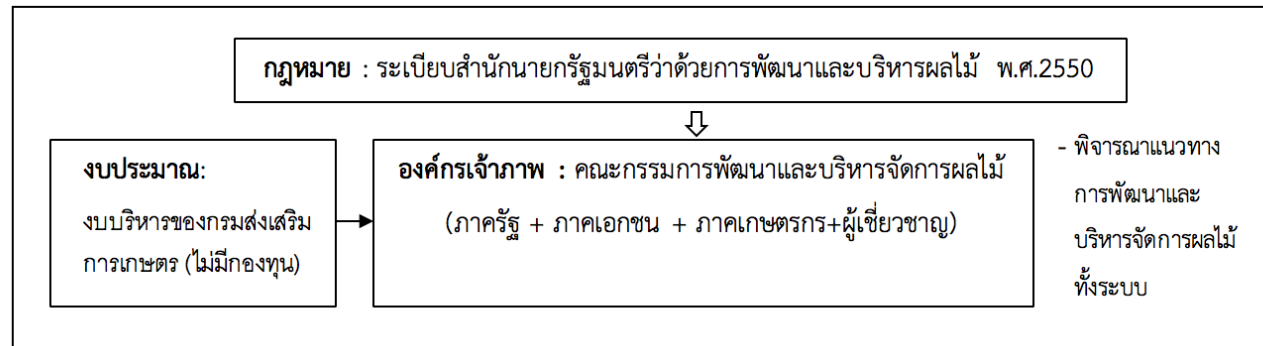
รูปที่ 5-15 คณะกรรมการบริหารสินค้าไก่เนื้อและผลิตภัณฑ์
ที่มา: จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง



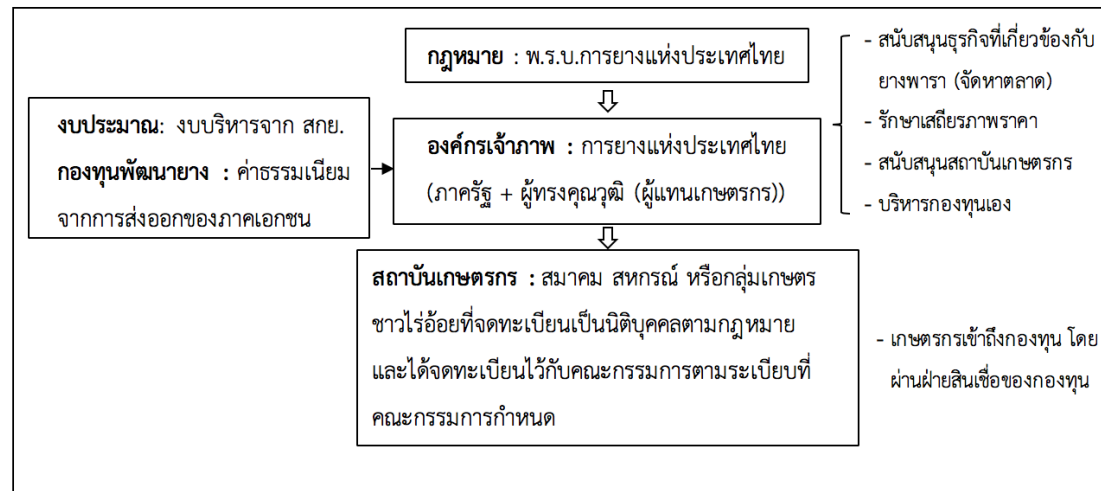
รูปที่ 5-16 คณะกรรมการนโยบายพัฒนาสุกรและผลิตภัณฑ์แห่งชาติ
ที่มา: ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัฒนาสุกรและผลิตภัณฑ์ พ.ศ. 2549



รูปที่ 5-17 คณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย
ที่มา: พ.ร.บ. อ้อยและน้ำตาลทราย พ.ศ. 2527



รูปที่ 5-18 คณะกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้
ที่มา: ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้ พ.ศ. 2550



รูปที่ 5-19 การยางแห่งประเทศไทย
ที่มา: พ.ร.บ. การยางแห่งประเทศไทย 2558

ตารางที่ 5-12 วิเคราะห์บทเรียนองค์กรเจ้าภาพในระบบเกษตรกรรมไทย

ระดับ	ประเด็น	องค์การพบในการขับเคลื่อนในระบบเกษตรกรรมไทย				
	ผลิตภัณฑ์	ไก่เนื้อและผลิตภัณฑ์	สุกร	ยาง***	อ้อยและน้ำตาล***	ผลไม้
	องค์กรเจ้าภาพ	คณะกรรมการบริหาร สินค้าไก่เนื้อและ ผลิตภัณฑ์	คณะกรรมการนโยบาย พัฒนาสุกรและผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ	การยางแห่งประเทศไทย	คณะกรรมการอ้อย และน้ำตาลทราย	คณะกรรมการพัฒนา และบริหารจัดการ ผลไม้
	สถานภาพองค์กร เจ้าภาพ	ส่วนหนึ่งของภาครัฐ ขึ้นกับกรมปศุสัตว์	ส่วนหนึ่งของภาครัฐ ขึ้นกับกรมปศุสัตว์	นิติบุคคล	นิติบุคคล	ส่วนหนึ่งของภาครัฐ ขึ้นกับกรมส่งเสริม การเกษตร
	ช่องทางการประกาศ ตัวตน	ไม่มี (ผ่านรัฐ)	ไม่มี (ผ่านรัฐ)	ดำเนินการเองผ่าน เว็บไซต์ขององค์กร	ดำเนินการเองผ่าน เว็บไซต์ขององค์กร	ไม่มี (ผ่านรัฐ)
	จุดแข็ง	• สามารถควบคุม มาตรฐานของผู้ผลิต และผู้ส่งออกไก่เนื้อ และผลิตภัณฑ์	• มีการประสานงาน ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ที่ เกี่ยวข้อง • เกิดการบูรณาการครบ ห่วงโซ่	• มีหน่วยงาน และ บุคลากรครอบคลุม ทุกพื้นที่ รวมถึงมี สินทรัพย์ที่ ก่อให้เกิดรายได้	มีคณะกรรมการ หลายชุด ในการ บริหารกองทุน เพื่อให้ตอบ วัตถุประสงค์ของ กองทุน	• เกิดการบูรณาการ มีการทำงานร่วมกัน ระหว่างภาครัฐ เอกชน และ เกษตรกรที่เกี่ยวข้อง

ระดับ	ประเด็น	องค์คัพพในการขับเคลื่อนในระบบเกษตรกรรมไทย				
	ผลิตภัณฑ์	ไก่เนื้อและผลิตภัณฑ์	สุกร	ยาง***	อ้อยและน้ำตาล***	ผลไม้
		การแก้ไขปัญหาไม่ได้หวังพึ่งจากภาครัฐมากเกินไป		- มีเกษตรกรชาวสวนยางและสถาบันเกษตรกรชาวสวนยางรองรับ ในการดำเนินนโยบายด้านธุรกิจหรืออุตสาหกรรมยางพารา - มีงานวิจัยและพัฒนาที่มีคุณภาพพร้อมถ่ายทอดสู่ผู้ใช้ - มีระบบให้การสงเคราะห์ปลูกแทนพัฒนาสวนยาง		มีการประชุมเพื่อวางแผนกำหนดทิศทางของผลไม้อย่างต่อเนื่องทุกปี

ระดับ	ประเด็น	องค์การในการขับเคลื่อนในระบบเกษตรกรรมไทย				
	ผลิตภัณฑ์	ไก่เนื้อและผลิตภัณฑ์	สุกร	ยาง***	อ้อยและน้ำตาล***	ผลไม้
				ขนาดเล็กที่มีประสิทธิภาพ		
	จุดอ่อน	ไม่มีตัวแทนเกษตรกรเข้ามามีส่วนร่วมหรือบทบาทในคณะกรรมการบริหารไก่เนื้อ ฯ ในการกำหนดราคาและทิศทางการจำหน่ายและผลิตภัณฑ์	ไม่ได้ให้ความสำคัญกับสถาบันเกษตรกร	• มอบบทบาทเชิงรุกให้ผิด้ตัว เกษตรกรไม่มีส่วนร่วม • ส่งเสริมให้สถาบันเกษตรกรแบบไม่มีทิศทาง • ตั้งหลังล่มสลายแล้วตั้งนั้นบอกเลิกปลูกยาง สนับสนุนปลูกพืชทดแทน	ไม่มีการพัฒนาตลาดคณะกรรมการมีหน้าที่แค่กำหนดราคาและรักษาเสถียรภาพราคาอย่างเดียว	องค์กรเจ้าภาพ ไม่มีโอกาสเชื่อมกับสถาบันเกษตรกร
Event	องค์กรประกอบขององค์กรเจ้าภาพ	• ภาครัฐ 6 ท่าน • ภาคเอกชน 4 ท่าน	• ภาครัฐ 10 ท่าน • ภาคเอกชน 2 ท่าน • เกษตรกร 2 ท่าน	• ภาครัฐ 6 ท่าน • ภาคเอกชน 2 ท่าน	• ภาครัฐ 5 ท่าน • ภาคเอกชน 7 ท่าน	• ภาครัฐ 20 ท่าน • ภาคเอกชนและเกษตรกร 4 ท่าน

ระดับ	ประเด็น	องค์การพหุในการขับเคลื่อนในระบบเกษตรกรรมไทย				
	ผลิตภัณฑ์	ไก่เนื้อและผลิตภัณฑ์	สุกร	ยาง***	อ้อยและน้ำตาล***	ผลไม้
		- เกษตรกร 2 ท่าน - ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน	ผู้เชี่ยวชาญ 4 ท่าน	- เกษตรกร 5 ท่าน - ผู้เชี่ยวชาญ 1 ท่าน	เกษตรกร 9 ท่าน	ผู้เชี่ยวชาญ 4 ท่าน
	บทบาทและหน้าที่	คณะกรรมการบริหารฯ รับข้อเสนอจากสมาคมผู้ส่งออกฯ ซึ่งทำหน้าที่วางแผนด้านการตลาด รักษาราคาส่งออกและราคาในประเทศ และพัฒนางานวิจัย โดยสมาคมฯ เป็นผู้บริหารเงินกองทุนฯ เอง	คณะกรรมการนโยบายฯ กำหนดหน้าที่ให้ผู้เกี่ยวข้องปฏิบัติเพื่อให้เกิดมาตรฐานสินค้าและผลิตภัณฑ์ บริหารกองทุนพัฒนาสุกร	การยางแห่งประเทศไทย ทำหน้าที่สนับสนุนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับยางพารา รักษาเสถียรภาพราคาและสนับสนุนสถาบันเกษตรกร โดยบริหารกองทุนเอง	คณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทรายทำหน้าที่เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต รักษาเสถียรภาพราคาโดยบริหารกองทุนเอง	คณะกรรมการพัฒนาฯ พิจารณาแนวทางการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้ทั้งระบบ ผลักดันเชิงนโยบาย

ระดับ	ประเด็น	องค์การพบในการขับเคลื่อนในระบบเกษตรกรรมไทย				
	ผลิตภัณฑ์	ไก่เนื้อและผลิตภัณฑ์	สุกร	ยาง***	อ้อยและน้ำตาล***	ผลไม้
Pattern	ที่มาของงบประมาณ บริหารสำนักงาน	ภาครัฐ : กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรฯ	ภาครัฐ : กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรฯ	ภาครัฐ : สกย. กระทรวงเกษตรฯ	ภาครัฐ : สำนักงาน อ้อยและน้ำตาล กระทรวง อุตสาหกรรม	ภาครัฐ : กรมส่งเสริม การเกษตร กระทรวง เกษตรฯ
	กองทุนใช้งานเพื่อ พัฒนาระบบธุรกิจ	ภาครัฐ : จากกองทุน ต่าง ๆ ที่กระทรวงดูแล ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ ธุรกิจไก่เนื้อ เพื่อ ช่วยเหลือและ แทรกแซงราคา ผ่าน อนุกรรมการฯ ภาคเอกชน : รวบรวม จากสมาชิกของสมาคม ผู้ส่งออกฯ เรื่อง เร่งด่วน ผ่าน	ภาครัฐ : จากกองทุนต่าง ๆ ที่กระทรวงดูแลในส่วนที่ เกี่ยวข้องกับธุรกิจสุกร	ภาคเอกชน : รวบรวมจากสมาชิก ของสมาคมผู้ส่งออก ฯ	ภาครัฐ + ภาคเอกชน + เงินกู้ จกส.	ไม่มี

ระดับ	ประเด็น	องค์การพบในการขับเคลื่อนในระบบเกษตรกรรมไทย				
	ผลิตภัณฑ์	ไก่เนื้อและผลิตภัณฑ์	สุกร	ยาง***	อ้อยและน้ำตาล***	ผลไม้
		คณะกรรมการบริหารฯ				
	การไหลของกองทุน / ลักษณะการใช้งานกองทุน	จากล่างขึ้นบน คณะกรรมการฯ เป็นผู้กลั่นกรองเสนอ กรม. เกษตรกรเข้าไม่ถึงกองทุน	จากล่างขึ้นบน คณะกรรมการฯ เป็นผู้กลั่นกรองเสนอ กรม. เกษตรกรเข้าถึงกองทุนผ่านสหกรณ์ ใช้เพื่อการเยียวยา	จากบนลงล่าง (แบบรัฐ) กยท. ทำหน้าที่ตลาด เกษตรกรเข้าถึงกองทุน ผ่านฝ่ายสินเชื่อของกองทุน	จากบนลงล่าง (แบบรัฐ) ภาคเอกชนหาตลาด เกษตรกรเป็นลูกไร่ภาคเอกชน (ใช้เงินเกี่ยวโรงงาน)	ไม่มี
	วงเงินงบประมาณ	ไม่สามารถหาข้อมูลได้	1,300 ล้านบาท	14,560 ล้านบาท	16,921 ล้านบาท	ไม่สามารถหาข้อมูลได้
Construction	กฎหมายที่นำไปสู่การเป็น Business Model ขององค์กรเจ้าภาพ	ไม่สามารถหาข้อมูลได้	ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัฒนาสุกรและผลิตภัณฑ์ พ.ศ.2549	พ.ร.บ. การยางแห่งประเทศไทย	พ.ร.บ. อ้อยและน้ำตาล 2527	ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้ พ.ศ. 2550

ระดับ	ประเด็น	องค์การในการขับเคลื่อนในระบบเกษตรกรรมไทย				
	ผลิตภัณฑ์	ไก่เนื้อและผลิตภัณฑ์	สุกร	ยาง***	อ้อยและน้ำตาล***	ผลไม้
	องค์กรกลางน้ำและปลายน้ำ	สมาคมผู้ส่งออกฯ มี 8 รายใหญ่ มีฟาร์ม โรงฆ่าและ ตลาดของตัวเอง	ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ (90 %) ขายในประเทศ เข้าโรงฆ่าในประเทศ และ เชียง กระจ่ายทั่วไป การส่งออกมี 2 รายใหญ่ เป็นลักษณะแปรรูป (10 %)	ผู้ประกอบการรายใหญ่ของไทย ควบคุม	มีรายใหญ่ แบบจัดโควตาขายในประเทศ และ ส่งออก	สหกรณ์ และล้งทั้งไทยและต่างประเทศ
	องค์กรต้นน้ำ (สถาบันเกษตรกร)	สมาคมผู้เลี้ยงไก่เนื้อ / ผู้เลี้ยงไก่อิสระ ไม่มีอำนาจเลย ต้องทำตามมติที่ออกโดยสมาคมฯ	สมาคม/สหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร ผู้เลี้ยงสุกร ทั้งบริษัท ฟาร์มอิสระที่เป็น การรวมตัวกันตั้งแต่ระดับอำเภอ จังหวัด และภาค สมาคมที่เกี่ยวข้อง 1 สมาคมอาหารสัตว์ 2. ผู้ค้า	สมาคม สหกรณ์ หรือกลุ่มเกษตรกร ชาวสวนยางที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย แต่ไม่รวมถึงบริษัท จำกัด ห้างหุ้นส่วน จำกัดและห้างหุ้นส่วนสามัญที่มี	สมาคม สหกรณ์ หรือกลุ่มเกษตรกร ชาวไร่อ้อยที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย และได้จดทะเบียนไว้กับคณะกรรมการตามระเบียบที่คณะกรรมการ	ชมรม กลุ่มวิสาหกิจ สหกรณ์ สมาคม สมาพันธ์ สถาบัน

ระดับ	ประเด็น	องค์คัพพในการขับเคลื่อนในระบบเกษตรกรรมไทย				
	ผลิตภัณฑ์	ไก่เนื้อและผลิตภัณฑ์	สุกร	ยาง***	อ้อยและน้ำตาล***	ผลไม้
				เกษตรกรชาวสวนยางเป็นผู้ถือหุ้นหรือหุ้นส่วนไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน และได้ขึ้นทะเบียนไว้กับการยางแห่งประเทศไทย	กำหนด แต่ไม่รวมถึงบริษัทจำกัดหรือห้างหุ้นส่วนจำกัดที่มีชาวไร่อ้อยเป็นผู้ถือหุ้นหรือหุ้นส่วนไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน	
	กองทุน/งบประมาณ	เพื่อพัฒนาระบบการส่งออก	เพื่อเยียวยาเกษตรกร	เพื่อเยียวยาเกษตรกร	เพื่อเยียวยาเกษตรกร	ไม่มี
Mental Model	สายสัมพันธ์ขององค์กรเจ้าภาพกับสถาบันเกษตรกร	องค์กรเจ้าภาพเป็นผู้คุมการส่งออก บอกกฎเกณฑ์ให้กับสถาบันเกษตรกรรับทราบ	องค์กรเจ้าภาพเน้นการควบคุมราคา รักษาผลประโยชน์ให้ผู้บริโภคในประเทศ	องค์กรเจ้าภาพเน้นการส่งเสริมสถาบันเกษตรกรแบบไม่มีทิศทาง	องค์กรเจ้าภาพสนับสนุนโรงงานและการส่งออก	องค์กรเจ้าภาพไม่มีโอกาสเชื่อมกับสถาบันเกษตรกร

จากรูปที่ 5-15 ถึง รูปที่ 5-19 และตารางที่ 5-12 บทเรียนของการขับเคลื่อนสินค้าเกษตรทั้ง 5 กรณีศึกษา พบว่าในภาพรวมทางด้านโครงสร้างของระบบ (Construction) พบว่า มีเสาหลักซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญ 3 ด้าน คือ

- 1) กฎหมาย
- 2) องค์ประกอบขององค์กรเจ้าภาพ
- 3) งบประมาณหรือกองทุน

● กฎหมาย

โครงสร้างสำคัญ คือ กฎหมาย ซึ่งคุณลักษณะกฎหมายที่ดีต้องทำหน้าที่ทั้งควบคุมและส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาบริบทขององค์กรเจ้าภาพไปในทิศทางที่เติบโต จากบทเรียนของทั้ง 5 กรณีศึกษา พบว่า กฎหมายมีอยู่ 2 ลำดับชั้น คือ

- 1) พระราชบัญญัติ (พ.ร.บ.)
- 2) ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี

ในส่วนของ พ.ร.บ. จะเป็นตัวกำหนดสถานภาพความเป็นนิติบุคคลให้กับองค์กรเจ้าภาพทำให้มีความเป็นเอกภาพขององค์กร ตัวอย่าง คือ คณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย และการยางแห่งประเทศไทย ถ้ากฎหมายเป็นเพียงแค่ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี สถานภาพขององค์กรเจ้าภาพยังต้องอิงอยู่กับภาครัฐทำให้ขาดความคล่องตัว ตัวอย่าง คือ คณะกรรมการนโยบายพัฒนาสุกรฯ และคณะกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้ แต่จากการสัมภาษณ์บทเรียนของคณะกรรมการบริหารสินค้าไก่เนื้อและผลิตภัณฑ์ ซึ่งไม่มีกฎหมายที่ชัดเจน กลับสามารถทำให้เกิดความคล่องตัวของการขับเคลื่อนโดยภาคเอกชน (สมาคมผู้ส่งออกไก่เนื้อฯ) แต่ในขณะเดียวกันสมาคมผู้ส่งออกไก่เนื้อฯ ทำหน้าที่เป็นกรรมการส่วนหนึ่งขององค์กรเจ้าภาพ จึงยังสามารถเชื่อมโยงเชิงนโยบายกับภาครัฐได้ ดังนั้นหัวใจสำคัญ คือ การมีกฎหมายที่มีคุณลักษณะที่ดีที่ทำให้องค์กรเจ้าภาพมีความเป็นเอกภาพแต่ต้องไม่ทำให้ขาดความคล่องตัวในการขับเคลื่อนแผนงานขององค์กรเชิงธุรกิจ

● องค์ประกอบขององค์กรเจ้าภาพ

องค์ประกอบขององค์กรเจ้าภาพที่เป็นบทเรียนที่ดี จะต้องมีส่วนได้ส่วนเสียครบอยู่ในห่วงโซ่อุปทานของผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ คือ มีทั้งภาคเอกชนและภาคเกษตรกรเป็นส่วนหนึ่งของคณะกรรมการในองค์กรเจ้าภาพ ดังตัวอย่างของคณะกรรมการนโยบายพัฒนาสุกรและผลิตภัณฑ์แห่งชาติ คณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย และคณะกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้ แต่ทว่าสำหรับคณะกรรมการอ้อยฯ นั้น ถึงแม้จะมีตัวแทนของภาคเกษตรกรแต่ในทางปฏิบัติอยู่ใต้ล่างของภาคเอกชน ส่วนคณะกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้ ถึงแม้จะมีตัวแทนของภาคเกษตรกรอยู่ในคณะกรรมการ แต่ไม่มีกลไกเชื่อมโยงไปถึง

สถาบันเกษตรกรในระดับพื้นที่ ทำหน้าที่เพียงแค่กำหนดเชิงนโยบายเท่านั้น การที่มีส่วนได้ส่วนเสียทำหน้าที่บริหารอยู่ในคณะกรรมการนั้น จะทำให้การพัฒนาหรือแก้ปัญหาได้จริง ดังตัวอย่างเช่น คณะกรรมการบริหารสินค้าไก่เนื้อและผลิตภัณฑ์ ที่มีสมาคมผู้ส่งออกไก่เนื้อฯ เป็นกลไกหลักในการทำหนดทิศทางและขับเคลื่อนได้จริง แต่จุดอ่อน คือ ไม่เปิดโอกาสให้สถาบันเกษตรกรได้เข้ามามีส่วนร่วมด้วยในโครงสร้างองค์กรเจ้าภาพ จึงทำให้กิจกรรมในช่วงกลางน้ำและปลายน้ำมีความเข้มแข็งสามารถสร้างคุณภาพตามมาตรฐานการส่งออกได้ แต่กิจกรรมในช่วงต้นน้ำสถาบันเกษตรกรขาดความเข้มแข็งเป็นผู้ปฏิบัติตามคำแนะนำที่ได้รับทราบจากสมาคมผู้ส่งออกฯ เท่านั้น

● งบประมาณหรือกองทุน

จากบทเรียนเห็นได้ชัดว่าองค์กรเจ้าภาพจะบริหารจัดการในทางปฏิบัติได้จริง คือ ต้องมีงบบริหารองค์กรและกองทุนสำหรับการพัฒนาชัดเจน จะเห็นได้ในตัวอย่าง 4 องค์กรแรก ยกเว้นคณะกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้ ซึ่งเมื่อพิจารณาารูปแบบของการไหลของกองทุนของทั้ง 4 องค์กร มีอยู่ 2 ลักษณะ คือ

- 1) ทิศทางการไหลจากบนลงล่าง
- 2) ทิศทางการไหลจากล่างขึ้นบน

รูปแบบการไหลของกองทุนจากบนลงล่าง ดังตัวอย่างของกองทุนพัฒนายาง และกองทุนอ้อยและน้ำตาลทราย คือ ภาครัฐเป็นผู้กำหนดและบริหารจัดการกองทุนให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ตั้งแต่ต้น แต่ถ้าเป็นรูปแบบล่างขึ้นบน ดังตัวอย่างของกองทุนของสมาคมผู้ส่งออกไก่เนื้อฯ และกองทุนพัฒนาสุกร กองทุนจะถูกใช้เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในขณะนั้น ๆ โดยคณะกรรมการจะเป็นผู้กลั่นกรองเสนอคณะรัฐมนตรี แต่ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการไหลแบบทิศทางใดกลับพบว่าลักษณะการใช้งานกองทุนลงสู่ระดับพื้นที่หรือระดับปฏิบัติการเป็นในลักษณะเดียวกัน คือ การช่วยเหลือสงเคราะห์หรือเยียวยาให้กับเกษตรกรหรือผู้ประกอบการเป็นรายปัจเจก เช่น การให้กู้ผ่านสหกรณ์หรือฝ่ายสินเชื่อของกองทุน ซึ่งยังไม่ชัดเจนในเรื่องการใช้กองทุนเพื่อพัฒนาระบบธุรกิจโดยรวม โดยสรุป คือ ถึงแม้จะมีกองทุนในวงเงินงบประมาณที่สูงในแต่ละปี แต่ถ้าขาดประสิทธิภาพในการบริหารกองทุนเพื่อพัฒนาระบบเชิงรุกอย่างแท้จริง ก็ไม่เกิดประโยชน์ใด ๆ ความสามารถในการยกระดับการแก้ปัญหาโดยใช้กองทุนจะอยู่ที่เดิมแก้ปัญหาเดิม ๆ

5.3.4 สรุปเปรียบเทียบกรณีศึกษาของต่างประเทศและกรณีศึกษาของไทย

จากบทเรียนขององค์กรเจ้าภาพทั้ง 5 กรณีศึกษา นอกจากปัจจัยสำคัญทั้ง 3 ด้าน คือ กฎหมาย องค์กรประกอบขององค์กรเจ้าภาพ และงบประมาณหรือกองทุนแล้ว เมื่อพิจารณาสายสัมพันธ์ขององค์กรเจ้าภาพกับสถาบันเกษตรกร (ระดับแนวคิด Mental Model) ดังแสดงในตารางที่ 5-12 พบว่า องค์กรเจ้าภาพไม่มีพื้นที่ให้กับสถาบันเกษตรกรในการสร้างอำนาจต่อรองได้ เนื่องจากสถาบันเกษตรกรถูกกำหนดสถานะภาพเป็นเพียงแค่ผู้แทน ไม่ได้มีความเป็นเจ้าของร่วม และถูกกระทำในลักษณะที่สร้างความเคยชินให้กับสถาบันเกษตรกรในฐานะเป็นเพียงผู้ขอรับความช่วยเหลือเท่านั้น ไม่มีปัจจัยเอื้อที่จะดึงศักยภาพให้สถาบันเกษตรกร

สามารถพึ่งตนเองได้ ดังนั้นรูปแบบต่าง ๆ ขององค์กรเจ้าภาพของไทยที่มีอยู่เดิมไม่สามารถสร้างโอกาสให้กับสถาบันเกษตรกรไทยสร้างอำนาจต่อรองได้

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบกับองค์กรเจ้าภาพในต่างประเทศ (นิวซีแลนด์ และ สหภาพยุโรป) รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 5-13 พบว่า องค์กรเจ้าภาพของไทยไม่ได้มุ่งเน้นไปที่การยกระดับความเข้มแข็งของสถาบันเกษตรกรให้มีอำนาจต่อรองอย่างแท้จริง ซึ่งสะท้อนการทำงานออกมาในรูปแบบการบริหารจัดการโดยภาครัฐเป็นหลักทั้งในบทบาท Operator, Regulator, Policy Maker ซึ่งในขณะที่บทเรียนขององค์กรเจ้าภาพของนิวซีแลนด์และสหภาพยุโรปภาครัฐทำหน้าที่เป็นเพียง Regulator และ Facilitator ให้การสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนา อำนวยความสะดวกผ่านการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ โดยที่สถาบันเกษตรกรเป็น Operator ดูแลตลอดโซ่อุปทาน โดยสรุปเงื่อนไขสำคัญ คือ ความเป็นเจ้าของของสถาบันเกษตรกร เป็นเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการสร้างอำนาจต่อรอง

