



การศึกษาบทบาทของผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ที่มีต่อทุเรียนไทย



สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร
สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
เอกสารวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร เลขที่ 128
กันยายน 2563

BUREAU OF AGRICULTURAL ECONOMIC RESEARCH
OFFICE OF AGRICULTURAL ECONOMICS
MINISTRY OF AGRICULTURE AND COOPERATIVES
AGRICULTURAL ECONOMIC RESEARCH NO. 128
SEPTEMBER 2020

การศึกษาบทบาทของผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ที่มีต่อทุเรียนไทย

โดย

สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

บทคัดย่อ

การศึกษาบทบาทของผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ที่มีต่อทุเรียนไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าทุเรียนไทย ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทุเรียนที่มีต่อเกษตรกรและเศรษฐกิจทุเรียนไทย ศึกษาแนวโน้มจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทุเรียนที่มีต่อเศรษฐกิจทุเรียนไทย และศึกษาปัญหา อุปสรรคต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อผู้ประกอบการทุเรียนและเกษตรกรไทย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในปี 2561 จากการสัมภาษณ์เกษตรกร และโรงคัดบรรจุที่รับซื้อทุเรียนเพื่อการส่งออกในแหล่งผลิตที่สำคัญของภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี ระยอง และตราด และภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดชุมพร สุราษฎร์ธานี และนครศรีธรรมราช

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานประกอบด้วย เกษตรกร ซึ่งเป็นผู้ผลิตทุเรียน และโรงคัดบรรจุ ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร และการกำหนดราคาซื้อ โดยการดำเนินธุรกิจของโรงคัดบรรจุส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบการถือหุ้นร่วมกันระหว่างไทยและต่างชาติ สำหรับการศึกษากิจกรรมห่วงโซ่คุณค่า พบว่า คุณภาพของผลผลิต และการบริหารจัดการภายในโรงคัดบรรจุที่ดี เพื่อให้ผลผลิตมีคุณภาพเมื่อถึงปลายทางจะส่งผลต่อราคาและการเพิ่มมูลค่าให้กับทุเรียน และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค สำหรับการวิเคราะห์ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทุเรียนที่มีต่อเกษตรกร พบว่า ยังส่งผลดีต่อเกษตรกรและมีความพึงพอใจในราคาที่ได้และรายได้ที่ได้รับ ซึ่งการมีโรงคัดบรรจุเข้ามารับซื้อทุเรียนในพื้นที่เป็นจำนวนมาก ส่งผลให้เกษตรกรมีทางเลือกในการขายผลผลิตได้มากขึ้นและสะดวกขึ้น มีตลาดรับซื้อที่แน่นอน ทั้งนี้ ความต้องการของตลาดจีนที่มีมากกว่าปริมาณผลผลิตของไทย ทำให้มีโรงคัดบรรจุเข้ามาแข่งขันการรับซื้อผลผลิตมากขึ้น ส่งผลให้ราคาที่เกษตรกรขายได้ กำไรสุทธิ และรายได้สุทธิของเกษตรกรในช่วงปี 2556 – 2561 เพิ่มขึ้นจากช่วงปี 2550 – 2555 มากกว่าหนึ่งเท่าตัว เมื่อพิจารณาการขายทุเรียนของเกษตรกรตามคุณภาพหรือการคัดแยกเกรดส่งออก ทำให้เกษตรกรได้รับราคาและกำไรสุทธิมากกว่าการขายคละเกรด โดยเกษตรกรภาคตะวันออกจะได้รับราคาและกำไรสุทธิสูงกว่าภาคใต้ทั้งในรูปแบบการขายเหมาสวนหรือการนำผลผลิตไปขายเองที่โรงคัดบรรจุ ซึ่งแสดงถึงคุณภาพและความต้องการของตลาด ทำให้จำหน่ายได้ราคาสูง

สำหรับการวิเคราะห์ผลกระทบต่อเศรษฐกิจทุเรียนไทย โดยใช้แนวคิดการวิเคราะห์ส่วนเหลือการตลาดในปี 2561 พบว่า ภาคตะวันออกมีส่วนเหลือการตลาดกิโลกรัมละ 43.79 บาท แบ่งเป็นต้นทุนการตลาดกิโลกรัมละ 21.21 บาท และกำไรสุทธิกิโลกรัมละ 22.58 บาท ส่วนภาคใต้มีส่วนเหลือการตลาดกิโลกรัมละ 36.45 บาท แบ่งเป็นต้นทุนการตลาดกิโลกรัมละ 22.32 บาท และกำไรสุทธิกิโลกรัมละ 14.13 บาท และเมื่อนำมาวิเคราะห์ผลกระทบต่อเศรษฐกิจเฉพาะผลกำไรสุทธิทั้งหมดในส่วนของโรงคัดบรรจุ พบว่า มีมูลค่า 9,167 ล้านบาท แบ่งเป็นของภาคตะวันออกมีมูลค่า 6,376 ล้านบาท และภาคใต้มีมูลค่า 2,791 ล้านบาท เมื่อนำมาแบ่งสัดส่วนผลกำไรสุทธิระหว่างโรงคัดบรรจุไทย และโรงคัดบรรจุต่างชาติ พบว่า ผลกำไรสุทธิในการดำเนินธุรกิจมีแนวโน้มเป็นของต่างชาติมากกว่าของไทย ตามปริมาณการรับซื้อผลผลิตหรือการลงทุนในธุรกิจร่วมกับโรงคัดบรรจุไทย ซึ่งหากโรงคัดบรรจุของต่างชาติสามารถดำเนินธุรกิจได้เองตลอดห่วงโซ่อุปทานจะทำให้ได้รับผลกำไรมากขึ้น และถ้าโรงคัดบรรจุของไทยมีจำนวนลดลงไปเรื่อยๆ และเป็นเพียงผู้ทำหน้าที่ในการรวบรวมผลผลิตและรับจ้าง

(ค)

บรรจุกัญธัจะทำให้ไทยมีสูญเสียรายได้ในการส่งออกหรือการดำเนินธุรกิจด้วยตนเอง สำหรับการวิเคราะห์กำไรสุทธิของโรงคั้ดบรรจุไทยที่รับจ้างบรรจุกัญธัพบว่า มีมูลค่า 480 – 720 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5.24 – 7.85 ของมูลค่ากำไรสุทธิรวมทั้งหมดของโรงคั้ดบรรจุ ส่วนแนวโน้มจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทุเรียนที่มีต่อเศรษฐกิจทุเรียนไทยในอนาคต คาดว่า จะมีผู้ประกอบการเข้ามาดำเนินธุรกิจทุเรียนมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดปลายทาง พบว่า ปริมาณการนำเข้าทุเรียนของตลาดจีนขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจีนต่อหัวหรือรายได้ต่อหัว โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 0.985 ในทิศทางที่เพิ่มขึ้น โดยสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์การส่งผ่านราคา พบว่า ตลาดขายส่งเจียงหนานสามารถส่งผ่านราคามาถึงเกษตรกรได้ถึงร้อยละ 0.619 และการส่งผ่านราคาระหว่างตลาดขายปลีกที่ห้างสรรพสินค้า ณ นครกว่างโจว มาถึงตลาดขายส่งเจียงหนานสูงถึงร้อยละ 0.880 นอกจากนี้การส่งผ่านราคาจากตลาดขายปลีกมาถึงเกษตรกรได้ร้อยละ 0.880 เช่นเดียวกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ตลาดมีประสิทธิภาพในการส่งผ่านราคาค่อนข้างมาก และยังเกิดการแข่งขันในตลาดสูง

ดังนั้น จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า จีนมีความต้องการนำเข้าทุเรียนจากไทยมาก ตามรายได้ต่อหัวของประชากรที่เพิ่มขึ้น โดยไม่คำนึงถึงราคา ดังนั้นคุณภาพผลผลิตของเกษตรกรจึงเป็นสิ่งสำคัญในการรักษาตลาดและสร้างความเชื่อมั่นให้กับทุเรียนไทยในตลาดจีน เกษตรกรควรผลิตทุเรียนคุณภาพและตัดทุเรียนในช่วงอายุเก็บเกี่ยวที่เหมาะสม เพื่อไม่ให้มีทุเรียนอ่อนออกสู่ตลาด ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อตลาดในอนาคตได้ สำหรับโรงคั้ดบรรจุควรมีความเข้มงวดในการคัดคุณภาพก่อนการส่งออกให้ได้มาตรฐานของประเทศคู่ค้ากำหนด และภาครัฐควรมีมาตรการส่งเสริมการลงทุนร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการไทยและผู้ประกอบการจีน เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งกำไรให้กับผู้ประกอบการไทย ควรมีการจัดทำฐานข้อมูลของโรงคั้ดบรรจุในการแยกประเภทการประกอบธุรกิจเพื่อเป็นประโยชน์ในการบริหารจัดการและวางแผนด้านการตลาด รวมถึงการอำนวยความสะดวกทางการค้าต่างๆ ทั้งด้านแรงงาน กฎระเบียบมาตรฐานการส่งออก และการขนส่งของภาครัฐ เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อเกษตรกรและการส่งออกทุเรียนไทยในอนาคต

คำสำคัญ: ทุเรียน ห่วงโซ่อุปทาน ห่วงโซ่คุณค่า ผู้ประกอบการ

Abstract

The study on the role of entrepreneurs on durian business in Thailand aimed at scrutinizing supply chain and value chain of durian and the economic impacts of entrepreneurial management on farmers and durian industry in Thailand as well as inspecting problems and impediments on entrepreneurs and Thai farmers. The data collection was acquired in 2018 from farmers and entrepreneurs of packinghouse where located in the East: Chanthaburi, Rayong, and Trat and the South: Chumphon, Surat Thani and Nakhon Si Thammarat.

The empirical result stated the key actors in supply chain were farmers who were durian producer and packinghouse who were purchaser and price setter. Hence, the packinghouse business was corporate shareholder between Thai and foreigners. The study on value chain indicated that the quality of durian and the meticulous operation of packinghouse have influenced on price and value added and value creation on Thai durian. The discriminant analysis of packinghouse operation on Thai farmers depicted the positive impact in relation to price and income satisfaction on Thai farmers. Moreover, the numerous availabilities of packinghouse have undoubtedly affected on farmers in respect of varied market channels and precise target market. The demand for durian in China was greater than the supply of Thai durian, as a result, the farmgate price, profit margin and income of Thai farmers between 2013 – 2018 had been more than doubled compared with those during 2007 – 2012. Having considered the sale of quality or the grading of durians for exports, it was obvious that farmers have obtained higher price and profit than selling mixed-grading durians. For instance, the farmers in the East earned substantially much more price and profit than farmers in the South either selling by auction or delivering at sorting house.

The investigation of economic impact of entrepreneurial conducted on Thai durians found that the market margin amounted to 43.79 baht/kg in the East, comprising marketing costs of 21.21 baht/kg and total profits of 22.58 baht/kg. In the South, the market margin amounted to 36.45 baht/kg which consisted of marketing costs of 22.32 baht/kg and total profits of 14.13 baht/kg. For packinghouse business, the total profit was 9,167 million baht which comprised of 6,376 million baht in the East and 2,791 million baht in the South. The profound investigation revealed that the profit margin possibly pertained to foreigner rather than Thai entrepreneur, depending on quantity of durian or the contribution in the packinghouse business, alternately stated if wholly foreign-owned packinghouses have conducted throughout the supply chain, they would gain more profit. In worse case, if Thai-owned packinghouse was significantly declined and only acted as collection center

and hired-packer, Thai would probably lose of exporting income. The financial analysis of packinghouse pointed out that the profit margin of packinghouse was equivalent to 480 – 720 million baht, a 5.24 – 7.85 percent of total profit of packinghouse. Myriad durian enterprises would enter to durian industry in order to meet the increment of demand for durian in China. The import of durian in China market would depend on the China Gross Domestic Product (GDP), with an elasticity of 0.985. This was associated with the price transmission. The study indicated that changes of durian price in Jiangnan were horizontally transmitted on price at farmgate in Thailand on average increase in the price level by 0.619 percent. Accordingly, changes in the price on retail market at modern trade in Guangzhou were horizontally transmitted in the price on wholesale market at Jiangnan on average increase in the price by 0.880 percent, which were the same figure as the price transmission between retail market in China and the farmgate in Thailand. This demonstrated the efficiency and the high competency of the durian market.

Therefore, the research suggested that demand for durian in China was remarkably high depending on China Per Capita Income, regardless of price; as a result, the quality of durian was remarkably important for preserving market share. Thai farmers should produce and harvest mature durians. For the packinghouse, entrepreneurs should vigorously qualify durian to meet the standard of importing countries and government should advocate investment between Thai and Chinese entrepreneurs for raising the profit sharing of Thai entrepreneurs. The database of packinghouse should be categorized by type of business in order to support management and market planning and facilitate trade such as labor, law and regulation and transportation for protecting farmers in the future.

Keywords: Durian, Supply Chain, Value Chain, Entrepreneur

คำนำ

การศึกษาบทบาทของผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ที่มีต่อทุเรียนไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าทุเรียนไทย ผลกระทบจากการทำธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีต่อเกษตรกรและเศรษฐกิจทุเรียนไทย โดยวิเคราะห์ลักษณะการดำเนินงาน รูปแบบการบริหารจัดการของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุทุเรียน วิเคราะห์ส่วนเหลือการตลาด และสัดส่วนของกำไรตามทุนของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุที่เป็นของคนไทย และต่างชาติ ซึ่งส่งผลต่อเกษตรกรและระบบเศรษฐกิจ และแนวโน้มในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทุเรียนที่มีต่อเศรษฐกิจทุเรียนไทย ตลอดจนศึกษาปัญหา อุปสรรคต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อผู้ประกอบการทุเรียนและเกษตรกรไทย เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการจัดทำนโยบาย มาตรการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการให้มีความเหมาะสมและยั่งยืนให้กับเกษตรกรไทย

สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ขอขอบคุณเกษตรกรทุกท่านที่ให้ข้อมูลเป็นอย่างดี รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูล และการติดต่อประสานงานกับผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุในพื้นที่ นอกจากนี้ ขอขอบคุณคณะกรรมการพิจารณาโครงการวิจัย สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ให้ความอนุเคราะห์ช่วยเหลือและชี้แนะด้านวิชาการ จนทำให้เอกสารวิจัยเรื่องนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี

ส่วนวิจัยเศรษฐกิจพืชสวน

ส่วนวิจัยเศรษฐกิจสังคมครัวเรือนและสถาบันเกษตรกร

สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร

กันยายน 2563

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(ข)
Abstract	(ง)
คำนำ	(ฉ)
สารบัญตาราง	(ช)
สารบัญตารางผนวก	(ฌ)
สารบัญภาพ	(ญ)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญของการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
1.5 วิธีการวิจัย	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร แนวคิดและทฤษฎี	7
2.1 การตรวจเอกสาร	7
2.2 แนวคิดและทฤษฎี	10
บทที่ 3 ข้อมูลทั่วไป	21
3.1 การผลิตและการตลาดทุเรียนของไทย	21
3.2 สถานการณ์การผลิตและการตลาดของเกษตรกรภาคตะวันออกและภาคใต้	34
3.3 บทบาทของสหกรณ์การเกษตรในการรับซื้อทุเรียนจากเกษตรกร	40
3.4 สถานการณ์การรับซื้อและการขายทุเรียนของโรงคัดบรรจุ	43
บทที่ 4 ผลการวิจัย	59
4.1 ห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าทุเรียนของไทย	59
4.2 ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทุเรียนที่มีต่อเกษตรกร และเศรษฐกิจทุเรียนไทย	77
4.3 แนวโน้มจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทุเรียนที่มีต่อเศรษฐกิจทุเรียนไทย	95
4.4 ปัญหา อุปสรรคที่มีผลกระทบต่อผู้ประกอบการทุเรียนและเกษตรกรไทย	100
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	105
5.1 สรุป	105
5.2 ข้อเสนอแนะ	108
บรรณานุกรม	113

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก	117
ภาคผนวกที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์การนำเข้าทุเรียนไทยของจีน	119
ภาคผนวกที่ 2 การวัดความถูกต้องของการพยากรณ์	121
ภาคผนวกที่ 3 ผลการประมาณค่าการวิเคราะห์การส่งผ่านราคา	123
ภาคผนวกที่ 4 แบบสอบถามเกษตรกร/กลุ่มเกษตรกร	125
ภาคผนวกที่ 5 แบบสอบถามสหกรณ์การเกษตร	127
ภาคผนวกที่ 6 แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการในส่วนของการบริหารจัดการ ห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่า	129
ภาคผนวกที่ 7 แบบสอบถามด้านค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุทุเรียน	133

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 2.1	กิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน	13
ตารางที่ 3.1	เนื้อที่ให้ผล ผลผลิต ผลผลิตต่อไร่ทุเรียนทั้งประเทศ ปี 2557 - 2561	21
ตารางที่ 3.2	เนื้อที่ให้ผลทุเรียนภาคตะวันออกและภาคใต้ ปี 2557 - 2561	22
ตารางที่ 3.3	ผลผลิตทุเรียนภาคตะวันออกและภาคใต้ ปี 2557 - 2561	23
ตารางที่ 3.4	จำนวนครัวเรือนเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียน ปี 2557 - 2561	24
ตารางที่ 3.5	การจดทะเบียนรับรองแหล่งผลิตพีช (GAP) ทุเรียนทั้งประเทศ ปี 2562	25
ตารางที่ 3.6	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนสดของไทยแยกตามประเทศคู่ค้า 10 อันดับแรกปี 2557 - 2561	33
ตารางที่ 3.7	กลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียนภาคตะวันออก ปี 2562	34
ตารางที่ 3.8	กลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียนภาคใต้ ปี 2562	37
ตารางที่ 3.9	การรวบรวมผลไม้ออกของสหกรณ์การเกษตร ปี 2562	40
ตารางที่ 3.10	สหกรณ์การเกษตรที่มีการรวบรวมทุเรียนของภาคตะวันออกและภาคใต้ ปี 2562	41
ตารางที่ 3.11	ช่องทางการจำหน่ายทุเรียนของสหกรณ์การเกษตร ปี 2562	42
ตารางที่ 3.12	ข้อมูลผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ และจุดรวบรวมผลไม้ แหล่งผลิตสินค้าเกษตรสำคัญใน 7 จังหวัดปี 2562	47
ตารางที่ 3.13	ประเภทการจดทะเบียนของโรงคัดบรรจุ ปี 2562	47
ตารางที่ 3.14	จำนวนโรงคัดบรรจุผลไม้ส่งออกไปจีน ปี 2562	48
ตารางที่ 3.15	จำนวนโรงคัดบรรจุทุเรียนปี 2561 - 2562	49
ตารางที่ 3.16	ขนาดของโรงคัดบรรจุทุเรียน	49
ตารางที่ 3.17	โครงสร้างแรงงานภาคตะวันออก	56
ตารางที่ 3.18	โครงสร้างแรงงานภาคใต้	57
ตารางที่ 4.1	ผลผลิต ราคาที่เกษตรกรขายได้ กำไรสุทธิ และรายได้สุทธิของเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียน ภาคตะวันออกในช่วงปี 2550 - 2555 และปี 2556 - 2561	79
ตารางที่ 4.2	ผลผลิต ราคาที่เกษตรกรขายได้ กำไรสุทธิ และรายได้สุทธิของเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียน ภาคใต้ในช่วงปี 2550 - 2555 และปี 2556 - 2561	81
ตารางที่ 4.3	ราคาที่เกษตรกรขายได้ และกำไรสุทธิของเกษตรกรแยกตามรูปแบบการขาย ปี 2561	83
ตารางที่ 4.4	ส่วนเหลืออมและค่าใช้จ่ายทางการตลาดของการจำหน่ายทุเรียนสด ภาคตะวันออก ปี 2561	87
ตารางที่ 4.5	มูลค่าส่วนเหลืออมและค่าใช้จ่ายทางการตลาดของการจำหน่ายทุเรียนสด ภาคตะวันออก ปี 2561	88

(ญ)

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.6	ส่วนแบ่งกำไรจากการประกอบธุรกิจส่งออกทุเรียนของภาคตะวันออกทั้งหมด	89
ตารางที่ 4.7	ส่วนเหลือและค่าใช้จ่ายทางการตลาดของการจำหน่ายทุเรียนสดภาคใต้ ปี 2561	90
ตารางที่ 4.8	มูลค่าส่วนเหลือและค่าใช้จ่ายทางการตลาดของการจำหน่ายทุเรียนสดภาคใต้ ปี 2561	91
ตารางที่ 4.9	ส่วนแบ่งกำไรจากการประกอบธุรกิจส่งออกทุเรียนของภาคใต้ทั้งหมด	92
ตารางที่ 4.10	มูลค่าและกำไรสุทธิในการประกอบธุรกิจทุเรียน	93
ตารางที่ 4.11	มูลค่ากำไรสุทธิของโรงคัดบรรจุทุเรียนแยกราชภาคและโรงคัดบรรจุที่รับจ้างบรรจุภัณฑ์ (Packing)	94
ตารางที่ 4.12	การพยากรณ์การนำเข้าทุเรียนไทยของจีนและผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศจีนต่อหัวในอีก 5 ปีข้างหน้า (ปี 2562 – 2566)	97

(๘)

สารบัญตารางผนวก

	หน้า
ตารางผนวกที่ 2.1 ค่าสถิติของการพยากรณ์ปริมาณการนำเข้าทุเรียนไทยของจีน (ปี 2562 – 2566)	121
ตารางผนวกที่ 2.2 ค่าสถิติของการพยากรณ์ราคาที่เกษตรกรขายได้ (ปี 2562 – 2566)	121

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 2.1	โซ่อุปทานสินค้าเกษตร	12
ภาพที่ 2.2	ปัจจัยพื้นฐานของห่วงโซ่คุณค่าของ Michael E. Porter	14
ภาพที่ 2.3	ส่วนประกอบของผู้ที่เกี่ยวข้องในส่วนเชื่อมการตลาดผลไม้	16
ภาพที่ 2.4	กรอบแนวคิดการวิจัย	20
ภาพที่ 3.1	ผลผลิตทุเรียนรายเดือนของภาคตะวันออก 3 จังหวัด และภาคใต้ 3 จังหวัด ปี 2561	24
ภาพที่ 3.2	ขั้นตอนการส่งออกทุเรียนสดไปสาธารณรัฐประชาชนจีน	26
ภาพที่ 3.3	โครงสร้างสินค้าทุเรียนของไทย	27
ภาพที่ 3.4	วิธีการตลาดทุเรียนภาคตะวันออก ปี 2562	28
ภาพที่ 3.5	วิธีการตลาดทุเรียนภาคใต้ ปี 2562	30
ภาพที่ 3.6	ผลผลิต และราคาที่เกี่ยวข้องที่เกษตรกรขายได้ ปี 2552 – 2561	31
ภาพที่ 3.7	กระบวนการบริหารจัดการภายในโรงคัดบรรจุทุเรียน	53
ภาพที่ 3.8	การบริหารจัดการทุเรียนของโรงคัดบรรจุ	54
ภาพที่ 4.1	ห่วงโซ่อุปทานทุเรียนไทย	59
ภาพที่ 4.2	กิจกรรมภายใต้ห่วงโซ่อุปทานทุเรียนไทย	60
ภาพที่ 4.3	ห่วงโซ่อุปทานทุเรียนของเกษตรกร	62
ภาพที่ 4.4	ห่วงโซ่คุณค่าของเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียน (Value Chain)	66
ภาพที่ 4.5	ห่วงโซ่อุปทานทุเรียนของสหกรณ์การเกษตร	67
ภาพที่ 4.6	ห่วงโซ่คุณค่าของสหกรณ์การเกษตรที่รวบรวมทุเรียน (Value Chain)	69
ภาพที่ 4.7	ห่วงโซ่อุปทานของโรงคัดบรรจุ	71
ภาพที่ 4.8	ห่วงโซ่คุณค่าการประกอบธุรกิจโรงคัดบรรจุทุเรียน (Value Chain)	74
ภาพที่ 4.9	ห่วงโซ่คุณค่าการประกอบธุรกิจในตลาดจีน (Value Chain)	77

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของการวิจัย

ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกผลไม้เมืองร้อนที่สำคัญของโลก ซึ่งมีการผลิตผลไม้ในเชิงเศรษฐกิจ เช่น ทุเรียน มังคุด ลำไย ลิ้นจี่ และมะม่วง เป็นต้น โดยในปี 2560 มีมูลค่าการส่งออกผลไม้และผลิตภัณฑ์จำนวน 76,542 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 13 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรทั้งหมด (ไม่รวมสินค้าปศุสัตว์และประมง) (สำนักปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2561) ทั้งนี้ ไทยสามารถผลิตและส่งออกทุเรียนได้เป็นอันดับ 1 ของโลก โดยมูลค่าการส่งออกทุเรียนในช่วงปี 2556 – 2560 มีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.94 ต่อปี และปี 2560 มีมูลค่าการส่งออกทุเรียนและผลิตภัณฑ์รวม 24,846 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 32 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้และผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของไทย (กรมศุลกากร, 2561) ซึ่งแบ่งเป็นการส่งออกทุเรียนสด 22,022 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 88 ของมูลค่าการส่งออกทุเรียนทั้งหมด โดยมีตลาดหลักคือ จีน ส่วนที่เหลือเป็นการส่งออกทุเรียนแช่แข็ง ทุเรียนอบแห้ง และทุเรียนกวน ทั้งนี้ การปลูกผลไม้ในเชิงเศรษฐกิจนอกจากจะสร้างรายได้เข้าประเทศแล้ว ยังเป็นการสร้างอาชีพและรายได้ให้กับเกษตรกรจำนวนมาก โดยในปี 2560 มีครัวเรือนเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียน 130,060 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 21 ของจำนวนเกษตรกรผู้ปลูกผลไม้เศรษฐกิจทั้งประเทศจำนวน 633,707 ครัวเรือน (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2562) ดังนั้น การกำหนดมาตรการนโยบายต่างๆ รวมทั้งการประกอบธุรกิจหรือการดำเนินการด้านการค้าและการส่งออกทุเรียนย่อมส่งผลกระทบต่อเกษตรกร

ในช่วงก่อนปี 2550 ไทยผลิตทุเรียนเพื่อบริโภคภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ มีการส่งออกน้อยกว่าร้อยละ 30 ของปริมาณผลผลิตทั้งหมด โดยรูปแบบการซื้อขายทุเรียนของเกษตรกรส่วนใหญ่จะเก็บเกี่ยวขายเองให้กับพ่อค้ารับซื้อในท้องถิ่น หรือพ่อค้ารวบรวม ตลาดกลาง สถาบันเกษตรกร และผู้ส่งออก แล้วส่งต่อไปยังตลาดกลางขายส่งเพื่อกระจายผลผลิตภายในประเทศ และต่างประเทศ โดยราคาที่เกษตรกรขายได้เป็นไปตามกลไกตลาดปกติ เฉลี่ยไม่เกิน 25 บาทต่อกิโลกรัม แต่หลังจากปี 2555 เป็นต้นมา เริ่มมีโรงคัดบรรจุทุเรียน (ล้าง) เพื่อส่งออกเข้ามารับซื้อทุเรียนมากขึ้น โดยมีทั้งโรงคัดบรรจุของคนไทย โรงคัดบรรจุของคนจีน และโรงคัดบรรจุเวียดนามเข้ามาดำเนินการตั้งจุดรับซื้อในแหล่งผลิต และได้มีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เพื่อสนองความต้องการของตลาดปลายทาง ทำให้การส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 70 ของปริมาณผลผลิตทุเรียนทั้งหมด ซึ่งจากจำนวนโรงคัดบรรจุที่เพิ่มขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันการรับซื้อทุเรียนส่งผลให้ราคาที่เกษตรกรขายได้ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงปี 2556 - 2560 ราคาที่เกษตรกรขายได้เฉลี่ยกิโลกรัมละ 52 บาท และในปี 2561 ราคาที่เกษตรกรขายได้เฉลี่ยกิโลกรัมละ 78 บาท (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2562) ทำให้รูปแบบการซื้อขายทุเรียนในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไป โดยเกษตรกรนิยมขายทุเรียนแบบเหมาสวนให้กับโรงคัดบรรจุมากขึ้น มีการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า โดยผ่านนายหน้ารับซื้อหรือผู้รวบรวม มีการตกลงราคาซื้อขายตั้งแต่ช่วงก่อนที่ผลผลิตจะออกสู่ตลาดจากนั้นนำแรงงานมาเก็บเกี่ยว ซึ่งวิธีดังกล่าวช่วยลดภาระให้กับเกษตรกรในการจ้างแรงงานเก็บเกี่ยวและขนส่ง เนื่องจากขาดแคลนแรงงานในการเก็บเกี่ยวและค่าจ้างแรงงานมีแนวโน้มสูงขึ้น ประกอบกับอายุของเกษตรกรมีแนวโน้มมากขึ้น

ปัจจุบันโรงคัดบรรจุที่ได้รับการรับรองมาตรฐานโรงงานผลิตสินค้าพืช (Good Manufacturing Practice: GMP) มีมากกว่า 100 ราย ซึ่งบางแห่งรับซื้อผลผลิตและส่งออกทั้งปี โดยดำเนินการตั้งจุดรับซื้อทั้งในภาคตะวันออกและภาคใต้ สำหรับการดำเนินธุรกิจและบริหารจัดการมีทั้งโรงคัดบรรจุที่เป็นผู้ประกอบการไทย ผู้ประกอบการจีน และผู้ประกอบการไทยถือหุ้นร่วมกับผู้ประกอบการจีนโดยจ้างคนไทยดำเนินการบรรจุภัณฑ์ (Packing) หรือดำเนินการแทน ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบการถือหุ้นร่วมกันและบริหารจัดการส่งออกโดยผู้ประกอบการจีน และมีแนวโน้มผูกขาดการรับซื้อมากขึ้น โดยมีการเข้าไปติดต่อสวนเพื่อทำสัญญาตกลงซื้อขายกับเกษตรกรด้วยตนเองและมีการบริหารจัดการเองตั้งแต่ต้นทางจนกระทั่งถึงปลายทาง นอกจากนี้ ยังเป็นผู้มีบทบาทในการกำหนดราคาซื้อ โดยอ้างอิงราคาในตลาดปลายทางเป็นหลัก

อย่างไรก็ตาม จากการแข่งขันการรับซื้อของโรงคัดบรรจุเพื่อส่งออกในระยะแรกพบว่า ส่งผลดีต่อเกษตรกร โดยทำให้ราคาทุเรียนที่เกษตรกรขายได้เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งการดำเนินงานลักษณะนี้ในระยะยาวอาจทำให้การผลิตและการตลาดของสินค้าทุเรียนไทยมีความเสี่ยง เนื่องจากอำนาจต่อรองอยู่ที่โรงคัดบรรจุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากความต้องการในการรับซื้อทุเรียนในอนาคตลดลงหรือตลาดจีนลดการนำเข้าทุเรียนจากไทย เนื่องจากประเทศอื่นๆ สามารถผลิตและส่งออกไปจีนได้เช่นเดียวกัน อาทิ เวียดนาม และมาเลเซีย รวมทั้งเกษตรกรมีแนวโน้มขยายเนื้อที่ปลูกมากขึ้นเพราะราคาทุเรียนอยู่ในเกณฑ์ดีมาหลายปี อาจทำให้เกิดปัญหาผลผลิตเกินความต้องการของตลาด และหากยังไม่มีตลาดอื่นรองรับผลผลิตจะส่งผลให้มีปัญหาราคาตกต่ำตามมา ประกอบกับการเข้ามาประกอบธุรกิจร่วมทุนผลไม้แบบครบวงจรของคนต่างชาติ ซึ่งคาดว่าจะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและการดำเนินธุรกิจผลไม้ของไทยโดยรวม รวมถึงมีผลกระทบโดยตรงต่อเกษตรกรผู้ปลูกผลไม้ของไทย