ตารางที่ 5-13 เปรียบเทียบระหว่างองค์กรเจ้าภาพของไทยและต่างประเทศ

ระดับ	องค์กรเจ้าภาพ		
	ไทย	นิวซีแลนด์ (กีวี)	สหภาพยุโรป (ผักและผลไม้)
Event	ปรากฏการณ์ การแก้ปัญหาแบบวน Loop อยู่ที่เคยถึงแม้ว่าองค์กรเจ้าภาพมีบทบาทหน้าที่ที่กำหนดไว้ในกฎหมายมากมาย	สถาบันเกษตรกร ดำเนินการเชิงรุกตั้งแต่การร่วมกันจัดซื้อ การวางแผนการปลูก การพัฒนาคุณภาพของวิธีการปลูกและผลผลิต การพัฒนาช่องทางตลาดใหม่ ๆ และผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ	
Pattern	รูปแบบการบริหารจัดการโดยภาครัฐเป็นหลักทั้งในบทบาท Operator, Regulator, Policy Maker	รัฐเป็น Regulator และ Facilitator (ให้การสนับสนุนด้าน R&D และอำนวยความสะดวกผ่านการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ) โดยที่สถาบันเกษตรกรเป็น Operator ดูแลตลอดโซ่อุปทาน	
Construction	คุณลักษณะกฎหมายไม่นำไปสู่การเป็น Business Model ขององค์กรเจ้าภาพ และเชื่อมไม่ถึงสถาบันเกษตรกร	เกษตรกรรวมตัวกันแบบเบ็ดเสร็จเป็นสถาบันเกษตรกร <u>เพียงแห่งเดียว</u>	เกษตรกรรวมตัวกันแบบเบ็ดเสร็จเป็นสถาบันเกษตรกร <u>หลายแห่ง ในรูปแบบสหกรณ์</u>
	องค์ประกอบของโครงสร้างในระบบโซ่อุปทาน องค์กรต้นน้ำ-กลางน้ำ-ปลายน้ำ ไม่ได้เชื่อมต่อกัน เพื่อเป็นกลไกการขับเคลื่อน	สถาบันเกษตรกรกีวี เป็นผู้ถือหุ้นของบริษัทที่จัดตั้งมาเป็นผู้ส่งออกผลผลิต ซึ่งได้มีการจัดตั้งสำนักงานขายและประสานในต่างประเทศที่เป็นตลาดเป้าหมาย	สถาบันเกษตรกรต้องทำตลาดเอง พัฒนาช่องทางการตลาดเอง รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับผู้ค้า หรือจัดตั้งธุรกิจร่วมกัน

ระดับ	องค์กรเจ้าภาพ		
	ไทย	นิวซีแลนด์ (กีวี)	สหภาพยุโรป (ผักและผลไม้)
	กองทุนไม่ได้ใช้ประโยชน์อย่างแท้จริงในการพัฒนาระบบโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ทั้งหมดเพื่อเป็นการชิงสถาบันเกษตรกรไว้ที่ Position เดิม (เลี้ยงไข้)	มีการเก็บเงินจากการส่งออก ซึ่งนำมาใช้ในการดำเนินงานของบริษัททำการตลาดที่จัดตั้ง และงบประมาณดำเนินงานของหน่วยงานรัฐ	EU จัดงบประมาณในการสนับสนุนการดำเนินงานของสถาบันเกษตรกรที่ผ่านเงื่อนไขที่กำหนด
Mental Model	องค์กรเจ้าภาพไม่ได้มุ่งเน้นไปที่การยกระดับความเข้มแข็งของสถาบันเกษตรกรให้มีอำนาจต่อรองอย่างแท้จริง	ความเป็นเจ้าของสถาบันเกษตรกร เป็นเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการสร้างอำนาจต่อรอง	
ผลลัพธ์	องค์กรเจ้าภาพในระบบเกษตรกรรมไทย ไม่สามารถสร้างโอกาสของสถาบันเกษตรกร ให้มีอำนาจต่อรองได้	สถาบันเกษตรกร สามารถสร้างอำนาจการต่อรอง และ แบ่งส่วนการตลาดได้สูง	

5.4 ข้อเสนอแนะด้านกลยุทธ์และมาตรการ

จากการประมวลกลยุทธ์และมาตรการที่เคยมีผู้นำเสนอมาแล้ว ร่วมกับข้อค้นพบจากการศึกษาี้สามารถสรุปเป็นกลยุทธ์และมาตรการที่ควรดำเนินการ เพื่อจัดการและรับมือกับการขยายอิทธิพลของทุนต่างชาติในอุตสาหกรรมทุเรียนไทย ซึ่งสามารถเป็นตัวอย่างให้กับสินค้าเกษตรของไทยตัวอื่นได้ด้วย

การกำหนดกลยุทธ์และมาตรการนี้ตั้งอยู่บนฐานความคิดสำคัญ 3 ประการ คือ

- 1) เราไม่อาจปฏิเสธบทบาทสำคัญของพ่อค้าจีนในการเชื่อมโยงทุเรียนไทยกับตลาดในประเทศจีน อุตสาหกรรมไทยยังต้องพึ่งผู้ประกอบการต่างชาติเหล่านี้ในการรักษาความมั่นคงของการส่งออก ไปตลาดจีน ทั้งนี้ ตลาดจีนน่าจะเป็นตลาดหลักของผลผลิตทุเรียนไทย ถึงแม้ในอนาคตจะสามารถ หาตลาดใหม่ได้ก็ไม่น่าจะสามารถเทียบได้กับปริมาณการบริโภคของประชากรชาวจีน การ ดำเนินการจึงควรมุ่งเน้นการจัดระเบียบและกำกับดูแลการประกอบธุรกิจของพ่อค้าเหล่านี้ให้ ถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อ ก) ไม่ให้มีความได้เปรียบเหนือผู้ประกอบการไทย ข) รักษา ผลประโยชน์ในรูปของภาษีที่สังคมไทยพึงได้ และ ค) มีแหล่งข้อมูลที่ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไป วิเคราะห์สถานการณ์การค้าในเชิงลึกได้
- 2) เราไม่อาจปฏิเสธได้ว่า ในระยะยาว ผู้ประกอบการจีนมีแนวโน้มที่จะขยายธุรกิจเข้าครอบครอง ส่วนแบ่งการค้าทุเรียนในไทยเกือบทั้งหมด การรับมือกับการขยายอิทธิพล คือ การป้องกันไม่ให้ เกิดการผูกขาดในการรับซื้อผลผลิตจากสวน สร้างหลักประกันให้เกิดกลไกตลาดเสรีในการซื้อขาย ผลผลิตทุเรียน เพื่อให้ราคารับซื้อผลผลิตที่เป็นธรรมต่อทั้งชาวสวนและพ่อค้า หมายความว่า เกษตรกรชาวสวนทุเรียนจะต้องมีอำนาจต่อรองในการเจรจาซื้อขาย ซึ่งต้องอาศัยความ เข้มแข็งของเกษตรกรชาวสวนทุเรียนไทย
- 3) สถาบันเกษตรกร จะต้องเป็น “ผู้นำ” ในการกำหนดทิศทางและดำเนินการขับเคลื่อนการสร้าง อำนาจต่อรองให้กับชาวสวน โดยเฉพาะการบริหารจัดการเพื่อยกระดับความเข้มแข็งด้านการ เพาะปลูก ด้านตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีองค์กรของรัฐทำหน้าที่อำนวยความสะดวกและ สนับสนุนด้านกฎระเบียบและข้อมูลต่าง ๆ ที่จำเป็น

กลยุทธ์และมาตรการที่นำเสนอสามารถแบ่งได้เป็น 3 ระยะของการหวังผล โดยทุกกลยุทธ์และ มาตรการที่นำเสนอจะต้องเริ่มดำเนินการทันที แต่จะเกิดผลใน 3 ระยะที่แตกต่างกัน คือ ระยะสั้น ประมาณ 1-3 ปี ระยะกลาง 3-5 ปี และระยะยาว 5 ปีขึ้นไป เนื่องจากในระยะสั้นและระยะกลาง ยังไม่สามารถจัดตั้ง สถาบันเกษตรกรที่มีความเข้มแข็งได้ทัน กลยุทธ์และมาตรการที่นำเสนอเพื่อหวังผลในระยะสั้นและระยะกลาง จึงเป็นงานส่วนที่หน่วยงานภาครัฐเป็นผู้ดำเนินการหลัก ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ภาพอนาคตที่นำเสนอในบทที่ 3 การดำเนินการในช่วงระยะ 5 ปีต่อจากนี้ไปต้องอาศัยความเข้มแข็งและความจริงใจจากหน่วยงานของรัฐ เพราะนอกจากจะเป็นการวางรากฐานต่อความสำเร็จของการดำเนินการในระยะยาว ที่เป็นการพัฒนา “สถาบันเกษตรกร” ซึ่งเป็นกลไกที่มีความสำคัญที่สุดในการขับเคลื่อนความยั่งยืนของอนาคตทุเรียนไทย

ยังเป็นช่วงเวลาที่มียูนิโคดมาก เป็นช่วงที่เรายังมีเวลา จึงควรเร่งจัดการกลไกการดำเนินงานภายใน เนื่องด้วย การปลูกทุเรียนในต่างประเทศที่จะเป็นคู่แข่งทางการค้าของไทย ยังไม่ออกดอกออกผลมากนัก แต่หลังจาก 5 ปีไปแล้ว อุตสาหกรรมทุเรียนไทยจะเข้าสู่สภาพอนาคตที่ 3 อิทธิพลของผู้ประกอบการจีนในการค้าทุเรียนในตลาดไทยจะเพิ่มขึ้นจากปัจจุบันมาก จนแทบจะครองส่วนแบ่งการตลาดเกือบทั้งหมด ผนวกกับการแข่งขันจาก ทุเรียนต่างชาติเริ่มมีความเข้มข้นขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

5.4.1 กลยุทธ์และมาตรการที่หวังผลในระยะสั้น

เป็นกลุ่มกลยุทธ์และมาตรการที่ดำเนินการได้ง่าย ไม่ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่ายนัก จะ มุ่งเน้นการสร้างระบบข้อมูลและการสร้างระบบจัดการองค์ความรู้ด้านการเพาะปลูก และการส่งเสริมและ กวดขันการขอการรับรองมาตรฐานหลักปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) และมาตรฐานการผลิตอาหารที่ดี (GMP)

5.4.1.1 การพัฒนาระบบข้อมูลและระบบจัดการองค์ความรู้ด้านการเพาะปลูก จะเกี่ยวข้องกับ ข้อมูลพื้นฐาน อันประกอบด้วย

- 1) ข้อมูลการค้า ตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศจีน โดยทำการติดตามสถานการณ์ความ นิยมบริโภคทุเรียน สถานการณ์การค้าส่ง ค้าปลีก และค้าออนไลน์ สถานการณ์การกระจาย ผลผลิตไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ในจีน สถานการณ์การนำเข้าและส่งออก จำนวนผู้ประกอบการนำเข้า การแทรกตัวของทุเรียนต่างชาติ และโอกาสทางการค้าและการตลาดใหม่ ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น จำเป็นต้องดำเนินการสำรวจอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี เพื่อให้มีข้อมูลสำหรับวางแผน ล่วงหน้า เนื่องจาก ทุเรียนเป็นพืชที่ต้องใช้เวลาประมาณ 5 ปี จึงเกิดผล ข้อมูลเพื่อการวางแผนการปลูกจึงมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะการวางแผนให้ทันรับมือกับวิกฤตการณ์ที่อาจ เกิดขึ้นได้ ไม่ใช่มารู้ปัญหาหลังจากเหตุการณ์จบตัวแล้ว ดังเช่นในกรณีของยางพาราที่ไม่มีการ เตือนถึงการหดตัวของยอดความต้องการบริโภคมาก่อน
- 2) ข้อมูลการค้า ตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศไทย การเติบโตของการจำหน่ายทุเรียนใน ไทยจะเป็นปัจจัยที่คานอำนาจของผู้ประกอบการจีน ทำให้เกษตรกรมีทางเลือกในการขายผลผลิต ชุดข้อมูลที่น่าจะเป็นประโยชน์ ประกอบด้วย สถานการณ์ความนิยมบริโภคทุเรียน สถานการณ์ การกระจายผลผลิตไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ในไทย จำนวนล้ง จำนวนผู้ส่งออก จำนวนผู้ให้บริการโลจิสติกส์จากหน้าสวนไปยังแหล่งส่งออก หรือด่านนำเข้าของประเทศคู่ค้า
- 3) ข้อมูลการเพาะปลูก เป็นข้อมูลพื้นฐานที่ควรมีการจัดเก็บในทุกสินค้าเกษตร ประกอบด้วย จำนวนเกษตรกร ขนาดพื้นที่ ผลผลิตที่ได้ ทั้งนี้ที่ผ่านมา เกิดปัญหาหลายหน่วยงานขึ้นทะเบียน เกษตรกรซ้ำซ้อนและมีรูปแบบมาตรฐานที่ต่างกัน เช่น ทะเบียนเกษตรกรของกรมส่งเสริม การเกษตร (ทบก.) ขึ้นทะเบียนเกษตรกรที่ปลูกพืชระบุเป็นครัวเรือน โดยผู้ที่ถือ ทบก.จะเป็น หัวหน้าครอบครัว ไม่รวมสมาชิกในบ้าน การยางแห่งประเทศไทย (กยท.) ขึ้นทะเบียนเกษตรกร

ชาวสวนยางเป็นราย โดยหนึ่งครัวเรือนมีการลงทะเบียนหลายคน การขึ้นทะเบียนของกรมปศุสัตว์และกรมประมงก็เป็นรายคน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ในช่วงเหตุการณ์โควิด-19 รัฐบาลได้ดำเนินมาตรการเยียวยาเกษตรกร ครัวเรือนละ 5,000 บาทต่อเดือน เป็นเวลา 3 เดือน รวม 15,000 บาท ซึ่งในโอกาสนี้ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ทำการปรับปรุงทะเบียนเกษตรกรให้ครอบคลุมทุกกลุ่ม ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาหารือร่วมกันเพื่อหาข้อสรุปโดยเร็ว และมอบหมายสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (สศก.) เป็นนายทะเบียนเกษตรกร¹⁷ ทำหน้าที่รวบรวมจัดทำระบบคัดกรองที่ถูกต้อง เพื่อป้องกันการซ้ำซ้อน ซึ่งสามารถใช้การปรับปรุงทะเบียนเกษตรกรในรอบนี้ เป็นจุดตั้งต้นของการขึ้นทะเบียนชาวสวนผลไม้และทุเรียนได้

- 4) ข้อมูลประเทศคู่แข่ง เช่น พื้นที่เพาะปลูก คุณภาพและปริมาณของผลผลิต ความตกลงทางการค้าระหว่างจีนกับประเทศที่เป็นคู่แข่ง เป็นการติดตามสถานการณ์ความเข้มข้นของการแข่งขันจากทุเรียนต่างประเทศ
- 5) ข้อมูลความรู้ด้านการเพาะปลูก เพื่อสร้างระบบจัดการองค์รู้เพื่อเผยแพร่เพื่อช่วยผู้ที่เป็นชาวสวนในปัจจุบันเพิ่มผลิตภาพและคุณภาพในการผลิต และช่วยร่นระยะเวลาการเรียนรู้และการลงมือลองปลูกของเกษตรกรรุ่นใหม่

5.4.1.2 การส่งเสริมและกวดขันการขอการรับรองมาตรฐาน GAP และ GMP ผู้ที่เกี่ยวข้องควรเร่งรัดให้เกษตรกรและโรงคัดบรรจุผลไม้ทำการส่งออกทุกราย ขอการรับรองมาตรฐาน GAP และ GMP เพราะรัฐบาลจีนมีแนวโน้มที่จะกวดขันด้านความปลอดภัยอาหารของสินค้านำเข้าอย่างเข้มงวดมากขึ้น เพื่อเร่งให้การดำเนินงานเสร็จสิ้นโดยเร็ว และลดภาระและประหยัดงบประมาณภาครัฐ หน่วยงานของรัฐ อาจดำเนินการเชิงรุก ด้วยการทำงานร่วมมือกับหน่วยงานการศึกษาและภาคเอกชน เช่น หอการค้าไทย หรือหน่วยรับรองเอกชนที่ขึ้นทะเบียนไว้กับสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ เป็นต้น ในการให้ความช่วยเหลือแก่เกษตรกรในเตรียมความพร้อมเพื่อขอการรับรอง และในการตรวจรับรองมาตรฐาน ทั้งนี้การรวบรวมข้อมูล หน่วยงานภาครัฐควรใช้ประโยชน์จากข้อมูลที่เกษตรกรและผู้ประกอบการจะต้องนำเสนอเพื่อขอรับการรับรองทั้งมาตรฐาน GAP และ GMP หน่วยงานรัฐควรใช้โอกาสที่รัฐบาลจีนเข้มงวดกับการนำเข้าผลไม้ เร่งส่งเสริมและกำกับดูแลให้ชาวสวนและผู้ประกอบการทุกรายที่ต้องการส่งออก ขอการรับรองมาตรฐาน GAP และ GMP และดำเนินการนำระบบ National Single Window มาใช้ในการควบคุมการส่งออกอย่างจริงจัง ทำการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานสินค้า ณ ด่านขาออก เพื่อลดปัญหาและความเสี่ยงที่สินค้าส่งออกถูกห้ามนำเข้า ณ ด่านขาเข้าไปยังประเทศจีน และที่สำคัญ หากสามารถเชื่อมโยงข้อมูลที่มาจากการขอการรับรอง GAP ข้อมูลจากการรับรอง GMP และข้อมูลปริมาณที่ส่งออกที่ได้จากระบบ Single

¹⁷ กรุงเทพธุรกิจ. (6 พฤษภาคม 2563). เฉลิมชัยขอเร่งขึ้นทะเบียนเกษตรกรภายใน 15 พ.ค. นี้ รับเงินช่วยเหลือจากผลกระทบโควิด-19. สืบค้นจาก: <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/877693>

Window จะทำให้ทราบถึงสถานการณ์การผลิตระดับแปลง และสถานการณ์การค้าระดับสถานประกอบการในประเทศไทย

5.4.2 กลยุทธ์และมาตรการที่หวังผลในระยะกลาง

เป็นส่วนที่ดำเนินการโดยหน่วยงานภาครัฐเป็นหลัก จนกว่าจะมีการจัดตั้งสถาบันเกษตรกรที่เข้มแข็งจริง การดำเนินงานที่สามารถดำเนินการได้ทันทีเลย เพราะมีกฎหมายรองรับอยู่แล้ว คือ การจัดระเบียบและการกำกับดูแลการเข้ามาประกอบธุรกิจของคนต่างด้าวตามกฎหมายที่มีอยู่หลายฉบับ รวมถึงการติดตามและกำกับให้มีการบังคับใช้กฎหมายและกฎระเบียบอย่างจริงจัง เป็นไป การดำเนินการที่การศึกษา “การตั้งโรงคัดบรรจุผลไม้ (ล้าง) ของผู้ประกอบการต่างชาติในจังหวัดจันทบุรี” ของ คณะกรรมการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน สนช. ปี พ.ศ. 2559 ได้นำเสนออยู่แล้ว

การดำเนินการที่ท้าทายประการหนึ่งที่ต้องเร่งให้เกิดผลภายใน 5 ปี คือการยกระดับสถานะของ คณะกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้ (Fruit Board) เป็นคณะกรรมการที่ทำหน้าที่กำกับดูแลแยกตามประเภทของผลไม้ เช่น Durian Board เป็นต้น เพราะผลไม้ต่างประเทศมีเงื่อนไข โอกาส และข้อจำกัดที่แตกต่างกันไป การจัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลทุเรียนควรมีพระราชบัญญัติรองรับการจัดตั้ง มีองค์ประกอบเสียงส่วนใหญ่มาจากผู้แทนเกษตรกร ดังเช่นกรณีองค์กร Kiwifruit New Zealand (KNZ) ที่ทำหน้าที่กำกับดูแลอุตสาหกรรมกีวี นิวซีแลนด์ โดยกำหนดให้มีหน้าที่ด้านการกำกับดูแลการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสนับสนุนสถาบันเกษตรกรแบบมีเงื่อนไขในแนวทางเดียวกับกลไกของ Common Market Organization (CMO) ของสหภาพยุโรป ส่วนแหล่งงบประมาณมาจากค่าธรรมเนียม (Cess) การส่งออก เช่นเดียวกับจัดเก็บจากค่าธรรมเนียมการส่งออกยางพาราตามที่กำหนดใน พ.ร.บ. การยางแห่งประเทศไทย

5.4.3 กลยุทธ์และมาตรการที่หวังผลในระยะยาว

เป็นการพัฒนาสถาบันเกษตรกรที่มีความเข้มแข็ง จนสามารถเป็นหัวรถจักรขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมทุเรียนไทยในระยะยาวอย่างแท้จริง เป็นงานที่ควรเริ่มดำเนินการตั้งแต่ปัจจุบัน แต่คงต้องใช้เวลาในการเกิดผลเป็นรูปธรรมในทางปฏิบัติ เพราะการพึ่งพาตนเองยังเป็นวิถีใหม่สำหรับภาคการเกษตรไทย ซึ่งเคยชินกับการพึ่งพาความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐมาตลอด

เนื่องจากผู้ประกอบการต่างชาติเข้ามามีบทบาทในการค้าและการส่งทุเรียนไทยอย่างมากแล้ว การพัฒนาสถาบันเกษตรกรคงไม่สามารถทำแบบสถาบันเกษตรกรสินค้ากีวีของนิวซีแลนด์ ที่ชาวสวนทุกคนรวมตัวกันเป็นสถาบันเดียว และมีอำนาจเบ็ดเสร็จในการควบคุมการตลาดและการค้าส่งออก การดำเนินการจัดตั้งสถาบันเกษตรกรทุเรียนไทย จึงน่าจะเป็นรูปแบบเดียวกับสถาบันเกษตรกรของสหภาพยุโรป ที่ชาวสวนที่มีความไว้วางใจและมีแนวทางการขยายธุรกิจร่วมกัน มารวมตัวจัดตั้งเป็นสถาบันเกษตรกรกันตามประสงค์ของตนเอง โดยขอบเขตหน้าที่ของสถาบันเกษตรกรสามารถนำรูปแบบของ Production Organization ของสหภาพยุโรปมาประยุกต์ใช้

สถาบันเกษตรกรจัดตั้งตามความต้องการของกลุ่มเกษตรกรที่มีวิสัยทัศน์และเป้าหมายทางธุรกิจร่วมกัน ที่ต้องการจะขับเคลื่อนไปสู่ความยั่งยืนและความเข้มแข็งในการพัฒนาผลผลิตและจำหน่ายผลผลิตในกลุ่มของตน ไม่ใช่จัดตั้งตามกระแสการเมืองหรือกระแสการสร้างผลงานของหน่วยงานภาครัฐ มีระบบคัดกรองที่เข้มข้นให้ได้สมาชิกที่มีเป้าหมายร่วมกันจริงๆ เพื่อเอกภาพในการดำเนินงานของสถาบันเกษตรกร สถาบันเกษตรกรต้องมีผู้บริหารที่มีประสบการณ์ทางด้านธุรกิจ เข้ามาบริหารการดำเนินงานของสถาบันเกษตรกรอย่างมืออาชีพและมีธรรมาภิบาล ภายใต้การให้คำแนะนำและตรวจสอบอย่างจริงจังของคณะกรรมการที่ปรึกษา โดยสถาบันเกษตรกรจะต้องมีความสามารถพึ่งพาตนเองได้ในการกิจเกี่ยวกับการค้าและธุรกิจ โดยมีภาครัฐให้การสนับสนุนทางด้านวิชาการ ด้านข้อมูล และด้านกฎระเบียบ เฉกเช่นเดียวกับองค์กรธุรกิจทั่วไป

สถาบันเกษตรกรทำหน้าที่เป็นเสมือนกลไกหรือเครื่องมือของเกษตรกรที่รวมตัวกัน ในการดำเนินการธุรกิจแบบครบวงจร ตั้งแต่การผลิตไปจนถึงการจำหน่ายผลผลิตทั้งที่เป็นผลผลิตสดจากสวน หรือผลผลิตที่แปรรูปแล้ว ภายใต้แนวคิดการให้ความสำคัญกับการตลาดนำการผลิต ดังนี้

- การตลาด

- รวมผลผลิตมาขายร่วมกัน โดยสถาบันเกษตรกรรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรที่เป็นสมาชิกนำไปจำหน่ายต่อในช่องทางต่างๆ โดยจะต้องมีปริมาณผลผลิตที่มากพอ และมีคุณภาพสินค้าที่ได้มาตรฐานและผู้บริโภคเชื่อมั่น เพื่อเกิดเป็นอำนาจต่อรองในการเจรจาทางการค้า
- พัฒนตราสินค้าของตนเองให้เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม พร้อมการรับประกันคุณภาพของผลผลิต และทำการประชาสัมพันธ์ตราสินค้าจนเป็นที่เชื่อถือของผู้บริโภค
- รวบรวมและติดตามข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งต่างๆ และสำรวจรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิด้วยการสำรวจตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อติดตามสถานการณ์การค้าขายและการแข่งขัน และแสวงหาโอกาสในการพัฒนาตัวสินค้าและสร้างช่องทางการตลาด
- พัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลผลิตในสวน
- พัฒนาและกำกับการบริหารจัดการหลังการเก็บเกี่ยว ส่งเสริมการลงทุนในอุปกรณ์และสถานที่ รวมถึงการพัฒนาแนวปฏิบัติที่ดีในการจัดเก็บ การคัดแยก การบรรจุ การขนส่ง เพื่อการส่งมอบผลผลิตที่ได้คุณภาพที่ลูกค้ากำหนด
- สร้างช่องทางการตลาด ทั้งในแง่ของการขยายการจำหน่ายผลผลิตในประเทศ การขายผ่านระบบออนไลน์ หรือแสวงหาตลาดอื่นๆ ในต่างประเทศนอกเหนือจากจีน

- สร้างโอกาสและความสามารถในการประกอบการเป็นโรงคัดบรรจุ หรือเข้าไปเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับผู้ประกอบการนำเข้าผลผลิตในต่างประเทศ หรือถ้าเป็นไปได้ ใช้อำนาจทางธุรกิจที่เพิ่มขึ้นจากการรวมตัวกัน เข้าไปเป็นผู้ประกอบการนำเข้าและจำหน่ายผลผลิตในต่างประเทศด้วยตนเอง เพื่อลดอำนาจต่อรองของโรงคัดบรรจุต่างชาติ
- ประชาสัมพันธ์ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก และผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในรสชาติและคุณภาพของผลผลิต
- การปลูก
 - พัฒนาระบบวางแผนการปลูกร่วมกันให้สอดคล้องกับขีดความสามารถของพื้นที่เพาะปลูก และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด ช่วยป้องกันปัญหาผลผลิตล้นตลาด
 - นำเกษตรอัจฉริยะ Smart Farming เข้ามาสนับสนุนการทำสวน ระบบชลประทาน การกำกับการใช้ปุ๋ย และสารเคมี เพื่อเพิ่มผลิตภาพในการผลิต แก้ปัญหาแรงงานขาดแคลน และรักษาคุณภาพและมาตรฐานในการเพาะปลูก
 - ส่งเสริมการเพาะปลูกแบบปลอดภัย ยั่งยืน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
 - ส่งเสริมเกษตรกรพัฒนาฐานข้อมูลการเพาะปลูก เช่น ต้นทุน รายได้ ปริมาณการใช้ปุ๋ย การใช้สารเคมี เป็นต้น
 - วิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ด้านการเพาะปลูกและเผยแพร่องค์ความรู้ในหมู่สมาชิก
- การกำหนดและควบคุมคุณภาพผลผลิต
 - กำหนดมาตรฐานผลผลิตของกลุ่มตามมาตรฐานคุณภาพและมาตรฐานสุขอนามัยของผู้ซื้อ หรือให้เหนือกว่ามาตรฐานของผู้ซื้อเพื่อให้สินค้ามีความโดดเด่นเหนือการแข่งขัน
 - พัฒนาระบบตรวจคุณภาพและสุขอนามัยของพืช
 - ส่งเสริมเกษตรกรในการขอใบรับรองแหล่งผลิต GAP ในช่วงแรก และระบบมาตรฐานอื่น ๆ ที่สร้างความโดดเด่นให้กับคุณภาพของสินค้า
 - พัฒนาระบบติดตามและตรวจสอบย้อนกลับ (Tracking & Traceability System)
- การป้องกันและบริหารจัดการความเสี่ยงและวิกฤตการณ์
 - พัฒนาระบบบริหารจัดการความเสี่ยงให้กับเกษตรกรที่เป็นสมาชิก เช่น ระบบประกัน หรือการจัดตั้งกองทุน เป็นต้น เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้กับเกษตรกรที่เป็นสมาชิก สามารถ

ประกอบธุรกิจของตนให้ผ่านพ้นช่วงที่เกิดเหตุการณ์ที่ไม่ปกติ ที่ทำให้การเพาะปลูกและการค้าขายผลผลิตสะดุดในช่วงสั้นๆไปได้ เช่น เหตุการณ์ที่รัฐบาลจีนเข้มงวดในการนำเข้าทุเรียนที่มาจากสวนที่ได้รับใบรับรอง GAP จนนำไปสู่การตีกลับผลผลิต ณ ด่านนำเข้าชายแดนจีน-เวียดนาม ในปี 2562 ปราบปรามการระบาดของโควิด-19 ที่ทำให้การนำเข้าทุเรียนเข้าไปในจีนชะงักในช่วงต้นฤดูกาลเก็บเกี่ยวในปี 2563 หรือภาวะภัยแล้งที่มีโอกาสเกิดขึ้นในอนาคต เป็นต้น

- การบริหารจัดการความเสี่ยงที่ดี จะควบคุมไม่ให้ปัญหาระยะสั้นลุกลามไปเป็นวิกฤตการณ์ระยะยาว จนทำให้เกษตรกรที่เป็นสมาชิกสูญเสียอาชีพการทำเกษตร และมีระบบเยียวยาช่วยเหลือเกษตรกรประกอบตัวผ่านพ้นช่วงวิกฤตที่เกิดขึ้นในช่วงสั้นๆไปได้
- การบริหารจัดการความเสี่ยงนี้มักประกอบด้วย 1) ความสามารถในการติดตามข้อมูลข่าวสารของสถานการณ์ได้อย่างทันกาล 2) กระบวนการตัดสินใจแก้ไขปัญหาและดำเนินการแก้ปัญหาในช่วงที่เกิดวิกฤตได้อย่างทันการณ์ และ 3) การเยียวยาบรรเทาความเดือดร้อนให้กับเกษตรกรที่เป็นสมาชิกทั้งระหว่างในช่วงเกิดวิกฤตและหลังวิกฤตการณ์
- การเป็นผู้แทนของเกษตรกรในการประสานกับหน่วยงานภายนอก
 - การประสานกับหน่วยงานภาครัฐ ทั้งด้านข้อมูลและกฎระเบียบ
 - การประสานกับสถาบันเกษตรกรด้วยกัน
 - การเจรจาทางธุรกิจกับคู่ค้า

เมื่อพิจารณารูปแบบของสถาบันเกษตรกรไทยที่มีอยู่เดิมที่มีกฎหมายคุ้มครองในระดับพระราชบัญญัติ มี 3 รูปแบบ คือ 1) สหกรณ์ 2) วิสาหกิจชุมชน และ 3) วิสาหกิจเพื่อสังคม รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 5-14 พบว่า เมื่อพิจารณาในส่วนความแข็งแรงของโครงสร้าง รูปแบบวิสาหกิจชุมชนไม่ได้เป็นนิติบุคคล จุดเน้น คือ การสร้างความพร้อมในการรวมกลุ่มและการเรียนรู้ของกลุ่มเกษตรกรเบื้องต้นเพื่อเข้าไปสู่การเป็นสถาบันเกษตรกรในรูปแบบนิติบุคคลต่อไป และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างรูปแบบสหกรณ์ และ วิสาหกิจเพื่อสังคม พบว่า เจตจำนงค์ของวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นองค์กรที่ไม่ได้มีความมุ่งหวังเพื่อผลกำไรให้สมาชิกแต่เน้นการกระจายรายได้ให้กับสังคม

ดังนั้นในเบื้องต้นสรุปได้ว่า รูปแบบสหกรณ์มีความเป็นไปได้และมีความเหมาะสมมากที่สุดที่จะใช้เป็นสถาบันเกษตรกรในการสร้างอำนาจต่อรอง เพราะเป็นนิติบุคคล โดยที่ต้องไปแก้ไขจุดอ่อนของสหกรณ์ไทยที่ยังอิงการทำงานอยู่กับภาครัฐในส่วนพระราชบัญญัติของการจัดตั้ง โดยผสมผสานข้อดีของทั้ง 3 รูปแบบ และใช้บทเรียนของสหกรณ์ในต่างประเทศเป็นแนวทาง เช่น การจ้างผู้บริหารมืออาชีพต้องมีการนำเสนอแผนธุรกิจประกอบสัญญาจ้าง มีการจัดตั้งคณะกรรมการจากภายนอกและภายในเพื่อประเมินผลการดำเนินงาน และมีการ

ติดตามตัวชี้วัดความสำเร็จ คือ อำนาจการต่อรองของสถาบันเกษตรกรเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ให้เสรีภาพแก่เกษตรกรในการรวมตัวกันจัดตั้งเป็น กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ การเกษตร และชุมนุมสหกรณ์การเกษตร โดยรัฐจะทำหน้าที่ส่งเสริม ค้ำครอง และสร้างเสถียรภาพให้แก่ระบบสหกรณ์ โดยกลไกอย่างหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการส่งเสริมสหกรณ์แต่ละขนาดให้มีความสามารถในการแข่งขันอย่างเหมาะสม คือ การกำหนดให้การดำเนินการของกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์การเกษตรและชุมนุมสหกรณ์การเกษตรต้องไม่ตกร้อยภายใต้บังคับของพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 ตามบทบัญญัติมาตรา 4(3) เพื่อค้ำครองเกษตรกรให้ได้รับราคาที่เป็นธรรมและมีความสามารถในการแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้อย่างเสรีและเป็นธรรม ตามหลักการของระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม โดยคำนึงถึงความจริงว่า เกษตรกรมักจะอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบในการเจรจาต่อรองซื้อขายผลผลิตหรือปัจจัยการผลิตกับผู้ประกอบการรายใหญ่ โดยเฉพาะพ่อค้าคนกลาง¹⁸

การพัฒนาสถาบันเกษตรกรที่มีความสามารถในการสร้างอำนาจต่อรอง จะมีระยะการเปลี่ยนแปลงดังนี้

- 1) ระยะแรกของการจัดตั้ง (ภายใน 3 ปี) รัฐอาจให้การสนับสนุนจัดหาผู้บริหารมืออาชีพที่มีความสามารถและประสบการณ์ อีกทั้งควรมีสถาบันการศึกษาในพื้นที่จัดตั้งของสถาบันเกษตรกร ทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงบ่มเพาะการจัดตั้งและการดำเนินงานของสถาบันเกษตรกร
- 2) ระยะกลาง (3-5 ปี) การผลักดันให้มีพระราชบัญญัติใหม่เพื่อมารองรับการจัดตั้งสถาบันเกษตรกรให้เป็นนิติบุคคล โดยผสานข้อดีของการรวมกลุ่มจากทั้ง 3 รูปแบบ (สหกรณ์ วิสาหกิจเพื่อชุมชน และวิสาหกิจเพื่อสังคม) โดยสถาบันเกษตรกรนี้ ทำบทบาทหน้าที่ร่วมอยู่ในคณะกรรมการหลักขององค์กรเจ้าภาพ (Fruit Board ที่ถูกปรับโครงสร้างใหม่ตามที่เสนอในกลยุทธ์ห่วงโซ่มูลค่า) ซึ่งองค์กรเจ้าภาพควรอยู่ในสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรีเพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการทำงานเชิงรุกในขับเคลื่อนงานเชิงองค์กรธุรกิจ
- 3) ระยะยาว (5 ปีขึ้นไป) เมื่อองค์กรเจ้าภาพและสถาบันเกษตรกรสามารถจัดตั้งได้แล้ว ควรกำหนดแผนการขับเคลื่อนในรูปแบบองค์กรธุรกิจ มีขอบเขตหน้าที่ของสถาบันเกษตรกรตามรูปแบบของ Production Organization ของสหภาพยุโรป
- 4) ข้อเสนอแนะในแผนงานระยะยาว เพื่อตอบสนองความต้องการบริโภคทุเรียนของชาวจีนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่เกิดข้อจำกัดของแหล่งน้ำและพื้นที่ที่มีศักยภาพในการเพาะปลูกทุเรียนในประเทศไทย องค์กรเจ้าภาพใหม่ ควรส่งเสริมแนวทางการลงทุนเพาะปลูกในประเทศเพื่อนบ้าน โดยใช้กลไกการเจรจาแบบรัฐต่อรัฐ (G2G) สนับสนุนให้สถาบันเกษตรกรสวนทุเรียนที่มีศักยภาพ

¹⁸ วิจารณ์ศรี ศรีวิชัย. แนวทางการบังคับใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้าของประเทศไทย: ศึกษากรณีการกระทำของกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์และชุมนุมสหกรณ์ซึ่งมีกฎหมายรับรอง และมีวัตถุประสงค์ดำเนินการทางธุรกิจเพื่อประโยชน์ในการประกอบอาชีพของเกษตรกร. วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2560

เข้าสัมปทานที่ดินในเขตส่งเสริมการเกษตรของประเทศเพื่อนบ้านเพื่อปลูกทุเรียน นอกเหนือจาก
การจดทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ อาจจดทะเบียนเป็นพันธุ์และกระบวนการผลิต
แทน

ตารางที่ 5-14 คุณลักษณะรูปแบบสถาบันเกษตรกรของไทย

ประเด็น	รูปแบบสถาบันเกษตรกร		
	สหกรณ์	วิสาหกิจชุมชน	วิสาหกิจเพื่อสังคม
การจัดตั้ง/ กฎหมายที่ เกี่ยวข้อง	พระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ.2542, พระราชบัญญัติสหกรณ์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2553 และพระราชบัญญัติสหกรณ์ (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2562	พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548, พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจ ชุมชน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562	พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562
หน่วยงานที่ รับผิดชอบ	กรมส่งเสริมสหกรณ์ กระทรวงเกษตรและ สหกรณ์ โดยมี กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ทำหน้าที่ ตรวจสอบบัญชีสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร ตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และกรมส่งเสริม การเกษตรทำหน้าที่พัฒนาองค์กรเกษตรกร ด้วยการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ องค์กรเกษตรกรเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม	กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและ สหกรณ์	สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม และกระทรวง พัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

ประเด็น	รูปแบบสถาบันเกษตรกร		
	สหกรณ์	วิสาหกิจชุมชน	วิสาหกิจเพื่อสังคม
กองทุน	กองทุนพัฒนาสหกรณ์ (กพส.)	กองทุนส่งเสริมและพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชน (ภายใต้การกำกับดูแลของกรมส่งเสริมการเกษตร)	กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม
วัตถุประสงค์ของกองทุน	ให้เงินกู้เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของสหกรณ์ในกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้ 1) โครงสร้างปัจจัยพื้นฐานของสหกรณ์ 2) การผลิตและการตลาด ซึ่งสหกรณ์จะนำไปรวบรวมผลผลิตจากสมาชิก เช่น ข้าวเปลือก ยางพารา ปาล์มน้ำมัน น้ำมันดิบ และอื่น ๆ รวมทั้งแปรรูปผลผลิตเหล่านี้ด้วย สนับสนุนให้สมาชิกเข้าถึงแหล่งทุนโดยให้สหกรณ์กู้จากเงินทุนของกองทุน	1) เพื่อจัดตั้งกองทุนส่งเสริมและพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชนให้เป็นแหล่งทุนและกลไกสนับสนุนการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน 2) เพื่อให้การส่งเสริม สนับสนุน หรืออุดหนุนแก่วิสาหกิจชุมชน เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ การบริหารจัดการ เทคโนโลยีด้านการผลิต การตลาด การรับรองคุณภาพและแหล่งกำเนิดสินค้า และการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน	1) ให้วิสาหกิจเพื่อสังคมกู้ยืมสำหรับการดำเนินการก่อตั้ง ปรับปรุง และพัฒนากิจการ 2) ให้ความช่วยเหลือด้านเงินทุนในการประกอบกิจการในระยะเริ่มแรก (กำหนดเวลาไม่เกิน 2 ปี และสามารถขยายกำหนดระยะเวลาได้รวมแล้วไม่เกิน 4 ปี) 3) ให้ความช่วยเหลือส่วนราชการ หน่วยงานของ รัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือองค์กรเอกชน เพื่อนำไปใช้ในการดำเนินแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน 4) ให้ความช่วยเหลือหรืออุดหนุน ร่วมทุน หรือดำเนินการใดร่วมกับนิติบุคคลอื่น เกี่ยวกับการก่อตั้ง การขยายกิจการ การวิจัย การพัฒนา

ประเด็น	รูปแบบสถาบันเกษตรกร		
	สหกรณ์	วิสาหกิจชุมชน	วิสาหกิจเพื่อสังคม
		3) เพื่อให้การสนับสนุนหรือช่วยเหลือ ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือองค์การเอกชน เพื่อนำไปใช้ในการส่งเสริมและ พัฒนากิจการส่งเสริมวิสาหกิจ ชุมชนตามที่กำหนดไว้ใน พ.ร.บ. ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 และคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจ ชุมชนเห็นชอบ	และการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมให้มี ประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น เป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของกองทุนตามที่คณะ กรรมการบริหารกองทุนกำหนด
แหล่งที่มา ของเงินทุน	1) เงินอุดหนุนที่ได้รับจากงบประมาณ แผ่นดิน 2) เงินและทรัพย์สินที่มีผู้มอบให้ 3) เงินและทรัพย์สินที่ตกเป็นของ กพส. 4) เงินที่ได้จากการจำหน่ายทรัพย์สิน ที่ได้รับมาตาม (2) และ (3)	กองทุนส่งเสริมและพัฒนากิจการวิสาหกิจ ชุมชน มีระยะเวลาดำเนินการตั้งแต่ ปีงบประมาณ 2560 - 2564 ใช้งบประมาณ รวม 3,500 ล้านบาท แบ่งเป็น 1) งบประมาณแผ่นดินปี 2561 จำนวน 300 ล้านบาท	1) เงินสมทบและเงินเพิ่มตามมาตรา 13 (มาตรา 13 ให้วิสาหกิจเพื่อสังคมมีหน้าที่นำส่งเงิน สมทบเข้ากองทุนเป็นรายปีตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และอัตราที่คณะกรรมการประกาศ กำหนดโดยความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรี) 2) เงินค่าปรับทางปกครองตามพระราชบัญญัตินี้

ประเด็น	รูปแบบสถาบันเกษตรกร		
	สหกรณ์	วิสาหกิจชุมชน	วิสาหกิจเพื่อสังคม
	5) ดอกผล รายได้ หรือประโยชน์อื่นใดของ กพส.	2) งบประมาณแผ่นดินปี 2562 จำนวน 1,200 ล้านบาท 3) งบประมาณแผ่นดินปี 2563 จำนวน 2,000 ล้านบาท	3) เงินหรือทรัพย์สินที่มีผู้บริจาคหรือมอบให้แก่กองทุน 4) ดอกผลและผลประโยชน์ที่เกิดจากกองทุน เงินหรือทรัพย์สินอื่นที่ได้รับจากภาคเอกชนทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ รัฐบาลต่างประเทศ หรือองค์การระหว่างประเทศ
คณะกรรมการกองทุน	คณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาสหกรณ์ 1) ประธานกรรมการ อธิบดีกรมส่งเสริมสหกรณ์ 2) กรรมการโดยตำแหน่ง อธิบดีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ อธิบดีกรมประมง อธิบดีกรมปศุสัตว์ อธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตร ผู้แทนกรมบัญชีกลาง ผู้แทนสำนัก	กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	คณะกรรมการบริหารกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม 1) ประธานกรรมการบริหารกองทุนซึ่งแต่งตั้งจากกรรมการ 2) กรรมการบริหารกองทุนซึ่งแต่งตั้งจากผู้แทนกระทรวงการคลัง จำนวน 1 คน 3) กรรมการบริหารกองทุนซึ่งแต่งตั้งจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนไม่เกิน 4 คน โดยจะต้องเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ หรือมี

ประเด็น	รูปแบบสถาบันเกษตรกร		
	สหกรณ์	วิสาหกิจชุมชน	วิสาหกิจเพื่อสังคม
	งบประมาณ ผู้แทนของสหกรณ์ ประเภทละ 1 คนและผู้แทนกลุ่ม เกษตรกร 1 คน ให้เป็นไปตาม หลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการ พัฒนาการสหกรณ์แห่งชาติกำหนด เพื่อให้รัฐมนตรีแต่งตั้ง ให้รองอธิบดีกรมส่งเสริมสหกรณ์ซึ่งอธิบดี กรมส่งเสริมสหกรณ์มอบหมาย เป็น กรรมการและเลขานุการ		ประสบการณ์เกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม การเงินการธนาคาร การบริหารธุรกิจ หรือการ ลงทุน 4) ผู้อำนวยการเป็นกรรมการบริหารกองทุนและ เลขานุการ
การนำส่ง รายได้	เงินและทรัพย์สินของ กพส. ตามวรรคหนึ่ง ให้นำส่งเข้าบัญชี กพส. โดยไม่ต้องนำส่ง คลังเป็นรายได้แผ่นดิน การรับเงิน การ จ่ายเงิน การเก็บรักษาเงิน การจัดหา ผลประโยชน์ การจัดการ และการจำหน่าย ทรัพย์สินของ กพส. ให้เป็นไปตามระเบียบ ที่รัฐมนตรีกำหนดโดยความเห็นชอบของ คณะกรรมการพัฒนาการ สหกรณ์แห่งชาติ	-	กำหนดให้รายได้ของกองทุนไม่ต้องนำส่งคลังเป็นรายได้ แผ่นดิน

ประเด็น	รูปแบบสถาบันเกษตรกร		
	สหกรณ์	วิสาหกิจชุมชน	วิสาหกิจเพื่อสังคม
แนวทางการจัดตั้ง	1) บุคคลบรรลุนิติภาวะ 2) ประกอบอาชีพเดียวกันหรืออาชีพใกล้เคียงกัน 3) สมาชิกจำนวนไม่น้อยกว่า 10 คน 4) เป็นนิติบุคคล	สมาชิกที่อยู่ร่วมกันในชุมชนไม่น้อยกว่า 7 คน โดยต้องไม่อยู่ในครอบครัวเดียวกันและไม่มีชื่อปรากฏในทะเบียนบ้านเดียวกัน	1) เป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามแนวทางส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม 2) มีการถือหุ้นโดยผู้ถือหุ้นไม่น้อยกว่า 3 ภาคส่วน (ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม และภาคประชาชน)
การจัดทำบัญชีและงบการเงิน	1) จัดทำบัญชีตามรูปแบบที่กำหนดโดยนายทะเบียนสหกรณ์ 2) จัดทำงบดุลอย่างน้อยครั้งหนึ่งทุกรอบ 12 เดือน จัดเป็นรอบปีทางบัญชีอย่างน้อย 1 ครั้ง มีการสอบบัญชีตามระเบียบที่นายทะเบียนสหกรณ์กำหนด	1) ขึ้นกับข้อบังคับของวิสาหกิจชุมชน 2) ต้องจัดทำรายงานบัญชี รับ-จ่าย ยื่นพร้อมแสดงรายการภาษีเงินได้ประจำปี	1) รายงานผลการดำเนินงานประจำปีต่อกรรมการพัฒนาชุมชน ในฐานะหน่วยงานรับรองวิสาหกิจเพื่อสังคม ปีละ 1 ครั้ง ภายใน 30 วัน นับตั้งแต่การปิดบัญชี จัดทำงบดุล และแถลงงบดุลต่อที่ประชุมใหญ่สามัญประจำปี
สิทธิทางภาษีอากร	1) ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้ของนิติบุคคล	1) รายได้ไม่เกิน 1,800,000 บาท ได้รับการยกเว้นภาษี	กรณีที่ 1 : นำกำไร 100 % ไปใช้เพื่อสังคม วิสาหกิจเพื่อสังคม • ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล

ประเด็น	รูปแบบสถาบันเกษตรกร		
	สหกรณ์	วิสาหกิจชุมชน	วิสาหกิจเพื่อสังคม
		2) รายได้เกินจาก 1,800,000 บาท คิดภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในอัตรา 5-35% ของเงินได้สุทธิ	ผู้สนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม - หักรายจ่ายเงินลงทุนในหุ้นสามัญได้ตามรายจ่ายจริง - หักรายจ่ายเงินหรือทรัพย์สินที่โอนให้วิสาหกิจโดยไม่มีค่าตอบแทน ได้ตามจำนวนที่จ่ายจริงแต่ทั้งนี้ ไม่เกิน 2% ของกำไรสุทธิ กรณีที่ 2 : นำกำไรไม่น้อยกว่า 70 % ไปใช้เพื่อสังคม วิสาหกิจเพื่อสังคม - ไม่ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล ผู้สนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม - หักรายจ่ายเงินลงทุนในหุ้นสามัญได้ตามรายจ่ายจริง - หักรายจ่ายเงินหรือทรัพย์สินที่โอนให้วิสาหกิจโดยไม่มีค่าตอบแทน ได้ตามจำนวนที่จ่ายจริงแต่ทั้งนี้ ไม่เกิน 2% ของกำไรสุทธิ

ประเด็น	รูปแบบสถาบันเกษตรกร		
	สหกรณ์	วิสาหกิจชุมชน	วิสาหกิจเพื่อสังคม
ข้อเสีย	1) การตัดสินใจในการดำเนินงานเรื่องใดเรื่องหนึ่งช้า เพราะต้องใช้มติที่ประชุมในการดำเนินงาน 2) ทุนในการดำเนินงานมีข้อจำกัดและไม่มากนัก 3) ผู้บริหารสหกรณ์ต้องเป็นสมาชิกสหกรณ์และมักเอาเปรียบสมาชิกที่ไม่มีตำแหน่งบริหาร 4) อาจมีอุปสรรคด้านการตรวจสอบบัญชี	1) ไม่มีฐานะเป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย ทำให้ไม่สามารถทำนิติกรรมหรือธุรกรรมได้โดยตรง 2) ขาดความน่าเชื่อถือ	1) เป็นองค์กรที่ไม่ได้มีความมุ่งหวังเพื่อผลกำไรให้สมาชิก แต่เน้นการกระจายรายได้ให้กับสังคม

เอกสารอ้างอิง

เอกสารอ้างอิงภาษาต่างประเทศ

- Alex Danau, Julie Flament, and Daniel Van Der Steen. (2011). Choosing The Right Strategies for Increasing Farmers' Market Power. Collectif Stratégies Alimentaires asbl. European Commission and Belgian DGD. Brussels.
- Arcadia International E.E.I.G. and EY. (2019). Study of the best ways for producer organisations to be formed, carry out their activities and be supported. Final report.
- AREFLH (Assembly of the European Regions producing fruits, vegetables and plants). (2017). White Paper on the fruit & vegetable CMO.
- Collins, R., & Sun, X. J. C. I. (2010). China's grey channels as access points for foreign food products to the Chinese domestic market. 24(1), 61-74.
- EU SME Centre Sector Report: The Food & Beverage Market in China 2015; USDA 2014 Retail Report
- European Commission. (17 May 2019). The common agricultural policy supports farmers and ensures Europe's food security. Retrieved from https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/cap-glance_en
- European Parliament. (2007). First pillar of the CAP: I — Common organisation of the markets (CMO) in agricultural products. Retrieved from <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/108/first-pillar-of-the-cap-i-common-organisation-of-the-markets-cmo-in-agricultural>
- Exporting Fresh Fruit and Vegetables to China A Market Overview and Guide for Foreign Suppliers M.Z. Marketing Communications: PMA China Market Development Representative Produce Marketing Association 2016
- Hong and Carteret. (February 2014). Long-term plans for durain.

- Khmer Times. (10 September 2018). Amru Rice considers durain production. Retrieved from <https://www.khmertimeskh.com/531857/amru-rice-considers-durian-production/>
- Khmer Times. (15 May 2019). Durian yields to decrease. Retrieved from <https://www.khmertimeskh.com/50604154/durian-yields-to-decrease>
- Khmer Times. (19 May 2017). Kampot durian fakes raise a stink. Retrieved from <https://www.khmertimeskh.com/13670/kampot-durian-fakes-raise-a-stink/>
- Khmer Times. (21 May 2018). Durains lovers rejoice: harvesting season is upon us. Retrieved from <https://www.khmertimeskh.com/491623/durian-lovers-rejoice-harvesting-season-is-upon-us/>
- Mark Kilgour, Caroline Saunders, Frank Scrimgeour, and Eva Zellman. (August 2008). The Key Elements of Success and Faire in the NZ Kiwifruit Industry. The Agribusiness and Economics Research Unit (AERU). Research Report No. 311.
- MK Durian Harvests Sdn. Bhd. (2017). Durian Global Market Report. Retrieved from <http://www.plantationsinternational.com/docs/durian-market.pdf>
- Narat Hasachoo and Phattaraporn Kalaya. Competitiveness of Local Agriculture:the Case of Longan Fruit Trade between China and the North of Thailand Les Notes de l'Irasec n 15 - Irasec's Discussion Papers #15, 2013
- New Zealand Kiwifruit Growers Incorporated. (2018). Kiwifruit Book. Retrieved from <https://www.nzkgi.org.nz/wp-content/uploads/2018/12/2018-Kiwifruit-Book.pdf>
- Ray Collins and Ximing Sun. (2010). China's grey channels as access points for foreign food products to the Chinese domestic market. China Information 24(1) 61–74
- Sangsheng Consulting. (2018). *2019-2024 China Durian Industry Operation Index Monitoring and Investment Prospect Forecast Advisory Report*.
- T.V. Hau and T.S. Hieu. (2017). Off-season production of durian in the Mekhong delta, Viet Nam.

Tantrakonnsab, W., & Tantrakoonsab, N. (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.

The New Zealand Kiwifruit Industry - Challenges and Successes 1960 to 1999. John Brian Milne. (2014). A thesis presented in partial fulfilment of the requirements for the degree of Master of Arts in History at Massey University.