ทั้งนี้ จากปัญหาดังกล่าวสำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร จึงได้ทำการศึกษาบทบาทของผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ที่มีต่อทุเรียนไทย เพื่อศึกษาห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของทุเรียน ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีต่อเกษตรกรและเศรษฐกิจทุเรียนไทย ศึกษาแนวโน้มจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทุเรียนที่มีต่อเศรษฐกิจทุเรียนไทย รวมทั้งปัญหา อุปสรรค และให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาด้านการผลิตและการค้าสินค้าทุเรียนของเกษตรกรอย่างยั่งยืนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 ศึกษาห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าทุเรียนไทย
- 1.2.2 ศึกษาผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทุเรียนที่มีต่อเกษตรกร และเศรษฐกิจทุเรียนไทย
- 1.2.3 ศึกษาแนวโน้มจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทุเรียนที่มีต่อเศรษฐกิจทุเรียนไทย
- 1.2.4 ศึกษาปัญหา อุปสรรคที่มีผลกระทบต่อผู้ประกอบการทุเรียนและเกษตรกรไทย

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 เก็บรวบรวม สัมภาษณ์ และวิเคราะห์ข้อมูลของเกษตรกร สถาบันเกษตรกร และผู้ประกอบการ องค์กรธุรกิจที่รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรในปี 2561

1.3.2 พื้นที่ที่ทำการศึกษาในภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี ระยอง และตราด โดยมีผลผลิตคิดเป็นร้อยละ 53.12 ของผลผลิตทั้งประเทศ และภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดชุมพร สุราษฎร์ธานี และนครศรีธรรมราช มีผลผลิตคิดเป็นร้อยละ 27.99 รวมสองภาคคิดเป็นร้อยละ 81.11 ของผลผลิตทั้งประเทศ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีผลผลิตทุเรียน และมีองค์กรธุรกิจที่ตั้งอยู่มากที่สุด

1.3.3 ขอบเขตข้อมูลพยากรณ์ คือ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

1) ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์อุปสงค์การนำเข้าทุเรียนไทยของจีน การพยากรณ์ปริมาณการนำเข้าทุเรียนของจีน และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศจีนต่อหัว อีก 5 ปีข้างหน้า โดยใช้ข้อมูลรายปี ตั้งแต่ปี 2543 – 2561

2) ข้อมูลในการวิเคราะห์การส่งผ่านราคาทุเรียนใช้ข้อมูลรายเดือนตั้งแต่ปี 2555 – 2561

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

องค์กรธุรกิจ หรือ ล้ง หมายถึง พ่อค้าคนกลาง ซึ่งมีทั้งพ่อค้าชาวไทย จีน เวียดนาม และอื่นๆ ที่ดำเนินธุรกิจจัดตั้งองค์กรธุรกิจเพื่อรับซื้อผลไม้ หรือพืชผลทางการเกษตรเพื่อการส่งออก โดยคำเรียกที่เป็นทางการของล้งผลไม้คือองค์กรธุรกิจผลไม้ โดยมีผู้ประกอบการหรือตัวแทนเป็นผู้ดำเนินธุรกิจในการจัดหาผลผลิต จัดการผลผลิตก่อนการส่งออก เช่น คัดเกรด บรรจุภัณฑ์ ขึ้นตู้คอนเทนเนอร์ และส่งออก ดังนั้น ผลการศึกษาฉบับนี้ เรียกผู้ดำเนินธุรกิจรวบรวมหรือรับซื้อทุเรียนเพื่อการส่งออกว่า “องค์กรธุรกิจ”

มาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับพืช (Good Agricultural Practice: GAP) หมายความว่า แนวทางการปฏิบัติในไร่ นา เพื่อผลิตพืชเพื่อให้ได้สินค้าปลอดภัย ปลอดภัยต่อพืชและมีคุณภาพ เน้นวิธีการควบคุมและป้องกันการเกิดปัญหาในกระบวนการผลิต

มาตรฐานการตรวจรับรองมาตรฐานโรงงานผลิตสินค้าพืช (Good Manufacturing Practice: GMP) เป็นการกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการปฏิบัติในการตรวจรับรองมาตรฐานโรงงานผลิตสินค้าพืช ตามมาตรฐานหลักปฏิบัติที่ดีในการผลิตสินค้าเกษตรด้านพืชของกรมวิชาการเกษตรให้เป็นมาตรฐานเดียวกันและเทียบเท่ามาตรฐานสากล ครอบคลุมการจัดการกระบวนการผลิตอย่างเป็นระบบตั้งแต่วัตถุดิบ การคัดเลือก การแปรรูป การบรรจุ จนเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและปลอดภัย

ชิปปิง (Shipping) คือ ผู้ทำหน้าที่ด้านพิธีการเอกสารผ่านธนาคาร พิธีการศุลกากร และบริษัทเรือเดินทะเลหรือบริษัทขนส่งทางบก หรือทางเครื่องบิน เพื่อนำสินค้านำเข้าหรือส่งออกต่างประเทศ รวมถึงการจัดการปรับสินค้าจากโกดังลูกค้า นำไปเข้าตู้และรถหัวลากตู้ไปลงท่าเรือ

1.5 วิธีกรวิจัย

1.5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมในพื้นที่ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลกระทบที่เกษตรกรได้รับจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทุเรียน บทบาทการดำเนินงานของสถาบันเกษตรกร การวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการภายใต้กิจกรรมของห่วงโซ่อุปทาน ห่วงโซ่คุณค่า และส่วนเลื่อมการตลาดเพื่อสะท้อนผลกระทบทางเศรษฐกิจของทุเรียนไทย รวมถึงปัญหาอุปสรรคต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจ โดยการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกจากตัวอย่างด้วยวิธีเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ดังนี้

1.1) เกษตรกรและกลุ่มเกษตรกร จำนวนทั้งหมด 36 ราย ในแหล่งผลิตสำคัญภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี ระยอง และตราด และภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดชุมพร สุราษฎร์ธานี และนครศรีธรรมราช

(1) ภาคตะวันออก จำนวนทั้งหมด 11 ราย กลุ่มตัวอย่างมาจากกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ จำนวน 4 กลุ่ม กลุ่มศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร จำนวน 1 กลุ่ม และเกษตรกรรายย่อยอีก 1 กลุ่ม

(2) ภาคใต้ จำนวน 25 ราย กลุ่มตัวอย่างมาจากกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ จำนวน 3 กลุ่ม และเกษตรกรรายย่อยอีก 1 กลุ่ม

ทั้งนี้ การสัมภาษณ์เกษตรกรที่เป็นรายบุคคลและแบบกลุ่ม จะสะท้อนให้เห็นภาพรวมในการติดต่อซื้อขายทุเรียนระหว่างเกษตรกรและโรงคัดบรรจุในปัจจุบัน ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกัน แต่จะแตกต่างกันในบางประเด็น

1.2) สหกรณ์การเกษตรที่มีการรวบรวมผลผลิตทุเรียนในปี 2561 และปี 2562 จำนวน 6 แห่ง ในจังหวัดจันทบุรี ตราด และชุมพร เนื่องจากสหกรณ์การเกษตรไม่ได้มีการรวบรวมทุเรียนจากเกษตรกรทุกปี ซึ่งสหกรณ์การเกษตรเป็นตัวแทนขององค์กรเกษตรกรที่จะสะท้อนบทบาทของผู้ประกอบการต่อเกษตรกรในพื้นที่

1.3) โรงคัดบรรจุทุเรียน จำนวน 20 ราย จากจำนวนโรงคัดบรรจุทุเรียนทั้งหมด 676 ราย แบ่งเป็น ภาคตะวันออกจำนวน 10 ราย ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี ระยอง และตราด และภาคใต้จำนวน 10 ราย ได้แก่ จังหวัดชุมพร สุราษฎร์ธานี และนครศรีธรรมราช เนื่องจากตัวอย่างมีกระบวนการบริหารจัดการและการดำเนินงานที่คล้ายคลึงกัน (Homogeneous) และมีข้อจำกัดในการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกจากผู้ประกอบการ

1.4) หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง อาทิ สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 6 จังหวัดจันทบุรี และเขตที่ 7 จังหวัดสุราษฎร์ธานี สมาพันธ์ชาวสวนทุเรียนไทย ผู้จัดการตลาดมรดก หลังสวน - ตลาดกลางผักผลไม้จังหวัดชุมพร และสมาคมผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนม้งชุด

1.5) จัดสัมภาษณ์นำเสนอผลการศึกษาวิจัยและรับฟังข้อเสนอแนะจากเกษตรกร หน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุจำนวน 2 ครั้งๆ ละ 100 ราย ได้แก่ ภาคตะวันออกที่จังหวัดจันทบุรี และภาคใต้ที่จังหวัดชุมพร

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

2.1) ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์การผลิตและการตลาด รายได้ของเกษตรกร และส่วนเหลือมการตลาด โดยใช้ข้อมูลปริมาณผลผลิต ราคา และต้นทุนการผลิตจากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ข้อมูลปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนจากกรมศุลกากร ข้อมูลสถานการณ์ตลาดทุเรียนที่จีนจากฝ่ายการเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว

2.2) ข้อมูลอนุกรมเวลา (Time Series) ปี 2543 - 2561 ที่ใช้ในการวิเคราะห์อุปสงค์การนำเข้าทุเรียนไทยของจีน การพยากรณ์ปริมาณการนำเข้าทุเรียนไทยของจีนและราคาที่เป็นเกษตรกรขายได้อีก 5 ปีข้างหน้า และการส่งผ่านราคา ประกอบด้วยข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนจากธนาคารแห่งประเทศไทย ข้อมูลปริมาณนำเข้าและราคานำเข้าทุเรียนของจีนจาก Trade Map ข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจีนต่อหัว (GDP per Capita) จากสำนักงานสถิติแห่งชาติจีน (National Bureau of Statistics of China: NBS) ข้อมูลราคาขายส่งและราคาขายปลีกเฉลี่ย ณ ตลาดเจียงหนาน นครกว่างโจว จากฝ่ายการเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว

2.3) ข้อมูลที่ได้จากเอกสารวิชาการรายงานผลการศึกษาวิจัยที่มีวิธีการพยากรณ์เครื่องมือการผลิตและการตลาดสินค้า ฎุระเปียบ มาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและเอกสารวิชาการจากหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษา เป็นต้น เพื่อนำมาวิเคราะห์สถานการณ์การผลิตและการตลาด ปัญหา และอุปสรรคต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อเกษตรกร และเศรษฐกิจทุเรียนไทย

1.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data Analysis)

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และข้อมูลทุติยภูมิโดยกระบวนการสังเคราะห์วิเคราะห์สถานการณ์การผลิต และการตลาดของเกษตรกร สถาบันเกษตรกร และการบริหารจัดการของโรงคัดบรรจุ โดยการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายในองค์กรตามแนวคิดทฤษฎีห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

2) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data Analysis)

2.1) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เช่น การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ในการวิเคราะห์ผลกระทบของเกษตรกรจากราคาที่เป็นเกษตรกรขายได้ รายได้ และการวิเคราะห์ส่วนเหลือมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วยค่าใช้จ่ายการตลาด และกำไร เพื่อวิเคราะห์ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจในการดำเนินธุรกิจของโรงคัดบรรจุ

2.2) วิเคราะห์อุปสงค์การนำเข้าทุเรียนไทยของจีน การพยากรณ์ปริมาณการนำเข้าทุเรียนไทยของจีน ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศจีนต่อหัวในอนาคต และการส่งผ่านราคาทุเรียน โดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ และประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square: OLS)

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เป็นข้อมูลประกอบในการกำหนดนโยบาย มาตรการ ในการสร้างความเข้มแข็งให้แก่เกษตรกร และสถาบันเกษตรกร ลดความเสี่ยงของเกษตรกรจากความไม่แน่นอนของผู้บริโภคในลักษณะผูกขาด รวมทั้งพัฒนาการผลิตและการค้าสินค้าผลไม้ไทยอย่างยั่งยืน

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร แนวคิดและทฤษฎี

2.1 การตรวจเอกสาร

ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกผลไม้เมืองร้อนที่สำคัญของโลก โดยมีการผลิตผลไม้ในเชิงเศรษฐกิจหลายชนิด เช่น ทูเรียน มังคุด ลำไย ลิ้นจี่ มะม่วง เป็นต้น ซึ่งสร้างรายได้เข้าประเทศปีละหลายหมื่นล้านบาท โดยมีตลาดหลักคือ จีน และเวียดนาม อย่างไรก็ตาม การส่งออกผลไม้สดและผลิตภัณฑ์ของไทย จำเป็นต้องอาศัยโรงคัดบรรจุในการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกร เพื่อทำหน้าที่ส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ จากงานวิจัยของคณะกรรมการการพาณิชย์การอุตสาหกรรม และการแรงงาน สภานิติบัญญัติแห่งชาติ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การตั้งโรงคัดบรรจุผลไม้ (ลำ) ของผู้ประกอบการชาวต่างชาติในจังหวัดจันทบุรี” พบว่า ปัจจุบันการผลิตและการตลาดผลไม้ของจังหวัดจันทบุรีเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต ซึ่งจากเดิมที่เกษตรกรเก็บเกี่ยวผลผลิตจำหน่ายให้พ่อค้าเพื่อขนส่งและกระจายไปสู่ตลาดต่างๆ เปลี่ยนเป็นโรงคัดบรรจุมาตั้งจุดรับซื้อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการชาวจีน ซึ่งเข้ามารับซื้อผลไม้ถึงในสวนเกษตรกร ซึ่งข้อดีในระยะแรกคือ ช่วยยกระดับราคารับซื้อผลไม้ในประเทศให้สูงขึ้น เนื่องจากเกิดการแข่งขันในการรับซื้อผลไม้เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดปลายทางโดยเฉพาะจีนที่นิยมบริโภคผลไม้ของไทย แต่อนาคตในระยะยาวมีความเป็นไปได้ที่จะมีการผูกขาดการซื้อขายผลไม้ของโรงคัดบรรจุชาวจีน เนื่องจากมีการไปติดต่อสวนเพื่อทำสัญญาซื้อ ทูเรียนกับเกษตรกรด้วยตนเอง มีการบริหารจัดการภายในโรงคัดบรรจุและการส่งออกเองตั้งแต่ต้นทางจนกระทั่งถึงปลายทางรวมทั้งมีบทบาทในการกำหนดราคารับซื้อทูเรียน โดยอ้างอิงราคาในตลาดปลายทางเป็นหลัก

อย่างไรก็ตาม การที่ผู้ประกอบการชาวจีนเข้ามารับซื้อผลไม้ถึงในสวนเกษตรกร ทำให้เกิดการแข่งขันในการรับซื้อผลไม้ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดปลายทางโดยเฉพาะผู้บริโภคจีนที่นิยมบริโภคผลไม้ของไทย เช่น ลำไย ทูเรียน และมังคุด เป็นต้น จึงเป็นโอกาสในการขยายตลาดส่งออกผลไม้ไทยไปยังจีน โดยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “โครงการศึกษาการขยายตลาดผลไม้ไทยไปยังจีน ภายใต้การเปิดเขตการค้าเสรีไทย-จีน” พบว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องในระบบโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของการส่งออกผลไม้สดของไทยไปจีน ประกอบด้วย เกษตรกร พ่อค้าโรงคัดบรรจุ พ่อค้าส่งออก ผู้นำเข้า และผู้บริโภคในจีน สำหรับระบบโลจิสติกส์ การขนส่งทางอากาศมีค่าขนส่งสูงที่สุด รองลงมาเป็นทางบก และทางทะเล และเมื่อพิจารณาระยะเวลาในการขนส่งทางอากาศใช้เวลาน้อยที่สุดคือหนึ่งวัน ทางบกใช้เวลาประมาณ 4 - 5 วัน และทางทะเลใช้เวลามากที่สุดประมาณ 7 - 8 วัน ทั้งนี้ เมื่อขนส่งทางบกโดยเส้นทาง R3A จะใช้เวลาน้อยกว่าเส้นทาง R9 และ R12 แต่ยังพบปัญหาด้านกฎระเบียบ และภาษี ทำให้ต้นทุนต่อตู้ที่ใช้เส้นทาง R3A สูงขึ้น นอกจากนี้เมื่อวิเคราะห์การนำเข้าผลไม้ของไทยจากจีน พบว่า ผลไม้ไทยเป็นสินค้าพุ่มเฟือย ซึ่งปริมาณความต้องการนำเข้าผลไม้ของไทยตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของรายได้ และมีความอ่อนไหวต่อราคา ในส่วนของอุปสงค์การนำเข้าผลไม้ของไทยในจีนแต่ละชนิดพบว่า ลำไย ทูเรียนสด ทูเรียนแช่แข็ง และมังคุด เป็นสินค้าผลไม้ของไทยที่มีปริมาณความต้องการนำเข้าในประเทศจีนเพิ่มขึ้นทุกปี และจากการวิเคราะห์ตลาดผลไม้สดไทยในจีนพบว่า สามารถแบ่งได้เป็น 2 ตลาดใหญ่ๆ คือ ตลาดเมืองท่าสำคัญทางตะวันออกซึ่งเป็นมณฑลและเมืองท่า

ที่ติดทะเล มีรายได้ต่อหัวอยู่ใน 10 อันดับแรกของจีน และมีประชากรอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ได้แก่ มณฑลเทียนจิน เซี่ยงไฮ้ เจียงซู เจ้อเจียง เหลียวหนิง กวางตุ้ง ซานตง และฝูเจี้ยน และตลาดที่สองเป็นเมืองสำคัญในมณฑลทางทิศตะวันตก ได้แก่ มณฑลส่านซี ฉงชิ่ง เสฉวน ยูนนาน และกว่างสี โดยมีตลาดเจียงหนาน เมืองกวางโจว มณฑลกวางตุ้ง เป็นตลาดกลางในการนำเข้าผลไม้จากไทยตามเส้นทางขนส่งทางบก โดยใช้เส้นทาง R3 และ R9 ซึ่งจะช่วยลดเวลาการขนส่ง ทำให้ผลไม้ไทยมีความสดและสามารถเพิ่มราคาผลไม้ ณ ระดับฟาร์มได้นอกจากนี้ การขยายตลาดผลไม้ในมณฑลทิศตะวันตกของจีน ซึ่งเป็นมณฑลที่มีรายได้ต่อหัวสูง ได้แก่ เทศบาลนครฉงชิ่ง มณฑลเสฉวน มณฑลส่านซี เป็นตลาดที่เหมาะสมสำหรับผลไม้สดที่มีคุณภาพและราคาสูง ส่วนมณฑลที่มีรายได้ต่อหัวต่ำ ได้แก่ มณฑลยูนนาน เขตปกครองตนเองกว่างซี มีความเหมาะสมกับผลไม้สดคุณภาพปานกลางและราคาไม่สูง โดยเป็นตลาดที่สามารถระบายผลไม้จากไทยในช่วงผลผลิตออกสู่ตลาดมาก และสามารถขนส่งผ่านเส้นทางบก R3 R9 และ R12

นอกจากนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเซี่ยเหมิน (2560) ได้รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ เกี่ยวกับการนำเข้าผลไม้ของจีนต้องทำพิธีสารข้อตกลงในการตรวจสอบและกักกันโรค โดยกระทรวงควบคุมคุณภาพและตรวจสอบกักกันโรคของจีน (General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine: AQSIQ) ซึ่งมีการประกาศรายชื่อผลไม้ที่ให้นำเข้าได้ ณ ด้านตรวจและกักกันตามที่จีนกำหนดเท่านั้น โดยจีนมีการนำเข้าผลไม้จากไทยมากที่สุด ทั้งนี้ ด้านที่มีการนำเข้าผลไม้มากที่สุด ได้แก่ สุกการเมืองเซินเจิ้น คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 35 - 39 สุกการเซี่ยงไฮ้ประมาณร้อยละ 20 - 23 และสุกการหนานหนิง ประมาณร้อยละ 6 - 9 ของมูลค่าการนำเข้าผลไม้ทั้งหมด โดยมูลค่าการนำเข้า ณ เขตสุกการเมืองเซินเจิ้น เซี่ยงไฮ้ กวางโจว และเซี่ยเหมิน มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สำหรับปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการนำเข้าผลไม้ของจีน ได้แก่ สภาพอากาศแปรปรวนที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณผลผลิตในประเทศ กฎระเบียบการนำเข้า ต้นทุนการขนส่ง และพฤติกรรมของผู้บริโภค ส่วนราคาจะขึ้นอยู่กับฤดูกาล ผลไม้ส่งออกฤดูจะมีราคาสูงกว่าปกติ โดยผลไม้ส่งออกฤดูในช่วงเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม และช่วงเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ จะมีราคาสูงกว่าผลไม้ในฤดูช่วงเดือนมิถุนายน - กันยายน ประมาณร้อยละ 40 - 60 อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันปริมาณผลไม้ที่ส่งออกไปยังประเทศเวียดนามมีมากขึ้น ทั้งที่เป็นผลไม้ที่ประเทศเวียดนามสามารถผลิตได้เอง และผลไม้ที่นำเข้าจากไทยเพื่อส่งออกไปยังจีน โดยใช้สิทธิประโยชน์จากนโยบายจุดผ่อนปรนการค้าชายแดนกับจีน สำหรับโอกาสในการขยายตลาดผลไม้ในจีนยังมีอีกมากเนื่องจากผลไม้ของไทยมีรสชาติอร่อยตรงกับความต้องการบริโภคของคนจีน ผู้บริโภคในจีนมีความมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัยของผลไม้ไทยและราคาไม่สูงเกินไป

จากผลการศึกษาที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่า โรงคัดบรรจุหรือผู้รวบรวมผลผลิต เป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการรับซื้อผลผลิต รวมทั้งการดำเนินการบริหารจัดการตั้งแต่ต้นทางไปจนกระทั่งถึงปลายทาง โดยมีแนวโน้มเป็นผู้รับซื้อของต่างชาติมากขึ้น ทั้งนี้ ถึงแม้ว่าทุเรียนและผลไม้ชนิดอื่นของไทยจะมีโอกาสในการขยายตลาดส่งออกป็นจีน อย่างไรก็ตาม ควรป้องกันความเสี่ยงด้านการผลิตและการตลาดในอนาคต จึงได้มีการพิจารณาและเพิ่มเติมประเด็นเกี่ยวกับมาตรการ และกฎระเบียบทางการค้าจากการเข้ามาประกอบธุรกิจของโรงคัดบรรจุหรือห้างต่างชาติจากมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2559 รับทราบรายงานผลการศึกษาคณะกรรมการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน สภานิติบัญญัติแห่งชาติเรื่อง “การตั้งโรงคัดบรรจุผลไม้ (ล้ง)

ของผู้ประกอบการชาวต่างชาติในจังหวัดจันทบุรี” และมอบหมายให้กระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานหลักในการรับข้อเสนอแนะของคณะกรรมการฯ ไปพิจารณาร่วมกับกระทรวงการคลัง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงแรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรม และสำนักงานตำรวจแห่งชาติ เพื่อพิจารณาถึงความเหมาะสมของรายงาน ซึ่งได้มีประเด็นความเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับมาตรการ และกฎระเบียบทางการค้าจากการพิจารณา ดังนี้

- 1) มาตรการจัดระเบียบทางการค้า พบว่า โรงคัดบรรจุมีสถานะเป็นคนต่างด้าว 5 ราย เป็นนิติบุคคลที่เข้าข่ายกลุ่มเสี่ยงอาจใช้คนไทยถือหุ้นแทน 95 ราย และเป็นโรงคัดบรรจุในจังหวัดจันทบุรี 5 ราย การดำเนินการไม่ขัดต่อ พ.ร.บ. แข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 การกำหนดราคาส่วนใหญ่ถูกกำหนดโดยกลไกตลาดคือ อุปสงค์และอุปทาน โดยมีการอบรมให้ความรู้ด้านการตลาด และการซื้อขายโดยใช้สัญญาข้อตกลงมาตรฐานให้แก่เกษตรกร และผู้ประกอบการผลไม้ควบคู่กันไป
- 2) ปัญหาการเข้ามาทำงานและอยู่ในประเทศไทยของคนต่างด้าวโดยไม่ได้รับอนุญาต สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองได้แจ้งว่าได้ดำเนินการบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัดกับทุกสัญชาติ ได้ดำเนินการคุ้มครองแรงงานตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน และกฎหมายว่าด้วยกองทุนประกันสังคม เพื่อให้ลูกจ้างได้รับสิทธิประโยชน์ตามกฎหมายโดยไม่เลือกปฏิบัติ รวมทั้งส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับสิทธิหน้าที่ของนายจ้าง และลูกจ้างในโรงคัดบรรจุผลไม้
- 3) การเก็บภาษีการประกอบธุรกิจซื้อผลไม้ กรมสรรพากรได้ดำเนินการติดตาม ควบคุม และตรวจสอบจัดเก็บภาษีกิจการโรงคัดบรรจุผลไม้ตามประมวลรัษฎากรจากผู้ประกอบการธุรกิจรับซื้อผลไม้ชาวต่างชาติในจังหวัดจันทบุรี เช่นเดียวกับผู้ประกอบการชาวไทย มีการกำหนดให้จัดตั้งสมาคมการค้าขึ้นเป็นการเฉพาะเพื่อกำกับดูแลและต่อรองเงื่อนไขการส่งออกให้เป็นธรรม
- 4) มาตรการควบคุม กำกับดูแลปริมาณที่นำเข้าส่งออกโดยการออกใบอนุญาตนำเข้า (Import Licensing) และใบอนุญาตส่งออก (Export Licensing) ซึ่งมาตรการดังกล่าวต้องไม่เป็นอุปสรรคทางการค้าหรือขัดต่อ WTO (World Trade Organization)
- 5) มาตรการส่งเสริมการส่งออก การค้า และการนำเข้า โดยการส่งเสริมการค้าและการส่งออก กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีแผนการขยายตลาดสินค้าเกษตรและอาหาร ไปยังประเทศใหม่ๆ นอกจากตลาดจีน ได้แก่ ประเทศในแถบยุโรป อาเซียน ตะวันออกกลาง แอฟริกา ออสเตรเลีย และสหรัฐอเมริกา การส่งเสริมและพัฒนาด้านการตลาดและโลจิสติกส์ให้กับโรงคัดบรรจุไทย และผู้ประกอบการไทย

ทุเรียนได้ชื่อว่าเป็นราชาของผลไม้และเป็นผลไม้ส่งออกที่สำคัญชนิดหนึ่งของไทย แต่ปัจจุบันคู่แข่งทางการค้าเริ่มมีศักยภาพเพิ่มขึ้น ทำให้กลายเป็นความท้าทายที่อาจเป็นปัจจัยหลักที่จะส่งผลกระทบต่อ การส่งออกทุเรียนไทยไปยังจีนได้โดยหลังจากจีนอนุญาตให้มาเลเซียส่งออกทุเรียนแช่แข็งทั้งลูกไปจีนได้แล้ว ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับทุเรียนไทยอาจต้องพิจารณาปัจจัยด้านราคาและรสนิยมของผู้บริโภคชาวจีนด้วย แต่ไม่ว่าผู้บริโภคจะเลือกทางไหนก็อาจส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานสินค้าทุเรียนของไทยและมาเลเซียในระยะต่อไปได้ (Tantrakoonsab and Tantrakoonsab, 2018) ทั้งนี้ ได้มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การส่งออกของสินค้าเกษตรประเภทต่างๆ เช่น ยางพาราไทยไปตลาดจีน พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการส่งออกยางพาราไปตลาดประเทศจีน คือ ปริมาณการผลิตของยางล้อรถของจีน ราคาส่งออกยางแท่งของประเทศมาเลเซีย (ปรับด้วยดัชนีผู้บริโภคของมาเลเซีย) อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินตราระหว่างประเทศ (สิทธิพร ประวัตรุ่งเรือง และสมยศ อวเกียรติ, 2558; ญัฐชуда เดชพวง และกนกพร ชัยประสิทธิ์, 2561) ศึกษาวิจัย/วิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกผลไม้ไทย รวมถึงทุเรียน ไปยังจีนและประเทศอื่นๆ

ซึ่งจากการวิจัยเชิงปริมาณโดยวิธีทางสถิติและเศรษฐมิติแล้ว พบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดและสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงปริมาณการส่งออกทุเรียนไปจีน ได้แก่ ผลผลิตทั้งหมดรวมในประเทศจีน (GDP) ราคาส่งออก (F.O.B.) ทุเรียนไทย ผลผลิตทุเรียนไทย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และมูลค่าการนำเข้าทุเรียนของประเทศจีน ตามลำดับ ดังนั้น ปัจจัยหลักที่มีผลต่อการส่งออกสินค้าเกษตรไทยและทุเรียน ได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ (ไทยกับประเทศคู่ค้า) รายได้ของประเทศคู่ค้า ผลผลิตทั้งหมดรวมภายในประเทศ ราคาส่งออก ความต้องการของตลาดประเทศคู่ค้า และราคาสินค้าเกษตรชนิดเดียวกันของประเทศคู่แข่ง จึงนำตัวแปรมาอ้างอิงและวิเคราะห์เป็นตัวแปรอิสระในแบบจำลองที่จะใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ต่อไป

นอกจากนี้ ในการศึกษาวิจัยจะมีการพยากรณ์และวิเคราะห์แนวโน้มในอนาคตอยู่เป็นระยะๆ เนื่องจากการพยากรณ์ช่วยให้สามารถคาดคะเนอุปสงค์ของสินค้าในอนาคตของผู้บริโภคทั้งช่วงระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว มีประโยชน์ในการวางแผนและการตัดสินใจแนวนโยบายหรือการเตรียมการรับมือต่อเหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต เนื่องจากความต้องการสินค้าและบริการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ได้มีงานวิจัยเกี่ยวกับการพยากรณ์สินค้าเกษตรที่ผ่านมาอยู่หลายเรื่อง โดยงานวิจัยส่วนใหญ่เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ที่มีการใช้วิธีการที่หลากหลาย เช่น การพยากรณ์แบบอนุกรมเวลา การพยากรณ์ด้วยสมการถดถอย วิธีการพยากรณ์รวม การพยากรณ์ตามแนวคิดของบ็อกซ์-เจนกินส์ และการปรับเรียบเอกซ์โพเนนเชียล เป็นต้น การเลือกวิธีการขึ้นอยู่กับชุดข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย และส่วนใหญ่คัดเลือกตัวแบบที่แม่นยำและเหมาะสมที่สุด จากค่าสถิติรากที่สองของความคลาดเคลื่อนกำลังสองเฉลี่ย (Root Mean Square Error: RMSE) และ/หรือ เกณฑ์เปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนสัมบูรณ์เฉลี่ย (MAPE) ที่น้อยที่สุด เพราะให้ค่าพยากรณ์ที่มีความแตกต่างกับข้อมูลจริงน้อยที่สุด (สมเกียรติ เกตุเอี่ยม, 2548 อ้างถึงในวรารัตนา เรียนสุทธิ, 2559; ศุภันนทา ร่มประเสริฐ, 2556; เฉลิมพล จตุพร และพัฒนา สุขประเสริฐ, 2559; นรวัดน์ เหลืองทอง และนันทชัย กานตานันทะ, 2559; วรารัตนา เรียนสุทธิ, 2559; รุ่งฤทัย ทะนันใจ และวิวัฒน์ภัทร พุทธวโรดมผล, 2559; วรารัตนา เรียนสุทธิ และน้ำอ้อย นิสัน, 2560)