TRADE MAP. (2016). List of supplying markets for a product imported by ChinaMetadata Product: 081060 Fresh durians. Retrieved from <https://www.trademap.org/>

World Bank. (2018). Total population is based on the de facto definition of population, which counts all residents regardless of legal status or citizenship. The values shown are midyear estimates. Retrieved from <https://data.worldbank.org/indicator/sp.pop.totl>

World's top export. (18 July 2019). Kiwifruit Exports by Country. Retrieved from <http://www.worldstopexports.com/kiwifruit-exports-by-country/>

Worldometers. (2019). Population of China (2019 and historical). Retrieved from <https://www.worldometers.info/world-population/china-population/>

中国生鲜电商行业年度综合分析. (6 Febuary 2018). 中国生鲜电商行业年度综合分析2018-前沿报告库. <http://wk.askci.com/details/2ec70037efdb40db85ce3d2d39ebcb94/>

年中国生鲜电商行业研究报告. (April 2018). 2018年中国生鲜电商行业研究报告-中商报告库. <http://wk.askci.com/2018/04/13/1648589kpb.shtml>

新浪博客 (2 August 2016). 进口水果报关的流程|泰国水果进口清关需要提供哪些资料及注意事项. Retrieved from http://blog.sina.com.cn/s/blog_16389185d0102wi9e.html

榴莲王者之争. (5 August 2017). 2017年最"重口味"的榴莲大数据研究报告." 榴莲王者之争. Retrieved from <http://nongshijie.com/a/201708/16739.html>

马荣伟. (2017). *Research on route selection fruit maritime logistic Thailand to Guangxi.* (master degree), Guangxi University, (32)

เอกสารอ้างอิงภาษาไทย

กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์. (2561). ปฏิทินฤดูกาลสินค้าเกษตร ปี 2561. สืบค้นจาก

https://www.dit.go.th/PR_PublicationViewer.aspx?id=1179#p

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (ระหว่างปี 2557-2558) “อุปสรรคในการส่งออกลำไยไปจีน” สืบค้นจาก

http://www.dtn.go.th/images/86/ntm/longantocn_ntm.pdf

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. (13 กรกฎาคม 2561). กรมเจรจาการค้าระหว่าง

ประเทศจับมือสภาเกษตรกรแห่งชาติ เยือนสวนลำไยเมืองเหนือ แวะโอกาสการค้าผ่าน FTA. *อาร์วาท*
ทีไนน์. สืบค้นจาก <https://www.ryt9.com/s/beco/2856464>

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2557). อุปสรรคในการส่งออกลำไยไปจีน. สืบค้นจาก

http://www.thaifta.com/ThaiFTA/Portals/0/logan_cnsep57.pdf

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2559). รายงานสรุปผลการจัดคณะเดินทางศึกษาสภาพเศรษฐกิจ การค้าและการ

ลงทุนตามเส้นทางโลจิสติกส์การค้า ณ สาธารณรัฐประชาชนจีน (คุนหมิง – กุ้ยหยาง – กว่างโจว –
ฮ่องกง) สืบค้นจาก

https://www.dbd.go.th/download/article/article_20160708102702.pdf

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (1 สิงหาคม 2561). รมช.ลักษณะ ตรวจเยี่ยม “การบริหารจัดการลำไย

ภาคเหนือ” พร้อมสานพลังประชารัฐ. สืบค้นจาก <https://www.moac.go.th/news-preview-401591791808>

กรุงเทพธุรกิจ. (1 มิถุนายน 2561). ลำไยไทยบูม ขายตลาดออนไลน์ส่งตรงผู้บริโภคจีนเพิ่มขึ้นเท่าตัว. *กรุงเทพ*

ธุรกิจ. สืบค้นจาก <http://www.bangkokbiznews.com/pr/detail/41875>

กรุงเทพธุรกิจ. (13 มีนาคม 2560) “ทุนจีนฮุบล้างรับซื้อลำไย หวั่นระยะยาวเกษตรกรเสียเปรียบ” สืบค้นจาก

<http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/744965>

กรุงเทพธุรกิจ. (15 มกราคม 2557) “เกษตรเจอเหตุส่งออกลำไยเข้าจีนไม่ได้” สืบค้นจาก

<http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/556131>

กรุงเทพธุรกิจ. (15 มกราคม 2557). เกษตรเจอเหตุส่งออกลำไยเข้าจีนไม่ได้. *กรุงเทพธุรกิจ*. สืบค้นจาก

<http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/556131>

- กรุงเทพมหานคร. (25 เมษายน 2559). พาณิชย์สอบอนุมัติเงิน ป้อนขายปลีกผลไม้ภายใน. สืบค้นจาก
https://www.ditp.go.th/contents_attach/146316/146316.pdf
- กรุงเทพมหานคร. (6 พฤษภาคม 2563). เติบโตขึ้นขอเร่งขึ้นทะเบียนเกษตรกรภายใน 15 พ.ค. นี้ รับเงินช่วยเหลือ
จากผลกระทบโควิด-19. สืบค้นจาก:<https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/877693>
- กรุงเทพมหานคร. (9 พฤษภาคม 2561). 8 สายพันธุ์ทุเรียนอร่อย ราชาแห่งผลไม้สยาม. สืบค้นจาก
<http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/801170>
- กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 1. (2559). รายงานศึกษาฉบับกลางโครงการเชื่อมโยงสินค้าเกษตรและ
ผลิตภัณฑ์สู่ชายแดนประเทศเพื่อนบ้าน และประเทศเพื่อนบ้าน กิจกรรมศึกษาผลกระทบกรณี
ผู้ประกอบการรับซื้อผลไม้ชาวต่างด้าว (ล้งชาวต่างประเทศ) เข้ามาประกอบธุรกิจในแหล่งผลิตผลไม้
ของไทย.
- การค้าไทย. (กรกฎาคม 2562). ข้อมูลการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยรายประเทศ (EXPORTS OF
THAILAND CLASSIFIED BY COUNTRY). สืบค้นจาก <http://www2.ops3.moc.go.th/>
- การค้าไทย. (กรกฎาคม 2562). ข้อมูลการส่งออกลำไยสดของประเทศไทยรายประเทศ (EXPORTS OF
THAILAND CLASSIFIED BY COUNTRY). สืบค้นจาก <http://www2.ops3.moc.go.th/>
- การค้าไทย. (กรกฎาคม 2562). ข้อมูลการส่งออกลำไยอบแห้งของประเทศไทยรายประเทศ (EXPORTS OF
THAILAND CLASSIFIED BY COUNTRY). สืบค้นจาก <http://www2.ops3.moc.go.th/>
- เกษมศักดิ์ ผลากร, วิทย์ นามเรืองศรี., จารุพรรณ มนัสสากร, สุภาภรณ์ สาชาติ., (2551). วิเคราะห์โครงสร้าง
การตลาดมังคุด *Mangosteen Marketing Structural Analysis*. สืบค้นจาก
<http://www.doa.go.th/research/attachment.php?aid=1715>
- ข่าวสด. (20 กรกฎาคม 2560). พาณิชย์รุกส่งออกลำไยไปจีน หวังระบายผลผลิต. *ข่าวสด*. สืบค้นจาก
https://www.khaosod.co.th/economics/news_447296
- คณะกรรมการพัฒนาคุณภาพข้อมูลด้านการเกษตร ณ วันที่ 28 กันยายน 2561
- คณะกรรมการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน สภานิติบัญญัติแห่งชาติ. (2559). การตั้งโรง
คัดบรรจุผลไม้ (ล้ง) ของผู้ประกอบการชาวต่างชาติ ในจังหวัดจันทบุรี.
- คณิง โยธาใหญ่. การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกลำไยอบแห้งไปสาธารณรัฐประชาชนจีน. การค้นคว้าแบบ
อิสระ หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

คมชัดลึก. (6 มิถุนายน 2561). ปืทอง ! "อาลีบาบา"จ่อซื้อลำไยหมื่นตัน. *คมชัดลึก*. สืบค้นจาก

<http://www.komchadluek.net/news/economic/329187>

เคหการเกษตร. (3 กรกฎาคม 2559). วิเคราะห์ตลาดทุเรียน ปี 2559. สืบค้นจาก

<https://kasetgroup.com/contents/1223>

จับตาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้. (6 พฤษภาคม 2557). ผลไม้ไทยในตลาดจีน ปี 2557. สืบค้นจาก

<http://www.eastasiawatch.in.th/th/articles/politics-and-economy/302/>

จารุประภา รักพงษ์. (2559). มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช ภายใต้ความตกลงว่าด้วยการใช้บังคับ
มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ชลธิชา ภัทรสิริวรกุล. (2 สิงหาคม 2560). ทุเรียนไทยในฮ่องกง. โพสต์ทูเดย์. สืบค้นจาก

<https://www.posttoday.com/aec/column/506591>

เชียงใหม่นิวส์. (29 พฤษภาคม 2561). ล้งจีนคุมราคารับซื้อลำไย ชาวสวนน่าจะสะอื้นอีกฤดู. *เชียงใหม่นิวส์*.

สืบค้นจาก <https://www.chiangmainews.co.th/page/archives/720281>

ฐานเศรษฐกิจ. (18 เมษายน 2559). ‘ล้ง’ผลไม้ปัญหาระดับชาติ ลามซิปโป้ง-พีชและธุรกิจอื่น. *ฐานเศรษฐกิจ*.

สืบค้นจาก <http://www.thansettakij.com/content/44048>

ฐานเศรษฐกิจ. (27 กันยายน 2554). สะพานโขง3ตันที่ดินนครพนมพุ่ง. สืบค้นจาก

<http://www.icons.co.th/newsdetail.asp?lang=EN&page=newsdetail&newsno=28187>

ณภัทร ทิพย์ศรีและคณะ. (2555). “โครงการการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของการส่งออกมังคุดไปยัง
ประเทศจีนตอนใต้” สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุน
สนับสนุนการวิจัย (สกว.)

दनัยธัญ พงษ์พัชรารเทพ. (12 พฤษภาคม 2557). พฤติกรรมผู้บริโภค “ลำไยอบแห้ง” ในตลาดประเทศจีน.

สืบค้นจาก <http://www.phtnet.org/2014/05/139/>

เดลินิวส์. (13 พฤษภาคม 2557). “ลำไยไทยผ่านด่านสุดโหดตลาดจีน ลดสารตกค้างด้วยห้องรมจากแม่โจ้”

สืบค้นจาก <https://www.dailynews.co.th/agriculture/236971>

เดอะ นอร์ท องค์กรเหนือ. (10 กรกฎาคม 2559). “ลำไยในเงาจีน”. สืบค้นจาก

<https://www.youtube.com/watch?v=o-gx-fxRc7Y>

- ทรงศักดิ์ ทองขำ. (2556). เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยการขยายตัวของตลาดการค้าลำไยแห่งใหม่ในเขต
จังหวัดจันทบุรี. ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัย
ราชภัฏรำไพพรรณี
- ทีมข่าว TCJ. (8 พฤษภาคม 2559). “ทุนจีนรุกคืบทำ ‘ล้งจีน’ บุกสวนผลไม้ไทย จักรู้ ‘ล่อมคอก-ขันนอต-ใช้
กฎหมาย’”. สืบค้นจาก <http://www.tcjthai.com/news/2016/08/scoop/6187>
- ไทยนิวส์. (19 กุมภาพันธ์ 2553). ลำไยนอกฤดูเงินล้าน กับเกษตรกรมืออาชีพ อำเภอดอยเต่า จังหวัด
เชียงใหม่. สืบค้นจาก
<http://research.rae.mju.ac.th/raebase/index.php/knowledge/2010/114-longan>
- ไทยรัฐออนไลน์. (25 ตุลาคม 2561). มังคุดเมืองคอนไปโลด นายทุน “ตกเขียว” เหมาสวนขายจีน กก. 250.
ไทยรัฐ. สืบค้นจาก
https://www.thairath.co.th/content/1403304?fbclid=IwAR12BAAoksy4hGJxZJ7LZIICTvErUX_tTekk3VD3%20jvfbaY3AGckhdEolNeU
- ธนา แสงวงศ์. (2557). ระบบโลจิสติกส์และการเปลี่ยนแปลงโซ่อุปทานการส่งออกมังคุดระหว่างไทย-จีนทาง
ตอนใต้ : กรณีศึกษาเส้นทางขนส่ง ไทย - มณฑลยูนนาน โดยเส้นทางขนส่ง R3A. (ปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- ธนาคารกรุงเทพ. (28 พฤษภาคม 2562). ทุเรียนไทยอาจเสียแชมป์ส่งออกในมาเลเซีย. สืบค้นจาก
<https://www.bangkokbanksme.com/en/durian-export>
- ฉันทย์ เจริญกุล. (2559). พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูปของไทยของวัยรุ่นชาวจีนที่มา
ศึกษาในประเทศไทย. วารสารธุรกิจปริทัศน์ ปีที่ 8, 1.
- นงนุช อังยุริกุล และคณะ. (2558). โครงการการสังเคราะห์โซ่อุปทานลำไยและทุเรียนสู่นโยบายส่งเสริมภายใต้
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน.
- แนวหน้า. (6 พฤษภาคม 2562). สื่อฮ่องกงตีข่าว ‘มาเลเซีย’ ทำชิงส่งออกทุเรียนไปจีนแข่งกับ ‘ไทย’. แนวหน้า.
สืบค้นจาก <https://www.naewna.com/inter/411972>
- บัณฑิต หนองบัว, เอมอร อังสุรัตน์, ปราโมทย์ สฤกษ์นิรันดร์. (2560). การพัฒนาศักยภาพการผลิตมังคุดเพื่อ
การส่งออกในโซ่อุปทาน พื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี

- ประชาชาติธุรกิจ. (18 กุมภาพันธ์ 2558). ผู้ส่งออกผลไม้สดใช้ถนน R3A-R9 ขนเข้าจีนเร็วกว่าทางเรือ. สืบค้นจาก http://www.thaitribune.org/contents/detail/303?content_id=9057&rand=1486551866
- ประชาชาติธุรกิจ. (18 กุมภาพันธ์ 2559). “ล้อย่อมคอก”ล้งจีน”เปี้ยวซื้อลำไย ดีทะเบียน-ทำสัญญามาตรฐาน”. สืบค้นจาก https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1455771557
- ประชาไท. (2561). “ค้าเสรีลำไย ไทย-จีน: ลอยแพเกษตรกรรายเล็ก” สืบค้นจาก <https://prachatai.com/journal/2008/08/23841>
- ประชาธรรม. (29 เมษายน 2559). “พ่อค้าลำไย กับนักลงทุนกระเป๋าทูจากจีน”. สืบค้นจาก http://www.prachatham.com/article_detail.php?id=431
- ปราโมช ร่วมสุข และคณะ. (2561). การสร้างทุเรียนมือใหม่สู่มืออาชีพ. เคหการเกษตร.
- ผศ.ดร. อภิชาติ โสภางแดง และคณะ. (กุมภาพันธ์ 2551). “โครงการศึกษาระบบจัดการโซ่อุปทานลำไยสดในประเทศไทย” บทสัมภาษณ์ ดร.ธนะชัย พันธุ์เกษมสุข
- ผู้จัดการออนไลน์. (23 มิถุนายน 2562). จีนใช้บิ๊กดาต้า อินเทอร์เน็ตพลัส ช่วยแก้ปัญหาความปลอดภัยอาหาร. ผู้จัดการออนไลน์. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/china/detail/9620000059704>
- ผู้จัดการออนไลน์. (2559). พาณิชย์คุมเข้มพ่อค้าหัวหมอ นำเข้ามังคุดอินโดฯ สวมสิทธิ์ไทยส่งไปจีน ป้องกันชื่อเสียงเสียหาย. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/business/detail/9590000047966>
- ผู้จัดการออนไลน์. (3 มิถุนายน 2561). ทุเรียนหมอนทองเกาะกงได้ราคาดี ชาวสวนเขมรสุดแฮปปี้ปีนี้ได้จับเงิน 2 ล้าน. ผู้จัดการออนไลน์. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/indochina/detail/9610000054975>
- ฝ่ายการเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว. (2558). สถานการณ์ผลผลิตทางการเกษตรและประมงของไทยในตลาดจีนปี 2557 และแนวโน้ม. สืบค้นจาก <https://www.opsmoac.go.th/guangzhou-news-files-401891791814>
- ฝ่ายการเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว. (2561). สถานการณ์ผลไม้ไทยในตลาดจีนปี 2560 และแนวโน้ม. สืบค้นจาก <https://www.opsmoac.go.th/guangzhou-news-files-402891791272>
- ฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว (เมษายน 2560)

พนิดา บุญฤทธิ์ธงไชย และคณะ. (2556). การวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ของลำไยในจังหวัดจันทบุรี. วารสาร
วิทยาศาสตร์เกษตร, 45(2), 385-388.

พนิดา บุญฤทธิ์ธงไชย. (2561). โลจิสติกส์ของลำไยในภาคตะวันออกของประเทศไทย. ศูนย์นวัตกรรม
เทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว. สืบค้นจาก <http://www.phtnet.org/2018/01/737/>

พระราชกร มั่นกิจ. (2558). แนวทางการบริหารจัดการการรวบรวมผลไม้ไทย กรณีศึกษา ลำไย. สืบค้นจาก
<https://www.baac.or.th/km/wp-content/uploads/2017/06/chinashop.pdf>

พระราชบัญญัติการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2558

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562

พระราชบัญญัติสหกรณ์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2553

พระราชบัญญัติสหกรณ์ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2562

พระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542

พระราชบัญญัติอ้อยและน้ำตาลทราย พ.ศ. 2527

พีรพร พร้อมเทพ. (2558). การศึกษาแนวทางการพัฒนาการผลิตทุเรียนศรีสะเกษเพื่อการส่งออกไปยังประเทศจีน.
(หลักสูตรนักบริหารการทูตรุ่นที่ 7 ปี 2558). สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการ
ต่างประเทศ. สืบค้นจาก <http://www.mfa.go.th/dvifa/contents/filemanager/files/nbt/nbt7/IS/7037.pdf>

มารีสา สมเพชร. (26 ตุลาคม 2559). การตลาดลำไยในต่างประเทศ. สืบค้นจาก
https://thailonganpremium.blogspot.com/2016/10/blog-post_12.html#more

มูทิตา บุญลับ. (2559). การส่งออกผลไม้ไทยไปจีน. สืบค้นจาก <http://lnli258mutita.blogspot.com/>

รศ.ดร.อัทธ์ พิศาลวานิช. (7 มิถุนายน 2562). ทุเรียนอาเซียนกับอนาคตทุเรียนไทย. สถาบันคลังสมองของชาติ
ร่วมกับ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)

ระบบพิจารณาการนำเข้าแบบกำหนดรายการ (Positive List) กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้ พ.ศ. 2550

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการพัฒนาสุกรและผลิตภัณฑ์ พ.ศ. 2549

รุจิณี สันติกุล. (2556). สถานการณ์ไม้ผลภาคตะวันออกปี 56. เคหการเกษตร, 37, 114-117.

รุจิรี พนมยงค์ และคณะ. (2561). รายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report) โครงการ "E-logistics ข้ามแดน: กรณีศึกษา ประเทศจีน". สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, กรุงเทพฯ.

วรรณทิ รุ่งเรืองสกุล. (2552). มารู้จัก : ระบบโพยก๊วน. สืบค้นจาก
<https://www.gotoknow.org/posts/291152>

วัจนนิศร์ ศรีวิชัย. (2560). แนวทางการบังคับใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้าของประเทศไทย: ศึกษากรณีการกระทำของกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์และชุมนุมสหกรณ์ซึ่งมีกฎหมายรับรอง และมีวัตถุประสงค์ดำเนินการทางธุรกิจเพื่อประโยชน์ในการประกอบอาชีพของเกษตรกร. นิติศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เวิร์คพอยท์นิวส์. (20 มิถุนายน 2562). มาเลเซีย ได้โควตาส่งทุเรียนขายจีนทั้งลูก จัดที่เด็ด "ส่งออกแบบสุกพร้อมทาน". เวิร์คพอยท์นิวส์. สืบค้นจาก <https://workpointnews.com/2019/06/20/durian-malaysia/>

ศิริดา ศิริเบญจพลกุล. (2561). ทุเรียนกับความท้าทายที่ไม่ควรมองข้าม” ฝายนโยบายสร้างเศรษฐกิจ ธนาคารแห่งประเทศไทย. สืบค้นจาก
https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/Southern/ResearchPaper/Challenging_of_Durian.PDF

ศูนย์เครือข่ายวิจัยและพัฒนาลำไยแม่โจ้-สกว. (กันยายน 2553). ลำไยสาส์น ฉบับที่ 4 ประจำเดือน สิงหาคม-กันยายน 2553. สืบค้นจาก
<http://www.longancenter.mju.ac.th/main/assets/files/newsletter/1362767447.pdf>

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมส่งเสริมการเกษตร. (มีนาคม 2560). ลำไย ปี 2555 - 59. สืบค้นจาก http://www.agriinfo.doae.go.th/5year/price/market_price/55-59/longan.pdf

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร. (2562). ตลาดส่งออก 15 อันดับแรกของไทยรายประเทศ. สืบค้นจาก
<http://tradereport.moc.go.th/Report/Default.aspx?Report=HarmonizeYearly&Lang=Th&ImExType=2&Option=6>

ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐกิจศาสตร์ (ERTC). โครงการวิจัยและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDG Move). สืบค้นจาก <https://www.sdgmove.com/>

ศูนย์บริการสารสนเทศ กระทรวงพาณิชย์ (2561)

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2555). รายงานฉบับสมบูรณ์
โครงการศึกษาการขยายตลาดผลไม้สดไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ภายใต้การเปิดเขตการค้า
เสรีไทย-จีน.

ศูนย์ศึกษาการค้าระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (กันยายน 2559). โครงการการจัดทำ
ยุทธศาสตร์การสร้างโอกาสทางการค้า การลงทุนและพัฒนาต้นแบบธุรกิจสินค้าเกษตร.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2552)

สปริงนิวส์ (30 พฤษภาคม 2560) “ทุนจีนฮุบ! ตลาดผลไม้ไทย” สืบค้นจาก
<http://money.sanook.com/487477/>

สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์. (2561). โครงการ "การใช้ประโยชน์จากเส้นทาง R3A เพื่อสร้างขีดความสามารถในการ
แข่งขันของภาคการเกษตร ภาคการผลิต และภาคบริการโลจิสติกส์"

ส่วนเศรษฐกิจภาค ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ. (22 กันยายน 2559). ตลาด e-commerce
ของจีน. สืบค้นจาก
https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconMakhongCanelArea/Yunnan/DocLib_YNArticle/2559-09-22--Article2_China%20e-commerce.pdf

สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน สืบค้นจาก

<http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/book/book.php?book=28&chap=4&page=t28-4-infodetail09.html>

สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์. (13 กรกฎาคม 2561). กระทรวงพาณิชย์ ประชุมหารือมาตรการและวางแผน
รองรับผลผลิตลำไย ภาคเหนือ ปี 2561. สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์. สืบค้นจาก
http://thainews.prd.go.th/th/website_th/news/print_news/TNSOC6107130010105

สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี กรมส่งเสริมวิชาการเกษตร. ลักษณะเกรตม้งคุดเข้าร่วมการประมวล

สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี. (2556). สรุปสถานการณ์ผลิตทุเรียน เงาะ มังคุด ลองกอง ปี 2556 จังหวัด
จันทบุรี.

สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี. (2557). สรุปสถานการณ์ผลิตทุเรียน เงาะ มังคุด ลองกอง ปี 2557 จังหวัดจันทบุรี.

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (กันยายน 2558). การศึกษาข้อมูลกฎระเบียบ ที่เป็นอุปสรรคต่อการนำเข้า และส่งออกผลิตภัณฑ์สุขภาพ. สืบค้นจาก

<http://newsser.fda.moph.go.th/IAHCP/userfiles/Home/final%20Report.pdf>

สำนักงานพาณิชย์ จังหวัดลำปาง. (14 สิงหาคม 2561). การบริหารจัดการผลไม้ประจำฤดูกาลผลิต ปี 2561.

สืบค้นจาก

<http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER21/DRAWER056/GENERAL/DATA0000/0000130.PDF>

สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. ความสำคัญของมาตรฐาน Codex. สืบค้นจาก

<https://www.acfs.go.th/codex/>

สำนักงานวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร. (6 ธันวาคม 2561). สศก. เผยผลศึกษาธุรกิจผู้ประกอบการลำไยไทย ต่อระบบเศรษฐกิจและการจ้างงาน. สืบค้นจาก <https://www.thaipr.net/finance/906579>

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร การวิเคราะห์อุปสงค์อุปทานและวิธีการตลาดสินค้าเกษตรที่สำคัญ (73 จังหวัด)

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2561). สถิติการเกษตรของประเทศไทย ปี 2560.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2561). สารสนเทศเศรษฐกิจการเกษตรรายสินค้า ปี 2561. สืบค้นจาก

<http://www.oae.go.th/assets/portals/1/files/journal/2562/commodity2561.pdf>

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2562). ราคาสินค้าเกษตรที่เกษตรกรขายได้ ณ ไร่นา.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2562). สถิติการเกษตรของประเทศไทยปี 2561. สืบค้นจาก

<http://www.oae.go.th/assets/portals/1/files/journal/2562/yearbook2561.pdf>

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. รายงานการวิเคราะห์อุปสงค์อุปทานและวิธีตลาดสินค้าเกษตรที่สำคัญ. สืบค้นจาก http://www.oae.go.th/assets/portals/1/files/ebook/demand_supply.pdf

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. (2560). ข้อมูลการผลิตและการตลาดทุเรียนในมาเลเซีย. สืบค้นจาก

https://www.ditp.go.th/contents_attach/226581/226581.pdf

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครกว่างโจว. (2561). จีนกลายเป็นผู้นำเข้าสินค้าอีคอมเมิร์ซมาก
ที่สุดในโลก. สืบค้นจาก

[https://www.ditp.go.th/ditp_web61/article_sub_view.php?filename=contents_attach/
380873/380873.pdf&title=380873&cate=592&d=0](https://www.ditp.go.th/ditp_web61/article_sub_view.php?filename=contents_attach/380873/380873.pdf&title=380873&cate=592&d=0)

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครกว่างโจว. (2561). ยอดการซื้อขายสินค้าประเภทอาหารและ
ผลไม้สดบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซจีนในช่วงครึ่งปีแรก 2561 ทะลุแสนล้านหยวน. สืบค้นจาก

[https://www.ditp.go.th/ditp_web61/article_sub_view.php?filename=contents_attach/
401305/401305.pdf&title=401305&cate=592&d=0](https://www.ditp.go.th/ditp_web61/article_sub_view.php?filename=contents_attach/401305/401305.pdf&title=401305&cate=592&d=0)

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้. (2559). รายงานเศรษฐกิจ: ภาพรวมของตลาด E-
commerce ในชนบท (Rural E-commerce) ของจีน. สืบค้นจาก

https://www.ditp.go.th/contents_attach/160670/160670.pdf

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้. (2561). รัฐสภาจีนสนับสนุนการค้าออนไลน์ข้าม
พรมแดน. สืบค้นจาก

[https://www.ditp.go.th/ditp_web61/article_sub_view.php?filename=contents_attach/
401307/401307.pdf&title=401307&cate=592&d=0](https://www.ditp.go.th/ditp_web61/article_sub_view.php?filename=contents_attach/401307/401307.pdf&title=401307&cate=592&d=0)

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้. (มีนาคม 2559). เจาะลึกตลาด E-Commerce จีน.
สืบค้นจาก https://ditp.go.th/contents_attach/150637/150637.pdf

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครโฮจิมินห์. (2558). การปลูกและตลาดบริโภคของทุเรียน
เวียดนาม. สืบค้นจาก https://www.ditp.go.th/contents_attach/138082/138082.pdf

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ ฮองกง. (2559). รายงานการวิเคราะห์ทุเรียนไทยและมาเลเซียใน
ตลาดฮ่องกง. สืบค้นจาก https://www.ditp.go.th/contents_attach/149369/149369.pdf

สำนักบริหารกิจการต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. (28 มีนาคม 2554). 10 ปีจีนในฐานะสมาชิกองค์การค้า
โลก (WTO). สืบค้นจาก [https://moc.go.th/images/Agencies_Information/
Trade_Situation/Commercial_Beijing/18.pdf](https://moc.go.th/images/Agencies_Information/Trade_Situation/Commercial_Beijing/18.pdf)

สำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 6. (2554). สภาพพื้นที่และการผลิตพืชภาคตะวันออก.

สำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 8. (2559). สถานการณ์การผลิตมังคุด. สืบค้นจาก

<http://www.oard8.go.th/information/kpi/mangosteen/58/mgPDF/1.pdf>

สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2561) สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและ
แนวโน้ม ปี 2562

สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร วิฤตยารพาร. (ตุลาคม 2556)

สำนักวิเศรษฐกิจการเกษตร สำนักเศรษฐกิจการเกษตร. (2562). สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและ
แนวโน้ม ปี 2562. สืบค้นจาก

http://www.oae.go.th/assets/portals/1/files/journal/2562/agri_situation2562.pdf

สำนักเศรษฐกิจการเกษตร. (2559). สถิติการเกษตรของประเทศไทย ปี 2559.

สำนักเศรษฐกิจการเกษตร. (2560). สถิติการเกษตรของประเทศไทย ปี 2560.

สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร. (2552). ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย 2553 ถึง 2557.

สุพานี ธนวิฑู. (2547). กรณีศึกษาลำไย ผลกระทบการค้าเสรี และการผูกขาดตลาดสินค้าเกษตร. ชมรมศิษย์
เก่าบูรณะชนบทและเพื่อน

เสริมสุข สลักเพ็ชร์ และคณะ. (2550). โครงการการจัดการการผลิตทุเรียนคุณภาพสำหรับบริโภคสดเพื่อการ
ส่งออกในลักษณะเครือข่ายธุรกิจที่มีความมั่นคงและยั่งยืนระหว่างเกษตรกรและผู้ประกอบการ.

แสตดี สีสุนทรโพธิ์. (14 มกราคม 2553) “อนาคตลำไยอบแห้งส่งออกของไทยไปจีนอยู่ที่ห่วงโซ่อุปทานที่
แข็งแกร่ง” สืบค้นจาก http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/interesting-facts/detail.php?SECTION_ID=607&ID=1666

อรสา บัวตะมะ และคณะ. (2550). โครงการการศึกษากระบวนการทางการตลาดของเบญจภาคีส่งออกผลไม้
จันทบุรี.

อิทธิชัย อรรถกระวีสุนทร. (8 มีนาคม 2561). ธุรกิจ E-Commerce อาหารสดของจีนเติบโตมากกว่า 50% ใน
ปี 2017. *MarketingOps*. สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/exclusive/insider-exclusive/fresh-food-business-in-china/>

เอกสารประกอบการรับฟังสภาพปัญหาของกลุ่มน้ำและแนวทางการแก้ไขเพื่อยกร่างแผนยุทธศาสตร์ การ
บริหารจัดการทรัพยากรน้ำ จัดโดยคณะอนุกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการทรัพยากรน้ำในพื้นที่
ภาคเหนือ ภาคกลางและภาคตะวันออก. (2557).

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

สรุปการสัมภาษณ์ในประเทศ

วันที่ 9 กันยายน พ.ศ.2562

ผู้เข้าร่วมประชุม: ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุชาวจีน

ผู้ส่งออกทุเรียนรายนี้ทำธุรกิจส่งออกผลไม้มา 10 กว่าปีแล้ว เป็นธุรกิจครอบครัว ปัจจุบันมาช่วยครอบครัวติดต่อประสานงานเรื่องการจองตู้ และเรื่องเอกสาร ตอนนี้ส่งออกทุเรียนไปจีนเป็นหลัก มีคลังอยู่ที่จันทบุรีและชุมพร ปัจจุบันส่วนใหญ่คลังในจันทบุรีจะมีหุ้นส่วนหลักเป็นคนจีน หรือใช้วิธีการจ้างคนไทยดำเนินการให้

รูปแบบการขายทุเรียนในจีน

- การขาย เป็นแบบฝากขาย ซึ่งตลาดปลายทาง จะคิดว่าฝากเป็นรายกล่อง ขึ้นกับข้อตกลง (เป็นค่าดำเนินการ ค่าแรงคนงาน) ผู้ส่งออกก็แบบรับความเสี่ยงเอง ซึ่งอาจจะมีโอกาสขาดทุนหรือกำไรก็ได้ ขึ้นกับราคาดตลาด เช่น รับซื้อจากเกษตรกรในราคา 100 บาทต่อกิโลกรัม อาจจะขายได้ในราคา 80 บาท หรือ 120 บาท ก็ได้ ขึ้นอยู่กับราคาดตลาดและปริมาณสินค้าที่เข้าตลาดในช่วงเวลานั้น
- ผู้รับฝากขาย ส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าประจำ ไม่ค่อยมีรายใหม่ หรือหากมีรายใหม่ ก็อาจจะไม่น่าเชื่อถือ ไม่กล้าเสี่ยง เนื่องจากมีเรื่องเครดิตการเงินด้วย

การเข้ามาเป็นคลังของผู้ประกอบการจีน

- นักลงทุน ที่เข้ามาลงทุนทำคลังในจันทบุรี มีทั้งที่เข้ามาแล้วขาดทุนและได้กำไร ที่ขาดทุนไปก็จะมีหน้าใหม่มาแทนเรื่อย ๆ เนื่องจากทุเรียนยังเป็นที่ต้องการของตลาดอยู่ สัดส่วนคนที่ขาดทุนมีเกินกว่าครึ่งของคนที่เข้ามา คนที่ขาดทุนเกิดจากโดนคนไทยหลอกก็มี ไม่มีความเข้าใจในธุรกิจก็มี คิดว่าน่าจะค้าง่ายเหมือนผลไม้อื่น ๆ ส่วนคนที่ประสบความสำเร็จและยังคงอยู่ ใช้วิธีการจ้างคนไทยดำเนินการให้คนไทยก็ทำหน้าที่เหมือนเป็นลูกจ้าง โดยทำหน้าที่ คัดบรรจุให้ การเข้ามาทำคลังในไทย น่าจะเป็นลักษณะนิสัยของคนจีนที่ชอบหาโอกาสในการทำการค้า เช่นเดียวกับการเข้าไปทำการค้า หรือทำธุรกิจในประเทศอื่น ๆ
- แหล่งทุน ในการเข้ามาทำคลัง น่าจะเป็นทุนส่วนตัวที่เกิดจากการประกอบธุรกิจในจีน หรืออาจจะมีแหล่งเงินกู้ในจีน รัฐบาลจีนน่าจะยังไม่ได้เข้ามาบีบบังคับเท่าใดนัก ทั้งนี้ เงินที่ได้จากการทำธุรกิจในไทยจะถูกส่งกลับไปจีนทั้งหมด

โอกาสการผูกขาดของการนำเข้า

- ปัจจุบันคิดว่าน่าจะยังไม่มีผลกระทบ หากทุเรียนยังเป็นที่ต้องการของตลาดอยู่ โอกาสการผูกขาด น่าจะทำได้ยาก เพราะจะมีผู้ค้าหน้าใหม่ๆ เข้ามาในตลาดเพื่อแข่งขันมากกว่าจะเป็นการผูกขาด
- โอกาสที่จะทำให้ทุเรียนราคาตกต่ำ น่าจะมาจากหลายสาเหตุ เช่น การที่มีแหล่งปลูกทุเรียนมากขึ้น ทั้ง เวียดนาม กัมพูชา หรือมีทุเรียนพันธุ์ใหม่ๆ มากขึ้นของประเทศอื่น ๆ อาจจะเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้า หรือการที่ทุเรียนออกมาก ๆ พร้อมกันระบายไม่ทัน อาจจะทำให้ราคาตกได้ รวมทั้งคุณภาพที่ไม่แน่นอนของทุเรียน ปัญหาทุเรียนอ่อน อาจจะทำให้ราคาตกต่ำได้

ความรู้ในเรื่องทุเรียนของคนจีน

- คนจีนมีนิสัยชอบทำการค้า ก็ทำในสิ่งที่ตัวเองถนัดคือทำการค้า โดยใช้วิธีการลองผิดลองถูก ก่อนเข้ามา อาจจะยังไม่มีความรู้ความเข้าใจในทุเรียนเท่าที่ควร การหาความรู้ที่มีเกี่ยวกับทุเรียนจะเป็นความรู้เพื่อประโยชน์ในการทำการค้า การมาทำสวนเองอาจจะเป็นสิ่งที่คนจีนไม่ถนัด แต่หากจะมาก็น่าจะหาเพื่อหาช่องทางที่ให้ได้ผลกำไรสูงสุด

ปัญหาและอุปสรรคในการทำธุรกิจ

- ขั้นตอนการประกาศขึ้นทะเบียน DOA ของจีนมีความล่าช้า

วันที่ 21 กันยายน พ.ศ.2562

ผู้เข้าร่วมประชุม: นายกและรองนายกสมาคมผู้ส่งออกทุเรียน-มังคุด

1. จำนวนผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุ (ล้าง)

ปัจจุบันมีจำนวนโรงคัดบรรจุ (ล้าง) 602 ราย แต่มีการจดทะเบียนอย่างถูกต้องประมาณ 300 ราย ที่เป็นผู้ประกอบการล้างไทย (สัญชาติไทย) ที่สามารถส่งออกได้เองประมาณ 10 ราย จาก 602 ราย มีเพียง 91 ราย ที่ผ่าน DOA ของจีน

2. การเข้ามาของผู้ประกอบการจีน

- จากที่ได้พูดคุยกับกลุ่มคนจีน ได้ข้อมูลว่ารัฐบาลจีนมีดอกเบี้ยเงินกู้ในอัตราต่ำ คือ ร้อยละ 0.01 เพื่อสนับสนุนให้นักลงทุนจีนเพื่อไปลงทุนในต่างประเทศ¹
- นักลงทุนจีนส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่ อายุยังไม่มาก กล้าเสี่ยง
- คนจีนมีความเชื่อว่า หากยังอยู่ที่จีนจะเป็นได้แค่ลูกน้อง แต่ถ้ามาทำธุรกิจในต่างประเทศมีโอกาสได้เป็นเจ้าของกิจการ
- หากตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว จะพบว่าคนที่ทำล้างส่วนใหญ่ถือวีซ่าท่องเที่ยว หากรัฐจะทำการจัดระเบียบผู้ประกอบการล้างจีนให้เข้าระบบที่ชัดเจน ควรจะมีการออก Work Permit

¹ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการไม่ทราบชื่อนี้ และตอบว่าไม่น่าจะมี ถ้ามีคือมีเพื่อให้ลงทุนในประเทศไม่ใช่ลงทุนต่างประเทศ

ให้ถูกต้อง กระบวนการขอ Work Permit ควรจะไม่ยุ่งยากซับซ้อน ปัจจุบันขั้นตอนการขอ Work Permit ของไทย ยังยุ่งยากซับซ้อนมาก

3. การสนับสนุนของรัฐบาลไทย

ที่ผ่านมา ไม่เคยได้รับการสนับสนุนที่เป็นรูปธรรมจากหน่วยงานภาครัฐ การที่สมาคมจะขับเคลื่อนอะไร จะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายต่างๆ เองทั้งหมด ในขณะที่ทุเรียนเป็นผลไม้ที่ทำรายได้ให้กับประเทศมาก แต่กลับได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐน้อยมาก การเข้ามาของภาครัฐส่วนใหญ่จะเป็นอุปสรรคในการประกอบธุรกิจมากกว่า

4. สถานการณ์การส่งออกทุเรียนปัจจุบัน

- ปีที่ผ่านมา ผลผลิตที่ส่งออกไปขายประเทศจีนมีประมาณ 900,000 ตัน (เป็นทุเรียนจากภาคตะวันออก 5 แสนตัน และทุเรียนภาคใต้ 4 แสนตัน) หากคิดราคาขายเฉลี่ยที่ 80 บาท/กก แสดงว่ามูลค่ารวม 7.2 หมื่นล้านบาท
- ปัจจุบันผู้ประกอบการไทยที่ทำการส่งออกทุเรียน ส่วนใหญ่จะผ่านโบรกเกอร์ที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลาง ในการติดต่อ หาลูกค้าปลายทางให้ หรืออาจจะผ่านบริษัท Freight Forwarder ช่วยเป็นตัวกลางทำหน้าที่เรื่องการส่งออกและหาผู้นำเข้าให้
- จุดขายสำคัญของทุเรียนมุขานคิงคือเป็นทุเรียนสุก ซึ่งกลายเป็นจุดที่คนมาเลเซียบอกว่าทุเรียนไทยเป็นทุเรียนอ่อน
- ทุเรียนไม่น่าจะมีโอกาสที่จะโดนกดราคา หากเป็นทุเรียนที่มีคุณภาพดี

5. สถานการณ์การปลูกทุเรียน

- ปัจจุบันมีการเพิ่มพื้นที่ปลูกทุเรียนเพิ่มมากขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- ปัญหาด้านแรงงาน
- อนาคตการทำสวนของเกษตรกร หากมีลูกหลาน ลูกหลานก็รับช่วงต่อในการทำสวน แต่หากไม่มีลูกหลานก็มีแนวโน้มที่จะขายสวนหรือให้เช่าสวน
- ทุเรียนเวียดนามมีคุณภาพดีขึ้น รสชาติดีขึ้น แต่รูปลักษณ์ของทุเรียนอาจจะไม่สวยเหมือนทุเรียนหมอนทองของไทย เนื่องจากเวียดนามยังไม่อนุญาตให้มีการนำเข้าสารเคมีในการเพาะปลูกพืชเกษตร
- ทุเรียนเวียดนามถูกนำเข้ามายังไทย และมาจำหน่ายในนามทุเรียนไทย

6. อนาคตของการประกอบธุรกิจโรงคัดบรรจุ

- น่าจะมีจำนวนผู้ประกอบการจีนเพิ่มมากขึ้น ส่วนคนไทยจะทำหน้าที่แค่รวบรวม หรือรับคัดแยกและบรรจุ เป็นลูกจ้างให้คนจีน ผู้ประกอบการไทยไม่มีเงินทุนสู้กับผู้ประกอบการจีน
- ราคาที่ดินน่าจะเพิ่มสูงขึ้นอีก
- จำนวนคนรับจ้างตัดทุเรียนน่าจะไม่มีเพียงพอ

- ปัญหาคุณภาพของทุเรียน
- ล้งไทยอาจจะมีแนวโน้มขายกิจการให้กับคนจีน
- ต้นทุนในการดำเนินการค่อนข้างสูง แต่กำไรน้อย โดยมีต้นทุนประมาณ 5 บาท/กิโลกรัม

7. ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจล้ง

- คุณภาพที่ไม่แน่นอนของทุเรียน
- การหาคู่ค้าที่ดีในระยะยาว

8. อื่นๆ

- เกษตรกรมีความรู้เกี่ยวกับการใช้สารเคมีจากผู้แทนขาย
- ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการใช้สารเคมีในการดูแลสวนทุเรียน ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มแรงงาน หรือ ชาวสวนที่ไม่มีเครื่องจักร
- สภาเกษตรกรแห่งชาติ ยังไม่มีบทบาทอะไรที่ชัดเจน ที่ผลักดันการแก้ปัญหาสถานการณ์ทุเรียน
- ภาครัฐควรมีหน่วยงานที่ให้บริการแบบ One-Stop-Service ไปที่เดียวสามารถหาข้อมูลได้ทุก เรื่องที่เกี่ยวกับทุเรียน
- การที่ทุกสวนมี GAP อาจจะทำให้เกษตรกร มีวินัยมากขึ้นและตระหนักถึงคุณภาพมากขึ้น
- ในช่วง 1 ปี ล้งจะทำงานประมาณ 7 เดือน โดยแบ่งเป็น ช่วงเวลาในการเปิดล้งภาคตะวันออก (จันทบุรี) อยู่ในช่วงเดือน มีนาคม – พฤษภาคม ส่วนภาคใต้ (ชุมพร) อยู่ในช่วงเดือน มิถุนายน – กันยายน ของทุกปี
- ควรมีการจดลิขสิทธิ์ทุเรียน
- ปัจจุบันเกษตรกรได้กำไรมากกว่าล้ง ค่อนข้างมาก ล้งได้กำไรหลังหักค่าใช้จ่ายแล้วประมาณ 20,000 บาท/ตู้
- ความกังวลคือ การเข้ามาครอบครองธุรกิจคนไทยของคนจีน ทำอย่างไรที่จะให้ธุรกิจคนไทย คนไทยเป็นคนทำ เช่น การทำสวน การขนส่ง การแพค เป็นต้น



รูปที่ ก-1 บรรยากาศการสัมภาษณ์



รูปที่ ก-2 บรรยากาศการสัมภาษณ์

วันที่ 21 กันยายน พ.ศ.2562

ผู้เข้าร่วมประชุม: ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุชาวจีน ในพื้นที่จังหวัดชุมพร

1. ความรู้เกี่ยวกับทุเรียนก่อนเข้ามาทำธุรกิจ

เดิมเคยทำงานในบริษัทผู้นำเข้าผลไม้จากประเทศไทยเพื่อจำหน่ายในประเทศจีนอยู่แล้ว (ทำมา 2 ปี) จึงเห็นช่องทางที่จะทำธุรกิจในประเทศไทย แต่งานกับคนไทยจึงได้มาทำเป็นล้งที่ อ.หลังสวน จ.ชุมพร ทำมาแล้ว 5 ปี และมีหุ้นส่วนบริษัทนำเข้าผลไม้ในประเทศจีน

ก่อนเข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทย ไม่มีความรู้เกี่ยวกับทุเรียนมาก่อน เริ่มจากความชอบทานทุเรียน จึงสนใจเข้ามาทำธุรกิจเป็นผู้ส่งออกทุเรียนไปจีน (ขายที่ตลาดตงกว่าง กวางโจว) ส่วนใหญ่จะทำการขนส่งไปทางเรือขึ้นท่าเรือฮ่องกง ระยะเวลาในการเดินทางจากแหลมฉบัง-ฮ่องกง 4 วัน การทำธุรกิจส่งออกทุเรียนไปจีน ผ่านการลองผิดลองถูก จนถือว่าเริ่มประสบความสำเร็จ

2. แหล่งเงินทุนในการทำธุรกิจ

สำหรับธุรกิจผู้นำเข้าผลไม้ในประเทศจีนที่เป็นหุ้นส่วนอยู่ ใช้วิธีกู้เงินจากธนาคาร โดยมีดอกเบี้ยเงินกู้ อัตราร้อยละ 0.6 ส่วนธุรกิจล้งในประเทศไทย กู้จากธนาคารในประเทศไทย ส่วนอัตราดอกเบี้ยตามธนาคารพาณิชย์ของไทย รัฐบาลจีนไม่ได้มีความช่วยเหลือ หรือมีสิทธิพิเศษกับคนจีนที่มาทำธุรกิจในประเทศไทย

3. ความต้องการทุเรียน ในประเทศจีน

แนวโน้มความต้องการทุเรียนของผู้บริโภคจีนยังมีอีกมาก มีผู้นำเข้ารายใหม่ๆ เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ยังไม่มีการผูกขาดการนำเข้า หรือการกำหนดโควตาการนำเข้า มีแต่พยายามแย่งชิงกัน อย่างไรก็ดี ผู้นำเข้าหน้าใหม่ที่เข้ามา มีทั้งขาดทุน และมีกำไรที่พอให้ทำธุรกิจต่อไปได้ ตลาดกระจายทุเรียนเริ่มมีมากขึ้น ไม่ใช่มีเพียงตลาดเจียงหนานเหมือนอย่างแต่ก่อน ด้วยระบบขนส่งในประเทศจีนที่ดีขึ้นทำให้สามารถกระจายสินค้าเข้าไปในจีนได้สะดวกมากขึ้น

4. ความเสี่ยงในการประกอบอาชีพล้งในประเทศไทย

ความเสี่ยงหลักๆ ในการประกอบอาชีพล้งคือ

- ความเสี่ยงที่ถูกโกง จากเกษตรกร หรือผู้รวบรวมผลผลิตให้
- ราคาทุเรียนในจีนค่อนข้างผันผวนมาก เสี่ยงที่จะขาดทุน เนื่องจากราคารับซื้อที่ไทยค่อนข้างสูง
- คุณภาพของทุเรียนที่ไม่แน่นอน รวมทั้งปัญหาเรื่องทุเรียนก่อน เมื่อก่อนในสายตาคนจีนเชื่อว่าทุเรียนจากประเทศไทยคุณภาพดีที่สุด ไม่มีใครสู้ได้ แต่เดี๋ยวนี้ มีปัญหาเรื่องคุณภาพค่อนข้างมาก และมีคู่แข่งที่สามารถแข่งกับทุเรียนไทยได้ เช่น ทุเรียนเวียดนามที่คุณภาพเริ่มใกล้เคียงไทยแล้ว



รูปที่ ก-3 เยี่ยมชมโรงคัดบรรจุผลไม้และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

วันที่ 9 สิงหาคม พ.ศ.2562

หน่วยงาน/ตำแหน่ง บริษัท ไต้ฝุ่น จำกัด

ผู้เข้าร่วมประชุม: คุณ เกียรติศักดิ์ ตั้งเจริญสุขทัย

สำหรับมุมมองในอนาคต เหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับทุเรียน คาดว่าจะมีความรุนแรงกว่าลำไยหาก
รัฐบาลยังไม่เข้ามาช่วยเหลือและจัดการ

สถานการณ์ในปัจจุบัน ช่วงปลายปี 2562 ราคาทุเรียนจากทางภาคใต้คุณภาพไม่ค่อยดี เนื่องจาก
อากาศที่ร้อน มีผลผลิตประมาณ 90,000 ลูก และราคาขายหน้าสวนอยู่ที่ 92 บาท/กิโลกรัม และอีกปัญหาที่
สำคัญคือ การตัดทุเรียนอ่อน โดยมีการตัดทุเรียนอ่อนประมาณร้อยละ 60 ถึง 65 ของทุเรียนทั้งหมด สาเหตุที่
มีการตัดทุเรียนอ่อนมาก เนื่องจากความเชี่ยวชาญของคนตัดทุเรียน ซึ่งแรงงานในส่วนนี้เองเป็นแรงงานมีฝีมือ
และเป็นที่ขาดแคลน

ด้านการขนส่งทุเรียน พบว่า มีการขนส่งทุเรียนประมาณ 10 ล้านกิโลกรัมต่อวัน และใช้รถในการ
ขนส่งประมาณ 500 คัน สำหรับในช่วงที่ผลผลิตทุเรียนจันทบุรี ระยอง และตราด ออกสู่ท้องตลาด จากจำนวน
รถที่ใช้ในการขนส่งทุเรียนที่ใช้ในปริมาณมากส่งผลให้การแข่งขันของธุรกิจการขนส่งมีการแข่งขันสูง ซึ่งการ
ขนส่งทุเรียนจากไทยไปจีนจะใช้การขนส่งหลัก 2 รูปแบบคือ การขนส่งทางบก ใช้เส้นทาง R9 R12 และมี
เส้นทาง R3A บ้าง สำหรับสถานการณ์การขนส่งบนเส้นทาง R9 และ R12 นั้น ในช่วงเดือนเมษายน 2562 การ

ขนส่งนี้จะมีปัญหา เนื่องจากปัญหาการค้าชายแดนระหว่างเวียดนามกับจีน รวมถึงจีนมีการปรับเปลี่ยนระบบ การตรวจสอบสินค้าบริเวณด่าน โดยได้ใช้ระบบ Single Windows แทนระบบเดิม สำหรับปัญหาของระบบ Single Windows ในช่วงเวลาดังกล่าวไม่ได้เกิดจากระบบการตรวจสอบเอกสารจากทางการจีน แต่เกิดปัญหา จากฝั่งประเทศเวียดนาม

รูปแบบการขนส่งที่ 2 คือ การขนส่งทางเรือ โดยไปที่ประเทศฮ่องกง ซึ่งการขนส่งรูปแบบนี้จะเป็นการ ขนส่งที่ปลอดภัยที่สุด มีค่าขนส่งถูกกว่าการขนส่งทางบกประมาณ 20,000 – 30,000 บาท/ตู้ ใช้เวลาในการ ขนส่งประมาณ 5-7 วัน

การปรับเปลี่ยนระบบอุตสาหกรรมของทุเรียน ในอนาคตนั้น ไทยจะไม่ส่งเฉพาะทุเรียนสดไปประเทศ จีน แต่จะมีการส่งออกทุเรียนแช่แข็งเพิ่มมากขึ้น (การทำระบบ Cold Chain) ซึ่งในส่วนนี้ผู้ประกอบการได้ ริเริ่มวางระบบไปบางส่วนแล้ว

ต้นทุนการปลูกทุเรียน ผู้ประกอบการกล่าวว่า ช่วงเวลานี้เป็นช่วงเวลาที่เกษตรกรได้กำไรมากที่สุด โดยอาจจะได้กำไรถึง 80 บาท/กิโลกรัม โดยต้นทุนประมาณ 10-15 บาท/กิโลกรัม ดังนั้น ถ้าทุเรียนราคาตกไป ที่ 40 บาท/กิโลกรัม ชาวสวนก็ยังได้กำไรถึง 25 บาท/กิโลกรัม

ปัญหาเกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพทุเรียน โดยเฉพาะการให้การรับรองมาตรฐาน GAP การที่จะให้ เกษตรกรที่ปลูกทุเรียนทุกรายได้มาตรฐาน GAP ภาครัฐต้องช่วยสนับสนุน และไม่ใช่ว่ากระทรวงเกษตรดูแล กระทรวงเดียว กระทรวงมหาดไทยต้องช่วยสนับสนุนด้วย เนื่องจากเป็นกระทรวงที่สามารถควบคุมหน่วยงาน ท้องถิ่นได้

ข้อได้เปรียบของผลไม้จังหวัดจันทบุรีคือ ช่วงเวลาที่ออกผลผลิตเป็นช่วงที่ประเทศจีนไม่มีผลไม้สด รับประทาน ในส่วนของกรณีทุเรียน การบริโภคทุเรียนของคนจีนคาดว่าในอีก 4 ปีข้างหน้า จะมีการบริโภค ทุเรียนเพิ่มขึ้นเป็น 4 เท่า



รูปที่ ก- 4 บรรยายภาพของพิธีการมอบของให้กัน

วันที่ 9 สิงหาคม พ.ศ.2562

ผู้เข้าร่วมประชุม: สมาชิกสหกรณ์ทำใหม่

การดำเนินการของสหกรณ์ทำใหม่ ดำเนินตามกฎหมายของ พรบ.สหกรณ์ 2542 แก้ไขเพิ่มเติม 2553 และ 2562 เป็นการรวมกลุ่มของเกษตรกรอำเภอทำใหม่ จังหวัดจันทบุรี รวมกลุ่มมาจากสมาชิกสหกรณ์ และเกษตรกรที่ประกอบอาชีพทางการเกษตร โดยสหกรณ์ทำใหม่จะเน้นรวบรวมสมาชิกที่ปลูกผลไม้เป็นหลัก