จากผลการศึกษาที่ผ่านมา พบว่า ผู้ประกอบการ/โรงคัดบรรจุเป็นผู้กำหนดราคาที่เกษตรกรขายได้ โดยอ้างอิงราคาจากตลาดปลายทางเป็นหลัก ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้จึงได้ทำการวิเคราะห์การส่งผ่านราคาในแต่ละระดับ เพื่อทดสอบประสิทธิภาพของตลาดในการส่งผ่านราคาของตลาดขายส่งมายังเกษตรกร และการส่งผ่านราคาของตลาดขายปลีกมายังตลาดขายส่ง และนำค่าสัมประสิทธิ์ที่ประมาณได้มาหาค่าความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคา (Elasticity of Price Transmission) รวมถึงการพิจารณาโครงสร้างตลาดในการแข่งขันด้วย

2.2 แนวคิดและทฤษฎี

2.2.1 โซ่อุปทาน (Supply Chain)

โซ่อุปทาน (Supply Chain) หมายถึง กิจกรรมที่มีความสัมพันธ์ และเชื่อมโยงกันเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับปัจจัยการผลิต โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการนำวัตถุดิบจากผู้ขายวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการผลิต การจัดจำหน่าย จนถึงการจัดส่งสินค้าไปสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย รวมถึงการบริการหลังการขาย โดยทั่วไปจะประกอบด้วยกิจกรรมสำคัญ 4 กิจกรรม ได้แก่ ผู้ส่งมอบ คือผู้ที่ส่งวัตถุดิบให้กับโรงงาน ผู้ผลิต คือ ผู้ที่ทำหน้าที่

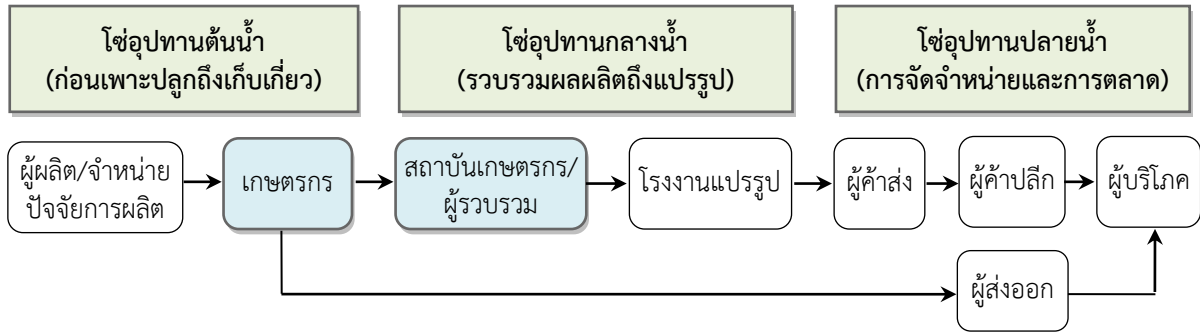
ในการแปรสภาพวัตถุดิบที่ได้รับจากผู้ส่งมอบ ให้มีคุณค่าสูงขึ้น ผู้กระจายสินค้า คือ ผู้ที่ทำหน้าที่ในการกระจายสินค้าไปให้ถึงมือผู้บริโภคหรือลูกค้า และลูกค้าหรือผู้บริโภค คือ จุดปลายสุดของโซ่อุปทาน เป็นจุดที่สินค้าหรือบริการถูกใช้จนหมดมูลค่า (ยรรยง ศรีสม, 2553)

การจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) หมายถึง กิจกรรมการจัดการผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูงและมีคุณภาพตามความต้องการของลูกค้าแล้วจัดส่งให้ลูกค้าด้วยต้นทุนต่ำที่สุด และระดับบริการ (Service Level) ที่ไว้วางใจได้มากที่สุด การจัดการห่วงโซ่อุปทานจึงครอบคลุมทุกขั้นตอนของการผลิตและการเคลื่อนย้ายสินค้า การไหลเวียนของข้อมูล ข่าวสาร และเงินทุน เชื่อมโยงผู้เกี่ยวข้องตั้งแต่การผลิตในระดับต้นน้ำ การแปรรูป หีบห่อ และจัดการสินค้าคงคลัง ในระดับกลางน้ำ จนถึงการค้าส่งและค้าปลีก และการส่งออก ในระดับปลายน้ำ ซึ่งกระบวนการโลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของการจัดการโซ่อุปทาน (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2553) เป็นการบริหารจัดการตั้งแต่ต้นน้ำหรือแหล่งวัตถุดิบในการผลิต ป้อนเข้าโรงงาน จนถึงปลายน้ำหรือถึงผู้บริโภค ประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ ขั้นตอนที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมที่มีต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งไม่เพียงแต่อยู่ในส่วนของผู้ผลิตและผู้จัดส่งวัตถุดิบเท่านั้น แต่รวมถึงผู้ขนส่ง คลังสินค้า พ่อค้าคนกลางและลูกค้าด้วย (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558) ซึ่งองค์ประกอบของโซ่อุปทานในระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ (ภาพที่ 2.1) มีดังนี้

1) ระดับต้นน้ำ ได้แก่ เกษตรกร ซึ่งทำหน้าที่ในการผลิตและการเก็บเกี่ยวสินค้าเกษตร โดยในกิจกรรมโลจิสติกส์ เริ่มตั้งแต่การจัดหาและใช้ปัจจัยการผลิตทางการเกษตร การจัดการคุณภาพผลผลิตในฟาร์ม จนได้ผลผลิตที่พร้อมส่งไปจำหน่าย

2) ระดับกลางน้ำ ประกอบด้วย ผู้รวบรวม รวมถึงโรงคัดบรรจุ และโรงงานแปรรูป ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเคลื่อนย้ายผลผลิตจากเกษตรกรสู่ตลาด โดยมีกิจกรรมโลจิสติกส์ ได้แก่ การจัดการโครงสร้างพื้นฐานในการรวบรวม เก็บรักษา การคัดแยก การตรวจสอบคุณภาพ การใช้เทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว เช่น การบรรจุหีบห่อ การขนส่ง การเก็บรักษา เป็นต้น โดยผลผลิตจะถูกเคลื่อนย้ายไปดำเนินการ 2 ทาง ได้แก่ การรวบรวมเพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในรูปของผลสด และการรวบรวมเพื่อส่งเข้าโรงงานแปรรูปเป็นสินค้า และจำหน่ายให้ร้านค้าส่งค้าปลีก ตัวแทนผู้ส่งออก หรือผู้บริโภคต่อไป

3) ระดับปลายน้ำ เป็นกระบวนการเคลื่อนย้ายสินค้าเกษตรทั้งที่อยู่ในรูปผลสดและสินค้าเกษตรแปรรูปออกสู่ตลาด โดยพ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก ตัวแทนผู้ส่งออก ทำหน้าที่ขายหรือกระจายสินค้าไปสู่ลูกค้าหรือผู้บริโภค โดยกิจกรรมโลจิสติกส์ ได้แก่ การหาลูกค้า การตัดสินใจเกี่ยวกับผลผลิต ผลิตภัณฑ์ การบริการ และการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า เป็นต้น



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2558)

ภาพที่ 2.1 โซ่อุปทานสินค้าเกษตร

ประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตสินค้าเกษตรที่สำคัญในตลาดโลก แต่การบริหารจัดการตลอดโซ่อุปทานยังประสบปัญหาตั้งแต่ระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ปัญหาสำคัญในระดับต้นน้ำและกลางน้ำ ได้แก่ ปัญหาความสูญเสียในกระบวนการผลิต การเพิ่มมูลค่าการผลิต เกษตรกรขาดองค์ความรู้ในการจัดการกิจกรรมต่อเนื่องในโซ่อุปทาน ทำให้ผู้ค้าปลีกและผู้ส่งออกเป็นผู้ควบคุมและจัดการผลผลิตจากเกษตรกรและจำหน่าย มูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตรจึงไม่อยู่ในมือเกษตรกร นอกจากนี้ ยังมีปัญหาด้านทุนการขนถ่ายสินค้าเนื่องจากการขาดแคลนแรงงาน และการเข้าถึงตลาด ซึ่งการรวมกลุ่มเกษตรกรยังไม่ประสบความสำเร็จ ในส่วนของระดับปลายน้ำ ปัญหาที่สำคัญคือผลผลิตที่ส่งออกส่วนใหญ่เป็นผลผลิตการแปรรูปขั้นต้น และมีมาตรการด้านคุณภาพและความปลอดภัยเป็นข้อกำหนดในการส่งออก ส่งผลให้สินค้าที่ไม่ผ่านมาตรฐานตกค้างในประเทศรวมทั้ง มาตรการด้านภาษีและไม่ใช่อาชีในรูปแบบต่างๆ ซึ่งทำให้ขาดขีดความสามารถในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง ทั้งนี้ ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานการเกษตร ในส่วนของพืชผักผลไม้ ซึ่งเป็นสินค้าที่เน่าเสียง่าย มีปัญหาความสูญเสียด้านปริมาณและคุณภาพ คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 30 ของผลผลิตทั้งหมด (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558)

2.2.2 แนวคิดการวิเคราะห์ห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain Analysis)

เป็นแนวคิดหนึ่งของ Michael E. Porter (1985) ที่แสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบอนุกรมของกิจกรรมต่างๆ ในโซ่อุปทาน (Supply Chain) ที่เพิ่มคุณค่าให้กับตัวสินค้า ผลิตภัณฑ์ (Products) และบริการ (Service) ที่ต้องการขาย โดยการเพิ่มคุณค่าจากกิจกรรมการแปรรูปวัตถุดิบเพื่อป้อนเข้าสู่ขั้นตอนการผลิต และขายในราคาที่สูงกว่าต้นทุนของวัตถุดิบความรู้เกี่ยวกับโซ่อุปทาน (Value Chain) ตามแนวคิดของ Michael E. Porter ที่เขียนไว้ในหนังสือ Competitive Advantage (1985) เป็นแนวคิดที่ช่วยในการทำความเข้าใจถึงบทบาทของแต่ละหน่วยงานปฏิบัติการว่าจะมีส่วนช่วยเหลือให้องค์กรธุรกิจก่อกำเนิดคุณค่าให้แก่ลูกค้าอย่างไร โดยคุณค่าที่บริษัทสร้างขึ้นสามารถวัดได้โดยการพิจารณาว่าผู้บริโภคยินยอมที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการ (Service) ของบริษัทมากน้อยเพียงใดแนวคิดนี้แบ่งกิจกรรมภายในองค์กรเป็น 2 กิจกรรม คือ กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) โดยกิจกรรมทุกประเภทมีส่วนในการช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการของบริษัทกิจกรรมหลัก 5 กิจกรรมเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหรือสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการ (Service) การตลาดและการขนส่งสินค้าหรือบริการ (Service) ไปยังผู้บริโภค ประกอบด้วย

1) Inbound Logistics กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการได้รับ การขนส่ง การจัดเก็บและการแจกจ่าย วัตถุดิบ การจัดการสินค้าคงเหลือ

2) Operations กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนหรือแปรรูปวัตถุดิบให้ออกมาเป็นสินค้า

3) Outbound Logistics กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บ รวบรวม จัดจำหน่ายสินค้า และ บริการ (Service) ไปยังลูกค้า

4) Marketing and Sales กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการชักจูงให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการ (Service) เช่น การโฆษณา และช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นต้น

5) After Sale Services กิจกรรมที่ครอบคลุมถึงการให้บริการเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า รวมถึงการบริการหลังการขาย การแนะนำการใช้สินค้า

ส่วนกิจกรรมสนับสนุนเป็นกิจกรรมที่ช่วยสนับสนุนให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไปได้ ประกอบด้วย

1) Procurement กิจกรรมในการจัดซื้อจัดหา Input เพื่อมาใช้ในกิจกรรมหลัก

2) Technology Development กิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยในการเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและบริการหรือกระบวนการผลิต

3) Human Resource Management กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรบุคคล ตั้งแต่ วิเคราะห์งาน สรรหาและคัดเลือก ประเมินผล พัฒนา ฝึกอบรม ระบบเงินเดือนค่าจ้าง และแรงงานสัมพันธ์

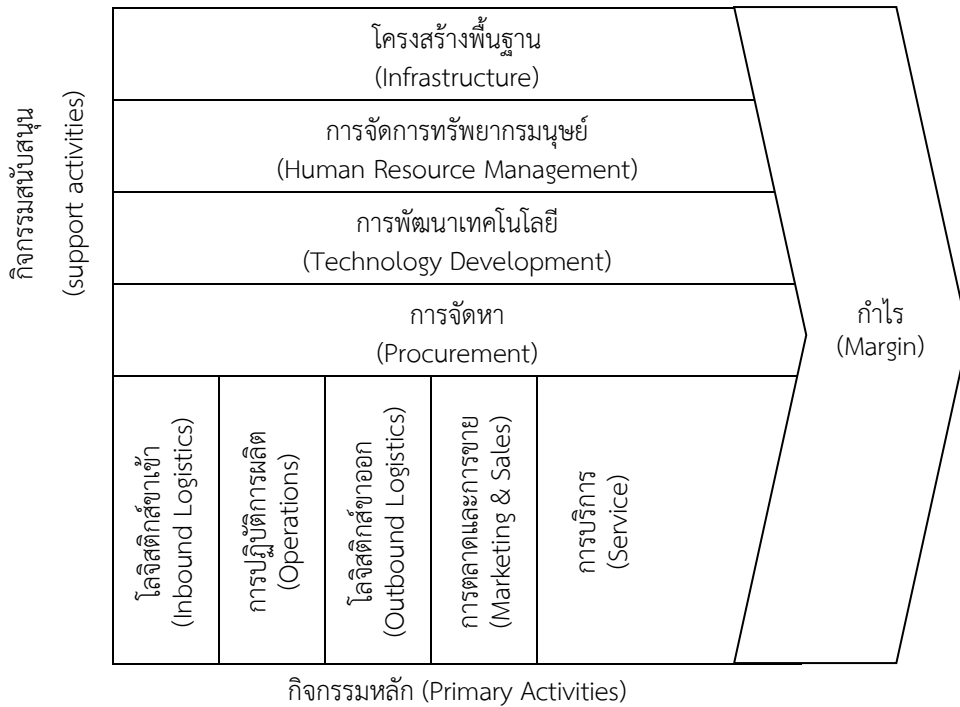
4) Firm Infrastructure โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ได้แก่ ระบบบัญชี ระบบการเงิน การบริหารจัดการขององค์กร

ทั้งนี้ แนวคิดโซ่คุณค่าของ Michael E. Porter (1985) เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นความสำคัญของการเพิ่มมูลค่าในแต่ละขั้นตอน โดยมีความโดดเด่นและมักถูกนำมาใช้อ้างอิงในงานวิจัยอย่างแพร่หลาย ซึ่งกรอบแนวคิดของ Michael E. Porter (1985) ได้แบ่งกิจกรรมเป็น 2 ส่วน ดังแสดงในตารางที่ 2.1 และ ภาพที่ 2.2 ดังนี้

ตารางที่ 2.1 กิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน

กิจกรรมหลัก (Primary Activities)	กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities)
- การนำวัตถุดิบเข้า (Inbound Logistics)	- การจัดซื้อจัดหา (Procurement)
- การผลิต (Operations)	- การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development)
- การส่งผลิตภัณฑ์ออก (Outbound Logistics)	- การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management)
- การตลาดและการขาย (Marketing & Sales)	- โครงสร้างพื้นฐานของบริษัท (Firm Infrastructures)
- การให้บริการภายหลังการขาย (After Sales Service)	

ที่มา: Michael E. Porter (1985)



ที่มา: Michael E. Porter (1985)

ภาพที่ 2.2 ปัจจัยพื้นฐานของห่วงโซ่คุณค่าของ Michael E. Porter

สำหรับการผลิตสินค้าและบริการ คือ การแปรรูปจากวัตถุดิบไปสู่ผลผลิต ซึ่งประกอบด้วยการผลิต (Production) ระบบขนส่ง (Logistic) และกระบวนการปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement Processes)

ส่วน Margin หมายถึง กำไรขององค์กรซึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถในการบริหารความเชื่อมโยงระหว่างกิจกรรมทั้งหมดในห่วงโซ่คุณค่าขององค์กร โดยสิ่งสำคัญที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ คือ ความเชื่อมโยงระหว่างแต่ละกิจกรรม (Linkage) ซึ่งความเชื่อมโยงนี้จะเป็นตัวส่งผ่านข้อมูลข่าวสารสินค้าและบริการ ซึ่ง Margin ก็คือมูลค่าเพิ่ม (Added Value) นั้นเอง

โซ่คุณค่าเป็นแนวคิดที่อธิบายขอบเขตทั้งหมดของกิจกรรมที่ต้องการนำผลิตภัณฑ์จากขั้นตอนเริ่มต้นของการจัดหาวัตถุดิบ (Initial Input – Supply Stage) ผ่านขั้นตอนการผลิตที่หลากหลายสู่จุดหมายปลายทางที่ตลาดสำหรับผู้บริโภคขั้นสุดท้าย (Final Market) ดังนั้น การเพิ่มมูลค่าในแต่ละขั้นตอนจึงมีความสำคัญ ปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์มหภาค ภูมิประเทศ นโยบาย กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ มาตรฐาน และปัจจัยทางด้านสถาบัน เช่น การวิจัย และนวัตกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และปัจจัยสนับสนุนอื่นๆ ที่ทำให้กิจกรรมต่างๆ เกิดขึ้นล้วนแต่มีความสำคัญในโซ่คุณค่า (UNIDO, 2009)

2.2.3 แนวคิดส่วนเหลือการตลาด (Marketing Margin)

ส่วนเหลือการตลาด หมายถึง ความแตกต่างระหว่างราคาสินค้าหรือผลิตผลที่ผู้บริโภคนำจ่ายกับราคาที่ผู้ผลิตได้รับ หรือราคาของสิ่งบริการทางการตลาด (Marketing Services) ได้แก่ ค่าขนส่ง ค่าเก็บรักษา ค่าบรรจุหีบห่อ ฯลฯ และกำไรของผู้ค้าตั้งสมการ (สมพร อิศวิลานนท์, 2546)

$$M = P_r - P_f$$

M = ส่วนเหลือการตลาด

P_r = ราคาขายปลีก

P_f = ราคาฟาร์ม

ความแตกต่างระหว่างราคาของผู้บริโภคนำจ่ายหรือราคาขายปลีก (Retail Price: P_r) กับราคาของผู้ผลิตหรือเกษตรกรที่ได้รับ (Farm Price: P_f) เนื่องจากในระบบตลาดสินค้าเกษตรโดยทั่วไปผู้ผลิตและผู้บริโภคนำจ่ายได้ซื้อขายกันโดยตรง ผู้ผลิตและผู้บริโภคนำจ่ายอยู่กันคนละแห่ง ประกอบกับลักษณะสินค้าเกษตรที่ผู้ผลิตผลิตได้ส่วนใหญ่ไม่ได้อยู่ในลักษณะที่ผู้บริโภคนำจ่ายต้องการ จึงต้องมีคนกลางทางการตลาดประเภทต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง

ราคาขายปลีกที่ผู้บริโภคนำจ่าย สะท้อนถึงอุปสงค์ของผู้บริโภคนำจ่ายสินค้านั้น ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณและราคาในระดับขายปลีก ซึ่งเรียกว่า อุปสงค์ขั้นปฐมหรือขั้นต้น (Primary Demand) ซึ่งเป็นการต้องการที่ส่งผลให้ผู้ประกอบการเกิดความจำเป็นต้องจัดการผลิตที่จะไปใช้ผลิตสินค้าตอบสนองความต้องการในขั้นปฐมดังกล่าว และรวมถึงปัจจัยต่างๆ ที่จะถูกนำไปใช้ในกระบวนการตลาด

ความต้องการปัจจัยการผลิตในระดับฟาร์มเป็นความต้องการของเกษตรกร ส่วนปัจจัยที่ใช้ในกระบวนการตลาดเป็นความต้องการของคนกลางประเภทต่างๆ ในการทำธุรกิจ คนกลางไม่ได้เป็นผู้บริโภคสินค้าเอง ซึ่งความต้องการของคนกลางเหล่านี้เรียกว่า อุปสงค์สืบเนื่อง (Derived Demand) ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณและราคาในระดับฟาร์ม และระดับคนกลางประเภทต่างๆ ก่อนถึงระดับขายปลีก

มูลค่าส่วนเหลือการตลาด แบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือ 1) ต้นทุนการตลาด (Marketing Cost) และ 2) ค่าบริการการตลาด (Marketing Charge) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

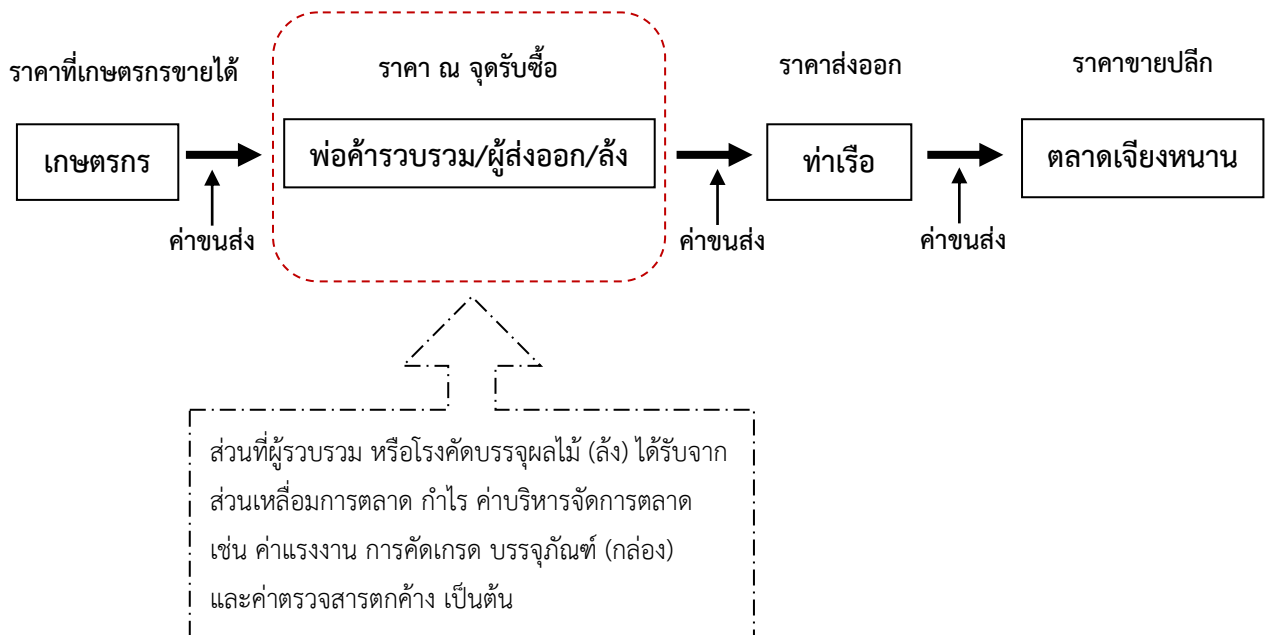
1) ต้นทุนการตลาด หมายถึง ผลตอบแทนที่ได้รับจากการใช้ปัจจัยต่างๆ ในการผลิตสินค้า แปรรูป และการทำหน้าที่การตลาดอื่นๆ เช่น การซื้อ การขาย การเก็บรักษา การขนส่ง การเสี่ยงภัย การบริการด้านการเงิน การแข่งขันคุณภาพ เป็นต้น โดยนับตั้งแต่จุดที่สินค้าเริ่มเคลื่อนย้ายจากมือผู้ผลิตหรือเกษตรกรไปจนกระทั่งถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย ผลตอบแทนที่ได้นั้นประกอบไปด้วย ค่าจ้าง ค่าเช่า และค่าดอกเบี้ย ซึ่งก็คือผลตอบแทนต่อแรงงาน ที่ดินหรืออาคารสำนักงาน และทุนตามลำดับ

ในการพิจารณาต้นทุนการตลาดของสินค้าแต่ละชนิดจำเป็นต้องทราบถึงวิธีการตลาดของสินค้านั้นโดยเฉพาะสินค้าเกษตรแต่ละชนิดมีความแตกต่างกัน เช่น บางอย่างเน่าเสียง่ายบางอย่างต้องมีกระบวนการแปรรูปหลายขั้นตอน บางอย่างผลิตได้เฉพาะบางฤดูกาลทำให้จำนวนคนกลางในตลาดสินค้า

แต่ละชนิดมีความแตกต่างกันอันเป็นผลให้ส่วนประกอบของต้นทุนการตลาดของสินค้าแต่ละชนิดแต่ละประเภทจึงมีมากน้อยแตกต่างกันไป

2) ค่าบริการการตลาด หมายถึงผลตอบแทนต่อการบริการของคนกลางในตลาดแต่ละระดับ อันได้แก่ ผลตอบแทนหรือกำไรต่อการบริการของผู้ขายปลีก ผู้ขายส่ง ผู้รวบรวมรายหน้า และผลตอบแทนต่อกิจกรรมการแปรรูปของพ่อค้าแปรรูป ผลตอบแทนต่อการบริการของคนกลางตลาดในแต่ละระดับนั้น จะแตกต่างกันไปตามชนิดของสินค้า

เมื่อพิจารณาส่วนประกอบของส่วนเหลือมการตลาดจะเห็นว่า ส่วนเหลือมการตลาด จะเป็นปัจจัยอันหนึ่งที่จะช่วยในการศึกษาพฤติกรรมการค้าเนินการของระบบการตลาดของสินค้านั้นๆ โดยจะสามารถชี้ให้เห็นว่าเงินที่ผู้บริโภคจ่ายไปในการซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะตกไปถึงมือผู้ที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ผู้ผลิต ผู้แปรรูป พ่อค้าในระดับตลาดต่างๆ เป็นสัดส่วนเท่าใด ผู้ใด และในตลาดระดับใดมีค่าใช้จ่ายอะไรบ้าง มากน้อยเพียงใด ตลอดจนพ่อค้าในระดับใดได้รับผลตอบแทนเป็นสัดส่วนมากน้อยเพียงใด ทั้งยังช่วยในการวิเคราะห์การตลาดของสินค้านั้นด้วย เมื่อพิจารณาว่าส่วนเหลือมการตลาดมีแนวโน้มไปในทางใดทางหนึ่งในช่วงเวลาหนึ่งแล้ว อาจจะสามารถศึกษาและวิเคราะห์ได้ว่าเหตุใดส่วนเหลือมการตลาดของสินค้านั้นๆ มีแนวโน้มไปในลักษณะเช่นนั้น และพฤติกรรมส่วนใดในระบบตลาดที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในลักษณะนั้น เป็นต้น (ภาพที่ 2.3)



ภาพที่ 2.3 ส่วนประกอบของผู้ที่เกี่ยวข้องในส่วนเหลือมการตลาดผลไม้

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงส่วนเหลือการค้า (สมคิด ทักษิณวิสุทธิ, 2548) ได้แก่

- 1) ระดับราคาสินค้าโดยทั่วไปเปลี่ยนแปลง จะทำให้ราคาสินค้าและค่าใช้จ่ายการค้าเปลี่ยนแปลง ซึ่งก็จะส่งผลให้ส่วนเหลือการค้าเปลี่ยนแปลง
- 2) ปริมาณสินค้าที่เข้าสู่ตลาด สินค้าเกษตรกรรมส่วนใหญ่จะออกเป็นฤดูกาล อุปทานจะไม่สม่ำเสมอตลอดปี ช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมาก และมีผลผลิตส่วนเกินเข้าตลาดมากขึ้น จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพทางการตลาดสูงขึ้น ต้นทุนการค้าต่อหน่วยผลผลิตลดลง ระดับราคาขายปลีกก็จะลดลง เป็นผลทำให้ส่วนเหลือการค้าลดลง
- 3) การปรับปรุงเทคโนโลยีต่างๆ ของคนกลางทางการตลาดประเภทต่างๆ หากเทคโนโลยีดีขึ้น ต้นทุนการค้าจะลดลง ส่วนเหลือการค้าก็จะลดลง
- 4) การเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภค เช่น ต้องการสินค้าใดในลักษณะสินค้าสำเร็จรูปมากขึ้น คนกลางก็ต้องเพิ่มบริการการค้ามากขึ้น และให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ก็จะทำให้ส่วนเหลือการค้าเพิ่มขึ้น
- 5) ลักษณะตลาด ในตลาดที่มีการแข่งขันไม่สมบูรณ์ระบบข่าวสารไม่ดี พ่อค้าจะได้เปรียบทางการค้าจะสามารถตั้งราคาขายได้สูงกว่าที่ควร พ่อค้าจะได้รับผลตอบแทนหรือกำไรเบื้องต้นสูงเกินควรทำให้ส่วนเหลือการค้าเปลี่ยนแปลงสูงขึ้น
- 6) การเปลี่ยนแปลงราคาปัจจัยการผลิตต่างๆ เช่น การเพิ่มขึ้นของอัตราค่าจ้างแรงงาน ค่าวัสดุ อุปกรณ์ ค่าธรรมเนียม ค่าภาษีอากรต่างๆ ย่อมมีผลกระทบต่อต้นทุนและทำให้ส่วนเหลือการค้าเปลี่ยนแปลง

2.2.4 แนวคิดการวิเคราะห์อุปสงค์

อุปสงค์ หมายถึง ปริมาณของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อในระยะเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆ ของสินค้าชนิดนั้น โดยความต้องการซื้อไม่ได้หมายถึงความต้องการธรรมดา (Want) แต่เป็นความต้องการที่มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power) กำกับอยู่ด้วย กล่าวคือผู้บริโภคจะต้องมีความเต็มใจ (Ability and Willingness) ที่จะซื้อและมีเงินเพียงพอที่จะจ่ายซื้อสินค้านั้นได้ด้วย

ฟังก์ชันอุปสงค์ (Demand Function) คือ การแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณที่ผู้บริโภคมีความเต็มใจที่จะซื้อและมีความสามารถที่จะจ่าย ซึ่งเป็นตัวแปรตามกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณซื้อ ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ เช่น ระดับราคาต่างๆ ของสินค้านั้น รายได้ของผู้บริโภค รสนิยม ราคาสินค้าอื่น และฤดูกาล เป็นต้น (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2550) ซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์ของปริมาณซื้อกับตัวแปรต่างๆ ด้วยฟังก์ชันอุปสงค์ ดังนี้

$$Q_x = f(P_x, P_y, Y, T, \dots)$$

เมื่อกำหนดให้ Q_x = ปริมาณความต้องการซื้อสินค้า

P_x = ระดับราคาสินค้า x

P_y = ระดับราคาสินค้า y

Y = รายได้ของผู้บริโภค

T = รสนิยมผู้บริโภค

ดังนั้น ในงานวิจัยนี้จึงเป็นการวิเคราะห์อุปสงค์การนำเข้าทุเรียนไทยของจีน (Import Demand) ซึ่งเป็นประเทศคู่ค้าหลักที่สำคัญของการส่งออกทุเรียนไทย ด้วยสมการถดถอย (Multiple Regression) เพื่อพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการนำเข้าทุเรียน โดยใช้ข้อมูลรายปีตั้งแต่ปี 2543 - 2561 จำนวน 17 ปี เนื่องจากไม่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลรายปีได้มากกว่านี้ โดยมีรูปแบบสมการ ดังนี้

สมการการนำเข้าทุเรียนไทยของจีน

$$\text{CNQIM} = f(\text{CNPIM}, \text{GDPCAP}, \text{EXCUS})$$

โดย	CNQIM	=	ปริมาณการนำเข้าทุเรียนไทยของจีน (ตัน)
	CNPIM	=	ราคานำเข้าทุเรียนของจีน (ดอลลาร์สหรัฐ/ตัน)
	GDPCAP	=	ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจีนต่อหัว (หยวน/คน)
	EXCUS	=	อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทต่อเงินดอลลาร์สหรัฐ (บาท/ดอลลาร์สหรัฐ)

สมมติฐานของตัวแปร :

- (1) ราคานำเข้าของจีนมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับปริมาณการนำเข้าทุเรียนไทยของจีน โดยหากราคานำเข้าทุเรียนไทยเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้จีนนำเข้าทุเรียนไทยลดลง
- (2) ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจีนต่อหัว มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการนำเข้าทุเรียนไทยของจีน โดยหากผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจีนต่อหัวเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้จีนนำเข้าทุเรียนไทยเพิ่มขึ้น
- (3) อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทต่อเงินดอลลาร์สหรัฐ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการนำเข้าทุเรียนไทยของจีน โดยหากค่าเงินบาทอ่อนค่าลงจะส่งผลให้จีนมีปริมาณนำเข้าทุเรียนไทยเพิ่มขึ้น

ทั้งนี้ สมมติฐานดังกล่าวตั้งอยู่บนสมมติฐานว่าอีก 5 ปีข้างหน้า ยังคงเป็นสถานการณ์ที่ไม่แตกต่างไปจากปัจจุบัน

จากสมการการนำเข้าทุเรียนไทยของจีน จึงได้ทำการพยากรณ์ (Forecasting) ข้อมูลต่ออีก 5 ปี (ปี 2562 – 2566) โดยใช้รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ซึ่งค่าพยากรณ์ได้ถูกกำหนดขึ้นโดยความสัมพันธ์บางลักษณะกับข้อมูลที่จะพยากรณ์ ซึ่งวิธีนี้จึงต้องมีข้อมูลด้านอื่นๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการที่จะพยากรณ์ ควบคู่ไปกับข้อมูลในอดีต ด้วยวิธีการวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis) และการพยากรณ์เชิงเศรษฐมิติ (Econometric Forecasting)

2.2.5 แนวคิดวิเคราะห์ประสิทธิภาพการส่งผ่านราคา

ทำโดยการหาความสัมพันธ์ของราคาในตลาดแต่ละระดับ ด้วยการกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์ของราคาในตลาดหนึ่งกับราคาของตลาดอีกระดับหนึ่ง ด้วยแบบจำลองสมการถดถอยเชิงเดี่ยวอย่างง่าย (Simple Regression Model) และประมาณค่าสัมประสิทธิ์ด้วยวิธี Ordinary Least Squares Technique) และนำค่าสัมประสิทธิ์ที่ประมาณได้มาหาค่าความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคา (Elasticity of Price Transmission) ซึ่งการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการส่งผ่านราคา พิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคาจากตลาดระดับหนึ่งไปยังตลาดอีกระดับหนึ่ง เมื่อราคาสินค้าชนิดเดียวกันในอีกตลาดระดับหนึ่งเปลี่ยนไปอันเนื่องมาจากสินค้าชนิดเดียวกันในอีกตลาดหนึ่งเปลี่ยนไปร้อยละ 1 ซึ่งสินค้าเกษตรส่วนใหญ่ ค่าความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคามีค่ามากกว่า 0 และน้อยกว่า 1 (อภิสิทธิ์, 2537) ซึ่งค่าความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคาเป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพทางราคาและโครงสร้างตลาด โดยที่ค่าความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคามีค่าเท่ากับ 1 แสดงว่าประสิทธิภาพทางราคาสูงที่สุด มีโครงสร้างตลาดแข่งขันลดลง แต่มีค่าเท่ากับ 0 แสดงว่าประสิทธิภาพทางราคาต่ำที่สุด มีโครงสร้างตลาดไม่แข่งขัน

ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างราคาที่เกี่ยวข้องได้ ราคาขายส่งทุเรียน ณ ตลาดเจียงหนาน และราคาขายปลีกทุเรียน ณ นครกว่างโจว โดยใช้ข้อมูลราคาเฉลี่ยรายเดือนระหว่างปี 2555 – 2561 โดยกำหนดให้รูปแบบความสัมพันธ์ของราคาเป็นดังนี้

$$P_i = a + b P_j$$

โดย i และ $j \in J$ ซึ่ง $J = \{\text{ราคาที่เกี่ยวข้องได้, ราคาขายส่ง, ราคาขายปลีก}\}$ และ $i \neq j$

a = ค่าคงที่ของสมการ

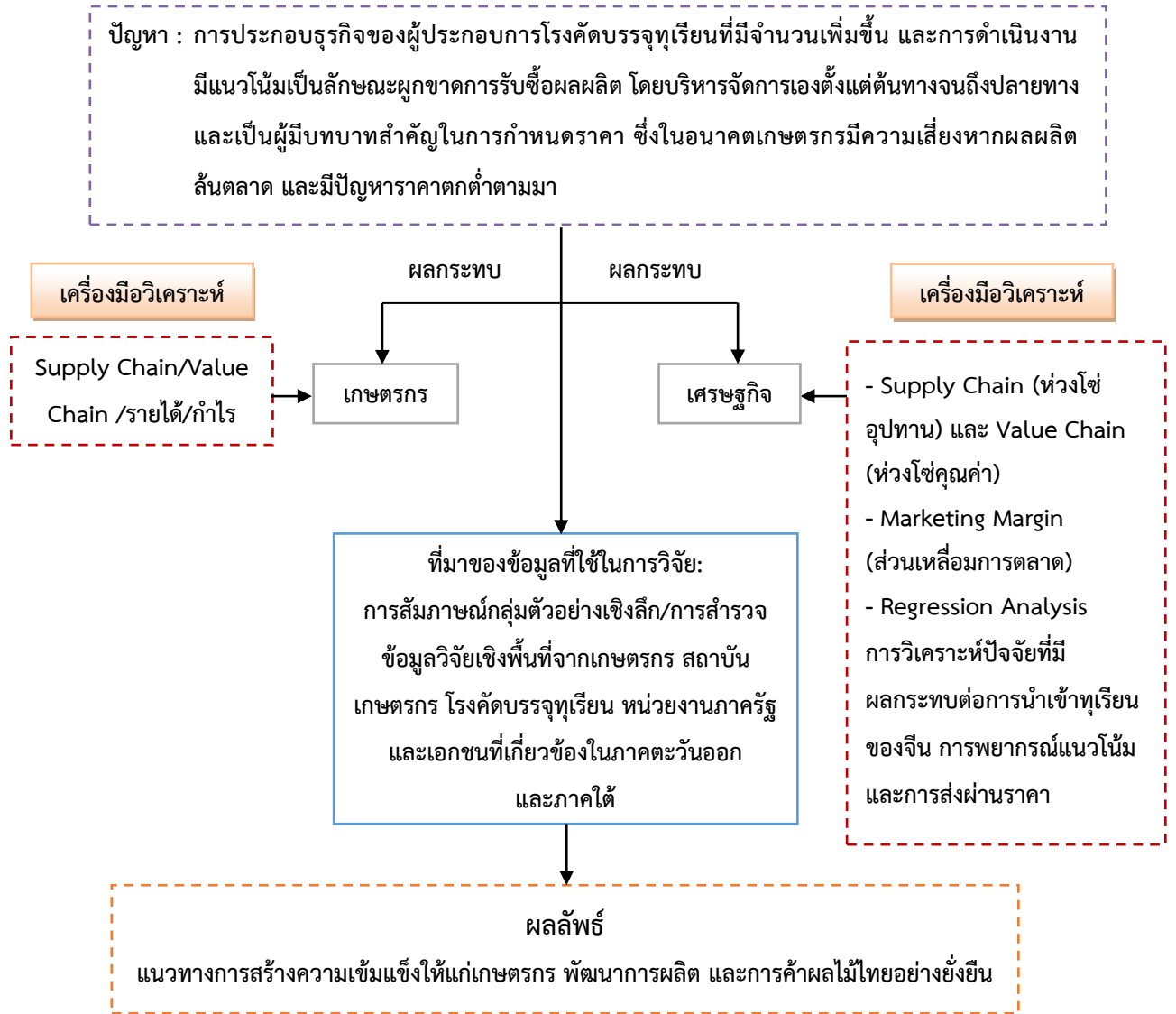
b = ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ราคาทุเรียนระหว่างตลาดทั้งสอง

ค่า b จะแสดงถึงความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคา (E_p) หรือ

$$E_p = \frac{\partial P_i}{\partial P_j} * \frac{\bar{P}_j}{\bar{P}_i}$$

ยกตัวอย่างถ้า P_i เป็นราคาที่เกี่ยวข้องได้ และ P_j เป็นราคาขายส่ง ค่า b ที่ประมาณค่าได้ จะแสดงค่าความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคาที่เกี่ยวข้องได้ต่อราคาขายส่งโดยที่ \bar{P}_i = ราคาเฉลี่ยของ P_i และ \bar{P}_j = ราคาเฉลี่ยของ P_j

2.3 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3 ข้อมูลทั่วไป

3.1 การผลิตและการตลาดทุเรียนของไทย

3.1.1 ด้านการผลิต

การผลิตทุเรียนทั้งประเทศ ในปี 2557 - 2561 มีเนื้อที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ของทุเรียนเพิ่มขึ้นจาก 570,556 ไร่ ผลผลิต 631,773 ตัน และผลผลิตต่อไร่ 1,107 กิโลกรัม ในปี 2557 เป็นเนื้อที่ให้ผล 676,160 ไร่ ผลผลิต 760,353 ตัน และผลผลิตต่อไร่ 1,125 กิโลกรัม ในปี 2561 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.47 ร้อยละ 4.80 และร้อยละ 0.32 ต่อปี ตามลำดับ เนื่องจากเกษตรกรได้ปรับเปลี่ยนพื้นที่จากการปลูกพืชอื่นมาปลูกทุเรียนแทน เช่น ยางพารา ปาล์มน้ำมัน และผลไม้ชนิดอื่น รวมทั้งราคาเป็นแรงจูงใจให้เกษตรกรบำรุงรักษาสวนทุเรียนอย่างดี มีการปรับปรุงบำรุงดิน ทำปุ๋ยหมักชีวภาพ เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพมาตรฐานการส่งออกมากขึ้น ส่งผลให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น ดังแสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 เนื้อที่ให้ผล ผลผลิต ผลผลิตต่อไร่ทุเรียนทั้งประเทศ ปี 2557 - 2561

ปี	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)
2557	570,556	631,773	1,107
2558	583,125	601,017	1,031
2559	608,512	512,451	842
2560	643,138	663,123	1,031
2561	676,160	760,353	1,125
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	4.47	4.80	0.32

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2562)

แหล่งผลิตทุเรียนที่สำคัญของไทย ส่วนใหญ่อยู่ที่ภาคตะวันออก 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี ระยอง ตราด ปราจีนบุรี และชลบุรี และภาคใต้ 14 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดชุมพร ระนอง สุราษฎร์ธานี พังงา ภูเก็ต กระบี่ ตรัง นครศรีธรรมราช พัทลุง สงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ดังแสดงในตารางที่ 3.2 โดยแนวโน้มเนื้อที่ให้ผลในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ภาคตะวันออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.18 ต่อปี และภาคใต้เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.76 ต่อปี โดยในปี 2561 เนื้อที่ให้ผลของภาคตะวันออกและภาคใต้รวมกัน คิดเป็นร้อยละ 92.96 ของเนื้อที่ให้ผลทั้งประเทศ แบ่งเป็นเนื้อที่ให้ผลภาคตะวันออกร้อยละ 39.71 และภาคใต้ร้อยละ 53.25 ของเนื้อที่ให้ผลทั้งประเทศ

ตารางที่ 3.2 เนื้อที่ให้ผลทุเรียนภาคตะวันออกและภาคใต้ ปี 2557 - 2561

หน่วย: จำนวน (ไร่)

ปี	ภาค					ทั้งประเทศ		
	ตะวันออก	ร้อยละ	ใต้	ร้อยละ	อื่นๆ	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
2557	246,134	43.14	293,073	51.37	31,349	5.49	570,556	100
2558	246,967	42.35	293,002	50.25	43,156	7.40	583,125	100
2559	252,841	41.55	311,395	51.17	44,276	7.28	608,512	100
2560	257,442	40.03	339,952	52.86	45,744	7.11	643,138	100
2561	268,537	39.71	360,041	53.25	47,582	7.04	676,160	100
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	2.18		5.76		9.34		4.47	

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2562)

สำหรับแนวโน้มผลผลิตในช่วงปี 2557 - 2561 พบว่า ภาคตะวันออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.28 ต่อปี และภาคใต้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.95 ต่อปี โดยในปี 2561 มีปริมาณผลผลิตของภาคตะวันออกคิดเป็นร้อยละ 53.28 และภาคใต้ร้อยละ 41.01 ทำให้มีปริมาณผลผลิตของทั้งสองภาคคิดเป็นร้อยละ 94.29 ของปริมาณผลผลิตทั้งประเทศ

เมื่อพิจารณาแหล่งผลิตทุเรียนที่สำคัญของภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี ระยอง และตราด มีผลผลิตคิดเป็นร้อยละ 53.12 ของผลผลิตทั้งประเทศ และภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดชุมพร สุราษฎร์ธานี และ นครศรีธรรมราช มีผลผลิตคิดเป็นร้อยละ 27.99 ของผลผลิตทั้งประเทศ และเมื่อรวมผลผลิตของ 6 จังหวัด คิดเป็นร้อยละ 81.11 ของปริมาณผลผลิตทั้งประเทศ จึงถือได้ว่าเป็นแหล่งผลิตทุเรียนที่สำคัญของไทย ทั้งนี้ ภาคตะวันออกจะมีผลผลิตมากกว่าภาคใต้ เนื่องจากมีสภาพภูมิประเทศเป็นพื้นที่ราบ เกษตรกรสามารถใช้เทคโนโลยีในการดูแลรักษาและจัดการสวนทุเรียนได้ง่ายกว่า ทำให้มีปัญหาเรื่องโรคแมลงในสวนทุเรียนน้อย และส่วนมากเป็นเกษตรกรรายใหญ่ ทำการผลิตทุเรียนเพื่อการส่งออก จึงทำให้มีการจัดการสวนเป็นอย่างดี ขณะที่ภาคใต้มีลักษณะภูมิประเทศเป็นเชิงเขาและสภาพอากาศมีฝนตกชุกมากกว่าภาคตะวันออก จึงมีความเสี่ยงน้ำท่วมขัง ทำให้ทุเรียนร่วง และเกิดโรคแมลงเข้าทำลายได้ง่ายกว่า ดังแสดงในตารางที่ 3.3

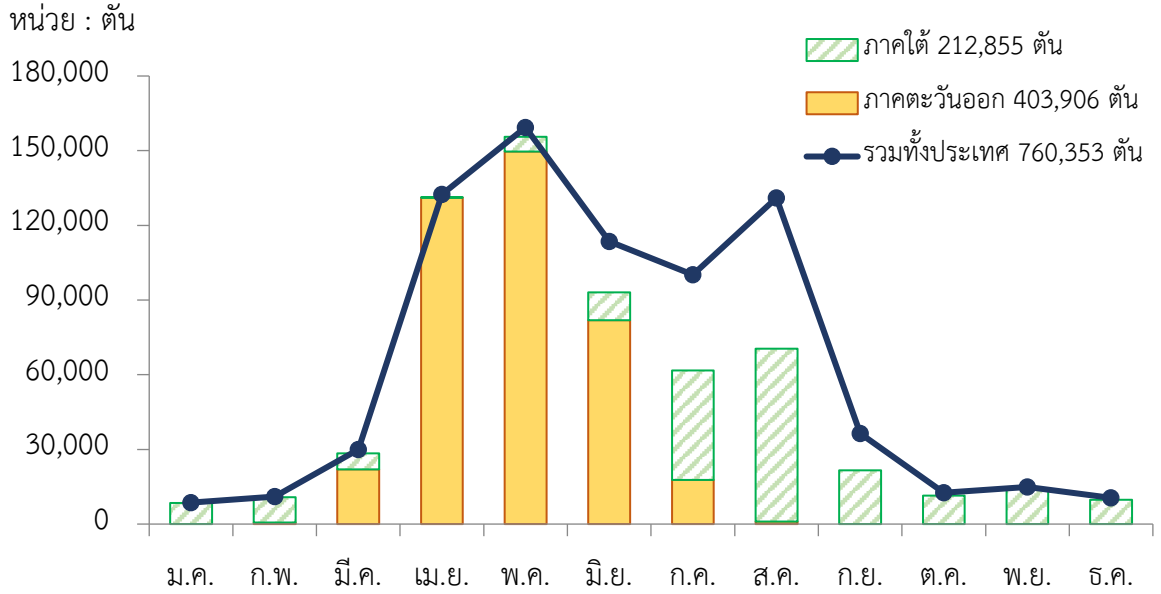
ตารางที่ 3.3 ผลผลิตทุเรียนภาคตะวันออกและภาคใต้ ปี 2557 - 2561

หน่วย: ปริมาณ (ตัน)

ปี	ภาค					ทั้งประเทศ		
	ตะวันออก	ร้อยละ	ใต้	ร้อยละ	อื่นๆ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
2557	350,338	55.45	258,772	40.96	22,663	3.59	631,773	100
2558	338,755	56.36	239,513	39.85	22,749	3.79	601,017	100
2559	278,300	54.31	224,656	43.84	9,495	1.85	512,451	100
2560	423,817	63.91	200,092	30.17	39,214	5.91	663,123	100
2561	405,094	53.28	311,840	41.01	43,419	5.71	760,353	100
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	5.28		1.95		20.26		4.80	

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2562)

1) **ผลผลิตที่ออกสู่ตลาด** ผลผลิตทุเรียนของไทยสามารถออกสู่ตลาดได้ตลอดทั้งปี โดยผลผลิตทุเรียนภาคตะวันออกจะออกสู่ตลาดในช่วงเดือนมีนาคม - มิถุนายน ซึ่งเป็นช่วงต้นฤดูการจึงทำให้จำหน่ายได้ในราคาสูง และจะกระจุกตัวออกสู่ตลาดมากในช่วงเดือนเมษายน - พฤษภาคม สำหรับผลผลิตทุเรียนของภาคใต้จะออกสู่ตลาดทั้งทุเรียนในฤดูและนอกฤดู (ทุเรียนทวาย) โดยทุเรียนในฤดูจะออกสู่ตลาดในช่วงเดือนมิถุนายน - กันยายน และทุเรียนนอกฤดูประมาณช่วงเดือนตุลาคม - กุมภาพันธ์ จะเห็นว่าในช่วงเดือนมิถุนายนจะเป็นช่วงคาบเกี่ยวกันระหว่างทุเรียนปลายฤดูของภาคตะวันออกและช่วงต้นฤดูของทุเรียนภาคใต้ ซึ่งออกสู่ตลาดพร้อมกันจึงทำให้ในช่วงดังกล่าวราคาที่เกษตรกรขายได้จะปรับตัวลดลง อย่างไรก็ตาม ผลผลิตทุเรียนออกสู่ตลาดแบบกระจายตัวและยังไม่มีปัญหาการล้นตลาด ดังแสดงในภาพที่ 3.1



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2562)

ภาพที่ 3.1 ผลผลิตทุเรียนรายเดือนของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 จังหวัด และภาคใต้ 3 จังหวัด ปี 2561

2) **ครัวเรือนเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียน** ปี 2557 - 2561 ครัวเรือนเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนเพิ่มขึ้นจาก 132,377 ครัวเรือน ในปี 2557 เป็น 139,082 ครัวเรือน ในปี 2561 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.63 ต่อปี ดังแสดงในตารางที่ 3.4 เนื่องจากราคาสูงทำให้เกษตรกรทุกภาคได้ปรับเปลี่ยนพื้นที่จากการปลูกพืชอื่นมาปลูกทุเรียนแทน ซึ่งนอกจากแหล่งผลิตที่สำคัญที่มีการเพิ่มของจำนวนครัวเรือนผู้ปลูกทุเรียนในภาคกลางและภาคใต้แล้วยังมีภาคอื่นๆ ที่มีจำนวนครัวเรือนเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน เช่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งมีทุเรียนที่มีชื่อเสียงและเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัด เช่น ทุเรียนภูเขาไฟ จังหวัดศรีสะเกษ เป็นต้น

ตารางที่ 3.4 จำนวนครัวเรือนเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียน ปี 2557 - 2561

หน่วย: ครัวเรือน

ปี	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ทั้งประเทศ
2557	8,055	516	36,055	87,751	132,377
2558	8,698	585	37,027	93,448	139,758
2559	6,113	658	38,106	95,616	140,493
2560	7,020	618	38,392	88,753	134,783
2561	7,623	864	39,277	91,318	139,082
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	-3.19	11.47	2.10	0.28	0.63

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2562)

3) แปลงทุเรียนที่ผ่านการรับรองมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practice: GAP) การยื่นขอ GAP เป็นความสมัครใจของเกษตรกร ซึ่งที่ผ่านมายังไม่ได้ได้รับความสนใจจากเกษตรกรเท่าที่ควร เนื่องจากเกษตรกรมีความเห็นว่าการมี/ไม่มีใบรับรอง GAP ไม่ได้ส่งผลให้ราคาขายทุเรียนแตกต่างกัน แต่ประเทศผู้นำเข้า (จีน) ได้กำหนดกฎระเบียบข้อบังคับที่มีความเข้มงวดขึ้น ทำให้ในปี 2562 เกษตรกรยื่นขอใบรับรอง GAP ทุเรียนจำนวน 201,338.82 ไร่ ได้รับการรับรองแล้วจำนวน 162,631.39 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 80.77 ของจำนวนไร่ทั้งหมด ที่เหลืออีก 38,707.43 ไร่ หรือร้อยละ 19.23 ของจำนวนไร่ทั้งหมด ยังไม่ได้รับการรับรองซึ่งอยู่ในช่วงรอตรวจและระหว่างตรวจ ดังแสดงในตารางที่ 3.5

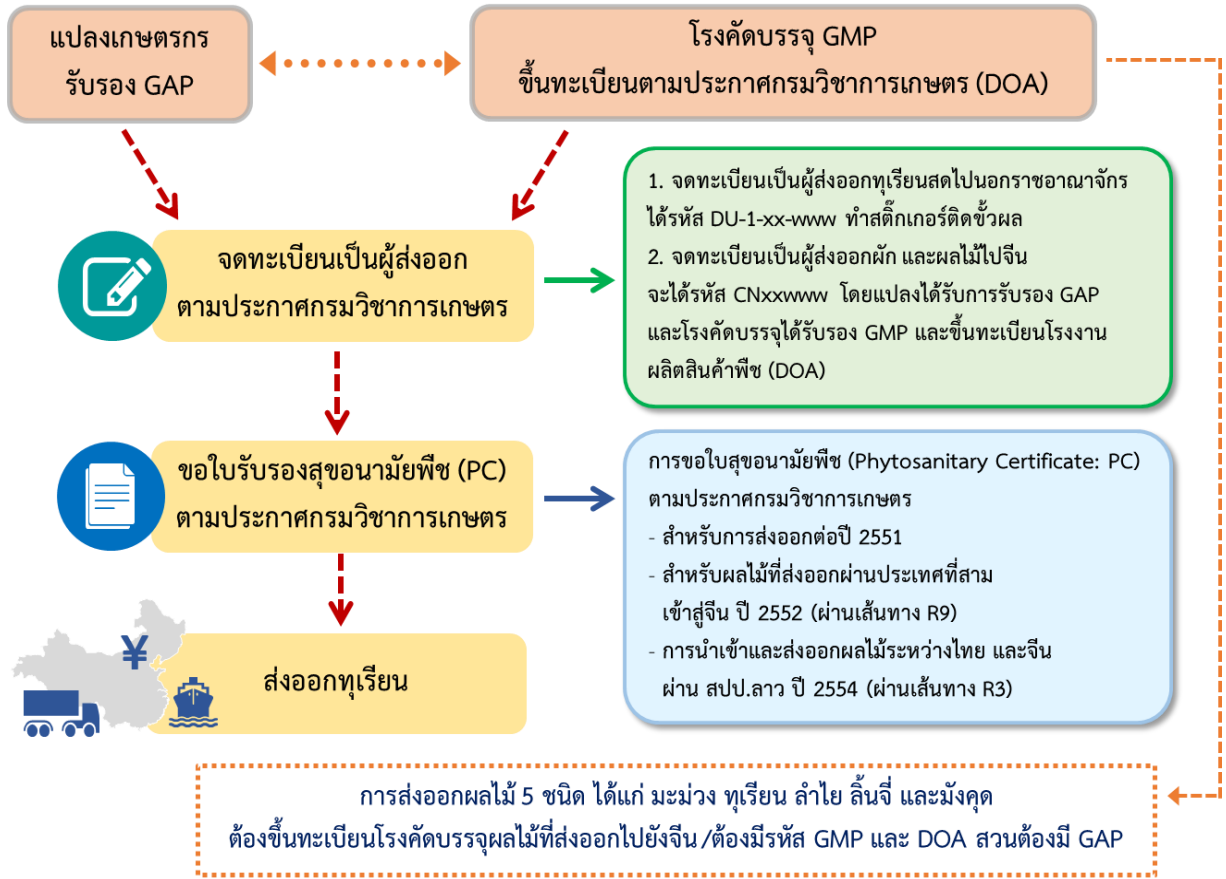
อย่างไรก็ตาม การผลิตทุเรียนตามมาตรฐาน GAP ของเกษตรกรจะมีความสำคัญมาก เนื่องจากเป็นข้อกำหนดของประเทศคู่ค้า และมีความเข้มงวดมากยิ่งขึ้น เกษตรกรจึงควรตื่นตัวในการผลิตเพื่อการส่งออก โดยจากข้อมูลจากการประชุมคณะกรรมการร่วมทางเทคนิคด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชไทย - จีน (JTC-SPS) ครั้งที่ 6 เมื่อเดือนธันวาคม 2561 ณ กรุงปักกิ่ง ไทยได้ส่งฐานข้อมูลการขึ้นทะเบียนสวนผลไม้และโรงคัดบรรจุผลไม้ (ล้าง) สำหรับผลไม้ที่มีพิธีสารทั้ง 5 ชนิด ประกอบด้วย ทุเรียน มะม่วง มังคุด ลิ้นจี่ และลำไย ให้กับจีน แต่ข้อมูลยังอยู่ในระหว่างการปรับปรุง เนื่องจากมีผู้มายื่นขอขึ้นทะเบียนอย่างต่อเนื่อง จีนจึงให้ไทยส่งเอกสารการขึ้นทะเบียนเพิ่มเติมภายในวันที่ 1 มิถุนายน 2562 และเริ่มบังคับใช้ระเบียบใหม่ในการตรวจสอบเข้มงวดรายชื่อสวนและโรงคัดบรรจุที่ส่งผลผลิตเข้าไปขายในจีนตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2562 เป็นต้นไป มาตรการนี้จะบังคับใช้กับผลไม้ทุกชนิดและกับทุกประเทศที่ส่งออกผลไม้ไปจีน โดยสวนผลไม้ที่ปลูกเพื่อส่งออกต้องขึ้นทะเบียนและได้รับมาตรฐาน GAP และโรงคัดบรรจุต้องผ่านมาตรฐานหลักปฏิบัติที่ดีในการผลิตสินค้าเกษตรด้านพืช (Good Manufacturing Practice: GMP) เมื่อขึ้นทะเบียนแล้ว กรมวิชาการเกษตรจะส่งรายชื่อทั้งหมดให้กับทางการจีน เพื่อประกาศรับรองรายชื่อผู้มีสิทธิส่งออกไปจีนในเว็บไซต์ต่อไป (กรมวิชาการเกษตร, 2562) ดังแสดงในภาพที่ 3.2

ตารางที่ 3.5 การจดทะเบียนรับรองแหล่งผลิตพืช (GAP) ทุเรียนทั่วประเทศ ปี 2562

หน่วย: ไร่

พื้นที่ ทั้งหมดที่ยื่น ขอ GAP	ยังไม่ได้รับการรับรอง			ได้รับการ รับรอง
	รอตรวจ	ระหว่างตรวจ (แปลงใหม่)	ระหว่างตรวจ (แปลงตรวจติดตาม)	
201,338.82	22,170.39	3,181.74	606.26	162,631.39
100%			19.23%	80.77%

ที่มา: กรมวิชาการเกษตร (2562)

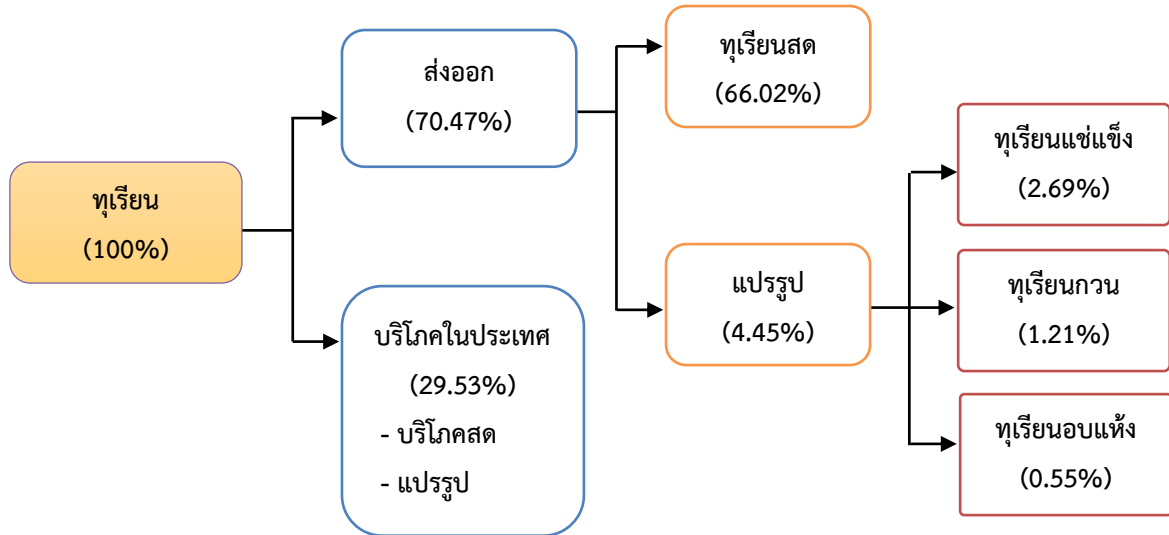


ที่มา: กรมวิชาการเกษตร (2562)