รูปแบบการให้บริการสมาชิกมี 4 รูปแบบดังนี้

- การให้สินเชื่อ/เงินกู้
- เงินฝาก
- จัดสินค้ามาจำหน่ายปุ๋ย ยา ปesticide การผลิต เครื่องจักรกล น้ำมัน
- ร่วมผลผลิตของเกษตรกร รับซื้อเกษตรกรและนำมาจำหน่าย
- บทบาทของสหกรณ์ในด้านการผลิต/ตลาดของสมาชิก
 1. ด้านการผลิต เริ่มจากการให้สมาชิกผลิตสินค้าให้มีคุณภาพผ่านการดำเนินการภายใต้การรับรอง GAP มีการอบรมสมาชิกให้ผ่านมาตรฐาน การรวมกลุ่มเป็นผู้ผลิตคุณภาพ มีข้อกำหนดว่าคุณภาพต้องมีลักษณะอย่างไร อย่างไรก็ตามสหกรณ์ยังไม่ได้การรับรอง GAP ทุกคน แต่มีการณรงค์ให้สมาชิกได้ผ่านมาตรฐาน Thai GAP เพื่อให้มันครอบคลุมผลไม้ชนิดต่าง ๆ ได้

2. การตลาดของสมาชิก จากที่รวบรวมมา คือ ส่งออกต่างประเทศ สหกรณ์จึงมีการร่วมทุน หรือ MOU กับบริษัทผู้ส่งออก โดยบริษัทเป็นผู้บริหารจัดการ สหกรณ์รวบรวมผลผลิตและผลิตนำไปจัดจำหน่ายให้ ในส่วนของการส่งออกต่างประเทศ

ในกรณีที่สหกรณ์รับซื้อจากเกษตรกรการกำหนดราคารับซื้อเมื่อเทียบกับราคาตลาดกับราคารับซื้อจากล้งไม่ต่างกัน อย่างไรก็ตามราคารับซื้อจะพิจารณาจากราคาตลาดขึ้นอยู่กับวันและผลผลิตเพื่อป้องกันการโดนกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง โดยสหกรณ์จะมีการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ตลาด เช่น ราคา ฤดูเก็บเกี่ยวต่าง ๆ ผ่านช่องทางการติดป้ายประชาสัมพันธ์ แต่ปัจจุบันไม่ได้ประกาศราคารับซื้อเพื่อป้องกันการเก็งราคาของพ่อค้าคนกลาง จึงแจ้งผ่านทางสมาชิกโดยตรง โดยสมาชิกจะเข้ามาที่สหกรณ์ โดยในแต่ละวัน จะมีการประชุมเพื่อกำหนดราคาขายเป็นรายวันเพราะราคาผลไม้แต่ละวันไม่เท่ากัน แต่โดยส่วนใหญ่สมาชิกจะทราบราคากลางกันอยู่แล้ว

ในเรื่องของคุณภาพสหกรณ์จะเน้นให้สมาชิกให้ความสำคัญกับคุณภาพการผลิต การเก็บเกี่ยวเพื่อป้องกันการเกิดปัญหาทุเรียนอ่อน และสนับสนุนให้สมาชิกสหกรณ์แปรรูปผลผลิต

- **ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเข้ามาของล้งจีน**

ล้งเข้ามามีบทบาทมากในช่วง 4 -5 ปีที่ผ่านมา สมาชิกสหกรณ์มีความเห็นว่าการที่ล้งจีนเข้ามาเหมือนจะดีขึ้นเพราะมีจุดรับซื้อหลายจุด ทำให้เกษตรกรมีแหล่งขายเพิ่มมากขึ้น แต่ในทางความเป็นจริงไม่ได้ดีขึ้นเท่าที่ควร เช่น ล้งมารายทำให้การแข่งขันเพิ่มมากขึ้น กลับทำให้เกษตรกรโดนกดราคา

ทั้งนี้การเข้ามาของล้งจีนช่วยเกษตรกรสามารถขายผลผลิตเข้าตลาดจีนได้ หากไม่มีล้งการนำสินค้าเข้าตลาดจีนไม่น่าจะทำได้ เพราะถ้าเป็นการส่งจากประเทศไทยไปจีนมีหลักเกณฑ์ ข้อกำหนดมาก อีกทั้งติดปัญหาเรื่องภาษา อีกด้วย

- **สถานการณ์การแข่งขัน**

ตลาดผลไม้ในบ้านเราแข่งขันสูงขึ้น ไม่แนใจว่ารอบ ๆ ประเทศไทยมีผลไม้มากหรือน้อยเพียงไร เพราะปัจจุบันมีการปลูกในเวียดนาม ลาว โดยเจ้าของเป็นจีน โดยใช้คนของประเทศนั้น ทำให้ดึงดูดคนไทยไปบางส่วน ทำให้ในอนาคตไม่น่าจะอึดตัวเนื่องจากตลาดมันเปิดได้หมด

ของยิ่งราคาแพง ยิ่งมีคนปลูก ยิ่งปลูกยิ่งมาก ยิ่งมากยิ่งแย่งกันขาย ถ้าตลาดไม่มีการขยายเพิ่มมาก ตลาดก็จะยังเหมือนเดิม ราคาจะไม่สูง ลักษณะจะคล้ายเหมือนการปลูกพืชหมุนเวียน

- **ความเสี่ยงของเกษตรกร**

ในการประกอบอาชีพเกษตรกร ความเสี่ยงที่สำคัญได้แก่

- แหล่งน้ำที่ใช้ในการดูแลสวนทุเรียน โดยทั่วไปแล้ว การใช้น้ำในการดูแลทุเรียนประมาณ 100 ลิตร/ต้น/วัน (โดยจะมีการให้น้ำวันเว้นวัน) หากไม่มีแหล่งน้ำที่เพียงพอจะทำให้ส่งผลกระทบต่อผลผลิตไม่เป็นไปตามที่วางแผนไว้
- ราคาที่มีความผันผวน



รูปที่ ก- 5 บรรยากาศช่วงสัมภาษณ์



รูปที่ ก- 6 มอบของที่ระลึก

วันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ.2562

ผู้เข้าร่วมประชุม: กลุ่มสมาชิก Young Smart Farmer

ประเด็นด้านการเพาะปลูก

ด้านการผลิตสำหรับพื้นที่ 1 ไร่ สามารถปลูกทุเรียนได้ 16-18 ต้น โดยเกษตรกรมีขนาดพื้นที่ที่ตั้งแต่ว่าหลักสิบไร่จนถึงหลายร้อยไร่ โดยจำนวนผลผลิตขึ้นอยู่กับดูแลเอาใจใส่ของเกษตรกรแต่ละราย ในส่วนของแนวโน้มที่จะขยายพื้นที่การปลูก มีแนวโน้มที่จะขยายพื้นที่เพาะปลูกอย่างต่อเนื่อง ด้วยสาเหตุมาจากแรงจูงใจด้านราคาของทุเรียนที่ยังสูงอยู่ ทั้งนี้เกษตรกรบางรายอาจมีการปลูกพืชหรือต้นไม้อื่นแซมบ้างแต่ไม่มากนัก

การใช้สารเคมีทางการเกษตรพบว่า เกษตรกรทั้งหมดต้องใช้สารเคมี ปุ๋ย และยาปราบศัตรูพืชในกระบวนการเพาะปลูก และมีแนวโน้มที่จะใช้เพิ่มมากขึ้น เนื่องด้วยต้องการให้ได้ประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นตามการปรับตัวของแมลงศัตรูพืช ด้านแรงงานที่ใช้มีทั้งแรงงานที่เป็นคนไทย และต่างด้าว (ลาว กัมพูชา) ขึ้นอยู่กับเหตุผลของเกษตรกรแต่ละราย เช่น ความปลอดภัย การจัดหา โดยค่าแรงส่วนใหญ่ที่จ้างจะให้มากกว่า 300 บาท กรณีที่เป็นแรงงานต่างด้าวมีความจำเป็นที่จะต้องจัดหาที่พักให้ จะเห็นว่าต้นทุนที่ใช้ในการเพาะปลูกทุเรียนมีต้นทุนที่ใช้ในการเพาะปลูกสูง เนื่องจากต้องพึ่งการใช้ปุ๋ย รวมถึงการจ้างแรงงานต่างด้าว แต่เกษตรกรมีความเห็นว่า ถึงแม้ต้นทุนในการผลิตจะสูงแต่ก็คุ้มค่า เพราะผลผลิตมีราคาสูงในปัจจุบัน

สำหรับคุณภาพด้านการเพาะปลูกโดยเฉพาะการได้รับรองมาตรฐาน GAP เกษตรกรในพื้นที่ มีทั้งให้ความสำคัญและไม่ให้ความสำคัญสำหรับมาตรฐานดังกล่าว โดยกลุ่มเกษตรกรที่ให้ความสำคัญให้เหตุผลว่า เป็นเรื่องของการประกันคุณภาพการผลิตและจำเป็นในอนาคต ในขณะที่ส่วนที่ไม่ให้ความสำคัญเพราะไม่ได้ส่งขายให้ห้าง แต่ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้ข้อมูล ก็ยังไม่ได้ดำเนินการ

ปัญหาที่สำคัญของเกษตรกรในขณะนี้คือ ไม่มีหน่วยงานรัฐใดเข้ามาช่วยเหลือหรือให้ข้อมูล ส่วนใหญ่ได้ข้อมูลจากกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรด้วยกัน แต่เกษตรกรก็ไม่ได้มีความต้องการในประเด็นนี้

ประเด็นด้านการจัดจำหน่าย

เกษตรกรส่วนใหญ่จำหน่ายให้ห้าง เนื่องจากสะดวกในการจัดจำหน่าย ความมั่นใจในการรับซื้อ ราคาที่ได้รับ และไม่ยุ่งยากในการดูแลสำหรับเกษตรกร สำหรับประเภทของห้างที่มารับซื้อเกษตรกรส่วนใหญ่ก็ไม่ทราบว่าเป็นห้างไทยหรือห้างจีน เพราะมีลักษณะแบบนี้มานานแล้ว และเชื่อว่าแม้จะเป็นห้างไทย แต่ก็น่าจะมีกลุ่มนายทุนเป็นคนจีนในหลาย ๆ ห้าง ดังนั้นห้างจีนหรือห้างไทยไม่ใช่ปัจจัยสำคัญที่จะตัดสินใจขายสำหรับเกษตรกรรูปแบบการจัดจำหน่ายให้กับห้างจะมีหลายประเภท ได้แก่ แบบคว่ำหนามที่เอาทั้งหมด แบบคัดเกรด A, B โดย

ทั้งหมดขึ้นอยู่กับความพอใจและข้อตกลง ทั้งนี้ความคิดเห็นของเกษตรกรที่มีต่อสิ่งจูงใจว่า สิ่งจูงใจมีลักษณะ
ในแง่บวกมากกว่าลบ เพราะเป็นผู้ช่วยกระจายสินค้าสู่ต่างประเทศและทำให้ราคาสูงขึ้น

ในส่วนรูปแบบของการขายออนไลน์ ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่า น่าจะเป็นรูปแบบที่เหมาะสมกับชาวสวนที่มี
ขนาดสวนไม่มากนัก เนื่องด้วยเกษตรกรที่มีจำนวนสวนมากหลายสิบหรือหลายร้อยไร่ ไม่มีเวลามาดำเนินการ
ขายในลักษณะนี้



รูปที่ ก- 7 บรรยากาศสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่ม Young Smart Farmer

วันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ.2562

ผู้เข้าร่วมประชุม: คุณ อุดม วรรณ

คุณอุดม วรรณ เกษตรกรเจ้าของสวนทุเรียน เจ้าของสวน "อุดมทรัพย์" บนพื้นที่ 200 ไร่ เลขที่ 85 หมู่ 7 ต.ทุ่งเบญจา อ.ท่าใหม่ จ.จันทบุรี เป็นเกษตรกรที่มีความชำนาญด้านการผลิตทุเรียนหมอนทอง คุณภาพ โดยใช้วิธีการปลูกแบบยกโคก และใช้เทคนิคการผลิตนอกฤดู ซึ่งเขาได้ศึกษาทดลองดูมานาน เพราะต้องอาศัยปัจจัยหลายประการ ตั้งแต่หาต้นทุเรียน บำรุงต้น ให้ปุ๋ย น้ำอย่างเพียงพอ เพื่อให้ต้นทุเรียนสมบูรณ์เร็วขึ้นพร้อมที่จะออกดอก เป็นเกษตรกรดีเด่นประจำปี 2559 และปัจจุบันเป็นสมาชิกวุฒิสภา จังหวัดจันทบุรี

นอกจากนี้คุณอุดมยังเป็นผู้รวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรในพื้นที่เพื่อนำไปจำหน่ายในหลายช่องทางทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยต่างประเทศจะส่งให้กับลูกค้าในประเทศจีนซึ่งเป็นคู่ค้าธุรกิจร่วมกันมานาน มี

สายสัมพันธ์อันดีมีความไว้วางใจกันในการทำธุรกิจ ส่วนในประเทศจะจำหน่ายผ่าน Tops Supermarket ทั่วประเทศ

รูปแบบความร่วมมือกับเกษตรกรรายอื่น เพื่อให้ผลผลิตของสมาชิกในกลุ่มมีคุณภาพสม่ำเสมอ จะมี การจัดประชุมสมาชิกอย่างสม่ำเสมอ เพื่อวางแผนการดูแลผลผลิตตั้งแต่ช่วงต้นฤดูกาล การใช้สารเคมี การเกษตรต่าง ๆ กับต้นทุเรียน จะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้ผลผลิตมีคุณภาพใกล้เคียงทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า

ในมุมมองของการเป็นผู้รวบรวมผลผลิตของเกษตรกร มีความเห็นว่าการเข้ามาของล้งจีนมีข้อดีคือ ทำให้เกษตรกรสามารถขายได้ในราคาที่สูงขึ้น มีรายได้มากขึ้น แต่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการที่เงินทุนน้อยกว่า และไม่มีเครือข่ายลูกค้า (ผู้นำเข้าในประเทศจีน) ทำให้ส่วนใหญ่ทำหน้าที่ได้แค่เป็นผู้รวบรวมผลผลิตแล้วส่งให้กับล้งจีน ดังนั้นจึงควรจะมีการจัดระเบียบล้งให้ดำเนินการอย่างถูกต้อง เพื่อป้องกันการผูกขาดหน่วยงานภาครัฐเช่น กระทรวงเกษตรและกระทรวงพาณิชย์ ควรจะร่วมมือกันในการทำงาน และเกษตรกรเองควรจะเน้นให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพสินค้า

คุณอุดมได้เสนอแนวทางในการพัฒนาและยกระดับโซ่อุปทานทุเรียน โดยเสนอให้มีการเก็บเงินจากการส่งออกทุเรียน 1-2 บาท/กิโลกรัม เพื่อมาใช้เป็นกองทุนในการวิจัยพัฒนาอุตสาหกรรมทุเรียนของประเทศไทยต่อไป



รูปที่ ก- 8 บรรยากาศการสัมภาษณ์



รูปที่ ก- 9 มอบของที่ระลึก

วันที่ 21 พฤศจิกายน พ.ศ.2562

ผู้เข้าร่วมประชุม: คุณ อรทัย เอื้อตระกูล

การเข้าร่วมเป็นสมาชิก WTO ของประเทศไทยและประเทศจีน

ประเทศไทยเป็นประเทศแรก ๆ ที่เข้าเป็นสมาชิก WTO ในช่วงประมาณปี 2528 ซึ่งกฎระเบียบของ WTO คือ การให้ประเทศสมาชิกสามารถนำเข้าและส่งออกแบบไม่เสียภาษี (Free Trade Area) หากแต่ละประเทศจะใช้ข้อกำหนดเกี่ยวกับมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (SPS) เป็นตัวกำหนดมาตรการนำเข้าของประเทศสมาชิก WTO โดยแต่ละประเทศจะปรับองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าส่งออกสินค้าเกษตรและสร้างมาตรการเพื่อปกป้องชีวิตและสุขภาพของคน สัตว์ และพืชของประเทศตนเอง

จากการที่ต้องปรับองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าส่งออกสินค้าเกษตรให้สอดคล้องกับการเป็นสมาชิก WTO ส่งผลให้ประเทศจีนมีการปรับองค์กรภายในประเทศ และก่อตั้ง AQSIQ เพื่อให้สอดคล้องกับประเทศสมาชิก WTO ก่อนเข้าร่วมเป็นสมาชิกในปี 2545

การปรับองค์กรของจีน ด้วยการก่อตั้ง AQSIQ ซึ่งเป็นองค์กรที่สามารถตรวจสอบการนำเข้าสินค้าเกษตร ตามมาตรฐาน SPS ได้ทั้ง 3 มาตรฐานคือ

1. มาตรฐานเกี่ยวกับพืช ภายใต้ความร่วมมือของ International Plant Protection Convention (IPPC)
2. มาตรฐานเกี่ยวกับสัตว์ ภายใต้ความร่วมมือของ Office International des Epizooties (OIE)

3. มาตรฐานเกี่ยวกับสารตกค้าง ภายใต้ความร่วมมือของ Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)

AQSIQ ถือเป็น การปรับปรุงครั้งหนึ่งของประเทศจีนเป็นการปรับปรุงเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐาน SPS เพื่อให้สามารถตรวจสอบสินค้าเกษตรทั้ง 3 มาตรฐาน ได้ในหน่วยงานเดียว ซึ่งแตกต่างจากของประเทศไทย ที่ การตรวจสอบมาตรฐาน SPS อยู่คนละหน่วยงานกัน ดังนี้

- มาตรฐานเกี่ยวกับพืช หน้าที่ตรวจสอบเป็นของกรมวิชาการเกษตร
- มาตรฐานเกี่ยวกับสัตว์ หน้าที่ตรวจสอบเป็นของกรมปศุสัตว์
- มาตรฐานเกี่ยวกับสารตกค้าง หน้าที่ตรวจสอบเป็นขององค์การอาหารและยา

ทั้งนี้เองประเทศไทยได้มีการปรับปรุงเพื่อให้สามารถตรวจสอบมาตรฐานทั้ง 3 ในหน่วยงานเดียวคือการก่อตั้ง สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) แต่ไม่มีหน่วยงานเข้าร่วม ส่งผลให้แต่ละหน่วยงานแยกกันทำหน้าที่ตรวจสอบมาตรฐานตามเดิม

ผลที่เกิดจากการแยกหน่วยงานที่ใช้ในการตรวจสอบมาตรฐานตาม SPS

จากการลงพื้นที่ของผู้ให้สัมภาษณ์ ที่บริเวณด่านเชียงของ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ทำให้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้น โดยพบว่า จากการตรวจสอบสารตกค้าง ที่ด่านเชียงของ จังหวัดเชียงราย ซึ่งการตรวจสอบสารตกค้างเป็นความรับผิดชอบขององค์การอาหารและยา โดยทำการตรวจสอบสารตกค้างด้วยระบบ Test Kits แต่กลับพบว่าตรวจไม่พบสารตกค้างบางชนิด ทั้งนี้กรมวิชาการเกษตรมีเครื่องตรวจสอบสารตกค้างที่ด่านเชียงแสน ซึ่งตรวจพบว่ามีการตกค้างอยู่แต่ไม่มีอำนาจตรวจสอบสารตกค้าง ทำให้ไม่สามารถระงับการนำเข้าได้ทำได้เพียงตรวจผักและผลไม้นำเข้าที่คาดว่าจะมีสารตกค้างแบบเผื่อติดตาม

พิธีสารระหว่างประเทศไทยกับจีน

ประเทศจีนถือเป็นประเทศที่มีความสำคัญในการค้าขายกับประเทศไทย โดยเฉพาะการนำเข้าส่งออกสินค้าเกษตร ผู้ให้สัมภาษณ์ได้กล่าวถึงขั้นตอนการเริ่มทำพิธีสารระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน โดยเริ่มต้นหลังจากประเทศจีนได้เข้าร่วมเป็นสมาชิก WTO แล้ว โดยเริ่มทำสัญญา MOU ในปี 2547 หน่วยงานที่ทำการร่างสัญญาเงื่อนไขพิธีสารในช่วงนั้นคือกรมวิชาการเกษตรของประเทศไทย และ AQSIQ ของประเทศจีน โดยในข้อสัญญาดังกล่าวประเทศจีนได้อนุญาตนำเข้าผลไม้ไทย 5 ชนิด และประเทศไทยนำเข้าผักจากจีนได้ 5 ชนิด (การทำพิธีสาร 2 ขา)

ต่อมาในปี 2548 ได้มีการร่างพิธีสารผัก โดยอนุญาตให้ประเทศจีนสามารถส่งออกผักที่รับประทานในส่วนของหัวหรือใบมายังประเทศไทย และในปี 2550 สินค้านำเข้าจากประเทศไทยผ่านทางด่านประเทศเวียดนามเป็นจำนวนมาก และด่านบริเวณนั้นเป็นด่านพรมแดน (ด่านชั่วคราว) จีนจึงดำเนินการปิดด่าน

พรมแดนดังกล่าว แล้วบังคับสินค้ามาเข้าทางด้านเหนืออีกวน เพื่อเป็นการระบายสินค้าจากบริเวณด้าน
เวียดนาม ซึ่งการเปิดด่านนี้เป็นการดำเนินการของมณฑลยูนนาน

จากการดำเนินการเปิดด่านเหนืออีกวน เพื่อระบายสินค้าไม่ให้เข้าทางด้านพรมแดนประเทศเวียดนาม
มากจนเกินไป ทางจีนได้เริ่มดำเนินการทำพิธีสารว่าด้วยการขนส่งบนเส้นทาง R9 และ R3A ร่วมกับ
ประเทศไทย ในช่วงปี 2546 และ 2554 ตามลำดับ ทั้งนี้การดำเนินการทำพิธีสารเปิดเส้นทาง R9 เป็นการ
ดำเนินการของรัฐบาลมณฑลกว่างโจว คล้ายกับกรณีของด่านเหนืออีกวนที่เป็นการดำเนินการของรัฐบาล
มณฑลเช่นกัน

- กรณีของด่าน R9 นั้น จะมีเส้นทางที่ด่านนครพนม (เส้นทาง R12) เส้นทางนี้ใช้เวลาในการขนส่ง
น้อยกว่าเส้นทาง R9 ทำให้ผู้ประกอบการหลายรายเลือกใช้เส้นทางนี้ในการขนส่ง แต่ใบส่งออก
สินค้าจะออกที่ด่านมุกดาหาร (เส้นทาง R9) ซึ่งเป็นด่านสากล ทั้งนี้ประเทศไทยสามารถ
ดำเนินการแก้ไขพิธีสารให้ด่านนครพนมเป็นด่านสากลได้ เนื่องจากพิธีสารสามารถดำเนินการ
แก้ไขได้ในทุก ๆ 2 ปี ทั้งนี้การแก้ไขพิธีสารขึ้นอยู่กับหน่วยงานของไทยส่งคำร้องไปให้ทางจีน
รับทราบ แล้วจึงเปิดการเจรจาแก้ไขพิธีสาร

ผลกระทบของพิธีสารต่อผลไม้ไทย

พิธีสารเป็นเรื่องที่ว่าด้วยกฎระเบียบการนำเข้าและส่งออก การตรวจสอบมาตรฐานสินค้า โดยเฉพาะ
สารตกค้าง ซึ่งผลไม้ที่ได้รับผลกระทบจากพิธีสารมากที่สุดคือชมพู เหตุการณ์เกิดขึ้นในปี 2555 (31 พฤษภาคม
2555 ประเทศจีนห้ามนำเข้าชมพูจากประเทศไทย) สาเหตุเนื่องมาจาก ประเทศจีนต้องการสั่งห้ามนำเข้ากล้วย
จากประเทศฟิลิปปินส์ จีนจึงสั่งห้ามนำเข้าชมพูจากประเทศไทยด้วยเช่นกัน เพื่อไม่ให้เกิดความได้เปรียบ
เสียเปรียบ โดยจีนได้สั่งห้ามนำเข้าชมพูจากประเทศไทยเป็นเวลา 2 เดือน โดยอ้างเรื่องของแมลงวันทอง ให้
ประเทศไทยไปดำเนินการแก้ไขเรื่องนี้

หลังจากนั้น มีการประชุม SPS ไทยได้เสนอมาตรการแก้ไขเรื่องชมพู โดยหน่วยงานของประเทศไทย
ได้เสนอการแก้ไขปัญหาดังกล่าว 7 ถึง 8 มาตรการ แต่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบสารตกค้าง กลับ
ไม่ได้มาร่วมตกลงในการประชุม SPS แสดงให้เห็นถึง ปัญหาเกี่ยวกับการปรับตัวขององค์กรที่เกี่ยวข้องของ
ประเทศไทยให้สอดคล้องกับพิธีสาร



รูปที่ ก-10 บรรยากาศการสัมภาษณ์



รูปที่ ก- 11 มอบของที่ระลึก

วันที่ 26 พฤศจิกายน พ.ศ.2562

ผู้เข้าร่วมประชุม: คุณประกิจ ณรงค์ตะณุล, คุณวาสนา อัครานุรักษ์ และคุณคมกฤษ ธรรมรัตนกุล

อนาคตทุเรียนไทย กรณี การเข้ามาของโรงคัดบรรจุต่างชาติ (ล้งจีน)

จากที่คุณประกิจ คุณวาสนา และคุณคมกฤษ ได้ไปเยี่ยมโรงงานแปรรูปทุเรียนในจังหวัดจันทบุรี พบว่าเจ้าของโรงงานแปรรูปมองว่า การเข้ามาของโรงคัดบรรจุ (ล้งจีน) ถือเป็นเรื่องเล็กน้อยมากสำหรับพวกเขา เนื่องจากได้มีการวางแผนทางหนีทีไล่ไว้หมดแล้ว โดยได้มีการกระจายความเสี่ยง เช่น การลงทุนในพืชชนิดอื่น การทำธุรกิจอย่างอื่นประกอบด้วย นอกจากนี้ทางโรงงานแปรรูปได้มีการกักตุนทุเรียนโดยการซื้อล่วงหน้าสำหรับใช้ในโรงงานแปรรูปได้เพียงพอสำหรับ 2 – 3 ปีข้างหน้า โดยเจ้าของโรงงานแปรรูปเชื่อว่าตอนนี้ทุเรียนไทยยังมีอนาคต แต่ในอีก 3 – 4 ปีข้างหน้า ทุเรียนไทยจะเกิดวิกฤตอย่างแน่นอน อันเป็นผลมาจากการกดราคาและการขยายกำลังการผลิตทุเรียนที่เพิ่มสูงขึ้น