ภาพที่ 3.2 ขั้นตอนการส่งออกทุเรียนสดไปสาธารณรัฐประชาชนจีน

3.1.2 ด้านการตลาด

1) โครงสร้างสินค้าทุเรียนของไทย โครงสร้างสินค้าทุเรียนในปี 2561 พบว่า ทุเรียนที่มีคุณภาพจะถูกส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศร้อยละ 70.47 โดยส่งออกในรูปแบบสดมากที่สุดร้อยละ 66.02 และแปรรูปร้อยละ 4.45 ในลักษณะทุเรียนแช่แข็งร้อยละ 2.69 ทุเรียนกวนร้อยละ 1.21 และทุเรียนอบแห้งร้อยละ 0.55 ส่วนผลผลิตที่ไม่ได้คุณภาพส่งออก เช่น ตกไซส์ และมีราดำ เป็นต้น จะมีพ่อค้ามารับซื้อเพื่อนำไปจำหน่ายตลาดภายในประเทศคิดเป็นร้อยละ 29.53 ทั้งในรูปแบบบริโภคสดและผลิตภัณฑ์ที่แปรรูป ดังแสดงในภาพที่ 3.3 จะเห็นว่า จากโครงสร้างทุเรียนของไทยส่วนใหญ่เป็นการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ จึงทำให้ผู้ผลิตและผู้รับซื้อ/โรงคัดบรรจุ/ผู้ส่งออกมีบทบาทสำคัญในการดำเนินธุรกิจทุเรียน



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2562)

ภาพที่ 3.3 โครงสร้างสินค้าทูเรียนของไทย

2) วิธีการตลาดของทูเรียน จากการสำรวจข้อมูลในพื้นที่พบว่าภาคตะวันออกและภาคใต้ มีวิธีการตลาดทูเรียน ดังนี้

2.1) วิธีการตลาดทูเรียนภาคตะวันออก ผลผลิตเกรดคุณภาพของเกษตรกรภาคตะวันออก จะส่งไปจำหน่ายตลาดต่างประเทศ ได้แก่ จีน ฮองกง เวียดนาม และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 71.34 ส่วนผลผลิต ตกเกรด/ตกไซส์ มีตำหนิ ราคา ไม่สามารถส่งออกผลสดได้ จะส่งเข้าโรงงานแปรรูป เพื่อแปรรูปเป็นทูเรียนแช่แข็ง ทูเรียนทอดกรอบ ทูเรียนกวน ทูเรียนอบแห้ง และอื่นๆ ร้อยละ 9.00 ส่วนอีกร้อยละ 19.66 จำหน่ายให้กับผู้บริโภค ภายในประเทศ ดังแสดงในภาพที่ 3.4 โดยวิธีการตลาดของทูเรียนภาคตะวันออกมีการกระจาย/จำหน่ายไปยัง แหล่งรับซื้อต่างๆ ดังนี้

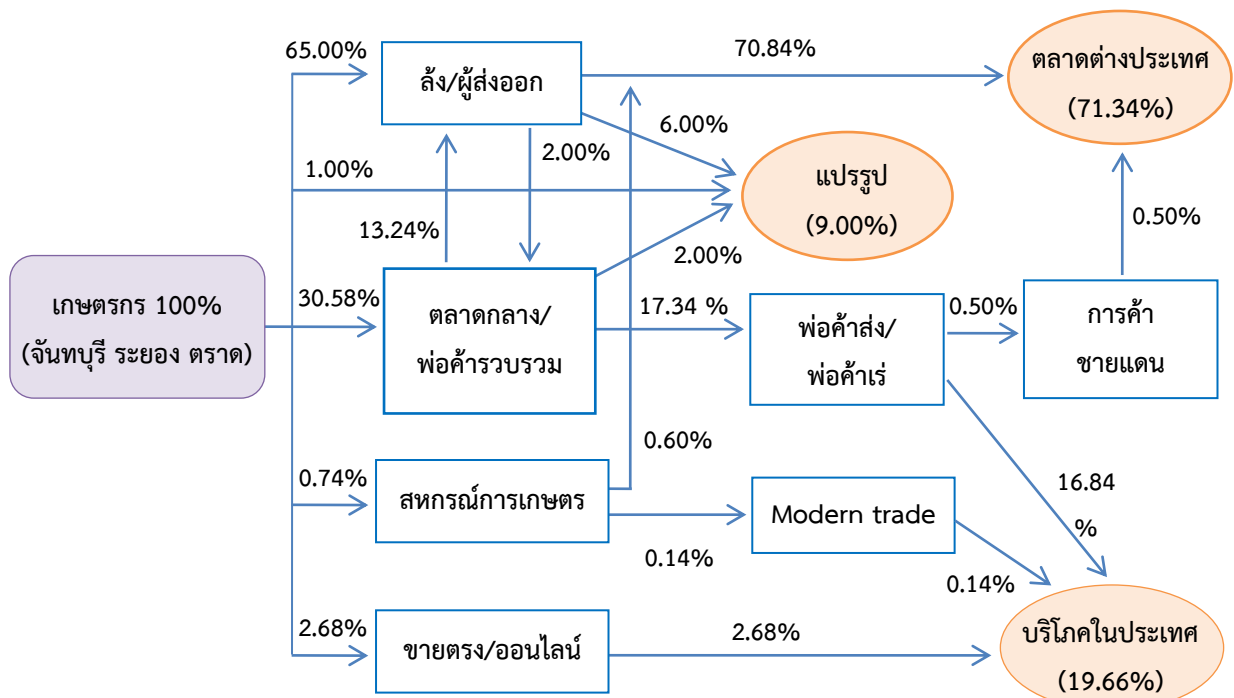
(1) โรงคัดบรรจุ เป็นผู้ซื้อรายใหญ่ที่สุดจากเกษตรกร โดยผลผลิตของเกษตรกรร้อยละ 65.00 ส่งเข้าโรงคัดบรรจุ นอกจากนี้ โรงคัดบรรจุยังรับซื้อผลผลิตจากตลาดกลาง/พ่อค้ารวบรวมร้อยละ 13.24 และสหกรณ์การเกษตรร้อยละ 0.60 เพื่อส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศร้อยละ 71.34 โดยตลาดหลัก ได้แก่ จีน เวียดนาม และฮองกง สำหรับผลผลิตที่ตกเกรด มีตำหนิ ส่งเข้าโรงงานแปรรูปร้อยละ 6.00 และร้อยละ 2.00 จำหน่ายให้กับตลาดกลาง/ผู้รวบรวม เพื่อจำหน่ายให้กับพ่อค้าส่ง/พ่อค้าเร่ภายในประเทศต่อไป

(2) พ่อค้ารวบรวม/ตลาดกลางค้าส่งในพื้นที่ มีผลผลิตเข้ามาจำหน่ายร้อยละ 30.58 อาทิ ตลาดเนินสูง จังหวัดจันทบุรี ซึ่งเป็นตลาดกลางขนาดใหญ่รองรับผลผลิตทูเรียนจากเกษตรกรจังหวัด จันทบุรี ระยอง และตราด ที่ชนผลผลิตมาจำหน่ายเอง โดยผลผลิตที่มีคุณภาพพ่อค้ารวบรวมจะรับซื้อแล้วส่ง ให้กับโรงคัดบรรจุ เพื่อส่งออกร้อยละ 13.24 ส่วนผลผลิตที่ตกเกรด/ตกไซส์ มีตำหนิ ราคา ร้อยละ 17.34 จำหน่ายให้กับพ่อค้าส่งภายในประเทศ ส่วนผลผลิตร้อยละ 2.00 ส่งเข้าโรงงานแปรรูป และร้อยละ 0.50 จำหน่ายผ่านการค้าชายแดนให้กับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น กัมพูชา ทางด่านถาวรบ้านแหลม (ตลาดชายแดน ไทย - กัมพูชา บ้านแหลม จังหวัดจันทบุรี) และด่านอื่นๆ ซึ่งไม่มีมากนัก

(3) **โรงงานแปรรูป** รับซื้อผลผลิตที่ตกเกรดหรือมีตำหนิของเกษตรกรที่ไม่สามารถส่งออกผลสดไปยังตลาดต่างประเทศได้ เพื่อนำมาแปรรูปร้อยละ 9.00 โดยเป็นผลผลิตที่มาจากเกษตรกรโดยตรงร้อยละ 1.00 ผลผลิตมาจากตลาดกลาง/พ่อค้ารวบรวมร้อยละ 2.00 และเป็นผลผลิตตกเกรดจากโรงคัดบรรจุร้อยละ 6.00 โดยนำมาแปรรูปเป็นทุเรียนแช่แข็งแบบแกะเปลือก ทุเรียนทอดกรอบ ทุเรียนกวน และทุเรียนอบแห้ง เพื่อจำหน่ายภายในประเทศและต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา ยุโรป จีน และเอเชีย เป็นต้น

(4) **สหกรณ์การเกษตร** ผลผลิตของเกษตรกรร้อยละ 0.74 จำหน่ายให้กับสหกรณ์การเกษตรในพื้นที่ที่ทำการรวบรวมผลผลิตที่มีคุณภาพจากสมาชิกและที่ไม่เป็นสมาชิก โดยสหกรณ์มีการจับคู่ค้าทางธุรกิจกับผู้ส่งออก เพื่อส่งออกตลาดต่างประเทศร้อยละ 0.60 และจับคู่กับห้างสรรพสินค้า (Modern Trade) เช่น Tops, The Mall และ Makro เป็นต้น เพื่อแกะเปลือกจำหน่ายแบบแพ็คให้กับผู้บริโภคภายในประเทศ ร้อยละ 0.14

(5) **การขายตรงให้กับผู้บริโภค และการขายออนไลน์** ผลผลิตของเกษตรกรร้อยละ 2.68 มีการจำหน่ายตรงให้กับผู้บริโภคภายในประเทศผ่านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แผงจำหน่าย และการขายออนไลน์ผ่านระบบ Line และ Facebook โดยบรรจุกล่องละ 10 กิโลกรัม ซึ่งเกษตรกรสามารถขายคละเกรดได้ เพื่อให้ได้น้ำหนักและขนาดตามที่ต้องการ โดยส่งตรงถึงผู้บริโภคผ่านบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด นอกจากนี้ เกษตรกรบางรายมีการจำหน่ายทุเรียนแบบเหมาทั้งต้นในราคา กิโลกรัมละประมาณ 150 บาท โดยเกษตรกรเป็นผู้ดูแลและบำรุงรักษาต้นทุเรียนและให้ลูกค้ามารับผลผลิตเมื่อถึงเวลาเก็บเกี่ยว



ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 3.4 วิธีการตลาดทุเรียนภาคตะวันออก ปี 2562

2.2) วิธีการตลาดทุเรียนภาคใต้ โดยผลผลิตทุเรียนเกรดคุณภาพของเกษตรกรภาคใต้ จะส่งไปจำหน่ายตลาดต่างประเทศ ได้แก่ จีน ฮองกง เวียดนาม และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 68.85 ส่วนผลผลิตตกเกรด/ตกไซส์ มีตำหนิ ราคา ไม่สามารถส่งออกได้จะส่งเข้าโรงงานแปรรูป เพื่อแปรรูปเป็นทุเรียนแช่แข็ง ทุเรียนทอดกรอบ ทุเรียนกวน และทุเรียนอบแห้งร้อยละ 6.00 และผลผลิตอีกร้อยละ 25.15 จำหน่ายให้กับผู้บริโภคภายในประเทศ ดังแสดงในภาพที่ 3.5 โดยวิธีการตลาดของทุเรียนภาคใต้มีการกระจาย/จำหน่ายไปยังแหล่งรับซื้อต่างๆ ดังนี้

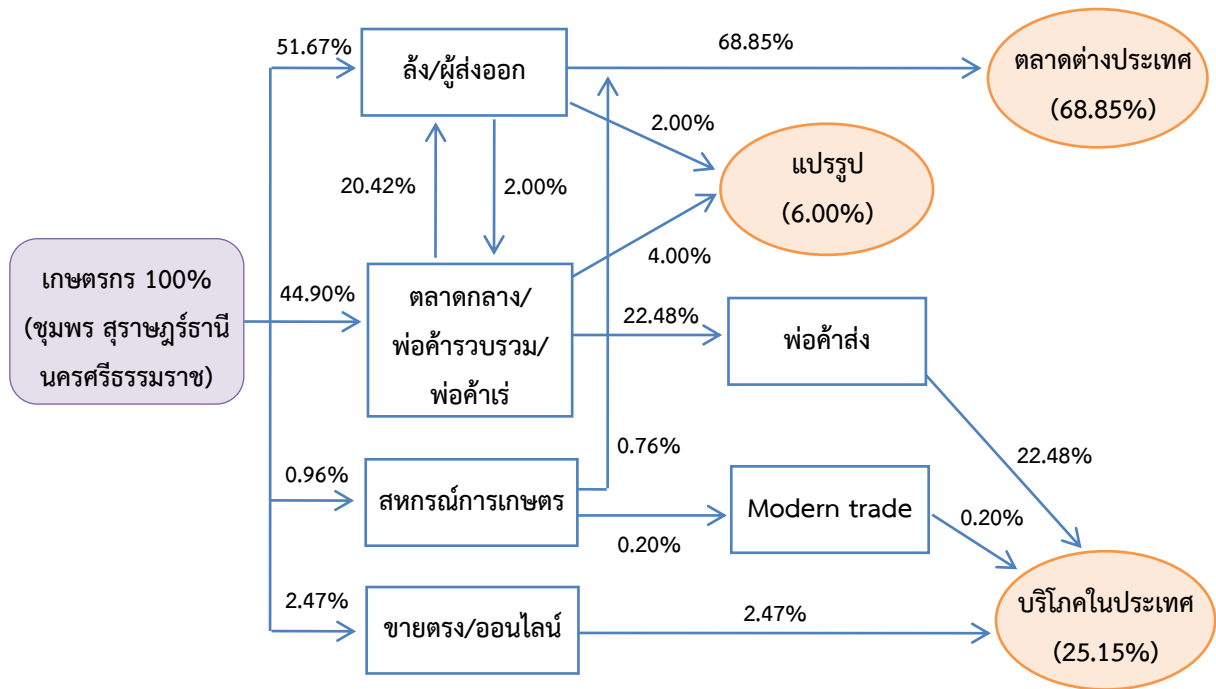
(1) โรงคัดบรรจุ โดยผลผลิตของเกษตรกรร้อยละ 51.67 ส่งเข้าโรงคัดบรรจุทุเรียน นอกจากนี้ ยังรับซื้อผลผลิตจากตลาดกลาง/พ่อค้ารวบรวมร้อยละ 20.42 และสหกรณ์การเกษตรร้อยละ 0.76 เพื่อส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศประมาณร้อยละ 68.85 โดยตลาดหลัก ได้แก่ จีน เวียดนาม และฮองกง สำหรับผลผลิตที่ตกเกรด มีตำหนิ ส่งเข้าโรงงานแปรรูปร้อยละ 2.00 และอีกร้อยละ 2.00 จำหน่ายให้กับพ่อค้ารวบรวม/พ่อค้าเร่ที่ตลาดกลาง เพื่อส่งจำหน่ายต่อให้กับพ่อค้าส่งต่อไป

(2) ตลาดกลาง/พ่อค้ารวบรวม/พ่อค้าเร่ รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรร้อยละ 44.90 โดยมีตลาดกลางที่สำคัญในจังหวัดชุมพร เช่น ตลาดมรกต รับซื้อทุเรียนของเกษตรกรภาคใต้ โดยผลผลิตที่มีคุณภาพส่งออกจะส่งให้กับโรงคัดบรรจุร้อยละ 20.42 ส่วนผลผลิตตกเกรด/ตกไซส์ มีตำหนิ ร้อยละ 22.48 ส่งให้กับพ่อค้าส่ง เพื่อกระจายต่อไปยังตลาดภายในประเทศ และร้อยละ 4.00 เข้าโรงงานแปรรูป

(3) โรงงานแปรรูป รับซื้อผลผลิตที่ตกเกรดหรือมีตำหนิของเกษตรกรที่ไม่สามารถส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศได้ เพื่อนำมาแปรรูปร้อยละ 6.00 โดยผลผลิตที่นำมาแปรรูปมาจากตลาดกลาง/พ่อค้ารวบรวม/พ่อค้าเร่ร้อยละ 4.00 และอีกส่วนหนึ่งมาจากโรงคัดบรรจุที่มีผลผลิตตกเกรดจากการส่งออก ร้อยละ 2.00 เพื่อแปรรูปเป็นทุเรียนแช่แข็งแบบแกะเปลือก ส่งจำหน่ายตลาดต่างประเทศ และแปรรูปเป็นทุเรียนทอดกรอบ ทุเรียนกวน และทุเรียนอบแห้ง เพื่อจำหน่ายภายในประเทศและต่างประเทศ

(4) สหกรณ์การเกษตร รับซื้อผลผลิตของเกษตรกรร้อยละ 0.96 จำหน่ายให้กับสหกรณ์การเกษตรในพื้นที่ทำการรวบรวมผลผลิตที่มีคุณภาพจากสมาชิกและที่ไม่เป็นสมาชิก โดยสหกรณ์มีการจับคู่ค้าทางธุรกิจกับผู้ส่งออก เพื่อส่งออกตลาดต่างประเทศร้อยละ 0.76 และจับคู่กับห้างสรรพสินค้า (Modern Trade) เช่น Tops, The Mall และ Makro เป็นต้น เพื่อแกะเปลือกจำหน่ายแบบแพ็คเกจให้กับผู้บริโภคภายในประเทศ ร้อยละ 0.20

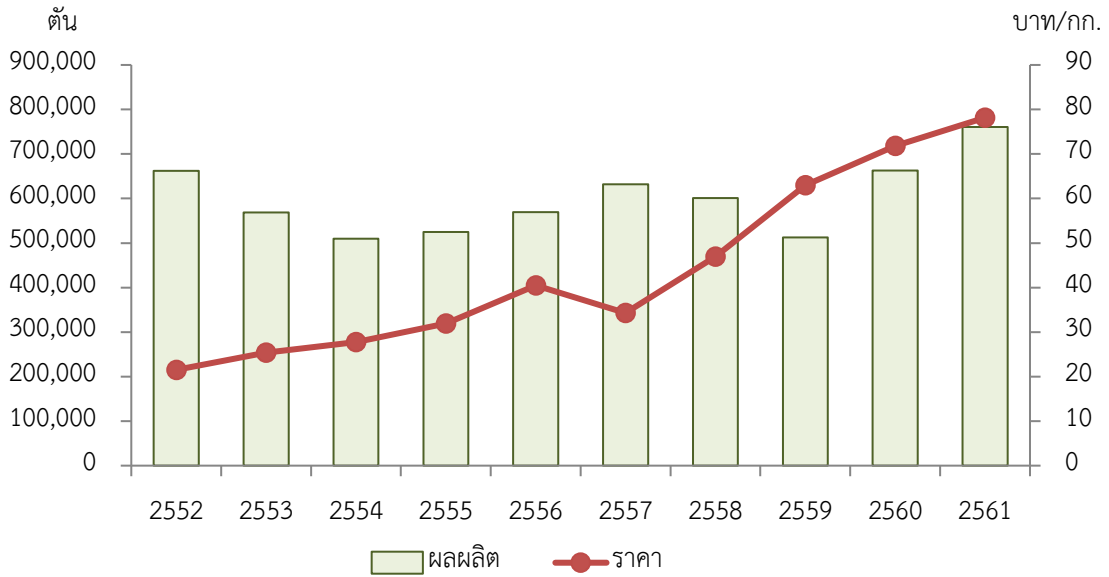
(5) การขายตรงให้กับผู้บริโภค และการขายออนไลน์ ผลผลิตของเกษตรกรร้อยละ 2.47 มีการจำหน่ายตรงให้กับผู้บริโภคภายในประเทศผ่านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แผงจำหน่าย และการจำหน่ายออนไลน์ผ่านระบบ Line และ Facebook โดยบรรจุกล่องละ 10 - 12 กิโลกรัม ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า ซึ่งเกษตรกรสามารถลดเกรดภายในกล่องได้ เพื่อให้ได้น้ำหนักและขนาดตามที่ผู้บริโภคต้องการ และส่งตรงถึงผู้บริโภคภายในประเทศผ่านบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอร์รี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด เป็นต้น



ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 3.5 วิธีการตลาดทุเรียนภาคใต้ ปี 2562

3) **ราคาที่ได้เกษตรกรขายได้** ราคาที่เกษตรกรขายได้ในปี 2552 - 2561 มีแนวโน้มสูงขึ้นตลอดในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา เมื่อเทียบกับปริมาณผลผลิตที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน เนื่องจากตลาดต่างประเทศมีความต้องการสูง โดยเฉพาะตลาดจีน จึงส่งผลให้โรงคัดบรรจุเข้ามาดำเนินการรวบรวมผลผลิตทุเรียนของเกษตรกรเพื่อส่งออกตลาดต่างประเทศ ซึ่งจากอดีตอาจจะมีโรงคัดบรรจุรับซื้อเพียงไม่กี่ราย แต่หลังจากปี 2556 เป็นต้นมาได้เริ่มมีจำนวนโรงคัดบรรจุเข้ามาเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เกือบ 100 ราย เกิดการแข่งขันการรับซื้อเพื่อตอบสนองผู้บริโภคปลายทาง ทำให้เกษตรกรปรับเปลี่ยนแนวทางการผลิตให้ได้มาตรฐานการส่งออก ราคาจึงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและอยู่ในเกณฑ์ที่ติดต่อกันหลายปี ดังแสดงในภาพที่ 3.6



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2562)

ภาพที่ 3.6 ผลผลิต และราคาที่เกษตรกรขายได้ ปี 2552 – 2561

4) การส่งออก

4.1) ประเทศคู่ค้า ไทยมีการส่งออกทุเรียนมากกว่าร้อยละ 70 ของผลผลิตทั้งประเทศ โดยในช่วงเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2557 - 2561) ไทยส่งออกทุเรียนในรูปผลสดไปยังตลาดหลักที่สำคัญ ได้แก่ จีน เวียดนาม และฮ่องกง มากกว่าร้อยละ 90 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด อย่างไรก็ตาม ผลผลิตของเวียดนามและฮ่องกงที่นำเข้ามาจากไทยส่วนหนึ่งใช้บริโภคภายในประเทศ และมากกว่าร้อยละ 90 ส่งออกต่อไปยังจีน (Re-export) โดยเส้นทางบก ทางเรือ และทางอากาศ (ส่วนใหญ่ส่งไปเฉพาะเมืองที่มีกำลังซื้อสูง หรือลูกค้าต้องการความรวดเร็ว เพราะมีค่าใช้จ่ายสูง) โดยไทยมีการส่งออกทุเรียนสดไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ 10 อันดับแรก ดังแสดงในตารางที่ 3.6

จากการรายงานข้อมูลของสำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ และฝ่ายการเกษตร ประจำกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว พบว่า จีนเป็นประเทศคู่ค้าและนำเข้าทุเรียนรายใหญ่ของไทย มีจำนวนประชากร 1,435 ล้านคน รายได้ต่อหัวของประชากรมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 20,167 หยวนต่อคนต่อปี ในปี 2557 เป็น 28,228 หยวนต่อคนต่อปี ในปี 2561 (National Bureau of Statistics of China: สำนักงานสถิติแห่งชาติจีน) จีนนำเข้าผลไม้ไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ ทุเรียน ลำไย มังคุด มะพร้าว และมะม่วง ตลาดหลักของทุเรียนไทยในจีน ทางภาคตะวันออก เช่น เซี่ยงไฮ้ และเจ้อเจียง มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 32 ภาคใต้ เช่น กวางตุ้ง ร้อยละ 28 ภาคตะวันตกเฉียงใต้ เช่น เสฉวน และมณฑลนครฉิ่ง ร้อยละ 15 ภาคเหนือ เช่น ปักกิ่ง และเหอเป่ย์ ร้อยละ 15 และพื้นที่อื่นๆ ร้อยละ 10 ตลาดที่ใหญ่ที่สุดคือ ตลาดเจียงหนาน ณ นครกว่างโจว นำเข้าทุเรียนปีละประมาณ 13,000 ตู พันธ์ที่ชื่นชอบในการบริโภค ได้แก่ หมอนทอง ส่วนพันธ์อื่นๆ ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก โดยในช่วง

ปี 2549 - 2559 ความต้องการบริโภคทุเรียนของจีนเพิ่มร้อยละ 13 ต่อปี ผู้บริโภคจีนจะนิยมเลือกซื้อทุเรียน โดยการกดหนาม ตมกลิ้ง ผลมีสีเหลืองทอง และราคา ส่วนรสนิยมการบริโภค ไม่ชอบทุเรียนเนื้อแข็ง ชอบแบบนุ่ม มีกลิ่นหอม ปัจจุบันขนาดที่เหมาะสมในการบริโภคและเป็นที่ชื่นชอบประมาณผลละ 3.5 กิโลกรัม ราคาขายปลีก กิโลกรัมละ 200 บาท ผู้บริโภคจีนที่บริโภคทุเรียนมีอายุประมาณ 20 - 49 ปี

อย่างไรก็ตาม จีนมีอุตสาหกรรมอาหาร และการแปรรูปที่หลากหลายเพื่อรองรับผลผลิตทุเรียนที่นำเข้าทั้งทุเรียนสด และแช่แข็ง ดังนั้น การส่งออกทุเรียนของไทยและคู่แข่ง จึงยังมีโอกาสเติบโตในการขยายตลาดจีน โดยไทยต้องรักษาคุณภาพของผลผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการด้วยต้นทุนและราคาที่แข่งขันได้ เพื่อรักษาและขยายส่วนแบ่งการตลาดในอนาคตให้เพิ่มขึ้น และปัจจุบันจีนได้มีการทดลองปลูกทุเรียนที่เมืองชานย่า มณฑลไหหลำ ซึ่งอยู่ระหว่างการพัฒนาปรับปรุงพันธุ์ นอกจากนี้ จีนยังได้ลงทุนปลูกทุเรียนในพม่า ลาว และกัมพูชา ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อปริมาณการนำเข้าทุเรียนของไทยในอนาคต

4.2) ประเทศคู่แข่ง

(1) มาเลเซีย มีการผลิตทุเรียนพันธุ์มูซังคิง โดยมีการทำตลาดทุเรียนเชิงรุก เน้นการประชาสัมพันธ์ในการบริโภคและการส่งออก และตั้งเป้าหมายการส่งออกทุเรียนจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 50 ในปี 2573 เน้นการเจาะตลาดบนของจีน ซึ่งจำหน่ายได้ในราคาสูง และแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยการส่งออกทุเรียนมูซังคิงไปจีนส่วนใหญ่ในรูปแช่แข็ง ราคาจำหน่ายที่จีนประมาณกิโลกรัมละ 300 - 400 บาท โดยราคาทุเรียนในเดือนตุลาคมจะแพงมาก เนื่องจากมีผลผลิตในตลาดน้อย ทั้งนี้การผลิตทุเรียนมูซังคิงจะมีอายุเก็บเกี่ยวช้า ต้องรอสุกค้ำตัน จึงจะทำการเก็บเกี่ยว ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการทำตลาดออนไลน์ เนื้อเนืยหนาไม่มีเส้นในเนื้อให้รสสัมผัสที่เหนียวเนียนนุ่ม เม็ดลีบ กลิ่นไม่แรง รสชาติหวานมัน ส่วนทุเรียนหมอนทองของไทยจะมีอายุเก็บเกี่ยวสั้น พืชใหญ่ จัดส่งได้รวดเร็ว สามารถทำตลาดออนไลน์ได้ และแปรรูปได้หลากหลาย และเจาะตลาดได้หลายระดับ ได้แก่ ตลาดบน ตลาดกลาง และตลาดล่างของจีน ราคาจำหน่ายประมาณกิโลกรัมละ 150 - 300 บาท

(2) เวียดนาม พันธุ์ที่นิยมปลูก ได้แก่ หมอนทอง (40%) พันธุ์ RI 6 (รีเซา) (35%) ปลูกมากทางตอนใต้ในสามเหลี่ยมปากแม่น้ำโขงใน 13 จังหวัด เช่น จังหวัด Dak Lak, Ben Tre, Lam Dong และ Dong Nai เป็นต้น แบ่งเป็นการบริโภคทุเรียนภายในประเทศร้อยละ 40 และส่งออกร้อยละ 60 ของผลผลิตภายในประเทศ สำหรับตลาดส่งออก ได้แก่ จีน ที่เหลือส่งออกสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น โดยทุเรียนเวียดนามยังไม่ผ่านการประเมินความเสี่ยงในการส่งออกไปจีน และมีการนำเข้าทุเรียนจากไทยเพื่อส่งออกต่อไปยังจีน (Re-export)

ตารางที่ 3.6 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนสดของไทยแยกตามประเทศคู่ค้า 10 อันดับแรก ปี 2557 - 2561

ปริมาณ: ตัน มูลค่า: ล้านบาท

ประเทศ	ปี 2557		ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560		ปี 2561	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
จีน	149,949	5,167.06	158,792	6,575.05	158,081	8,972.54	135,708	7,348.14	202,458	13,327.48
เวียดนาม	9,820	220.26	18,233	491.12	84,850	2,869.43	256,870	9,718.99	187,656	9,812.04
ฮ่องกง	190,339	6,369.51	164,615	5,475.79	146,321	4,953.19	81,571	4,172.33	89,804	6,092.42
ไต้หวัน	11,065	326.02	9,627	351.48	7,740	350.45	9,146	496.88	7,281	404.63
มาเลเซีย	19	0.60	17	0.28	2,574	74.41	4,466	122.76	6,882	184.41
สหรัฐอเมริกา	156	12.55	303	42.12	435	68.96	457	81.75	667	149.89
สาธารณรัฐเกาหลี	118	8.99	210	14.12	244	18.99	395	29.61	767	64.35
ญี่ปุ่น	105	12.42	55	6.02	68	8.08	83	10.89	257	41.83
อินโดนีเซีย	7,271	284.64	5,718	256.08	1,959	129.94	761	42.14	321	27.41
สิงคโปร์	-	-	2	0.38	-	-	45	1.57	355	9.05
อื่นๆ	762	33.66	620	33.94	1,362	59.78	989	73.39	495	73.47
รวม	369,604	12,435.71	358,192	13,246.38	403,634	17,505.77	490,491	22,098.45	496,943	30,186.98

ที่มา: กรมศุลกากร รวบรวมโดยสำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร (2562)

3.2 สถานการณ์การผลิตและการตลาดของเกษตรกรภาคตะวันออกและภาคใต้

จากการสัมภาษณ์ข้อมูลของเกษตรกรในพื้นที่ พบว่า สถานการณ์การผลิตและการตลาดของเกษตรกรในภาคตะวันออกและภาคใต้ มีดังนี้

3.2.1 สถานการณ์การผลิตและการตลาดทุเรียนของเกษตรกรภาคตะวันออก

1) **สถานการณ์การผลิต** ภาคตะวันออกมีพื้นที่ราบเป็นส่วนใหญ่ มีภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เหมาะสมในการปลูกทุเรียน ผลผลิตทุเรียนภาคตะวันออกมีทั้งในฤดูและนอกฤดู แต่ส่วนใหญ่เป็นทุเรียนในฤดู ซึ่งผลผลิตจะออกสู่ตลาดประมาณช่วงเดือนมีนาคม - มิถุนายน และผลผลิตนอกฤดูออกสู่ตลาดในช่วงต้นปี ประมาณช่วงเดือนมกราคม - มีนาคม โดยพื้นที่ที่ปลูกทุเรียนนอกฤดูของภาคตะวันออกอยู่ในพื้นที่จังหวัดระยองและจันทบุรี ผลผลิตของภาคตะวันออกจะออกสู่ตลาดเหลื่อมกันตามสภาพพื้นที่และภูมิอากาศ ดังนั้นหากเกษตรกรมีการวางแผนบริหารจัดการแปลงตนเองได้ดีจะสามารถวางแผนการผลิตทุเรียนให้ออกสู่ตลาดได้ตลอดทั้งปีหรือให้ออกในช่วงที่มีปริมาณผลผลิตน้อย ก็จะทำให้ขายได้ราคาดี

ผลการศึกษา พบว่า เกษตรกรและกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียนภาคตะวันออกเป็นเกษตรกรที่มีประสบการณ์และมีทักษะในการปลูกทุเรียนสูง มีแนวทางการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและลดต้นทุนการผลิตตามมาตรฐาน GAP เช่น มีการใช้ปุ๋ย สารเคมีและฮอร์โมน ในช่วงเวลาที่พืชต้องการอย่างเหมาะสม การใช้สารชีวภัณฑ์ควบคู่กับสารเคมี นอกจากนี้ เกษตรกรบางรายมีการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในสวน เช่น เครื่องจักรตัดหญ้า เครื่องฉีดพ่นยาแอร์บัส การใช้แอปพลิเคชันในการเปิด - ปิดน้ำ เป็นต้น สำหรับเกษตรกรที่ยังผลิตไม่ได้ตามมาตรฐาน GAP จะมีปัญหาการใช้ยา/สารเคมีในปริมาณมาก ไม่ถูกต้องตามหลักวิชาการ ทำให้ประสบปัญหาต้นทุนสูง สำหรับกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่มีการรวมกลุ่มและวางแผนการบริหารจัดการร่วมกัน โดยเน้นสอบถามข้อมูลกันภายในกลุ่มทั้งในเรื่องการผลิต ปัญหาโรค/แมลงที่พบ การใช้สารเคมี เป็นต้น ทั้งนี้ แปลงใหญ่ทุเรียนภาคตะวันออกส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดจันทบุรี โดยในปี 2562 มีทั้งหมด 15 แปลง จากจำนวนทั้งหมด 34 แปลง ที่เหลือกระจายตัวอยู่ในจังหวัดชลบุรี ระยอง ตราด และปราจีนบุรี มีสมาชิกทั้งหมด 2,215 ราย พื้นที่ 20,610 ไร่ ดังแสดงในตารางที่ 3.7

ตารางที่ 3.7 กลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียนภาคตะวันออก ปี 2562

ลำดับที่	ชื่อแปลง	จังหวัด	สมาชิก (ราย)	พื้นที่ (ไร่)
1	แปลงใหญ่ทุเรียน ต.พลวงทอง อ.บ่อทอง	ชลบุรี	50	640
2	แปลงใหญ่ทุเรียน ต.พลงตาเอี่ยม อ.วังจันทร์	ระยอง	55	787
3	แปลงใหญ่ทุเรียนวังห้ว (1) ต.วังห้ว อ.แกลง	ระยอง	34	784
4	แปลงใหญ่ทุเรียนวังห้ว (2) ต.วังห้ว อ.แกลง	ระยอง	40	481
5	แปลงใหญ่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทุเรียนนอกฤดู อ.วังจันทร์	ระยอง	28	430
6	แปลงใหญ่ทุเรียนตำบลทุ่งควายกิน อ.แกลง	ระยอง	31	406
7	แปลงใหญ่ทุเรียนบ้านเขาหินแทน อ.วังจันทร์	ระยอง	37	397

ตารางที่ 3.7 กลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียนภาคตะวันออก ปี 2562 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อแปลง	จังหวัด	สมาชิก (ราย)	พื้นที่ (ไร่)
8	แปลงใหญ่ทุเรียนตำบลคลองปูน อ.แกลง	ระยอง	46	487
9	แปลงใหญ่ทุเรียนตำบลตะพง อ.เมือง	ระยอง	48	444
10	แปลงใหญ่ทุเรียน หมู่ 7 ต.ทุ่งเบญจา อ.ท่าใหม่	จันทบุรี	22	361
11	แปลงใหญ่ทุเรียน หมู่ 7 ต.สองพี่น้อง อ.ท่าใหม่	จันทบุรี	50	414
12	แปลงใหญ่ทุเรียน หมู่ 11 ต.เขาบายศรี อ.ท่าใหม่	จันทบุรี	30	624
13	แปลงใหญ่ทุเรียน หมู่ 14 ต.นายายอาม อ.นายายอาม	จันทบุรี	36	257
14	แปลงใหญ่ทุเรียน หมู่ 8 ต.ตะเคียนทอง อ.เขาคิชฌกูฏ	จันทบุรี	31	606
15	แปลงใหญ่ทุเรียน หมู่ 3 ต.มาบไฟ อ.ขลุง	จันทบุรี	41	822
16	แปลงใหญ่ทุเรียน หมู่ 10 ต.บ่อ อ.ขลุง	จันทบุรี	50	809
17	แปลงใหญ่ทุเรียน หมู่ 10 ต.ซึ้ง อ.ขลุง	จันทบุรี	39	564
18	แปลงใหญ่ทุเรียน หมู่ 7 ต.ชากไทย อ.เขาคิชฌกูฏ	จันทบุรี	37	641
19	แปลงใหญ่ทุเรียน หมู่ 8 ต.นายายอาม อ.นายายอาม	จันทบุรี	44	499
20	แปลงใหญ่ทุเรียน หมู่ 1 ต.มะขาม อ.มะขาม	จันทบุรี	59	954
21	แปลงใหญ่ทุเรียน หมู่ 4 ต.ตะเคียนทอง อ.เขาคิชฌกูฏ	จันทบุรี	36	326
22	แปลงใหญ่ทุเรียน หมู่ 3 ต.ตกพรหม อ.ตกพรหม	จันทบุรี	25	441
23	แปลงใหญ่ทุเรียน หมู่ 13 ต.โป่งน้ำร้อน อ.โป่งน้ำร้อน	จันทบุรี	30	310
24	แปลงใหญ่ทุเรียน หมู่ 4 ต.ช้างข้าม อ.นายายอาม	จันทบุรี	30	390
25	แปลงใหญ่ทุเรียน ต.ประณีต อ.เขาสมิง	ตราด	46	1,576
26	แปลงใหญ่ชั้นโรง/ทุเรียน อ.เกาะช้าง	ตราด	33	447
27	แปลงใหญ่ทุเรียน ต.ชำราก อ.เมือง	ตราด	50	651
28	แปลงใหญ่ทุเรียน ต.นนทรี อ.บ่อไร่	ตราด	56	1,112
29	แปลงใหญ่ทุเรียน ต.ไม้รูด อ.คลองใหญ่	ตราด	30	434
30	แปลงใหญ่ทุเรียน ต.คลองใหญ่ อ.แหลมงอบ	ตราด	51	840
31	แปลงใหญ่ทุเรียน ต.เขาสมิง อ.เขาสมิง	ตราด	30	732
32	แปลงใหญ่ทุเรียนตำบลท่ากุ่ม อ.เมือง	ตราด	41	1,811
33	แปลงใหญ่ทุเรียน หมู่ที่ 8 ต.ดงขี้เหล็ก อ.เมือง	ปราจีนบุรี	398	50
34	แปลงใหญ่ทุเรียน หมู่ที่ 2 ต.ไม้เค็ด อ.เมือง	ปราจีนบุรี	551	83
รวม			2,215	20,610

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 3 จังหวัดระยอง (2562)

2) สถานการณ์การตลาด ในการซื้อขายผลผลิตทุเรียนของเกษตรกรที่ไม่ทำสัญญาซื้อขายกับโรงคัดบรรจุ เกษตรกรจะนำผลผลิตไปขายเองที่โรงคัดบรรจุ/แผงรับซื้อ/ตลาด นอกจากช่องทางดังกล่าว เกษตรกรบางส่วนขายให้สหกรณ์การเกษตร และขายแบบออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก/เว็บไซต์/ไปรษณีย์ เป็นต้น ส่วนผลผลิตที่เหลือจากการคัดไซส์หรือตกเกรดจะนำไปขายให้พ่อค้าทั่วไป สำหรับเกษตรกรรายใหญ่หรือที่มีความเชี่ยวชาญในการปลูกทุเรียน ลังจะเข้ามารับซื้อถึงในสวน หรือขายให้ตลาดระดับพรีเมียม เช่น องค์กรตลาดเพื่อเกษตรกร (ตลาด อ.ต.ก.) และห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

สำหรับกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียน ประกอบด้วย เกษตรกรรายย่อยมารวมตัวกัน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันตลอดช่วงฤดูการผลิต ทำให้ไม่ถูกกดราคา เกษตรกรสามารถตัดสินใจได้ว่าจะขายทุเรียนในช่วงไหน จากการศึกษาพบว่า ยิ่งภายในกลุ่มมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดเท่าใด จะทำให้กลุ่มมีความเข้มแข็งยิ่งขึ้น และเพิ่มอำนาจต่อรองราคากับโรงคัดบรรจุและพ่อค้าที่มารับซื้อได้ ทั้งนี้ การรวมกลุ่มของเกษตรกร ทำให้มีปริมาณทุเรียนมาก และมีช่องทางการจำหน่ายผลผลิตมากขึ้น ผู้ประกอบการหรือโรงคัดบรรจุจะติดต่อมายังประธานแปลงใหญ่เพื่อแจ้งปริมาณความต้องการ ราคา และเกรดคุณภาพ จากการสำรวจพบว่า แปลงใหญ่ทุเรียนบางแห่งลงทุนทำห้องเย็น เพื่อเตรียมนำทุเรียนที่ไม่ได้มาตรฐานมาแปรรูปเป็นทุเรียนแช่แข็งส่งขายในประเทศและต่างประเทศด้วย ซึ่งจะช่วยลดปัญหาที่ทุเรียนอาจจะล้นตลาดได้ สำหรับเกษตรกรที่วางแผนผลิตทุเรียนนอกฤดูจะขายได้ราคาสูงกว่าทุเรียนในฤดู ซึ่งมีผลผลิตทยอยออกสู่ตลาดในช่วงต้นปี โดยเป็นช่วงที่มีผลผลิตออกสู่ตลาดน้อย ทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น และลดความเสี่ยงด้านราคา

3.2.2 สถานการณ์การผลิตและการตลาดของเกษตรกรภาคใต้

1) สถานการณ์การผลิต สภาพพื้นที่ภาคใต้มีลักษณะเป็นทั้งพื้นที่ราบและเชิงเขา มีฝนตกชุกเกือบทั้งปี ทำให้การดูแลรักษาผลผลิตยากตั้งแต่การปลูก การเก็บเกี่ยวไปจนถึงการขนส่งทุเรียน ผลผลิตของเกษตรกรจึงเสี่ยงต่อโรคและแมลงมากกว่าภาคตะวันออก เนื่องจากปัจจัยด้านพื้นที่เป็นสำคัญ ยิ่งเป็นพื้นที่เชิงเขา ยิ่งทำให้เกษตรกรมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ผลผลิตภาคใต้มีทั้งทุเรียนในฤดูและทุเรียนนอกฤดู (ทุเรียนทวาย) เช่นเดียวกับภาคตะวันออก แต่มีสัดส่วนของทุเรียนนอกฤดูมากกว่าภาคตะวันออก และจะออกสู่ตลาดในช่วงปลายปีประมาณเดือนตุลาคม - ธันวาคม ช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดอาจจะเหลื่อมกันในแต่ละพื้นที่ตามสภาพภูมิอากาศ สำหรับพื้นที่ที่พบว่า มีผลผลิตทุเรียนนอกฤดู ได้แก่ จังหวัดชุมพร และนครศรีธรรมราช

ผลการศึกษา พบว่าเกษตรกรและกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียนภาคใต้ เป็นเกษตรกรที่มีประสบการณ์และมีทักษะในการปลูกทุเรียนสูง มีแนวทางการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและลดต้นทุนการผลิตตามมาตรฐาน GAP เช่นเดียวกับภาคตะวันออก มีการจัดการสวนที่ดี มีการแลกเปลี่ยนความรู้ข่าวสารในการจัดการผลผลิตทั้งด้านการผลิตและการตลาด เช่น การวางแผนการผลิตภายในกลุ่ม ไม่ให้ผลผลิตทุเรียนออกมาช่วงเดียวกับทางภาคตะวันออก มีการโยกต้นทุเรียนและตัดป้ายวันที่สามารถตัดทุเรียนได้ เป็นต้น โดยปี 2562 กลุ่มทุเรียนแปลงใหญ่ภาคใต้ส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดชุมพร มีทั้งหมด 15 แปลง จากจำนวนทั้งหมด 26 แปลงที่เหลือกระจายตัวอยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช ระนอง และกระบี่ มีสมาชิกทั้งหมด 1,206 ราย พื้นที่ 17,223 ไร่ ดังแสดงในตารางที่ 3.8

ตารางที่ 3.8 กลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียนภาคใต้ ปี 2562

ลำดับที่	ชื่อแปลง	จังหวัด	สมาชิก (ราย)	พื้นที่ (ไร่)
1	แปลงใหญ่ทุเรียน ต.ครน อ.สวี	ชุมพร	35	524
2	แปลงใหญ่ทุเรียน ต.นาสัก อ.สวี	ชุมพร	35	1,048
3	แปลงใหญ่ทุเรียน ต.เขาค่าย อ.สวี	ชุมพร	36	1,232
4	แปลงใหญ่ทุเรียน ต.ตะโก อ.ทุ่งตะโก	ชุมพร	35	192
5	แปลงใหญ่ทุเรียน ต.ตะโก อ.ทุ่งตะโก	ชุมพร	32	195
6	แปลงใหญ่ทุเรียน ต.ตะโก อ.ทุ่งตะโก	ชุมพร	98	935
7	แปลงใหญ่ทุเรียน ต.ทุ่งตะไคร อ.ทุ่งตะโก	ชุมพร	35	274
8	แปลงใหญ่ทุเรียน ต.พระรักษ์ อ.พะโต๊ะ	ชุมพร	34	400
9	แปลงใหญ่ทุเรียน ต.หินแก้ว อ.ท่าแซะ	ชุมพร	39	767
10	แปลงใหญ่ทุเรียน ต.ท่าแซะ อ.ท่าแซะ	ชุมพร	98	1,613
11	แปลงใหญ่ทุเรียน ต.ขุนกระทิง อ.เมือง	ชุมพร	37	501
12	แปลงใหญ่ทุเรียน ต.บ้านนา อ.เมือง	ชุมพร	41	412
13	แปลงใหญ่ทุเรียน หมู่ที่ 18 ต.ละแม อ.ละแม	ชุมพร	37	712
14	แปลงใหญ่ทุเรียน ต.ทุ่งหลวง อ.ละแม	ชุมพร	39	603
15	แปลงใหญ่ทุเรียน ต.ทะเลทรัพย์ อ.ปะทิว	ชุมพร	51	846
16	แปลงใหญ่ทุเรียน ต.ต้นยวน อ.พนม	สุราษฎร์ธานี	39	1,108
17	แปลงใหญ่ทุเรียน หมู่ 2 ต.ขุนทะเล อ.เมือง	สุราษฎร์ธานี	30	533
18	แปลงใหญ่ทุเรียน ม.10 ต.บ้านเสด็จ อ.เคียนซา	สุราษฎร์ธานี	22	511
19	แปลงใหญ่ทุเรียน ต.บ้านส้อง อ.เวียงสระ	สุราษฎร์ธานี	42	430
20	แปลงใหญ่ทุเรียน ต.ช้างกลาง อ.ช้างกลาง	นครศรีธรรมราช	59	569
21	แปลงใหญ่ทุเรียน ต.กรุงชิง อ.นบพิตำ	นครศรีธรรมราช	50	972
22	แปลงใหญ่ทุเรียน ต.กระทูน อ.พิปูน	นครศรีธรรมราช	54	376
23	แปลงใหญ่ทุเรียนนอกฤดู ต.ตลิ่งชัน อ.ท่าศาลา	นครศรีธรรมราช	120	1,178
24	แปลงใหญ่ทุเรียน หมู่ที่ 3 ต.ในวงเหนือ อ.ละอุ่น	ระนอง	30	396
25	แปลงใหญ่ทุเรียน ต.ปลายพระยา อ.ปลายพระยา	กระบี่	47	576
26	แปลงใหญ่ทุเรียนบ้านถ้ำนคร ต.เขาชน อ.ปลายพระยา	กระบี่	31	317
รวม			1,206	17,223

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 8 (2562)

2) สถานการณ์การตลาด ลักษณะการขายทุเรียนของเกษตรกรภาคใต้จะคล้ายคลึงกับเกษตรกรภาคตะวันออก โดยเกษตรกรที่ไม่ได้ทำสัญญาซื้อขายกับโรงคัดบรรจุก็จะนำผลผลิตไปขายเองที่โรงคัดบรรจุ/แผงรับซื้อ/ตลาด ส่วนผลผลิตที่เหลือจากการคัดไซส์หรือตกเกรดจะนำไปขายให้กับพ่อค้าทั่วไป สำหรับเกษตรกรแปลงใหญ่ เมื่อถึงช่วงผลผลิตออกสู่ตลาด ผู้ประกอบการจะติดต่อซื้อขายมายังประธานแปลงใหญ่/ตัวแทนกลุ่มเพื่อแจ้งปริมาณความต้องการ ราคา และเกรดคุณภาพของผลผลิต ซึ่งการรวมกลุ่มมีหลักการเดียวกับภาคตะวันออก คือ มุ่งเน้นให้กลุ่มเกษตรกรมีความเข้มแข็ง มีตลาดรับซื้อผลผลิต สามารถขายผลผลิตได้อย่างต่อเนื่อง ข้อดีของการรวมกลุ่ม คือ การเก็บเกี่ยวผลผลิตอยู่ในช่วงเวลาเดียวกัน ทำให้ลดความเสี่ยงในการตัดทุเรียนอ่อนออกสู่ตลาด เนื่องจากมีการพูดคุยกันตลอดทำให้มีการตรวจสอบผลผลิตภายในกลุ่มได้ดี สำหรับแรงงานในสวนทุเรียนภาคใต้จะเป็นแรงงานในพื้นที่และแรงงานต่างด้าว (พม่า ลาว) ในการดูแลสวน ค่าจ้างมีทั้งแบบรายวัน รายเดือน หรือรูปแบบการแบ่งสัดส่วนรายได้ เช่น หลังจากการขายผลผลิตเจ้าของสวนรับรายได้ ร้อยละ 80 และลูกจ้างรับรายได้ ร้อยละ 20 เป็นต้น เนื่องจากการขาดแคลนแรงงานและแรงงานมีการเคลื่อนย้ายบ่อย จึงจูงใจแรงงานด้วยวิธีการแบ่งสัดส่วนรายได้หลังจากขายผลผลิต ซึ่งมีรูปแบบคล้ายๆ กับการแบ่งรายได้ของสินค้าบางพารา โดยเกษตรกรแปลงใหญ่จะมีช่องทางการจำหน่ายผลผลิตมากกว่าเกษตรกรรายย่อย เช่น การประมูลราคาให้กับโรงคัดบรรจุ/พ่อค้า/Modern Trade/การขายออนไลน์ เป็นต้น

3.2.3 รูปแบบการซื้อขายทุเรียนของเกษตรกรภาคตะวันออกและภาคใต้ พบว่า มีความคล้ายคลึงกัน เมื่อหมดฤดูกาลทุเรียนในภาคตะวันออกโรงคัดบรรจุจะเคลื่อนย้ายไปรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรที่ภาคใต้ต่อไป มีการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้ากับเกษตรกร ดังนั้น รูปแบบการซื้อขายทุเรียนของเกษตรกรจะมีลักษณะคล้ายกันทุกปี ดังนี้

1) การทำสัญญา การทำสัญญาของเกษตรกรที่เป็นแบบลายลักษณ์อักษรจะเป็นหนังสือสัญญาซื้อขายทั่วไปที่จัดทำขึ้นระหว่างเกษตรกรและโรงคัดบรรจุ มีการระบุชื่อผู้ซื้อ ผู้ขาย จำนวนผลผลิต ราคาที่ตกลงซื้อขาย วันที่เก็บเกี่ยว เลขบัญชีผู้ขาย วันที่ทำสัญญาถึงวันที่สิ้นสุด จำนวนเงินที่ผู้ซื้อวางมัดจำ สวนที่ซื้อขายกัน ประจำอาจจะไม่ต้องวางมัดจำหรือบางครั้งไม่มีการทำสัญญาระหว่างกัน แต่อาศัยความเชื่อใจที่มีการซื้อขายกันมานานหลายปี สำหรับรายที่ไม่ได้ซื้อขายกันประจำทุกปีจะต้องมีการวางมัดจำโดยปกติจะวางมัดจำประมาณ ร้อยละ 20 - 30 ของจำนวนเงินทั้งหมด ทำให้เกษตรกรมีเงินทุนจากค่ามัดจำมาบำรุงดูแลจัดการสวนทุเรียนของตัวเองก่อนล่วงหน้า และเป็นการประกันความเสี่ยง หากโรงคัดบรรจุมาตัดทุเรียนรอบเดียวแล้วทิ้งสวน การสัญญามักจะทำช่วงที่ผลทุเรียนออกแล้วอายุประมาณ 2.5 - 3 เดือน น้ำหนักประมาณ 1 กิโลกรัม หรือบางรายมีการทำสัญญาล่วงหน้าก่อนเก็บเกี่ยวประมาณ 15 - 30 วัน เนื่องจากขนาดทุเรียนจะได้ไม่โตจนเกินไป และสามารถประเมินความสุกแก่ของทุเรียนได้ การทำสัญญามี 3 แบบ คือ

- 1.1) ทำสัญญาครั้งเดียว ราคาตามที่ตกลง ตัดทุเรียนรอบเดียว
- 1.2) ทำสัญญารอบเดียว ราคาตามที่ตกลง ตัดทุเรียนหลายครั้ง หรือตัดหลายมิต เช่น 2 - 3 มิตต่อสวน ซึ่งโรงคัดบรรจุอาจขอปรับเปลี่ยนราคาได้ ในกรณีที่ราคาตลาด ณ วันที่ตัด ต่ำกว่าราคาที่ตั้งไว้
- 1.3) ทำสัญญาแต่ละรอบเป็นครั้งคราว ราคาตามที่ตกลง

เมื่อถึงเวลาเก็บเกี่ยวจะมีทีมงานของโรงคัดบรรจุเข้าไปเก็บเกี่ยวที่สวนของเกษตรกร มีแรงงานขนส่งจากสวนมาจัดรวบรวม และคัดแยกเกรด โดยที่เกษตรกรไม่ต้องรับผิดชอบค่าแรงงานในการตัดทุเรียน และค่าขนส่ง เพียงแค่ช่วยตรวจสอบช่วงที่ชั่งน้ำหนักและการคัดเกรด

2) การซื้อขายผลผลิต

2.1) กรณีขายแบบเหมาสวน

(1) การขายแบบคละเกรด ในราคาเดียวกันทั้งหมด (ทุกเกรดราคาเดียว หรือที่เรียกว่าแบบ “คว่าหนาม/เหมาเม็ด”) เกษตรกรบางรายจะชอบการขายแบบคละเกรด เนื่องจากจะได้ไม่มีปัญหาในการคัดแยกเกรด จากการสำรวจพบว่า ยิ่งเกรด AB ราคาสูงเท่าไร โรงคัดบรรจุจะมีความเข้มงวดในการคัดเกรดมากขึ้นทั้งขนาด รูปทรง และคุณภาพ

(2) การขายทุเรียนแบบแยกเกรดตามคุณภาพ โดยแยกเกรดทุเรียนในการขาย ได้แก่ เกรด AB (ทุเรียนเกรด A และเกรด B ส่วนใหญ่จะซื้อขายในราคาเดียวกันทั้งสองเกรด) และเกรด C เป็นการขายตามน้ำหนัก ขนาด รูปทรง และจำนวนพูต่อผล เกษตรกรที่ผลิตทุเรียนคุณภาพจะชอบการขายลักษณะนี้ เนื่องจากเกษตรกรจะขายได้ราคาดี มีการบำรุงต้น ดูแลสวนเป็นอย่างดี มีการตัดแต่งผล เพื่อคัดผลที่มีรูปทรงสวยงาม ไม่บิดเบี้ยว โดยเกษตรกรภาคตะวันออกและภาคใต้จะมีสัดส่วนการผลิตทุเรียนเกรด AB ประมาณร้อยละ 60 - 80 สำหรับเกษตรกรบางรายที่มีประสบการณ์สูงหรือเป็นมืออาชีพจะสามารถผลิตทุเรียนเกรด AB ได้ประมาณร้อยละ 90 เพื่อให้มีทุเรียนในสวนเพียงเกรดเดียว

2.2) กรณีเกษตรกรนำผลผลิตไปขายเอง เนื่องจากไม่ได้ทำสัญญาซื้อขายกับโรงคัดบรรจุไว้ จากการสำรวจพบว่า เกษตรกรบางรายมีการนำทุเรียนไปขายที่ตลาดผลไม้ภายในจังหวัด เช่น ตลาดเนินสูง จังหวัดจันทบุรี และตลาดมรกต จังหวัดชุมพร เป็นต้น เพื่อนำทุเรียนไปขายเองให้ได้ราคาที่พอใจ เนื่องจากตลาดมีผู้รับซื้อหลายราย นอกจากนี้ ตามเส้นทางที่อยู่ใกล้กับตลาดผลไม้ของจังหวัดหรือแหล่งรับซื้อ จะมีผู้รับจ้างรวบรวมทุเรียนให้กับโรงคัดบรรจุยื่นโบกรถทุเรียน กระจายอยู่ตามสี่แยกไฟแดง และทางเข้าตลาด เพื่อเสนอราคากับเกษตรกรและนำผลผลิตไปยังโรงคัดบรรจุที่ตนรับจ้าง โดยได้รับค่าตอบแทนจากโรงคัดบรรจุวันละ 400 - 500 บาท หรือบางรายได้กิโลกรัมละ 1 บาท

2.3) การประมูลราคา โดยมีผู้ซื้อหรือโรงคัดบรรจุหลายรายเข้าร่วมเสนอราคาประมูล ผู้ที่ให้ราคาสูงสุดจะเป็นผู้ที่ได้ผลผลิต หากราคาเท่ากัน จะเลือกเงื่อนไขที่ดีที่สุด ซึ่งจากการสอบถามข้อมูลจากเกษตรกร พบปัญหาการฮั้วกันของผู้ประมูล ถูกกดราคา จึงทำให้เกษตรกรบางรายไม่เข้าร่วมการประมูล

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า การกำหนดมาตรฐานและราคารับซื้อของเกษตรกรทั้งภาคตะวันออกและภาคใต้ มาจากโรงคัดบรรจุเป็นผู้กำหนดมาตรฐานและราคา โดยอ้างอิงจากความต้องการของประเทศปลายทาง คือ จีน ทำให้เกษตรกรมีอำนาจต่อรองน้อย

3.3 บทบาทของสหกรณ์การเกษตรในการรับซื้อทุเรียนจากเกษตรกร

3.3.1 การรวบรวมผลผลิตทุเรียนของสหกรณ์การเกษตร ปี 2562 สหกรณ์การเกษตรมีการรวบรวมทุเรียนจากเกษตรกรไม่มากนัก เมื่อเทียบกับผลไม้ชนิดอื่นๆ ที่รวบรวมทั้งหมดทั่วประเทศ โดยสหกรณ์การเกษตรมีการรวบรวมมังคุดมากที่สุดปริมาณ 8,418.74 ตัน มูลค่า 349.77 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 26.12 ของปริมาณผลไม้สดที่รวบรวมทั้งหมด (32,233.43 ตัน มูลค่า 964.17 ล้านบาท) ขณะที่มีการรวบรวมทุเรียนปริมาณ 2,881.36 ตัน มูลค่า 235.36 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 8.94 ของปริมาณผลไม้สดที่รวบรวมทั้งหมด จะเห็นได้ว่ามีมูลค่าการรับซื้อเป็นอันดับ 2 รองจากมังคุด ดังแสดงในตารางที่ 3.9

ตารางที่ 3.9 การรวบรวมผลไม้ของสหกรณ์การเกษตร ปี 2562

ชนิด	ผลการรวบรวม			
	ปริมาณ (ตัน)	ร้อยละ	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ
มังคุด	8,418.74	26.12	349.77	36.28
สับปะรด	6,930.79	21.50	42.86	4.45
กล้วยหอมทอง	4,985.17	15.47	104.29	10.82
ลำไย	2,888.35	8.96	79.42	8.24
ทุเรียน	2,881.36	8.94	235.36	24.41
เงาะ	2,672.23	8.29	80.12	8.31
มะม่วง	1,386.04	4.30	29.74	3.08
มะพร้าว	622.45	1.93	2.84	0.29
ส้มเขียวหวาน	350.08	1.09	3.05	0.32
ลำไยสดร่วง	274.36	0.85	3.81	0.40
ลองกอง	261.76	0.81	8.89	0.92
ส้ม	215.11	0.67	5.81	0.60
ลิ้นจี่	134.27	0.42	9.99	1.04
ส้มโอ	91.12	0.28	0.75	0.08
สละ	66.07	0.20	2.72	0.28
สตรอเบอร์รี่	42.81	0.13	4.29	0.44
พุทรา	12.72	0.04	0.46	0.05
รวมทั้งหมด	32,233.43	100.00	964.17	100.00

ที่มา: กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2562)

สหกรณ์การเกษตรที่มีการรวบรวมผลผลิตทุเรียนส่วนใหญ่อยู่ทางภาคตะวันออก โดยในปี 2562 สหกรณ์การเกษตรภาคตะวันออกและภาคใต้ที่มีการรวบรวมทุเรียนทั้งหมดจำนวน 13 สหกรณ์ ปริมาณรวม 2,032.42 ตัน มูลค่า 182.89 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นภาคตะวันออกจำนวน 11 สหกรณ์ ปริมาณรวม 2,006.93 ตัน มูลค่า 180.51 ล้านบาท และภาคใต้จำนวน 2 สหกรณ์ ปริมาณรวม 25.49 ตัน มูลค่า 2.38 ล้านบาท ดังแสดงในตารางที่ 3.10