ตลาดกลางทุเรียนไทย

การออกแบบตลาดกลางทุเรียนถือว่าเป็นไปได้ยาก เพราะขึ้นอยู่กับปริมาณความต้องการทุเรียน ถ้ายังมีความต้องการทุเรียนสูง ยิ่งจะเกิดตลาดกลางทุเรียนได้เร็ว คุณคมกฤษมองว่าการจัดระเบียบ (Organize) ตลาดกลางทุเรียนเป็นสิ่งสำคัญที่สุด โดยระยะแรกเริ่ม ถ้าตลาดกลางทุเรียนมีการจัดระเบียบที่ดีมาก ๆ มีระบบที่เข้มงวดเกินไป อาจส่งผลไม่ให้เกิดตลาดกลางทุเรียนได้ แต่ในทางกลับกัน ถ้าเริ่มต้นจัดระเบียบตลาดกลางทุเรียนแบบหลวม ๆ แล้วเรียนรู้ไปเรื่อย ๆ ซึ่งอาจได้ผลดีในตอนเริ่มต้น แต่ปัญหาในระยะยาวอาจมีผู้มีอิทธิพลเข้ามาคุม จนส่งผลให้ระบบตลาดกลางทุเรียนตาย แต่ก็ยังมีคนบางส่วนได้ประโยชน์ นอกจากนี้คุณประกิจมองว่าการสร้างตลาดกลางทุเรียนในประเทศไทยจะคล้าย ๆ กับประเทศจีน กล่าวคือ เวลาประเทศจีนจะสร้างตลาดกลางขึ้นมาจะเริ่มจากให้กลุ่มคนที่เป็นตัวขับเคลื่อนของระบบสามารถทำงานได้อย่างอิสระ โดยรัฐบาลจีนจะเฝ้าสังเกตการณ์และเข้าไปจัดการระบบให้เหมาะสมยิ่งขึ้นในภายหลัง

วันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ.2562

หน่วยงาน/ตำแหน่ง บริษัท ไต้ฝุ่น จำกัด

ผู้เข้าร่วมประชุม: คุณ เกียรติศักดิ์ ตั้งเจริญสุทธิชัย

สำหรับเรื่องอนาคตของทุเรียนไทย มองว่าทุเรียนเป็นผลไม้ที่ไม่สามารถคาดการณ์อนาคตในระยะยาวได้ ซึ่งส่วนใหญ่มีการวางแผนในระยะสั้น คือ มีการวางแผนกันปีต่อปีหรือวางแผนกันเดือนต่อเดือน โดยเดือนที่สามารถคาดการณ์ได้ดีที่สุด คือ เดือนกุมภาพันธ์ หลังจากดอกทุเรียนรอบสุดท้ายบานเสร็จแล้ว เพื่อคาดการณ์ว่าทุเรียนจะเป็นไปในทิศทางใด

ผลกระทบต่อผู้ประกอบการคนไทยที่เกิดจากการเข้ามาของผู้ประกอบการจีน พบว่าปัจจุบันผู้ประกอบการชาวไทยที่เคยเป็นพันธมิตรกับเกษตรกรรายใหญ่ได้มีการยกเลิกสัญญากันไปเกือบทั้งหมด โดย

ปล่อยให้เกษตรกรสามารถขายผลผลิตได้อย่างอิสระ ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากผู้ประกอบการไทยไม่สามารถ
ประกอบราคาซื้อทุเรียนให้สูงตลอดไปได้ ประกอบกับผู้ประกอบการชาวจีนไม่ได้มีการกตราคาในการรับซื้อ
ทุเรียน โดยปล่อยให้ราคาทุเรียนขึ้นอยู่กับตลาด และผู้ประกอบการชาวจีนเข้ามาซื้อทุเรียนในราคาที่สูงกว่า
การซื้อขายที่เป็นจริงอย่างมาก เกิดการแย่งซื้อทุเรียนระหว่างผู้ประกอบการไทยและผู้ประกอบการจีน จึง
ส่งผลให้ผู้ประกอบการชาวไทยที่มารับซื้อทุเรียนเสียหายไปหลายราย เกษตรกรมีอำนาจต่อรองด้านราคา ถ้า
ไม่ได้ราคาตามที่ตั้งใจไว้ก็จะไม่ขายผลผลิตให้ รูปแบบการเข้ามาของผู้ประกอบการจีนในช่วงแรกจะเข้ามาทำ
โรงคัดบรรจุ (ล้างเงิน) กันเป็นกลุ่ม พอผ่านไปสักระยะหนึ่ง เริ่มมีเงินทุนจะแยกออกไปทำคนเดียว ปัจจุบันนี้ที่
ทุเรียนมีราคาสูงเพราะเป็นผลมาจากการเข้ามาทำตลาดของพ่อค้าชาวจีน

การคาดการณ์ราคาทุเรียนในอนาคต มองว่ามีโอกาสที่ราคาทุเรียนจะลดลงเหลือกิโลกรัมละ 50 - 60
บาท เนื่องจากมีกำลังซื้อที่ลดลง แต่เกษตรกรยังสามารถทำกำไรได้ ประกอบกับการขยายพื้นที่เพาะปลูก
ทุเรียนเพิ่มมากขึ้นและผลผลิตออกสู่ตลาดพร้อม ๆ กัน ราคาทุเรียนอาจลดลงไปจนถึงกิโลกรัมละ 30 บาท แต่
ปี 2562 มีความโชคดี คือ ทุเรียนค่อย ๆ หายออกสู่ตลาด ปัจจุบันฝีมือการปลูกทุเรียนของเกษตรกรมีความ
หลากหลาย เกษตรกรต้องประสบกับปัญหาสภาพอากาศแปรปรวน ส่งผลให้ผลผลิตทุเรียนได้ในปริมาณลดลง
จากที่เคยผลิตทุเรียนได้ร้อยละ 100 ปัจจุบันผลิตทุเรียนได้แค่ร้อยละ 20 - 30 เท่านั้น ผลิตได้สูงสุดไม่เกินร้อย
ละ 40 ผู้ประกอบการยังกล่าวต่อว่า ปีนี้ทุเรียน “ดับเซียน” ทุกปีเวลาให้สารแก่ต้นทุเรียนเสร็จจะต้องหยุดให้
น้ำเพื่อให้ทุเรียนออกดอก แต่ปีนี้ทุเรียนไม่ออกดอก หลังจากหยุดให้น้ำดอกทุเรียนก็แห้งเลย ไม่สามารถให้
ผลผลิตได้ แต่เกษตรกรที่ทำสวนทุเรียนตามฤดูกาลโดยให้น้ำต้นทุเรียนเต็มที ทุเรียนก็ออกผลผลิตตามปกติ
นอกจากนี้ถ้าเดือนมีนาคมปี 2563 ฝนตก มีโอกาสส่งผลให้ราคาทุเรียนลดลงแน่นอน โดยเกษตรกรยอมตัด
ทุเรียนอ่อนไปขายดีกว่าปล่อยให้ทุเรียนเปื่อยผ่น เพราะทุเรียนอ่อนยังสามารถกินได้ บางส่วนความสุก
ประมาณร้อยละ 70 แต่ถ้าทุเรียนเปื่อยผ่นเนื้อทุเรียนจะไม่สุกและเน่า หรือถ้าต้องการให้สุกจะต้องใช้น้ำยาช่วย
เร่งให้ทุเรียนสุก แต่จะทำให้เนื้อทุเรียนยุ่ย ไม่มีความเหนียว ทุเรียนจะขายไม่ได้ ซึ่งจะคล้ายกับกรณีของลำไย
ทำให้ราคาตก แต่ทุเรียนมีความโชคดีกว่าลำไย คือ สามารถนำไปแช่แข็งได้ ปัจจุบันนี้ราคาทุเรียนแช่แข็งสูงถึง
กิโลกรัมละ 70 - 80 บาท

การขยายพื้นที่เพาะปลูกทุเรียน เกษตรกรเริ่มหันมาปลูกทุเรียนเป็นจำนวนมาก ปลูกกันทุกภูมิภาค
เกือบทุกจังหวัด ถ้าทุเรียนที่กำลังปลูกตอนนี้ได้ผลผลิตดี ในอนาคต 3 - 4 ปีข้างหน้า มีโอกาสที่ทุเรียนจะล้น
ตลาด โดยผลผลิตทุเรียนจะเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าเมื่อเทียบกับปัจจุบันนี้ (ปี 2562) ข้อเสียของทุเรียน คือ เวลา
ผลผลิตออกเยอะ ไม่สามารถแบ่งลำดับการตัดได้หรือไม่สามารถดึงผลทุเรียนออกจากต้นได้เหมือนกรณีของ
ลำไย

วันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ.2562

ผู้เข้าร่วมประชุม: ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าเกษตร

การเข้ามาทำธุรกิจของผู้ประกอบการจีนในปัจจุบันมีความแตกต่างจากสมัยก่อนอย่างมาก คนจีนรุ่นใหม่ที่เข้ามาลงทุนส่วนใหญ่มีเงินทุนมาก และได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลจีนมาเป็นอย่างดี โดยจะแบ่งผู้ประกอบการจีนออกเป็น 2 ลักษณะ คือ คนกลุ่มแรกคือคนจีนที่เข้ามาลงทุนทำโรงคัดบรรจุ (ล้างจีน) แบบโดยตรง ส่วนกลุ่มที่สองจะมาในรูปแบบการแฝงตัวโดยอาศัยการลงทุนผ่านคนไทยให้คนไทยเป็นคนนายหน้าในการรับแขวนป้ายชื่อบริษัท คนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นลูกหลานข้าราชการท้องถิ่นในจีน มีเงินลงทุนมหาศาลเข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทยเพื่ออาศัยช่องว่างในการการฟอกเงิน โดยการทำธุรกิจโรงคัดบรรจุทุเรียนได้รับความนิยมจากคนกลุ่มนี้เป็นจำนวนมาก ไม่ได้สนใจกำไรในรูปตัวเงินมากนัก เน้นสนใจกำไรทางบัญชี การเข้ามาของผู้ประกอบการจีนที่มาลงทุนทำโรงคัดบรรจุ (ล้างจีน) ในประเทศไทย แม้ว่าจะส่งผลดีต่อเกษตรกรชาวสวนทุเรียนที่สามารถขายทุเรียนได้ในราคาที่สูงขึ้น แต่ผู้ที่ได้รับผลกระทบทางลบมากที่สุด คือ โรงคัดบรรจุไทย (ล้างไทย) เนื่องจากผู้ประกอบการจีนมีเงินลงทุนมาก สามารถรับซื้อผลผลิตทุเรียนได้ในราคาสูงกว่าความเป็นจริง

ผู้ประกอบการได้เล่าถึงประสบการณ์ที่ได้มีโอกาสไปลงทุนเปิดร้านขายผลไม้ที่กวางโจว ประเทศจีน โดยเป็นผู้ลงทุนเองทั้งหมด จ้างลูกจ้างคนจีนเป็นผู้ดูแลร้านและดูแลการตลาด กำไรที่ได้มาจากการขายทั้งหมดจะแบ่งให้ลูกจ้างร้อยละ 30 พบว่าการทำธุรกิจในประเทศไทยกับการทำธุรกิจในประเทศจีนมีความแตกต่างกันมาก ไม่ใช่คนไทยสู้คนจีนไม่ไหว แต่เกิดจากต่อสู่ระบบการค้าของประเทศจีนไม่ได้ ผู้ประกอบการจีนมาตั้งบริษัทที่ประเทศไทยก็สามารถนำเข้าได้แล้ว นอกจากนี้ คุณสุวัจ เดชเทวีญ์ดำรง เล่าให้ฟังว่าสมัย 30 ปีที่แล้วได้ไปซื้อผลไม้ที่ประเทศจีนเพื่อจะมาขายในประเทศไทย รัฐบาลท้องถิ่นของจีนใส่ใจมาก อำนวยความสะดวกให้ทุกอย่าง มีการคืนเงินภาษีจากการส่งออก และสามารถยืมเงินมาลงทุนได้โดยไม่เสียอัตราดอกเบี้ย การนำเข้าผลไม้จากประเทศจีนมาขายในประเทศไทยค่อนข้างง่ายมากเมื่อเทียบกับการส่งออกผลไม้จากไทยไปจีน ถ้าต้องการนำเข้าผลไม้ไปยังประเทศจีนจะต้องมีขอโควตาการนำเข้า โดยส่วนใหญ่บริษัทโลจิสติกส์ของจีนจะเป็นผู้ไปขอโควตาการนำเข้า เมื่อต้องการส่งออกผลไม้ไปให้พ่อค้าที่ประเทศจีนจะต้องอาศัยโควตาผ่านทางบริษัทโลจิสติกส์เหล่านี้

ผลกระทบจากการเข้ามาของผู้ประกอบการจีน และบทเรียนของประเทศชิลี จากการค้าขายเชอร์รี่กับจีน คุณสุวัจ เดชเทวีญ์ดำรง คาดการณ์ว่าในอนาคตทุเรียนจะมีปริมาณเพิ่มสูงขึ้นหลายเท่าตัว และสิ่งที่น่ากังวล คือ การเข้ามาทำธุรกิจของผู้ประกอบการจีนที่เพิ่มมากขึ้นเกรงว่าจะประสบปัญหาเหมือนกับประเทศชิลี ที่ผู้ประกอบการจีนพร้อมใจกันไม่รับซื้อเชอร์รี่จากชิลี ถ้าเกษตรกรชิลีต้องการขายเชอร์รี่จะต้องใช้วิธีการฝากขายกับโรงคัดบรรจุ (ล้างจีน) นอกจากนี้การเข้ามาของผู้ประกอบการจีนในประเทศชิลี ส่งผลให้ผู้ประกอบการต่างชาติที่เคยค้าขายเชอร์รี่กับชิลีต้องเลิกการค้ากับประเทศชิลีไปในที่สุด คล้ายกับกรณีลำไยของไทย ที่

เกษตรกรผู้ปลูกลำไยโดนผู้ประกอบการจีนใช้กลยุทธ์ในการมัดจำเงินจำนวนหนึ่งเพื่อต้องการรับซื้อลำไยจากเกษตรกร ถึงเวลาลำไยเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ ผู้ประกอบการจีนจะมากับลำไยในปริมาณที่สามารถขายผลผลิตได้เท่ากับเงินที่ลงทุนมัดจำไป หลังจากนั้นจะรอประมาณ 10 วัน เพื่อเฝ้าสังเกตการณ์ถ้าลำไยให้ผลผลิตดีมีคุณภาพจะตัดไปขาย แต่ถ้าลำไยแก่เกินไปจะปล่อยให้เกษตรกรเป็นผู้รับผิดชอบ สุดท้ายความเสี่ยงตกอยู่ที่เกษตรกรชาวสวนลำไยแต่เพียงผู้เดียว

นอกจากนี้มั่นใจว่าในอนาคตทุเรียนไทยจะไม่มีวันล่มสลายเหมือนกรณีลำไย เหตุผลสำคัญที่ทำให้การค้ำลำไยล่มสลายเนื่องจากคนไทยไม่นิยมบริโภคลำไยแตกต่างกับทุเรียนที่คนไทยนิยมบริโภค ในอนาคตหากเกิดปัญหาไม่สามารถส่งออกทุเรียนไปยังตลาดต่างประเทศได้ การกระตุ้นให้มีการบริโภคทุเรียนภายในประเทศเพิ่มขึ้นจะเป็นกลยุทธ์สำคัญในการระบายผลผลิต สำหรับตลาดไอยรา ที่เป็นศูนย์กลางกระจายผลไม้ไทยนำเข้าและส่งออกต่างประเทศที่มีขนาดใหญ่ ได้มีการจัดกินบุฟเฟต์ทุเรียน เกิดกระแสคนให้ความสนใจมากินบุฟเฟต์จนล้นตลาด เป็นการโฆษณาต่อผู้บริโภคในประเทศและสื่อต่างชาติหันมาให้ความสนใจกับทุเรียนไทย นอกจากนี้ตลาดไอยราได้มีการส่งเสริมให้พ่อค้าแม่ค้าในตลาดขายทุเรียนแบบใหม่ ๆ เช่น มีการแกะเนื้อทุเรียนมาขาย ชีดละ 40 บาท ก็ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคเป็นจำนวนมากเช่นกัน

วันจันทร์ที่ 4 ธันวาคม พ.ศ.2562

หน่วยงาน/ตำแหน่ง: กลุ่มสมาชิก Young Smart Farmer

ปัจจัยเสี่ยงอนาคตทุเรียนไทย

ทางกลุ่ม YSF มีความเห็นว่าปัจจัยเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับอนาคตทุเรียนไทยสามารถ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านแรก คือ การขาดปัจจัยการผลิต โดยปัจจัยการผลิตที่มีแนวโน้มว่าจะขาดแคลนในอนาคต ได้แก่ น้ำ ไฟฟ้า และแรงงาน เนื่องจากในปัจจุบันได้มีการขยายพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนเป็นจำนวนมากทำให้เกิดการแย่งชิงการใช้ปัจจัยการผลิตระหว่างกัน โดยทางกลุ่ม YSF ได้มีการแนะนำเกี่ยวกับการสร้าง Model สำหรับวิเคราะห์พฤติกรรมการณ์ใช้น้ำของกลุ่มไม้ผล และอยากให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้มีการประเมินสถานการณ์ปริมาณน้ำที่มีอยู่สำหรับการใช้เพาะปลูกและดูแลทุเรียนในปัจจุบัน เทียบกับในอนาคตที่มีความเสี่ยงในการขาดแคลนนําน้ำมากน้อยเพียงใด

ด้านที่สอง คือ การพึ่งพาตลาดประเทศจีนมากเกินไป ทางกลุ่ม YSF ได้ให้คำแนะนำว่าเกษตรกรชาวสวนทุเรียนควรลดการพึ่งพาตลาดประเทศจีนเพียงอย่างเดียว ควรมีการพึ่งพาตลาดอื่นบ้าง หรือมีการนำทุเรียนไปแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และเป็นการเพิ่มอำนาจการต่อรองให้กับชาวสวนทุเรียนอีกด้วย แต่ยังติดปัญหาในส่วนของการแปรรูปทุเรียนที่ยังมีอุปสรรคอยู่มาก และประเทศไทยเองขาดในส่วนการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) ด้านการแปรรูปทุเรียนและยังมีข้อจำกัดเกี่ยวกับอุปกรณ์เครื่องจักรและเทคโนโลยีในการแปรรูปที่ยังขาดแคลนและไม่ทันสมัย

ด้านที่สาม คือ ปัญหาการตัดทุเรียนอ่อนส่งขาย ในปัจจุบันประเทศไทยมีกฎหมายเกี่ยวกับการห้ามตัดทุเรียนอ่อนขาย ห้ามรับซื้อทุเรียนอ่อน แต่กฎหมายดังกล่าวยังไม่ประสบความสำเร็จมากนัก ยังขาดการบังคับใช้กฎหมายได้จริง เนื่องจากมีข้อจำกัดบางประการที่ไม่สามารถทำได้ โดยทางกลุ่ม YSF แนะนำควรผลักดันให้สวนทุเรียนทุกแปลงมีการขอมาตรฐาน GAP (Good Agricultural Practices: GAP) ควบคู่กับการการทำให้ระบบ Single Window มีการ Track ทุกสวนเชื่อมโยงระบบข้อมูลเชื่อมโยงกันหมด โดยถ้าสวนทุเรียนแปลงไหนมีการตัดทุเรียนอ่อนส่งออก และประเทศปลายทางมีการแจ้งกลับมาว่าใบมาตรฐาน GAP ของสวนแปลงนี้ส่งทุเรียนอ่อนไปขาย ควรจะตัดสิทธิ์ในการส่งออกปัดไป ซึ่งอาจทำให้ทุกอย่างง่ายต่อการควบคุมมาตรฐานการผลิตทุเรียนไทย

วันที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2562

หน่วยงาน/ตำแหน่ง บริษัท สปีด อินเตอร์ ทรานสปอร์ต จำกัด

ผู้เข้าร่วมประชุม Mr. Yong Wang

โรงคัดบรรจุผลไม้ในพื้นที่จังหวัดจันทบุรีประมาณร้อยละ 90 เป็นของนักลงทุนชาวจีน สำหรับการค้าในประเทศจีน ลักษณะของนักลงทุนชาวจีนที่เป็นผู้นำเข้าจะมีด้วยกัน 2 ประเภทคือ

1. เป็นเฉพาะผู้นำเข้าผลไม้อย่างเดียว
2. ทำหน้าที่ทั้งนำเข้าผลไม้และบริการด้านการขนส่ง

ซึ่งบริษัท Speed เป็นลักษณะที่ 2 สำหรับลูกค้าที่ใช้บริการจะเป็นลูกค้าที่รู้จักกันมาก่อน ในส่วนของเส้นทางที่ใช้ในการขนส่งจะขึ้นอยู่กับลูกค้าอยู่ในพื้นที่ไหนในประเทศจีน ซึ่งตลาดผลไม้ที่ใหญ่ที่สุดของประเทศจีนอยู่ที่ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ และเจ้อเจียง ไม่ใช่ตลาดเจียงหนาน โดยมีเส้นทางหลัก ๆ ที่ทางบริษัทใช้ในการขนส่งผลไม้ คือ R9, R12, และ R3A (ค่าขนส่งรวมทุกอย่างประมาณ 25,000 หยวนต่อคัน) ทั้งนี้ทางบริษัทมีการใช้เส้นทาง R12 ทั้งหมด

ในส่วนของเส้นทาง R12 เป็นเส้นทางที่ผ่านประเทศเวียดนาม จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนรถเป็นรถเวียดนามในส่วนของบริเวณชายแดน สปป. ลาว และเวียดนาม โดยบริษัท Speed มีคู่ค้าที่เป็นบริษัทขนส่งในประเทศเวียดนามด้วย เพื่ออำนวยความสะดวกในข้อนี้ นอกจากเส้นทางทางถนน แล้วทางบริษัทมีการใช้เส้นทางทางขนส่งทางเรือ เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาต้นทุนจากการขนส่งทางบก (กรณีที่มีผลไม้น้อย)

ปัญหาด้านการขนส่งบนเส้นทาง R12 มีปัญหาด้านกฎระเบียบ เนื่องจากด่านนครพนมเป็นเพียงแค่ด่านชั่วคราว ทางผู้ประกอบการจึงอยากให้มีการใช้กฎระเบียบให้ด่านนครพนมเป็นด่านถาวรสามารถดำเนินการออกเอกสารการขนส่งสินค้าได้เลย ไม่ต้องไปขอเอกสารที่ด่านมุกดาหาร (เส้นทาง R9)

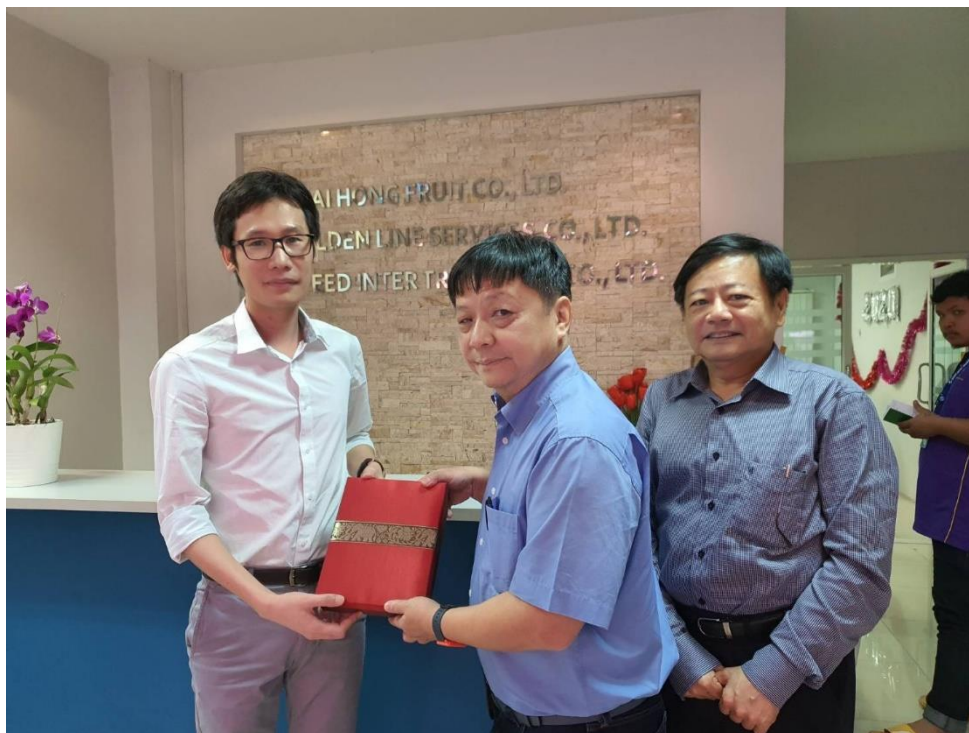
สำหรับบทบาทหน้าที่ของบริษัท Speed ที่ทำหน้าที่ทั้งนำเข้าผลไม้และบริการด้านการขนส่งในประเทศจีน ทางบริษัทจะให้บริการด้านการขนส่งเฉพาะเป็น Shipping เท่านั้น และบริษัทต้องจดทะเบียนเป็น

บริษัทนำเข้าทั้งในส่วนของประเทศไทยและประเทศจีน ซึ่งการจดทะเบียนในลักษณะนี้ของประเทศจีนจะจดทะเบียนในลักษณะของผู้ให้บริการนำเข้า (บริการทางโลจิสติกส์) ด้านการขนส่งในประเทศจีนมีการพัฒนาไปอย่างมาก มีการเริ่มใช้ระบบ Single Window ในการตรวจสอบเอกสารสินค้าบริเวณด่านชายแดนทั้งหมด รวมถึงมีการพัฒนาระบบ Cold Chain

มุมมองของผู้สัมภาษณ์ที่มีต่ออนาคตของทุเรียนไทย ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่า สถานการณ์ของทุเรียนในอนาคตจะไม่ดีและไม่แย่ไปกว่าสถานการณ์ปัจจุบัน และทุเรียนจะไม่เป็นเหมือนกรณีลำไย เนื่องจากทุเรียนจีนยังไม่สามารถเพาะปลูกเองได้ ถึงแม้จะมีการเริ่มทดลองเพาะปลูกในเกาะไหหลำ แต่คุณภาพยังไม่ดี



รูปที่ ก-12 บรรยากาศระหว่างการสัมภาษณ์



รูปที่ ก-13 มอบของที่ระลึก

วันที่ 12 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2562

หน่วยงาน/ตำแหน่ง สมาคมผู้ผลิตไก่เพื่อส่งออกไทย

ผู้เข้าร่วมประชุม คึกฤทธิ์ อารีปกรณ์

คณะกรรมการบริหารไก่เนื้อและผลิตภัณฑ์

โครงสร้างองค์กรมีอธิบดีกรมปศุสัตว์เป็นประธาน และมีเลขาธิการคือ ผู้อำนวยการสำนักนโยบายและแผนกรมปศุสัตว์ ทั้งนี้ยังมีทรงคุณวุฒิด้านต่าง ๆ เช่น

1. ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการผลิต
2. ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการตลาด
3. ผู้ทรงคุณวุฒิด้านสุขภาพสัตว์

อีกทั้งยังมี สมาคมผู้ผลิตไก่เพื่อส่งออกไทย

สำหรับการประชุมคณะกรรมการจะมีการนัดประชุมทุก ๆ 2 เดือน โดยเรื่องที่เข้าในที่ประชุมส่วนมากจะเกี่ยวข้องกับราคาทั้งที่เป็นราคาส่งออกและราคาภายในประเทศ ด้วยเหตุผลที่ไก่เนื้อบริโภคทุกวัน ทำให้มีการประชุมถี่

ข้อได้เปรียบของคณะกรรมการบริหารไก่เนื้อและผลิตภัณฑ์

ข้อดีของคณะกรรมการบริหารไก่เนื้อและผลิตภัณฑ์คือ การที่มีอธิบดีกรมเป็นประธานคณะกรรมการ จะช่วยให้การเสนอเรื่องเข้าที่ประชุมได้รวดเร็วขึ้น อีกทั้งคณะกรรมการบริหารยังเป็นผู้ที่ทำงานในสมาคมคู่กับกรมไปด้วย จึงเป็นการทำงานระหว่างกรมกับสมาคมโดยตรงทำให้สามารถหารือประเด็นปัญหาต่าง ๆ ได้ง่าย นอกจากนี้เมื่อเกิดปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางสมาคมจะเป็นผู้ช่วยเหลือในปัญหาที่เกิดขึ้น (เฉพาะกิจ) ไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านการตลาด การสนับสนุนงบวิจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยเงินที่ใช้ในการสนับสนุนแก้ปัญหาจะเป็นเงินที่เก็บจากสมาชิกสมาคม ทำให้เป็นการไม่พึ่งพิงภาครัฐมากเกินไป และตัวสมาคมสามารถขับเคลื่อนเองได้โดยไม่ต้องหวังพึ่งให้กรมเข้ามาช่วยเหลือตลอด

อีกข้อได้เปรียบของการบริหารคณะกรรมการบริหารไก่เนื้อและผลิตภัณฑ์ที่มีสมาคมผู้ผลิตไก่เนื้อส่งออกประเทศไทยเป็นสมาชิกคือ สมาคมสามารถเข้าไปช่วยจัดการควบคุมคุณภาพและราคาผลิตได้ตั้งแต่ฟาร์ม โรงงาน และการส่งออก โดยแต่ละส่วนจะมีการจัดการดังนี้

- **มาตรฐานโรงไก่ (ฟาร์มไก่)** การตรวจสอบมาตรฐานโรงไก่อจะใช้ตามมาตรฐานของลูกค้าที่สั่งซื้อ โดยมาตรฐานที่ใช้จะเป็นมาตรฐานของ EU เป็นผู้กำหนด นอกจากมาตรฐานตามลูกค้าแล้ว จะมีบริษัทเอกชนให้มาตรฐานโรงไก่ รวมถึงมาตรฐานกรมปศุสัตว์ ซึ่งมาตรฐานนี้จะป้อนรับรองมาตรฐานระหว่างภาครัฐกับภาครัฐด้วยกัน สำหรับค่าใช้จ่ายในการขอใบรับรองมาตรฐานจะมีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการตรวจทางห้องปฏิบัติการ โดยจะเป็นการสุ่มตรวจโรค
- **มาตรฐานโรงงาน** ต้องมีการขอใบรับรองจากกรมปศุสัตว์ มีหมอตระวจประจำโรงงาน ถ้าโรงงานมีการส่งออกต้องมีใบรับรองสำหรับการส่งออก

ผลงานที่โดดเด่น

ผลงานของคณะกรรมการบริหารไก่เนื้อและผลิตภัณฑ์ร่วมกับสมาคมผู้ผลิตไก่เนื้อส่งออกประเทศไทยคือการการแก้ไขปัญหาโรคระบาดและสารตกค้าง โดยเฉพาะสารตกค้างไนโตรฟูราน (Nitrofurans) ซึ่งเริ่มแรกมีการระบาดในกุ้ง และจึงมาตรวจพบในไก่ ส่งผลให้ทุกบริษัทซื้อเครื่องมือที่ใช้ในการตรวจสอบสารตกค้างชนิดนี้ เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว โรงงานจึงได้เข้ามาวางระบบ ควบคุมผู้ผลิต ผู้รับซื้อ ถ้าหากไม่ทำตามมาตรฐานที่โรงงานตั้งไว้จะไม่มีการรับซื้อจากฟาร์ม นั้น (ในกรณีนี้ผู้ซื้อเป็นผู้ออกกฎระเบียบและข้อบังคับในการรับซื้อ) จากเหตุการณ์นี้ทำให้การตรวจสอบไก่เนื้อและผลิตภัณฑ์มีการใช้ระบบการตรวจสอบแบบย้อนกลับ (Traceability) โดยมีการบันทึกการเคลื่อนย้ายลูกไก่ทุกครั้งที่มีการเคลื่อนย้ายจากอีกฟาร์มไปอีกฟาร์ม

จากการวางระบบตรวจสอบและสามารถควบคุมสารตกค้างได้ส่งผลให้คณะกรรมการบริหารไก่เนื้อและผลิตภัณฑ์ร่วมกับสมาคมผู้ผลิตไก่เนื้อส่งออกประเทศไทยสามารถควบคุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานของการผลิตและจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศของไก่เนื้อและผลิตภัณฑ์ได้

ปัจจัยความสำเร็จ

ความสำเร็จของคณะกรรมการบริหารโก๋เนื้อและผลิตภัณฑ์ส่วนหนึ่งอยู่ที่การจัดการของเลขาฯ แต่ก็มีมาจากส่วนอื่นดังนี้

1. สมาคมผู้ผลิตโก๋เนื้อส่งออกประเทศไทยเป็นผู้รับฟังปัญหาจากสมาชิก แล้วส่งตัวแทนเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริหารโก๋เนื้อและผลิตภัณฑ์ ซึ่งบางประเด็นกรมปศุสัตว์อาจจะคำนึงไม่ถึง
2. การแก้ไขปัญหาไม่ได้หวังพึ่งจากภาครัฐมากเกินไป เช่น การแก้ไขปัญหาโรคระบาดไม่สามารถหวังพึ่งจากภาครัฐได้ ต้องมีการไปตรวจสอบโรคระบาดเองที่ชายแดน (จากกรณีของไข้หวัดนก)
3. สามารถควบคุมมาตรฐานของผู้ผลิตและผู้ส่งออกโก๋เนื้อและผลิตภัณฑ์

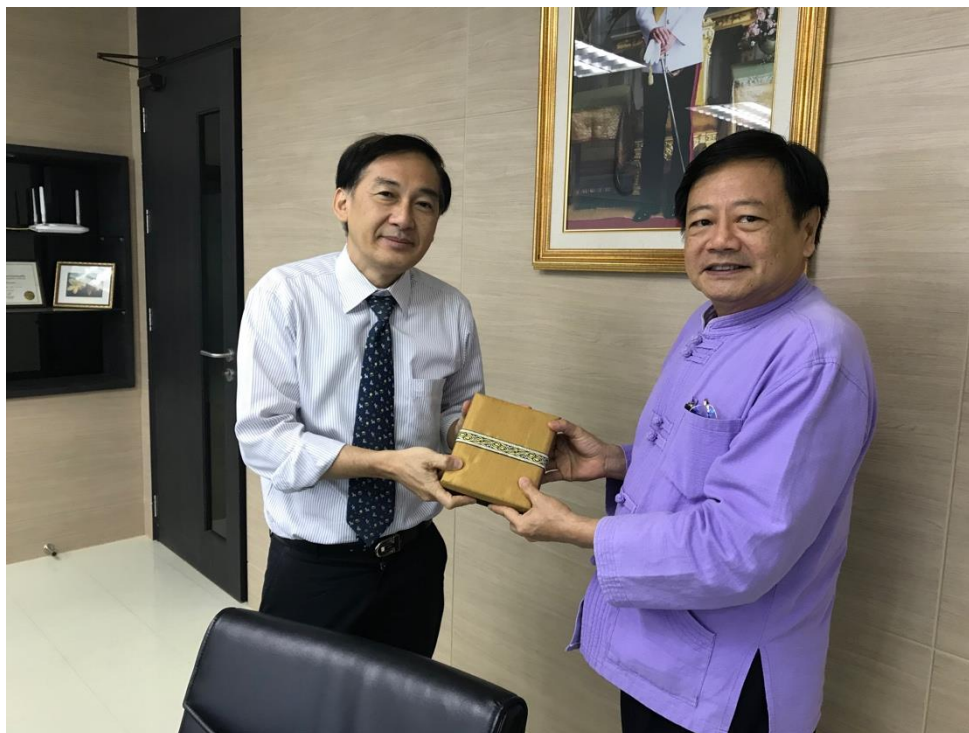
ข้อเสนอแนะในการจัดตั้งและรวมกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกผลไม้ (ทุเรียน)

การจะจัดตั้งคณะกรรมการบริหารทุเรียนให้สำเร็จจำเป็นจะต้องแยกออกจากคณะกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้ ทั้งนี้ในช่วงระยะแรกกรมวิชาการเกษตรต้องเป็นแม่ข่ายในการจัดตั้งคณะกรรมการและขับเคลื่อนการบริหารงาน สำหรับโครงสร้างองค์กรต้องมีการจัดตั้ง ดังนี้

1. อธิบดีกรมวิชาการเกษตรเป็นประธานคณะกรรมการ
2. ต้องมีกรมเข้ามาช่วยด้านการค้าและตลาดในต่างประเทศ เช่น กรมการค้าต่างประเทศ (ทูตพาณิชย์ เพื่อส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ)
3. ให้ สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) หรือ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) หน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งมีอำนาจในการตรวจสอบสารตกค้างเพื่อการส่งออก
4. กำหนดให้มีตัวแทนของสหกรณ์ในแต่ละจังหวัด (ระยอง จันทบุรี ตราด เป็นต้น) เข้าเป็นคณะกรรมการ
5. ตัวแทนชาวสวน
6. ตัวแทนโรงงานแปรรูป
7. ตัวแทนโรงคัดบรรจุ
8. ผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการหรืออาจารย์ประจำมหาวิทยาลัย

เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ เมื่อมีการจัดตั้งคณะกรรมการแล้วควรรีบดำเนินการแก้ไขปัญหาแรงงานในภาคการเกษตร เนื่องจากการตกลงสัญญาว่าจ้างแรงงานต้องมีการเซ็นสัญญาเป็นระยะเวลา 2 ปี แรงงานที่เซ็นสัญญาด้วยจึงจะมีสวัสดิการ แต่ในกรณีของภาคการเกษตร เช่น แรงงานที่ใช้ในการตัดทุเรียน มีระยะเวลาทำงานประมาณ 2-3 เดือนต่อปี สัญญาว่าจ้างมีระยะสั้น ควรให้ตัวแทนคณะกรรมการ หรือ NGO ดำเนินการแก้ไขให้แรงงานภาคการเกษตรที่มีระยะเวลาในการว่าจ้างที่สั้น (ตามฤดูเก็บเกี่ยว) สามารถมีสวัสดิการคุ้มครองเช่นเดียวกับแรงงานในอุตสาหกรรมประเภทอื่น

นอกจากปัญหาด้านแรงงานแล้วคือ ปัญหาด้านมาตรฐานสวน โรงคัดบรรจุ และโรงงานแปรรูป ทุกส่วนต้องได้มาตรฐานตามที่ตกลงกับประเทศผู้ซื้อ และอาจจะมี พ.ร.บ. ควบคุมการเคลื่อนย้ายผล ตันพันธุ์ ของทุเรียน มีการบันทึกการเคลื่อนย้ายแหล่งที่มา (เช่นเดียวกับกรณีการเคลื่อนย้ายลูกไก่จากฟาร์มสู่ฟาร์ม) เพื่อให้สามารถมีระบบตรวจสอบย้อนกลับได้



รูปที่ ก-14 มอบของที่ระลึก

ภาคผนวก ข

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการไปใช้ประโยชน์

กิจกรรม 1

เผยแพร่ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยการถ่ายทอดสดงานเสวนา “อำนาจต่อรองทางการค้ากับอนาคตทุเรียนไทย” ผ่านทาง Facebook Live ที่หน้าเพจของสำนักวิชาทรัพยากรการเกษตร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2563 เวลา 9.00 – 12.30 น.

รับชมย้อนหลังได้ที่ :

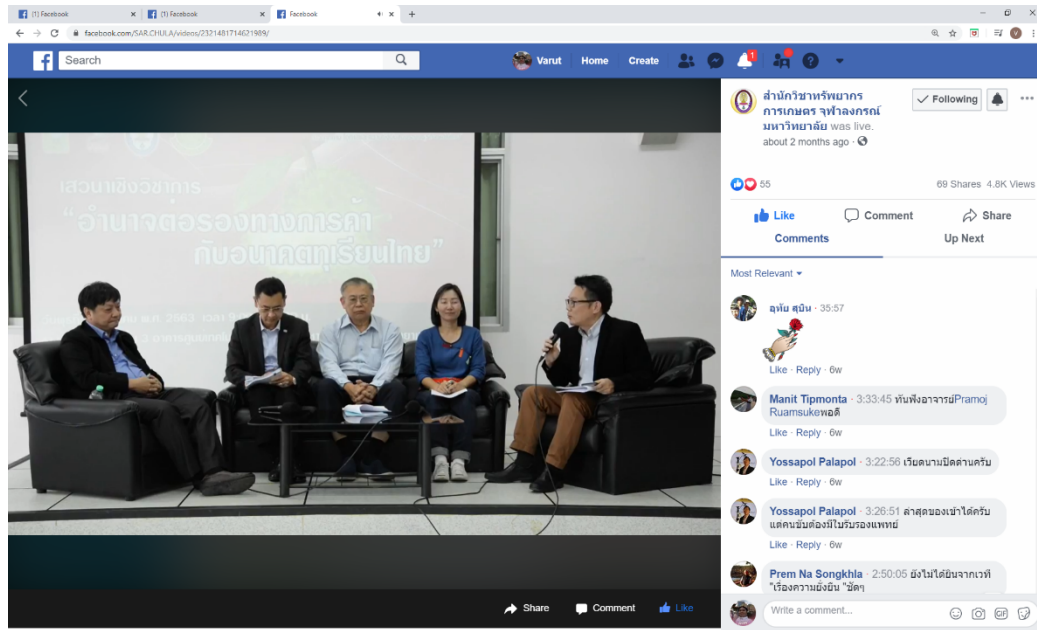
<https://www.facebook.com/1382793238655632/videos/2321481714621989/>

จำนวนการมีส่วนร่วม 1393 ครั้ง มีการแชร์ถ่ายทอดสด 68 ครั้ง (ข้อมูลถึงวันที่ 25 เมษายน 2563)

จังหวัดที่มีผู้ชมมากที่สุด 5 อันดับแรก คือ กรุงเทพมหานคร จันทบุรี น่าน ปทุมธานี ชุมพร



รูปที่ ข-1 กราฟิคสำหรับการถ่ายทอดสด



รูปที่ ข-2 การถ่ายทอดสดผ่านทาง Facebook Live



เสวนาเชิงวิชาการ “อำนาจต่อรองทางการค้า กับอนาคตทุเรียนไทย”



น.สพ. ยุทธ ลิ้มแหลมทอง
อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศและสหกรณ์



คุณศิริกัญญา ตันสกุล
ประธานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจ
สภาผู้แทนราษฎร



คุณดวงพร เวชสิทธิ์
รองประธานแปลงใหญ่มังคุดชาวจังหวัด



ดร.วทีน ยุวนะเดณี
ผู้อำนวยการแผนรองอธิการบดีฝ่ายวิทยาเขตจันทบุรี
มหาวิทยาลัยบูรพา



ดำเนินการเสวนาโดย
ผศ.ดร. ประมวล สุธีจารุวัฒน์
อาจารย์ประจำคณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นำเสนอผลการศึกษาจากโครงการ
การศึกษาผลกระทบของการขยายกิจการของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ :
ภาวะคุณภาพ โอกาสและความยั่งยืนของระบบธุรกิจผลไม้ไทย
โดย คณะผู้วิจัยจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เสวนาเรื่อง “อำนาจต่อรองทางการค้า กับอนาคตทุเรียนไทย”

วันพุธที่ 18 มีนาคม พ.ศ. 2563 เวลา 9:00 – 12:30 น.
ถ่ายทอดสดจาก ห้อง IT 323 ชั้น 3 อาคารศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี



ผู้สนใจ โปรดติดตามผ่านทาง facebook live ที่

Facebook.com/SAR.CHULA

รูปที่ ข-3 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์งานเสวนา

กิจกรรม 2

เผยแพร่ในวารสารเคหการเกษตร ปีที่ 44 ฉบับที่ 4 เดือนเมษายน 2563 หน้า 25 – 26



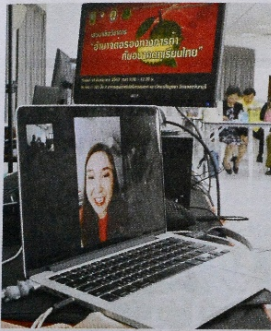
รูปที่ ข-4 หน้าปกวารสารเคหการเกษตร

สามแยกเกษตร

เสวนาเชิงวิชาการ “อำนาจต่อรองทางการค้ากับอนาคตทุเรียนไทย”



△ ผู้เข้าร่วมเสวนา จากคุณดวงพร เวชสิทธิ์ ดร.วศิน ยูวนะเดมีย์ รศ.ดร.สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์ น.สพ.ยุคล ลิ่มแหลมทอง นายปราโมช ร่วมสุข และผศ.ดร.ประมวล สุธีจารูวัฒน



△ Video call กับคุณศิริกัญญา ตันสกุล △ นางสาวอังษาม ประจวบวัน

เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2563 ณ อาคารศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี ได้มีการถ่ายทอดสดนำเสนอผลการศึกษาค้นคว้าโครงการ “กรณีศึกษาผลกระทบของการขยายกิจการของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ต่างชาติ : ภาวะคุกคาม โอกาสและความยั่งยืนของระบบธุรกิจผลไม้ไทย” คณะผู้วิจัยจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และมหาวิทยาลัยบูรพา โดยมี **รศ.ดร.สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์** จากสำนักวิทยบริการการเกษตร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย ซึ่งได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)

ช่วงเสวนาเชิงวิชาการมีผู้เข้าร่วมเสวนาประกอบด้วย

1. น.สพ. ยุคล ลิ่มแหลมทอง อธิบดีกรมการสัตวแพทย์และสัตว์การแพทย์
2. คุณศิริกัญญา ตันสกุล ประธานคณะกรรมการการพัฒนาศูนย์วิจัย สภาผู้แทนราษฎร
3. คุณดวงพร เวชสิทธิ์ รองประธานแปลงใหญ่มังคุดเขาคิชฌกูฏ
4. ดร.วศิน ยูวนะเดมีย์ รักษาการแทนรองอธิการบดีฝ่ายวิทยาเขตจันทบุรี มหาวิทยาลัยบูรพา
5. รศ.ดร.สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์ ผู้อำนวยการแผนงานวิจัยฯ

ผศ.ดร.ประมวล สุธีจารูวัฒน คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้ดำเนินรายการได้ชวนผู้เข้าร่วมเสวนาแลกเปลี่ยนประเด็น “อำนาจต่อรองทางการค้ากับอนาคตทุเรียนไทย”

ข้อสรุปจากการเสวนา คือ การปรับกระบวนการที่ศรัทธาและเชื่อมั่นจากที่เกษตรกรเป็นเพียงช่างทำหลังรอคอยความช่วยเหลือเกษตรกรต้องเป็นผู้จัดการตนเอง ย้ายมาเล่นในตำแหน่งช่างทำหน้า โดยเริ่มต้นจากการรวมกลุ่มเป็นสถาบันเกษตรกร ดำเนินการเชิงธุรกิจครบวงจร การตลาด การผลิต การยกระดับคุณภาพผลผลิต การพัฒนาสินค้าและช่องทางการตลาดใหม่ เพื่อให้เกิดอำนาจต่อรองทางการค้า โดยมีสถาบันการศึกษาในพื้นที่เป็นพี่เลี้ยง และหน่วยงานรัฐเป็นหน่วยสนับสนุนเรื่องกฎหมายและฐานข้อมูล ที่ถูกต้อง แนวคิดนี้มีรูปธรรมใน จ.จันทบุรี ได้มีการเริ่มต้นของกลุ่ม Young Smart Farmer ร่วมกับมหาวิทยาลัยบูรพา และหน่วยงานในจังหวัดมาทำงานร่วมกันเตรียมปรับตัวในช่วงที่

025
เคหการเกษตร
125631

รูปที่ ข-5 บทความจากเคหการเกษตร หน้า 25



รูปที่ ข-6 บทความจากเคหการเกษตร หน้าที 26

ภาคผนวก ค

ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ และกิจกรรมที่ดำเนินการมาและผลที่ได้รับตลอด โครงการ

1. วัตถุประสงค์ของโครงการ

วัตถุประสงค์	ผลการศึกษา
เพื่อประเมินสภาพการณ์ทางการผลิต การค้า และการผลิตที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ตลอดห่วงโซ่อุปทาน และห่วงโซ่คุณค่าของผลไม้ไทย	ทบทวนสถานการณ์ที่ผ่านมาจะครอบคลุม ทูเรียน และมังคุด ซึ่งเป็นผลไม้ส่งออกที่มีความสำคัญใน 3 จังหวัดทางภาคตะวันออกของไทย คือ จังหวัด จันทบุรี ระยอง ตราด ในขณะที่กำลังวิเคราะห์ สถานการณ์ในอนาคตและผลกระทบระยะยาวของ อิทธิพลของโรงคัดบรรจุชาวต่างชาติที่มีต่อเกษตรกร ไทยและผู้ประกอบการไทย จะเลือกใช้ทูเรียนเป็น กรณีศึกษา เนื่องจาก ทูเรียนเป็นผลไม้ที่โรงคัดบรรจุ ชาวต่างชาติเข้ามามีอิทธิพลในห่วงโซ่การค้ามากที่สุด ณ ปัจจุบันนี้ และยังมีแนวโน้มที่จะขยาย อิทธิพลเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะทูเรียนเป็นผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุด และยังมีโอกาสที่จะ เติบโตได้อีกมาก ในการประเมินสถานการณ์ เริ่มต้นด้วยการถอด บทเรียนปรากฏการณ์ที่เกิดกับยางพาราและลำไย ตามด้วยการประเมินแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของ ปัจจัยที่มีนัยสำคัญในกำหนดอนาคตของทูเรียนไทย ทั้งหมด 6 ปัจจัย ซึ่งครอบคลุมปัจจัยที่กระทบอุปสงค์การบริโภคในอนาคต และปัจจัยที่กระทบ อุปทานความสามารถในการรักษาการเพาะปลูก อย่างยั่งยืน
เพื่อคาดการณ์แนวโน้มการขยายอิทธิพลทางการค้า ของล้งจีน	ผลจากการศึกษาแนวโน้ม ได้สร้างภาพอนาคตที่ น่าจะเกิดขึ้นด้วยกันทั้งหมด 4 ภาพ ซึ่งมีระดับของ การขยายอิทธิพลของล้งจีนที่เข้มข้นแตกต่างกันไป
เพื่อศึกษาผลกระทบระยะยาวของล้งจีนต่อห่วงโซ่ อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของผลไม้ไทย	ได้ประเมินผลกระทบระยะยาว โดยยึดกรอบ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable

วัตถุประสงค์	ผลการศึกษา
	Development Goals, SDGs) ของสหประชาชาติ โดยเน้นเป้าหมาย 6 ข้อที่สอดคล้องกับบริบทของทุเรียนไทย เป็นการประเมินผลกระทบที่ครอบคลุมทั้งที่เกิดขึ้นกับเกษตรกรไทย ผู้ประกอบการไทย และสังคมโดยรวม

3. แผนงานของโครงการ

กิจกรรม	ผลที่ได้รับ
สังเคราะห์องค์ความรู้ที่มีอยู่	ได้องค์ความรู้จากเอกสาร บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลและสถิติ ด้วยการทบทวนข้อมูลทุติยภูมิที่เป็นเอกสารและรายงาน ดังได้นำเสนอในบทที่ 2 ของรายงานโครงการย่อยนี้
สำรวจข้อมูลภาคสนามในประเทศ	ได้ทำการสำรวจภาคสนามด้วยแบบสอบถาม เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแรงงานประเภทเครื่องจักรกลทางการเกษตรที่ใช้ การรับรองมาตรฐาน GAP รายได้ของเกษตรกร ช่องทางจัดจำหน่าย ผลผลิต และปัจจัยในการเลือกจำหน่ายให้ถึง. โดยได้นำเสนอรายละเอียดในบทที่ 3 ของรายงานแผนงานวิจัย อีกทั้งยังได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในไทย ซึ่งมีบทสรุปนำเสนอในภาคผนวก ก ของรายงานโครงการนี้
สำรวจข้อมูลภาคสนามในประเทศ เวียดนามและตลาดเจียงหนาน ร่วมกับแผนงานวิจัย	ได้การเดินทางไปสำรวจข้อมูลภาคสนาม ณ กรุงฮานอย ประเทศเวียดนาม นครหนานหนิงและกว่างโจว ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ระหว่างวันที่ 13 พฤษภาคม ถึง วันที่ 18 พฤษภาคม 2562 ได้รวบรวมข้อมูลและความคิดเห็นจากทั้งผู้ประกอบการต่างชาติและเจ้าหน้าที่ของไทยที่เกี่ยวข้อง สรุปการเดินทางสำรวจข้อมูลภาคสนามในต่างประเทศ ได้นำเสนอในภาคผนวก ข ของรายงานแผนงานวิจัย
วิเคราะห์สภาพการณ์ (Scenario Analysis)	ได้ทำการประเมินปัจจัยที่มีนัยสำคัญต่อการกำหนดอนาคตของทุเรียนไทย และได้ภาพอนาคต (Scenarios) 4 ภาพ เพื่อใช้เป็นกรอบในการประเมินผลกระทบระยะยาว ตามที่นำเสนอในบทที่ 3 ของรายงานโครงการนี้

กิจกรรม	ผลที่ได้รับ
สรุปผลกระทบระยะยาว ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ ต่างชาติต่อการค้าผลไม้ไทย	ผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบในระยะยาว ตามกรอบเป้าหมายการ พัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals, SDGs) ของ สหประชาชาติ โดยเน้นเป้าหมาย 6 ข้อที่สอดคล้องกับบริบทของ ทุเรียนไทย เป็นการประเมินผลกระทบที่ครอบคลุมทั้งที่เกิดกับเกษตรกรไทย ผู้ประกอบการไทย และสังคมโดยรวม ตามที่นำเสนอในบทที่ 4 ของ รายงานโครงการนี้
สรุปผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล และจัดทำรายงานการศึกษาฉบับ สมบูรณ์	รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์

กิจกรรม	ผลที่ได้รับ
จัดสัมมนาเพื่อระดมความคิดเห็น และเผยแพร่ผลงานโครงการ ร่วมกับแผนงานวิจัย	ได้มีการจัดประชุมทั้งสิ้น 4 ครั้ง ครั้งแรกเป็นการประชุมสัมมนาแนะนำโครงการ และรวบรวมความคิดเห็นเบื้องต้น จากผู้เข้าร่วมประชุมที่เป็นเกษตรกร ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่าของผลไม้ไทย เมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2562 ณ โรงแรมณิจันทร์รีสอร์ท จังหวัดจันทบุรี โดยได้สรุปผลการประชุมในภาคผนวก ก ของรายงานแผนงานวิจัย ครั้งที่สองเป็นการประชุมระดมความคิดเห็นในรูปแบบ Focus Group เพื่อรวบรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพอนาคตของทุเรียนไทย เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2562 ณ โรงแรมณิจันทร์รีสอร์ท จังหวัดจันทบุรี โดยได้สรุปผลการประชุมในภาคผนวก ค ของรายงานแผนงานวิจัย ครั้งที่สามเป็นการประชุมระดมความคิดเห็นในรูปแบบ Focus Group เพื่อรวบรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพอนาคตของทุเรียนไทย ผลกระทบ และกลยุทธ์และมาตรการสร้างความยั่งยืนให้กับอนาคตของทุเรียนไทย เมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2563 ณ โรงแรมณิจันทร์รีสอร์ท จังหวัดจันทบุรี โดยได้สรุปผลการประชุมในภาคผนวก ง ของรายงานแผนงานวิจัย ครั้งที่สี่ เป็นการนำเสนอร่างผลการศึกษาของแผนงานวิจัย โครงการย่อย 1 และโครงการย่อย 2 ผ่านระบบออนไลน์ เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2563 ณ อาคารศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี โดยได้สรุปผลการนำเสนอในภาคผนวก จ ของรายงานแผนงานวิจัย