ตารางที่ 3.10 สหกรณ์การเกษตรที่มีการรวบรวมทุเรียนของภาคตะวันออกและภาคใต้ ปี 2562

ลำดับที่	สหกรณ์การเกษตร	จังหวัด	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
ภาคตะวันออก				
1	สหกรณ์การเกษตรเขาคิชฌกูฏ จำกัด	จันทบุรี	1,717.39	151.5
2	สหกรณ์การเกษตรนายายอาม จำกัด	จันทบุรี	28.5	3.32
3	สหกรณ์การเกษตรมะขาม จำกัด	จันทบุรี	15.16	1.62
4	สหกรณ์การเกษตรเมืองขลุง จำกัด	จันทบุรี	1.79	0.19
5	สหกรณ์การเกษตรบ่อไร่ จำกัด	ตราด	0.18	0.01
6	สหกรณ์การเกษตรเพื่อการแปรรูปและ ส่งออกจังหวัดตราด จำกัด	ตราด	3.44	0.82
7	สหกรณ์ส่งเสริมธุรกิจภาคเกษตร จังหวัดตราด จำกัด	ตราด	124.12	8.37
8	สหกรณ์การเกษตรทุ่งควายกิน จำกัด	ระยอง	99.95	12.99
9	สหกรณ์การเกษตรบ้านน้ำเป็น จำกัด	ระยอง	2.4	0.27
10	สหกรณ์นิคมชุมแสงจันทร์ จำกัด	ระยอง	3	0.4
11	สหกรณ์นิคมวังไทร จำกัด	ระยอง	11	1.02
รวม			2,006.93	180.51
ภาคใต้				
1	สหกรณ์การเกษตรบ้านนาสาร จำกัด	สุราษฎร์ธานี	18	1.69
2	สหกรณ์เครดิตยูเนียนมิตรชาวสวน จำกัด	สุราษฎร์ธานี	7.49	0.69
รวม			25.49	2.38
รวมทั้งหมด			2,032.42	182.89

ที่มา: กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2562)

3.3.2 ช่องทางการจำหน่ายทุเรียนของสหกรณ์การเกษตร ปี 2562 มีทั้งหมด 5 ช่องทาง โดยจำหน่ายผ่านตัวแทนผู้ส่งออกมากที่สุด ในปริมาณ 1,715.65 ตัน มูลค่า 150.85 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 59.54 ซึ่งผู้ส่งออกส่วนใหญ่ส่งออกไปยังจีน และสหรัฐอเมริกาสำหรับอเมริกา รองลงมาเป็นการจำหน่ายให้กับคู่ค้าในประเทศ (บริษัทเอกชน ตลาดอวยชัย ไปรษณีย์ไทย และตลาดออนไลน์) ปริมาณ 969.35 ตัน มูลค่า 60.26 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 33.64 จำหน่ายให้ Modern Trade และห้างค้าปลีก (Siam Paragon, Tops, The Mall และ Makro) ปริมาณ 168.65 ตัน มูลค่า 20.98 ล้านบาท ตามลำดับ และจำหน่ายผ่านเครือข่ายสหกรณ์และแปรรูปแบบแช่แข็งอีกเล็กน้อย ดังแสดงในตารางที่ 3.11

ตารางที่ 3.11 ช่องทางการจำหน่ายทุเรียนของสหกรณ์การเกษตร ปี 2562

แหล่งจำหน่าย	จำนวนผลผลิต			
	ปริมาณ (ตัน)	ร้อยละ	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ
ส่งออกผ่านตัวแทน	1,715.65	59.54	150.85	64.09
คู่ค้าในประเทศ	969.35	33.64	60.26	25.60
Modern Trade และห้างค้าปลีก	168.65	5.85	20.98	8.91
เครือข่ายสหกรณ์	24.27	0.84	2.45	1.04
แปรรูป	3.44	0.12	0.82	0.35
รวม	2,881.36	100.00	235.36	100.00

ที่มา: กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2562)

3.3.3 บทบาทการรวบรวมทุเรียนของสหกรณ์การเกษตร จากการสัมภาษณ์ข้อมูลของสหกรณ์การเกษตรในพื้นที่ พบว่า สหกรณ์เข้ามามีบทบาทโดยเป็นตัวกลางในการรวบรวมผลผลิตที่มีคุณภาพทั้งจากสมาชิกและไม่ใช่มติสมาชิกในพื้นที่ เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรในการระบายผลผลิต และเป็นการรับประกันคุณภาพผลผลิตของเกษตรกรให้กับคู่ค้าหรือผู้ส่งออก อย่างไรก็ตาม ผลผลิตทุเรียนที่สหกรณ์การเกษตรมารับซื้อจากเกษตรกรมีปริมาณไม่มากเมื่อเทียบกับพ่อค้ารายอื่นๆ เนื่องจากมีโรงคัดบรรจุเข้ามารับซื้อผลผลิตทุเรียนในพื้นที่จำนวนมาก ทำให้สหกรณ์การเกษตรไม่สามารถแข่งขันการรับซื้อกับโรงคัดบรรจุได้ ทั้งในด้านปริมาณ ราคา และเงินทุน รวมถึงการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศด้วยตนเอง เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านเงินทุน ต้นทุนการตลาด ผู้ที่เชี่ยวชาญด้านการตลาด ภาษา และยังไม่มียุทธศาสตร์รองรับ จึงทำให้สหกรณ์ยังไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้ รวมทั้งความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างพ่อค้าไทยและพ่อค้าจีนที่ต้องอาศัยความสนิทสนมและความไว้วางใจกัน จึงทำให้สหกรณ์รับซื้อผลผลิตเพื่อรวบรวมให้กับตัวแทนผู้ส่งออกทำหน้าที่ส่งออกแทนและคู่ค้าภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น สหกรณ์การเกษตรจึงมีบทบาทในการรับซื้อทุเรียนค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับโรงคัดบรรจุ สำหรับการคัดเลือกคุณภาพผลผลิตจากเกษตรกรใช้มาตรฐานเช่นเดียวกับโรงคัดบรรจุซึ่งเป็นมาตรฐานในการส่งออก สำหรับผลผลิตที่ตกเกรดบางสหกรณ์จะมีห้องเย็นไว้รองรับผลผลิต เพื่อแปรรูปเป็นทุเรียนแช่แข็งเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิต และส่งจำหน่ายให้กับคู่ค้าภายในประเทศ โดยสหกรณ์การเกษตร

ภาคตะวันออกที่มีห้องเย็น ได้แก่ สหกรณ์การเกษตรเขาคิชฌกูฏ จำกัด จังหวัดจันทบุรี และสหกรณ์การเกษตรเพื่อการแปรรูปและส่งออกจังหวัดตราด จำกัด

นอกจากนี้ สหกรณ์การเกษตรเป็นตัวกลางในการจับคู่ค้าทางธุรกิจระหว่างเกษตรกรกับโรงคัดบรรจุหรือบริษัทผู้ส่งออก เพื่อตกลงปริมาณ คุณภาพ ราคาซื้อขายทุเรียนและเงาะไขว่ร่วมกัน สหกรณ์ยังมีบทบาทในการช่วยสมาชิกวางแผนการผลิต ให้คำแนะนำการดูแลรักษาผลผลิตให้ได้ผลผลิตตามเป้าหมาย และมีคุณภาพตามที่คู่ค้าต้องการ รวมทั้งผลักดันการรับรองมาตรฐานของผลผลิตทุเรียนให้เกษตรกรด้วย โดยสหกรณ์การเกษตรบางแห่งมีความพร้อมของสถานที่ เช่น สถานที่คัดบรรจุ/ห้องเย็น ในการรวบรวมทุเรียน โดยจะได้รับค่าบริการจัดการ/ค่าเช่าสถานที่ เป็นค่าตอบแทน บทบาทที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของสหกรณ์การเกษตร คือ สหกรณ์การเกษตรจะมีข้อมูลราคาของตลาดกลาง จึงทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการช่วยต่อรองราคาให้กับเกษตรกรได้

3.4 สถานการณ์การรับซื้อและการขายทุเรียนของโรงคัดบรรจุ

จากการสัมภาษณ์ข้อมูลของผู้ประกอบการในพื้นที่ พบว่า การเปิดรับซื้อทุเรียนของโรงคัดบรรจุขึ้นอยู่กับผู้ซื้อที่ตลาดปลายทาง คุณภาพของทุเรียน วัฒนธรรม และพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งระบบตลาดของทุเรียนเป็นการซื้อขายระดับอุตสาหกรรมและเน้นการขายผลสด เนื่องจากผลผลิตออกสู่ตลาดพร้อมกัน ดังนั้นระบบการขายตรงและออนไลน์จึงมีข้อจำกัดในด้านปริมาณการซื้อขาย ปัจจุบันไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกทุเรียนสดไปจีนได้เพียงประเทศเดียว การส่งออกไปจีนมากกว่าร้อยละ 90 เป็นทุเรียนพันธุ์หมอนทองซึ่งขายดีอันดับ 1 รองลงมาเป็นพันธุ์ก้านยาวประมาณร้อยละ 8 และพันธุ์พวงมณีประมาณร้อยละ 2 - 3 ที่เหลือเป็นพันธุ์อื่นๆ เช่น กระดุม และนกหยิบ เป็นต้น ทุเรียนของเวียดนามเข้ามาแข่งกับไทยในตลาดจีนประมาณเดือนมิถุนายน - สิงหาคม ซึ่งเป็นช่วงที่ผลผลิตภาคใต้ออกสู่ตลาดเช่นเดียวกัน แต่ทุเรียนเวียดนามยังกระจายไปยังตลาดอื่นๆ ภายในจีนได้น้อย ส่วนใหญ่ทำตลาดเฉพาะเมืองกว่างโจว เนื่องจากมีค่าขนส่งสูง ดังนั้น การปลูก การขาย และการส่งออกทุเรียนของไทย จึงควรวางแผนในเชิงนโยบาย และคาดว่า การส่งออกในอนาคตอีก 10 ปีข้างหน้าไม่แน่นอน เพราะมีคู่แข่งเข้ามา เช่น มาเลเซีย เวียดนาม และพม่า ได้มาเรียนรู้การปลูกทุเรียนกับไทย ถ้าโรงคัดบรรจุมีทางเลือกอาจจะเลือกซื้อทุเรียนที่มีราคาถูกกว่า สำหรับทุเรียนเวียดนามรสชาติไม่หวานเหมือนทุเรียนไทย และจากการสอบถามข้อมูลในพื้นที่แหล่งผลิต พบว่า ในช่วง 2 - 3 ปีที่ผ่านมาโรงคัดบรรจุมีจำนวนเพิ่มขึ้น และเปลี่ยนไปเป็นรูปแบบของโนมินี (Nominee) มากขึ้นประมาณร้อยละ 70 - 80 ซึ่งในอนาคตหากโรงคัดบรรจุจีนมีการร่วมมือกันมากขึ้น และกลายเป็นผู้กำหนดราคาทุเรียน จะส่งผลให้เกษตรกรไม่มีอำนาจต่อรอง ดังนั้น จึงควรเตรียมมาตรการรองรับด้านกฎหมาย การควบคุมกฎระเบียบและกติกาก่อน เพื่อรักษาเสถียรภาพด้านราคาและตลาดให้แก่เกษตรกร โดยแบ่งรูปแบบการรับซื้อและขายทุเรียนที่ตลาดจีน ดังนี้

3.4.1 การขายทุเรียนผ่านตลาดค้าส่ง/ค้าปลีกที่จีน ซึ่งเป็นการค้าขายทุเรียนสดผ่านระบบตลาดขนาดใหญ่ จากการสอบถามข้อมูลจากผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุ พบว่า การรับซื้อทุเรียนของภาคตะวันออกซึ่งเป็นผลผลิตช่วงต้นฤดูกาลจะออกสู่ตลาดประมาณเดือนมีนาคม - มิถุนายน จากนั้นจะมีทุเรียนของจังหวัดปราจีนบุรี และจังหวัดศรีสะเกษออกสู่ตลาดประมาณเดือนกรกฎาคม ซึ่งตรงกับทุเรียนภาคใต้ ทุเรียนจังหวัดอุดรดิตถ์ จังหวัดเชียงราย และทุเรียนของเวียดนามออกสู่ตลาด โดยคำสั่งซื้อทุเรียนมาจากต่างประเทศ

โดยเฉพาะจีน มีทั้งซื้อแบบผลสด และซื้อแบบแกะเนื้อแช่แข็ง ซึ่งในพื้นที่จังหวัดชุมพรมีโรงแช่แข็งประมาณ 10 - 15 แห่ง บางแห่งอยู่ระหว่างการขอใบอนุญาต และโรงงาน Freeze Dry เพื่อการส่งออก โดยจะใช้ทุเรียนที่มีขนาดตกไซค์ หรือขนาดจัมโบ้ ไม่สามารถส่งออกในรูปแบบผลสดได้ เป็นการแก้ปัญหาทุเรียนที่ไม่ได้คุณภาพ ซึ่งมีราคารับซื้อไม่เกินกิโลกรัมละ 30 - 60 บาท ส่วนทุเรียนที่มีลักษณะผลสวยจะขายผลสดเพื่อส่งออก ในราคากิโลกรัมละ 120 - 140 บาท ซึ่งในช่วงที่มีการทำทุเรียนนอกฤดูปกติของภาคใต้ ประมาณเดือน พฤศจิกายน - กุมภาพันธ์ จะมีผลผลิตออกสู่ตลาดน้อย แต่ผู้ส่งออกต้องการทุเรียนส่งออกในปริมาณมาก เพื่อให้เต็มตู้ทำให้ราคาจำหน่ายของทุเรียนในช่วงดังกล่าวมีราคาสูงกว่าปกติ อย่างไรก็ตาม โรงคัดบรรจุจะเปิดรับซื้อปีละประมาณ 6 - 10 เดือน การทำสัญญาระหว่างเกษตรกรกับโรงคัดบรรจุเป็นการทำสัญญาของทั้งสองฝ่ายโดยไม่ผ่านคนกลาง เช่น หน่วยงานภาครัฐ ทำให้บางครั้งเกิดปัญหาการผิดสัญญา ระหว่างกัน หรือเกิดการปั่นราคาและเข้าไปรับซื้อทุเรียนในราคาถูก รวมทั้งมีทุเรียนอ่อนออกสู่ตลาด เนื่องจากการเร่งตัดทุเรียนให้ทันกับราคาตลาดที่มีราคาสูง เป็นต้น สำหรับการส่งออกผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ทุเรียนทอดกรอบยังไม่เป็นที่นิยมของคนจีนมากนัก เนื่องจากเมื่อส่งไปถึงปลายทางแล้วแผ่นทุเรียนแตกเป็นชิ้นเล็กๆ ทำให้ส่งออกยากสำหรับทุเรียนกวน ผู้บริโภคจีนมีความชื่นชอบแต่ลักษณะบรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม ทำให้มองเป็นสินค้าราคาถูก รวมถึงการขอขึ้นทะเบียนและใบอนุญาต อย. ของทุเรียนกวน และทอดกรอบที่จีนทำได้ยากต้องใช้เวลาประมาณ 1 ปี และต้องมีการส่งตัวอย่างไปตรวจสอบก่อน

การขายทุเรียนที่ตลาดจีนปัจจุบันยังคงเป็นระบบฝากขาย โดยจ้างขายกล่องละ 4 หยวน (ประมาณกล่องละ 20 บาท) โดยผู้ส่งออกไทยเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการฝากขาย และต้นทุนการตลาดปลายทางที่เกิดขึ้นทั้งหมด โดยผู้ส่งออกไทยจะแจ้งต้นทุนการผลิตแก่ผู้ขายที่ตลาดปลายทางเพื่อวางแผนการขาย และกำหนดราคาขาย สำหรับการส่งออกไปจีนมีทั้งทางบก ทางเรือ และทางอากาศ โดยเส้นทางบกใช้เวลาขนส่งประมาณ 4 - 5 วัน และทางเรือประมาณ 7 - 10 วัน การเลือกเส้นทางขนส่งของผู้ส่งออกขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของตลาดปลายทาง เพื่อระบายผลผลิต หากตลาดดีจะใช้การขนส่งทางบก แต่หากตลาดไม่ดีจะขนส่งไปทางเรือซึ่งสามารถเช่าตู้ลอยทะเลเพื่อรอราคาขึ้นได้ การส่งออกทางเรือสามารถควบคุมอุณหภูมิได้ดีกว่าการขนส่งทางบกหรือทางรถ และสามารถรักษาคุณภาพของผลผลิตทุเรียนได้ดีกว่า ซึ่งขนส่งทางบกมีการควบคุมอุณหภูมิภายในตู้คอนเทนเนอร์ไม่ค่อยดีนัก ส่วนใหญ่จะเป็นการนำตู้เก่าหรือตู้ที่มีอายุเกิน 5 ปีมาใช้ อย่างไรก็ตาม การส่งออกทางบกสามารถทำตลาดระหว่างทางได้ สามารถเปลี่ยนเส้นทางการขนส่ง และตลาดเป้าหมายได้ เช่น หากกรณีจะส่งออกไปตลาดกว้างโจว แต่ราคาไม่ดีอาจจะเปลี่ยนเส้นทางไปตลาดอื่นที่ขายได้ราคาดีกว่า เช่น ไปเซี่ยงไฮ้ ซึ่งวิธีการขนส่งในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปจากอดีต จากที่ส่วนใหญ่ส่งออกทางเรือประมาณร้อยละ 80 และทางบกร้อยละ 20 แต่ปัจจุบันขนส่งทางบกประมาณร้อยละ 60 และทางเรือร้อยละ 40 เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดให้รวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งในอนาคตคาดว่า การจัดการคุณภาพของทุเรียนเป็นเรื่องสำคัญ เนื่องจากตลาดจีนยังสามารถรองรับผลผลิตได้มาก จึงต้องเน้นการผลิตทุเรียนคุณภาพ มีความเข้าใจในตลาด และความต้องการของตลาด ซึ่งบริษัทคู่ค้าจีนจะส่งคนมาบริหารจัดการที่ไทย มีการติดต่อสื่อสารและรับรู้ระหว่างกันตลอดเวลา เพื่อตรวจสอบตลาดให้มีความต้องการและเข้าใจตรงกันกับปริมาณผลผลิต

ของเกษตรกร ซึ่งจะทำให้มีปัญหาน้อย นอกจากนี้ จีนยังมีตลาดของตัวเอง มีคู่ค้า (Partner) และมีการเลือกคู่ค้าด้วยตัวเอง

3.4.2 การขายผ่านตลาดออนไลน์ โดยมีการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา จีน และญี่ปุ่น ซึ่งผู้บริโภคมีความชอบทุเรียนที่ต่างกัน โดยผู้บริโภคชาวอเมริกาจะชื่นชอบทุเรียนลูกเล็กมีน้ำหนักไม่เกิน 4 - 5 กิโลกรัมต่อผล ส่วนตลาดจีนจะส่งออกทุเรียนที่มีน้ำหนัก 2 - 6 กิโลกรัมต่อผล และตลาดญี่ปุ่นส่งออกทุเรียน 2 - 3 กิโลกรัมต่อผล โดยทุเรียนที่มีขนาด 2 - 4 กิโลกรัมต่อผล จะเป็นที่ยอดนิยมของตลาดมากที่สุด สำหรับพันธุ์ที่ส่งออกมากเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ หมอนทอง รองลงมาเป็นพวงมณี ขนาด 1.8 กิโลกรัมต่อผล ก้านยาว กระดุม และนกหยิบ ในการซื้อขายผ่านตลาดออนไลน์นอกจากจะมีความสะดวกรวดเร็วแล้วยังทำให้ผู้บริโภคไม่ต้องออกไปซื้อสินค้าที่ตลาดเอง ผู้ขายมีการรับรองคุณภาพของผลผลิตและชดใช้ค่าเสียหายกรณีสินค้ามีปัญหา (การเคลมสินค้า) จึงทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจ และเชื่อถือต่อสินค้า ซึ่งการขายทุเรียนออนไลน์ จะใช้วิธีการบอกต่อกันแบบปากต่อปาก และส่วนใหญ่ลูกค้ามีการกลับมาซื้อซ้ำประมาณร้อยละ 80 รวมถึงมีการจัดโปรโมชั่นต่างๆ ให้กับลูกค้าที่กลับมาซื้อซ้ำ

สำหรับต้นทุนการตลาดของการทำทุเรียนออนไลน์จะสูงกว่าการส่งออกไปยังตลาดค้าส่งค้าปลีกทั่วไป รวมทั้ง ยังมีค่าเสียหายของผลผลิตและน้ำหนักที่สูญหายไปเมื่อถึงตลาดปลายทางประมาณร้อยละ 2.5 - 3 โดยทุเรียนพันธุ์พวงมณีน้ำหนักหายมากที่สุด ดังนั้น หากลูกค้าปลายทางสั่งซื้อทุเรียนที่น้ำหนัก 4 กิโลกรัม ผู้ส่งออกต้องเผื่อน้ำหนักเพิ่มไปอีก 1 กิโลกรัม ซึ่งส่งผลต่อการกำหนดราคาขายที่ตลาดปลายทาง เช่น ถ้าต้นทุนรับซื้อที่กิโลกรัมละ 100 บาท หรือกิโลกรัมละ 120 บาทต้องประกาศขายที่จีนประมาณกิโลกรัมละ 190 - 200 บาท หรือบวกเพิ่มประมาณร้อยละ 50 และถ้าหากส่งออกไปยังเมืองที่มีกำลังซื้อ สามารถซื้อของแพงได้ก็จะส่งออกทางเครื่องบินและจะขายประมาณกิโลกรัมละ 300 บาท

หากเปรียบเทียบทุเรียนไทยกับคู่แข่ง ได้แก่ ทุเรียนมุซังคิงของมาเลเซีย ซึ่งยังไม่สามารถส่งออกออนไลน์ผลสดได้ ส่งออกได้เฉพาะทุเรียนแช่แข็งมีอายุวางจำหน่ายประมาณ 3 วัน โดยแช่ในน้ำแข็ง ซึ่งคนจีนจะนิยมบริโภคผลสดมากกว่าแช่แข็ง รวมทั้งต้นทุนการผลิตของมาเลเซียสูงกว่าไทย จึงทำให้ทุเรียนมาเลเซียมีราคาแพงกว่าไทย หากในอนาคตมาเลเซียสามารถส่งออกทุเรียนผลสดได้ และสามารถส่งออกปลายทางเรือได้ จะทำให้ต้นทุนถูกกว่าไทย แต่หากขนส่งทางรถระยะทางจะไกลกว่าไทย โดยราคาทุเรียนพันธุ์มุซังคิงของมาเลเซียในช่วงเดือนตุลาคม 2561 ประมาณกิโลกรัมละ 300 - 400 บาท ซึ่งแพงกว่าทุเรียนหมอนทองของไทย แต่ถ้าเป็นพันธุ์อื่นจะขายถูกกว่าทุเรียนไทยประมาณกิโลกรัมละ 20 บาท สำหรับทุเรียนเวียดนามมีราคาขายและต้นทุนการผลิตถูกกว่าไทย โดยเฉพาะค่าขนส่งที่ถูกกว่าไทยมาก แต่คุณภาพยังไม่สามารถแข่งกับไทยได้ อย่างไรก็ตาม มีบางช่วงที่ทุเรียนของไทยมีคุณภาพไม่ด้อยกว่าจีนจะซื้อของเวียดนามมากกว่าของไทยโดยเฉพาะในเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม ทำให้มีการนำเข้าทุเรียนเวียดนามแทนของไทย ดังนั้น การทำทุเรียนแช่แข็งส่งออกจึงควรทำในช่วงเดือนพฤศจิกายน - มกราคม ซึ่งเป็นช่วงที่ทุเรียนมีคุณภาพไม่ค่อยดี และมีทุเรียนอ่อนในช่วงนั้นมาก โดยต้องแช่แข็งไว้ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม - มิถุนายน และนำออกมาจำหน่ายในช่วงเดือนพฤศจิกายน - มกราคม โดยตั้งอุณหภูมิให้ติดลบ 18 องศาเซลเซียส

สำหรับระบบโลจิสติกส์ของจีนในการจัดการสินค้าเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยมีการใช้ตู้เย็นในการขนส่งเป็นจำนวนมาก และมีความสะดวกรวดเร็ว สามารถกำหนดเวลาในการขนส่งที่แน่นอนและใช้เวลาไม่มาก ทำให้เอื้อต่อการส่งออกทุเรียนออนไลน์ไปจีน ส่วนการทำตลาดออนไลน์ในไทยระบบขนส่งค่อนข้างช้าและมีต้นทุนสูง หากทำตลาดออนไลน์ภายในประเทศควรทำทุเรียนพันธุ์พื้นเมืองที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะซึ่งมีราคาจำหน่ายสูง การซื้อขายทุเรียนผ่านระบบออนไลน์ได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นนับตั้งแต่มีข่าวการเข้ามารับซื้อทุเรียนของกลุ่มบริษัทอาลีบาบา ซึ่งหากมีปัญหาทุเรียนอ่อนจะทำให้การซื้อขายออนไลน์ไม่สามารถทำได้เนื่องจากจะมีปัญหาถูกลูกค้าเคลมสินค้าตามมา ซึ่งบางครั้งการทำทุเรียนนอกฤดูทำให้เกิดปัญหาทุเรียนอ่อนเนื่องจากทุเรียนในช่วงนี้มีปริมาณน้อย ทำให้แย่งกันซื้อ ราคาจึงสูง เกษตรกรเกรงว่าราคาจะต่ำลงจึงตัดเร็วขึ้นส่วนพ่อค้าหรือโรงคัดบรรจุกลัวว่าจะไม่มีผลผลิตส่งให้ลูกค้า จึงเร่งซื้อและตัดขาย สำหรับการขนส่งทุเรียนไปจีนส่วนใหญ่ขนส่งทางรถยนต์หรือทางบกมีการควบคุมอุณหภูมิที่ 13 - 15 องศาเซลเซียส ส่งเข้าทางมณฑลกวางซีแล้วจึงกระจายสินค้าต่อไปยังเมืองต่างๆ หากสภาพอากาศที่ตลาดจีนติดลบ อาจมีการปรับอุณหภูมิที่เวียดนามประมาณ 18 องศาเซลเซียส เพื่อให้ทุเรียนสุกที่ด่านนำเข้า เพราะถ้าถึงที่จีนแล้วทุเรียนจะไม่มีโอกาสสุกโดยการทำทุเรียนคุณภาพต้องคำนึงถึงสภาพอากาศที่จีนด้วย ซึ่งแต่ละมณฑลจะมีสภาพอากาศที่แตกต่างกัน ดังนั้น เรื่องการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์จึงมีความจำเป็นและสำคัญในการส่งออกออนไลน์

3.4.3 ประเภทของโรงคัดบรรจุ จากการสำรวจข้อมูลในพื้นที่ปี 2562 ของกองธรรมาภิบาลธุรกิจกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ในพื้นที่ที่มีการผลิตผลไม้สำคัญใน 7 จังหวัด ได้แก่ จันทบุรี ระยอง ตราด เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน และชุมพร ซึ่งมีผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้และจัดรวบรวมผลไม้หลากหลายชนิด เมื่อแบ่งประเภทของโรงคัดบรรจุที่มีจำนวน 972 ราย แบ่งเป็นโรงคัดบรรจุที่จดทะเบียนแบบนิติบุคคลในรูปแบบบริษัท 196 ราย และห้างหุ้นส่วน จำกัด 18 ราย เป็นวิสาหกิจชุมชนและสหกรณ์การเกษตร 29 ราย เป็นบุคคลธรรมดาสัญชาติไทย 729 ราย ซึ่งจากประเภคนิติบุคคลจำนวน 214 ราย สามารถแบ่งได้เป็น นิติบุคคลที่คนไทยถือหุ้น 100% จำนวน 154 ราย นิติบุคคลที่คนต่างด้าวร่วมลงทุน 0.01 - 49.99% จำนวน 55 ราย และนิติบุคคลต่างด้าว (สัญชาติจีน) จำนวน 5 ราย ดังแสดงในตารางที่ 3.12

เมื่อแบ่งสัดส่วนประเภทการจดทะเบียนของโรงคัดบรรจุผลไม้ใน 7 จังหวัด พบว่า เป็นบุคคลธรรมดาสัญชาติไทย วิสาหกิจชุมชน และสหกรณ์จำนวน 758 ราย คิดเป็นร้อยละ 77.98 และประเภคนิติบุคคลที่คนไทยถือหุ้น 100% จำนวน 154 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.85 นิติบุคคลไทยร่วมทุนต่างชาติ (ต่างชาติลงทุน 0.01 - 49.99%) จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.66 และนิติบุคคลต่างด้าว (สัญชาติจีน) จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.51 ซึ่งจากข้อมูลจะเห็นว่า การจดทะเบียนนิติบุคคลที่คนไทยถือหุ้น 100% มีจำนวนมากที่สุด แต่จากการสำรวจข้อมูลในพื้นที่ พบว่า ถึงแม้จะเป็นคนไทยถือหุ้นแต่ก็มีแนวโน้มในการรับจ้างรวบรวมและบรรจุภัณฑ์ให้กับโรงคัดบรรจุต่างชาติมีมากขึ้น ขณะที่เงินทุนในการรับซื้อและการบริหารจัดการ เป็นของต่างชาติเกือบทั้งหมด จึงทำให้ปริมาณการรับซื้อผลผลิตส่วนใหญ่ที่เป็นของโรงคัดบรรจุต่างชาติ หรือโรงคัดบรรจุไทยที่ร่วมลงทุนกับต่างชาติ และใช้เงินทุนของต่างชาติในการบริหารจัดการ ดังแสดงในตารางที่ 3.13

ตารางที่ 3.12 ข้อมูลผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ และจุดรวบรวมผลไม้ แหล่งผลิตสินค้าเกษตรสำคัญ
ใน 7 จังหวัด ปี 2562

จังหวัด/ชนิด	นิติบุคคล (ราย)		วิสาหกิจชุมชน และสหกรณ์	บุคคลธรรมดา สัญชาติไทย	รวม (ราย)
	บริษัท	ห้างหุ้นส่วน			
จันทบุรี (ทุเรียน มังคุด ลำไย สับปะรด กัลยไช้ และลองกอง)	66 (ต่างด้าว 2 ราย)	2	9	194	271
ระยอง (ทุเรียน) (ต่างด้าว 1 ราย)	5 (ต่างด้าว 1 ราย)	1	-	20	26
ตราด (ทุเรียน มังคุด สับปะรด เงาะ และลองกอง)	1	-	4	122	127
เชียงใหม่ (ลำไย และผลไม้)	36	5	-	151	192
เชียงราย (ลำไย)	12	2	2	120	136
ลำพูน (ลำไย)	42	5	10	32	89
ชุมพร (ทุเรียน มังคุด เงาะ ลองกอง ส้มโอ มะละกอ กัลยหอมทอง และลำไย)	34 (ต่างด้าว 2 ราย)	3	4	90	131
รวม	196	18	29	729	972
		214*			

ที่มา: กองธรรมาภิบาลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (2562)

หมายเหตุ: ข้อมูล ณ เดือนสิงหาคม 2562

ตารางที่ 3.13 ประเภทการจดทะเบียนของโรงคัดบรรจุ ปี 2562

ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
- บุคคลธรรมดาสัญชาติไทย วิสาหกิจชุมชน และสหกรณ์	758	77.98
- นิติบุคคลไทย 100%	154	15.85
- นิติบุคคลไทยร่วมทุนต่างชาติ (ต่างชาติลงทุน 0.01 - 49.99%)	55	5.66
- นิติบุคคลต่างด้าว (สัญชาติจีน)	5	0.51
รวม	972	100

ที่มา: กองธรรมาภิบาลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (2562)

หมายเหตุ: ข้อมูล ณ เดือนสิงหาคม 2562

3.4.4 โรงคัดบรรจุผลไม้ที่ส่งออกไปจีน ในปี 2562 มีจำนวนโรงคัดบรรจุผลไม้ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP ทั้งหมดในการส่งออกผลไม้ไปจีนจำนวน 981 ราย รวมภาคตะวันออกและภาคใต้มีทั้งหมดจำนวน 789 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.43 แบ่งเป็นภาคตะวันออกจำนวน 415 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.30 โดยมากที่สุดในจังหวัดจันทบุรีจำนวน 364 ราย และภาคใต้ 374 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.12 มีมากที่สุด ในจังหวัดชุมพรจำนวน 276 ราย โดยในช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลไม้ของภาคตะวันออกและภาคใต้ จะมีโรงคัดบรรจุผลไม้มาตั้งจุดรับซื้อผลไม้ชนิดต่างๆ ในแหล่งผลิตเป็นจำนวนมาก อาทิ ทูเรียน ลำไย มังคุด เงาะ และลองกอง เป็นต้น ดังแสดงในตารางที่ 3.14

ตารางที่ 3.14 จำนวนโรงคัดบรรจุผลไม้ส่งออกไปจีน ปี 2562

รายการ	ปี 2562 (ราย)	ร้อยละ
ทั่วประเทศ	981	100
รวมภาคตะวันออกและภาคใต้	789	80.43
ภาคอื่นๆ	192	19.57
ภาคตะวันออกทั้งหมด	415	42.30
จันทบุรี	364	
ระยอง	27	
ตราด	17	
อื่นๆ	7	
ภาคใต้ทั้งหมด	374	38.12
ชุมพร	276	
สุราษฎร์ธานี	11	
นครศรีธรรมราช	84	
อื่นๆ	3	

ที่มา: กรมวิชาการเกษตร (2562)

หมายเหตุ: ข้อมูล ณ วันที่ 17 กันยายน 2562

3.4.5 โรงคัดบรรจุทุเรียน ปี 2562 มีโรงคัดบรรจุที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP ในการส่งออกจำนวน 676 ราย โดยแบ่งเป็นภาคตะวันออกจำนวน 384 ราย จังหวัดจันทบุรีมีมากที่สุดจำนวน 339 ราย และภาคใต้จำนวน 292 ราย โดยจังหวัดชุมพรมีมากที่สุดจำนวน 269 ราย ทั้งนี้ จำนวนโรงคัดบรรจุทุเรียนปี 2562 เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ถึง 1.19 เท่า เนื่องจากจีนมีมาตรการเพิ่มความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศมากขึ้น เพื่อความสะดวกในการตรวจสอบย้อนกลับ โดยผลไม้ที่นำเข้าจากไทย 5 ชนิด ได้แก่ ทูเรียน ลำไย มังคุด ลิ้นจี่ และมะม่วง ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขภายใต้พิธีสารว่าด้วยข้อกำหนดการส่งออกผลไม้จากไทยไปจีน โดยผลไม้ต้องมาจากสวนที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน GAP และโรงคัดบรรจุต้องผ่านการรับรองมาตรฐาน GMP และขึ้นทะเบียนโรงงานผลิตสินค้าพืช หากไม่ปฏิบัติตามจีนจะระงับการนำเข้า

ผลไม้ที่ด่านนำเข้าทันที จึงทำให้ผู้ประกอบการและเกษตรกรเร่งการขึ้นทะเบียนรับรองมาตรฐาน GMP และ GAP ซึ่งเกรงว่าหากไม่ได้ขึ้นทะเบียนรับรองจะทำให้ไม่สามารถส่งออกทุเรียนและผลไม้อีก 4 ชนิดที่ส่งออกไปจีน สำหรับผลไม้ที่ส่งออกจากจีนมาไทย ได้แก่ แอปเปิ้ล สาลี่ ส้ม พุทรา และองุ่น ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขภายใต้พิธีสารว่าด้วยข้อกำหนดการส่งออกผลไม้ด้วยเช่นเดียวกันกับไทย ดังแสดงในตารางที่ 3.15

ตารางที่ 3.15 จำนวนโรงคัดบรรจุทุเรียนปี 2561 - 2562

ภาค/จังหวัด	ปี 2561 (ราย)	ปี 2562 (ราย)	การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
ภาคตะวันออก	188	384	104.26
จันทบุรี	161	339	110.56
ระยอง	18	24	33.33
ตราด	9	20	122.22
ฉะเชิงเทรา	-	1	-
ภาคใต้	120	292	143.33
ชุมพร	114	269	135.96
สุราษฎร์ธานี	2	12	500.00
นครศรีธรรมราช	4	11	175.00
รวม	308	676	119.48

ที่มา: กรมวิชาการเกษตร (2562)

หมายเหตุ: ข้อมูลภาคตะวันออก ณ เดือนมิถุนายน 2562 และข้อมูลภาคใต้ ณ เดือนสิงหาคม 2562

3.4.6 ขนาดของโรงคัดบรรจุทุเรียน จากการสำรวจข้อมูล พบว่า ขนาดของโรงคัดบรรจุในพื้นที่ที่รับซื้อทุเรียนเพื่อการส่งออก แบ่งได้เป็น 3 ขนาด ได้แก่ ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ตามปริมาณการส่งออกทุเรียนต่อปี จากการสอบถามข้อมูล พบว่า โรงคัดบรรจุของไทยร้อยละ 90 มีขนาดเล็กและขนาดกลาง ซึ่งมีปริมาณการส่งออก 100 - 300 ตูต่อปี และ 301 - 999 ตูต่อปี ตามลำดับ ส่วนขนาดใหญ่ส่วนมากเป็นของต่างชาติมีปริมาณการรับซื้อมากกว่า 1,000 ตูขึ้นไป ดังแสดงในตารางที่ 3.16

ตารางที่ 3.16 ขนาดของโรงคัดบรรจุทุเรียน

ขนาดโรงคัดบรรจุ (ลัง)	ปริมาณการส่งออกต่อปี (ตู)
ขนาดเล็ก	100 - 300
ขนาดกลาง	301 - 999
ขนาดใหญ่	1,000 ตูขึ้นไป

ที่มา: จากการสำรวจ

3.4.7 ลักษณะการดำเนินงานของโรงคัดบรรจุ

สำหรับรูปแบบการบริหารจัดการของโรงคัดบรรจุ จากการสำรวจข้อมูลในแหล่งผลิตภาคตะวันออกและภาคใต้ พบว่า โรงคัดบรรจุทั้งสองภาคมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจคล้ายคลึงกัน เพราะส่วนใหญ่เป็นโรงคัดบรรจุเดียวกันที่รับซื้อผลผลิตจากทั้งสองภาค เพื่อส่งออกไปยังตลาดจีน โดยแบ่งรูปแบบการดำเนินธุรกิจของโรงคัดบรรจุ ดังนี้

- 1) โรงคัดบรรจุของจีน
- 2) โรงคัดบรรจุของไทย
- 3) โรงคัดบรรจุของไทยร่วมทุนกับต่างชาติ (จีน)

ทั้งนี้ รูปแบบการดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่เป็นแบบคนไทยเป็นเจ้าของ และไทยร่วมทุนกับต่างชาติ ซึ่งเงินทุนหมุนเวียนภายในโรงคัดบรรจุส่วนใหญ่มาจากผู้ประกอบการจีน ส่วนผู้ประกอบการไทยเป็นผู้รับจ้างดำเนินการจัดหาผลผลิตและบรรจุภัณฑ์ตามแผนการส่งออกในแต่ละเดือนตามคำสั่งซื้อของลูกค้าปลายทาง ซึ่งมีความเสี่ยงด้านการตลาดน้อยกว่าการส่งออกเอง ซึ่งแบ่งลักษณะการดำเนินงานได้ ดังนี้

1) โรงคัดบรรจุที่ดำเนินงานเองทั้งระบบ โดยรวบรวมผลผลิต คัดเกรด บรรจุภัณฑ์ (Packing) และส่งออกเอง มีทั้งโรงคัดบรรจุของไทยและจีน ซึ่งหากเป็นโรงคัดบรรจุไทยที่ดำเนินการส่งออกเองจะมีลูกค้าประจำในพื้นที่และสามารถจัดหาผลผลิตได้มากและมีคุณภาพตามความต้องการ โดยมีการรับซื้อ ดังนี้

1.1) รับซื้อเพื่อขายในประเทศ โดยรับซื้อเพื่อส่งให้กับห้างสรรพสินค้า และโรงงานแปรรูปแช่แข็ง ซึ่งการรับซื้อให้กับห้างสรรพสินค้า เช่น Tops จะรับซื้อผลผลิตเกรดเดียวกับการส่งออกไปจีน หากเกษตรกรหรือผู้รวบรวมที่ตัดทุเรียนแก่คุณภาพดีมาจำหน่ายจะเพิ่มราคาซื้อให้มากกว่าราคาหน้าแผงประมาณกิโลกรัมละ 5 - 10 บาท การส่งทุเรียนให้กับ Tops ผู้บริโภคจะสามารถกำหนดวันในการรับประทานได้ เนื่องจาก Tops มีห้องเย็นในการเก็บผลผลิต ซึ่งการดำเนินการลักษณะนี้ทำให้เกษตรกรไม่ยึดติดรูปแบบการตัดทุเรียนแบบเดิมๆ แต่เน้นการตัดทุเรียนคุณภาพ และมีความแก่ร้อยละ 75 ขึ้นไป ทั้งนี้ เกษตรกรบางรายเห็นว่า การตัดทุเรียนแก่มาจำหน่ายจะทำให้ทุเรียนสูญเสียน้ำหนัก จึงไม่นำทุเรียนมาขาย สำหรับการคัดเกรดส่งให้กับ Tops มีดังนี้

- เกรด AB ขนาดและน้ำหนักทุเรียนประมาณ 2.2 – 6 กิโลกรัม หรือเรียกว่าเนื้อ 1 มีประมาณ 3 พู/เม็ด เมื่อสุกแล้วน้ำหนักจะหายไป เช่น ทุเรียนขนาด 2.2 กิโลกรัมจะเหลือประมาณ 2 กิโลกรัม

- เกรด C หรือเรียกว่า เนื้อ 2 มีประมาณ 2 พู/เม็ด

- ทุเรียนขายแบบบุฟฟต์ มีความแตกต่างจากเนื้อ 1 หรือเกรด AB ประมาณ 5 – 10 วัน นอกจากนี้ โรงคัดบรรจุยังรับซื้อทุเรียนเพื่อแช่แข็ง ส่งขายภายในประเทศ เช่น บริษัท

เอสแอนด์พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) โดยลูกค้านำรถตู้เย็นมารับที่โรงคัดบรรจุ

1.2) รับซื้อเพื่อส่งออก ตลาดส่งออกมีทั้งตลาดจีน ญี่ปุ่น และยุโรป โดยตลาดจีนจะเน้นเปอร์เซ็นต์ความแก่ ส่วนตลาดญี่ปุ่นและยุโรปเน้นผลขนาดเล็กประมาณ 2 - 3 กิโลกรัม ผู้ส่งออกต้องเผื่อน้ำหนักสูญหายเมื่อถึงปลายทางด้วย จึงบรรจุกล่องละประมาณ 18.50 กิโลกรัม โดยใน 1 ตู้คอนเทนเนอร์จะบรรจุประมาณ 960 กล่อง

2) โรงคัดบรรจุที่รวบรวมผลผลิตและรับจ้างบรรจุภัณฑ์ (Packing) โดยส่วนใหญ่เป็นโรงคัดบรรจุของไทยที่ดำเนินการรับจ้าง มีทั้งรับจ้างบรรจุต่อตู้ รับจ้างบรรจุต่อกล่อง และรับจ้างบรรจุต่อกิโลกรัม หรือแล้วแต่ตกลงกัน หรือบางโรงคัดบรรจุรับจ้างรวบรวมผลผลิตอย่างเดียว เพื่อส่งให้กับโรงคัดบรรจุขนาดใหญ่ หรือส่งให้กับผู้ส่งออกเงินโดยตรง จากการสอบถามผู้ประกอบการ พบว่า มีลักษณะการดำเนินงาน ดังนี้

2.1) การรับซื้อผลผลิต แบ่งเป็นการรับซื้อแบบเหมาสวนและเปิดรับซื้อหน้าแผง โดยสัดส่วนการรับซื้อจะแตกต่างกันไป เช่น ซื้อเหมาสวนร้อยละ 50 และรับซื้อหน้าแผงร้อยละ 50 ขึ้นอยู่กับการจัดหาผลผลิตของแต่ละโรงคัดบรรจุ โดยการเหมาสวนของเกษตรกรอาจจะทำก่อนเปิดโรงคัดบรรจุประมาณ 15 – 30 วันหรือหลังจากเปิดโรงคัดบรรจุแล้ว ซึ่งจะมีสายตัดหรือแรงงานเก็บเกี่ยวของโรงคัดบรรจุไปดูแลผลผลิตที่สวน เพื่อตรวจสอบคุณภาพ ตกลงราคา ทำสัญญาเหมาสวนล่วงหน้าทั้งแบบมีลายลักษณ์อักษร และไม่มีลายลักษณ์อักษร และจ่ายมัดจำล่วงหน้าร้อยละ 10 – 30 แล้วจึงนัดวันเก็บเกี่ยว และคัดแยกเกรดในสวน โดยจะรับซื้อที่ความแก่ร้อยละ 70 ขึ้นไป สำหรับการรับซื้อหน้าแผงราคาแต่ละวันจะไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับราคาที่ตลาดปลายทาง โดยราคาที่รับซื้อหน้าแผงจะสูงกว่าเหมาสวนประมาณกิโลกรัมละ 5 บาท ส่วนการคัดเกรดจะใช้เกณฑ์มาตรฐานเดียวกัน

โรงคัดบรรจุจะรับซื้อทุเรียนจากทั้งภาคตะวันออกและภาคใต้ สัดส่วนการรับซื้อของแต่ละภาคขึ้นอยู่กับความต้องการของโรงคัดบรรจุ โดยบางรายอาจจะรับซื้อของภาคตะวันออกมากกว่าภาคใต้ เช่น รับซื้อที่ภาคตะวันออกประมาณร้อยละ 70 และที่ภาคใต้ประมาณร้อยละ 30 โดยให้เหตุผลว่า ทุเรียนของภาคตะวันออกจะมีรสชาติดีกว่าทางภาคใต้ มีรูปทรงและสีผิวสวยกว่า และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ซึ่งชาวสวนค่อนข้างดูแลสวนอย่างดีและใช้เทคโนโลยีในการบำรุงรักษาผลผลิต พื้นที่ภาคใต้มีฝนตกในพื้นที่มากทำให้ทุเรียนอมน้ำ ไม่ค่อยเจอแดด มีหนอน และการจัดการสวนไม่ดี ซึ่งส่วนใหญ่ชาวสวนจะมาขายเองที่แผง โดยระยะเวลาในการเปิดรับซื้อทุเรียนประมาณ 6 – 10 เดือน บางแห่งรับซื้อที่ภาคตะวันออก 4 เดือน และภาคใต้ 4 เดือน หรือบางรายรับซื้อที่ภาคตะวันออก 2 เดือน และที่ใต้ 3 เดือน เป็นต้น โดยทุเรียนของภาคใต้จะตรงกับช่วงที่ทุเรียนเวียดนามออกสู่ตลาด ทำให้ราคาทุเรียนภาคใต้ต่ำกว่าภาคตะวันออก

2.2) การรับจ้างบรรจุภัณฑ์ของโรงคัดบรรจุ มี 2 แบบ ได้แก่ 1) รับจ้างแบบกล่องๆ ละ 4 - 5 บาท และ 2) รับจ้างต่อกิโลกรัมๆ ละ 1 บาท การรับจ้างแบบใดขึ้นอยู่กับข้อตกลงกัน โดยรับซื้อเกรด AB และ เกรด C เพื่อส่งออก ส่วนทุเรียนตกเกรดส่งเข้าห้องเย็น ในการรับจ้างบรรจุภัณฑ์อาจจะทำให้บริษัทเดียวหรือมากกว่า กรณีที่รับจ้างให้บริษัทเดียวอาจจะทำให้มากกว่าหนึ่งยี่ห้อ (Brand) แยกตามเกรด ซึ่งราคาจำหน่ายจะแตกต่างกันสามารถนำไปแยกทำตลาดที่จีนได้ เช่น เกรด AB ทำสองยี่ห้อ และเกรด C ทำหนึ่งยี่ห้อ และขายยกกล่องในห้างสรรพสินค้าที่จีน เป็นต้น ในส่วนของการรับจ้างบรรจุภัณฑ์จะมีการตกลงสเปกตามความต้องการของลูกค้า ส่วนวัสดุอุปกรณ์และแรงงานในการดำเนินการคัดบรรจุแล้วแต่ตกลง เช่น อุปกรณ์ต่างๆ เป็นของคนรับจ้างที่จัดหามาดำเนินการเอง ส่วนวัตถุดิบ (ทุเรียน) ค่าจ้างแรงงาน และค่าบรรจุภัณฑ์ผู้ส่งออกหรือผู้จ้างเป็นคนจ่าย เมื่อตกลงกันได้แล้วจึงส่งพิมพ์กล่องบรรจุภัณฑ์ สำหรับขั้นตอนการส่งออกจะจ้างบริษัทชิปปิ้งทั้งทางบกและทางเรือ หากมีการขนส่งผลผลิตมาจากภาคใต้ผู้ส่งออกเงินจะเป็นผู้จ่ายค่าขนส่ง ส่วนทางอากาศไม่ค่อยนิยม เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายสูงและส่วนใหญ่จะส่งไปยังเมืองที่มีกำลังซื้อสูง

แต่ต้องการความรวดเร็ว ซึ่งการเข้าไปทำตลาดที่จีนของคนไทยค่อนข้างมีความยุ่งยากด้านกฎหมาย และการติดต่อลูกค้า จึงใช้ระบบฝากขาย

จากการสำรวจข้อมูลในพื้นที่พบว่า แรงงานที่ใช้ภายในโรงคัดบรรจุมีทั้งแรงงานไทย และต่างด้าว ซึ่งบางแห่งจ้างเฉพาะแรงงานไทย เนื่องจากสื่อสารกันได้ง่ายกว่า ส่วนใหญ่มาจากภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ แต่จากการสำรวจข้อมูลพบว่า โรงคัดบรรจุหลายแห่งจะมีแรงงานต่างด้าวมากกว่า แรงงานไทย ส่วนใหญ่แรงงานจะพักอยู่ที่แฟงหรือโรงคัดบรรจุ ทั้งนี้จำนวนแรงงานขึ้นอยู่กับขนาดของโรงคัดบรรจุ และปริมาณของผลผลิตที่เข้าโรงคัดบรรจุ เช่น ช่วงที่ผลผลิตเข้าโรงคัดบรรจุมากประมาณ 200 - 300 ตันต่อวัน หรือส่งออกวันละ 2 - 3 ตู จะใช้แรงงานสำหรับบรรจุภัณฑ์ประมาณวันละ 100 คน แต่ละแห่งจะมีแรงงาน มากกว่า 60 คนขึ้นไป แต่หากเป็นโรงคัดบรรจุขนาดเล็กที่มีการใช้แรงงานหมุนเวียนจะมีแรงงานประมาณ 30 คน โดยค่าจ้างคัดบรรจุมีทั้งต่อกล่อง รายวัน และเงินเดือนขึ้นอยู่กับความสามารถและประสบการณ์ และเนื่องจาก มีค่าใช้จ่ายด้านแรงงานสูง โรงคัดบรรจุจึงต้องทำให้ได้วันละ 3 ตู จึงจะคุ้มกับค่าใช้จ่าย หรือแม้บางรายส่งออก แล้วขาดทุนก็ต้องทำ เนื่องจากการรักษาแบรนด์ของตัวเองไว้ในตลาดจีน

3.4.8 กระบวนการบริหารจัดการทุเรียนของโรงคัดบรรจุก่อนการส่งออก ซึ่งขั้นตอนการจัดการ ทุเรียนก่อนการส่งออกของโรงคัดบรรจุภาคตะวันออกและภาคใต้มีขั้นตอนวิธีการคล้ายคลึงกัน เมื่อโรงคัดบรรจุ ได้รับคำสั่งซื้อจากตลาดปลายทางที่จีนแล้ว จึงนำมาวางแผนการส่งออกในแต่ละเดือนตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ซึ่งมีขั้นตอนการจัดหาผลผลิตและดำเนินการภายในโรงคัดบรรจุ ดังนี้ ดังแสดงในภาพที่ 3.7

1) การรับซื้อของโรงคัดบรรจุมี 2 รูปแบบ คือ

1.1) การติดต่อสวนทุเรียนของเกษตรกรล่วงหน้าหรือการเหมาสวนล่วงหน้าก่อนที่ผลผลิต จะเก็บเกี่ยวได้ประมาณ 15 - 30 วัน โดยมีการทำสัญญาซื้อขายกันล่วงหน้าแบบเป็นลายลักษณ์อักษร และ ไม่เป็นลายลักษณ์อักษร ขึ้นอยู่กับความสนิทสนม จากนั้นจะมีการจ่ายเงินมัดจำล่วงหน้าร้อยละ 10 - 30 เมื่อถึงเวลาเก็บเกี่ยวโรงคัดบรรจุจะส่งทีมงานไปตัดทุเรียนที่สวนของเกษตรกร ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นแรงงานต่างด้าว จากกัมพูชา พม่า และลาว

1.2) การเปิดจุดรับซื้อหน้าโรงคัดบรรจุ สำหรับเกษตรกรบางรายที่ไม่ได้มีการทำสัญญา เหมาสวนล่วงหน้าจะนำผลผลิตมาจำหน่ายเองที่โรงคัดบรรจุ ซึ่งจะให้ราคาสูงกว่าแบบเหมาสวนประมาณ กิโลกรัมละ 4 - 5 บาท เนื่องจากเกษตรกรตัดมาเองจะมีเปอร์เซ็นต์ความแก่ดีกว่าการไปเหมาสวน แต่ในลักษณะนี้ เกษตรกรต้องเสียค่าใช้จ่ายในการจ้างตัดและการขนส่ง จึงทำให้ราคาที่ได้รับทั้งสองแบบไม่แตกต่างกันมากนัก

2) การจัดการภายในโรงคัดบรรจุ หลังจากทุเรียนจากสวนของเกษตรกรมาถึงโรงคัดบรรจุแล้ว จะนำมาคัดเกรดคุณภาพ แยกรูปทรงและขนาด โดยแบ่งเป็นเกรด AB เกรด C และตกไซส์ ดังนี้

- เกรด AB น้ำหนักเฉลี่ย 2 - 6 กิโลกรัม รูปทรงสวยไม่บิดเบี้ยว ผิวสีเขียว รูปร่างกลม จำนวนเม็ด 3 หรือ 4 พูเม็ด ระดับความสุกแก่ประมาณร้อยละ 75

- เกรด C น้ำหนักเฉลี่ย 2 - 3 กิโลกรัม และ 6 - 7 กิโลกรัม รูปทรงไม่สวย รูปร่างไม่กลม/เบี้ยว จำนวนเม็ด 2 หรือ 3 พูเม็ด ระดับความสุกแก่ประมาณร้อยละ 75

- เกรดตกไซส์ น้ำหนักน้อยกว่า 2 กิโลกรัมและมากกว่า 7 กิโลกรัม รูปทรงไม่สวย มีผลเล็ก/ผลใหญ่ (ไอ้เข้) ผิวมีตำหนิ เช่น หนอน ราดำ และเพ็ลยแบ้ง เป็นต้น

สำหรับผลผลิตเกรด AB และเกรด C ส่งจำหน่ายตลาดต่างประเทศ เช่น จีน ฮองกง ไต้หวัน เวียดนาม อินโดนีเซีย และมาเลเซีย เป็นต้น ขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาด ส่วนผลผลิตตกไซส์ หากเป็นโรงคัดบรรจุไทยส่งจำหน่ายตลาดภายในประเทศ ซึ่งโรงคัดบรรจุต่างชาติไม่สามารถทำได้ โดยจะมีพ่อค้าส่ง/พ่อค้าเร่มารับซื้อผลผลิตที่คุณภาพไม่ผ่านเกณฑ์การส่งออก เพื่อนำไปจำหน่ายให้กับผู้บริโภคภายในประเทศ และบางส่วนส่งเข้าโรงงานแปรรูปเป็นทุเรียนแช่แข็ง ทุเรียนทอด ทุเรียนกวน และทุเรียนอบแห้ง

3) การชุบน้ำยาทุเรียน เพื่อป้องกันเชื้อรา เป่าลมให้แห้งด้วยพัดลมขนาดใหญ่ และบรรจุลงกล่องลังกระดาษประมาณกล่องละ 5 - 6 ผล (น้ำหนักประมาณ 17 - 18.50 กิโลกรัม) ขึ้นอยู่กับการจัดการของโรงคัดบรรจุ สำหรับผลผลิตที่รับซื้อมาเสียหายได้ไม่เกินร้อยละ 5 ที่โรงคัดบรรจุยอมรับได้ซึ่งอาจจะมีการสูญเสียน้ำหนักระหว่างการขนส่ง

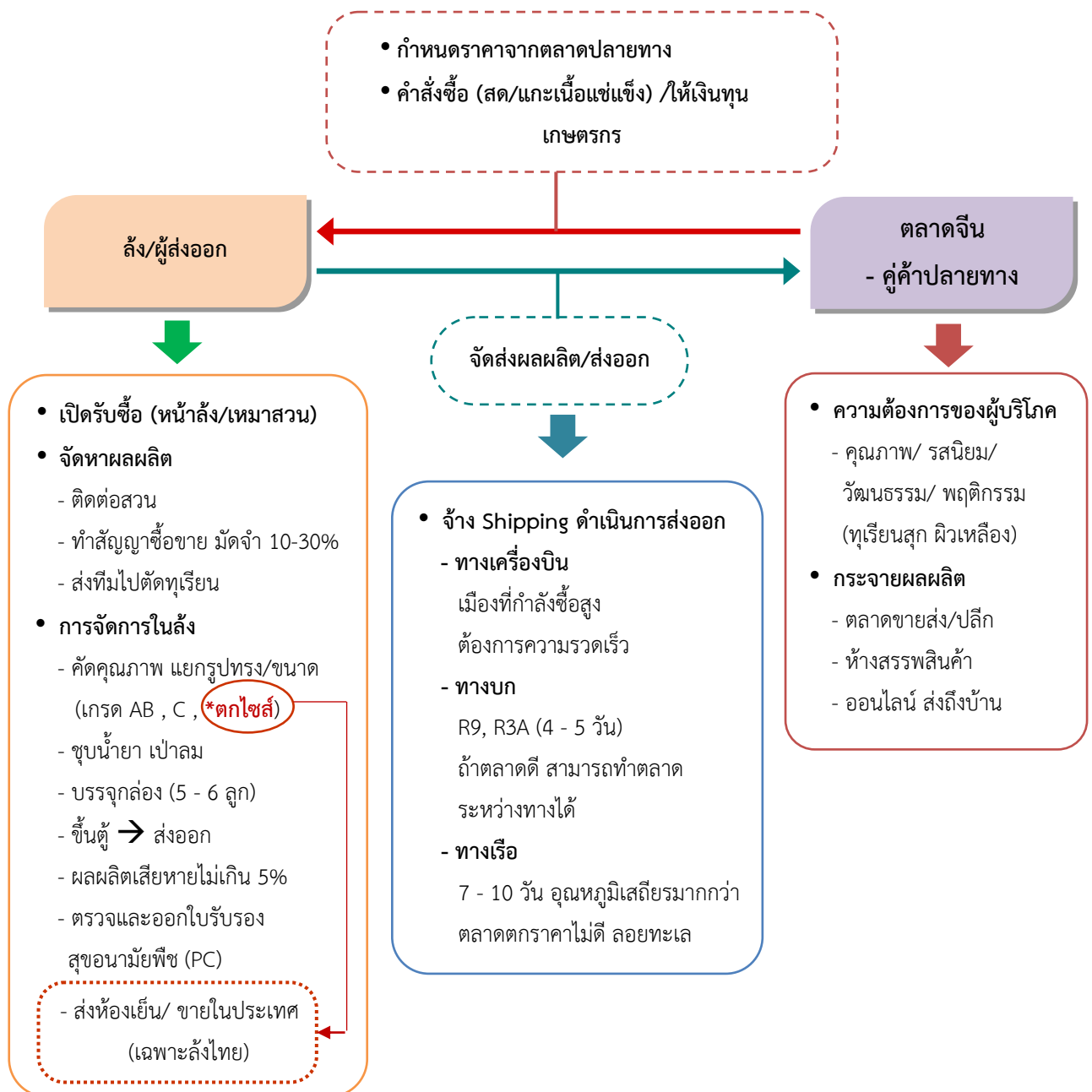
4) การขึ้นตู้ เพื่อเตรียมการส่งออก ส่วนใหญ่บรรจุในตู้คอนเทนเนอร์ปรับอุณหภูมิขนาด 40 ฟุต ซึ่งก่อนการส่งออกจะมีเจ้าหน้าที่จากกรมวิชาการเกษตรมาสุ่มตรวจสอบคุณภาพ เพื่อออกใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certification: PC) ตามประกาศของกรมวิชาการเกษตรสำหรับผลไม้ที่ส่งออกผ่านประเทศที่สามเข้าสู่จีน ซึ่งในขั้นตอนการส่งออกของโรงคัดบรรจุจะจ้างบริษัทชิปปิง ดำเนินการด้านเอกสารและพิธีการศุลกากรเพื่อเตรียมการขนส่งในการส่งออก



ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 3.7 กระบวนการบริหารจัดการภายในโรงคัดบรรจุทุเรียน

5) การขนส่งและการกระจายผลผลิตในตลาดจีน สำหรับการขนส่งไปยังตลาดจีน สามารถทำได้ 3 เส้นทาง ได้แก่ (1) ทางอากาศ โดยเครื่องบิน ส่วนใหญ่เป็นการส่งออกออนไลน์ แบบส่งตรงถึงผู้บริโภคไปยังเมืองที่มีกำลังซื้อสูง (2) ทางบกตามเส้นทาง R9 (มุกดาหาร) และเส้นทาง R3 (เชียงราย) ใช้เวลาในการขนส่งประมาณ 4 - 5 วัน ซึ่งผู้ส่งออกสามารถทำตลาดระหว่างทางได้ หากราคาในตลาดปลายทางมีการเปลี่ยนแปลงสามารถเปลี่ยนเส้นทางการขนส่งไปยังเมืองที่มีราคาดีกว่าได้ และ (3) ทางเรือผ่านทางท่าเรือแหลมฉบังใช้เวลาในการขนส่งประมาณ 7 - 10 วัน ซึ่งในการขนส่งทางเรือหากราคาในตลาดปลายทางไม่ดี ผู้ส่งออกสามารถเข้าตุลยทะเลเพื่อรอราคาขึ้นได้ ทั้งนี้ การเลือกเส้นทางการขนส่งขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของตลาดปลายทางสำหรับกระบวนการบริหารจัดการของโรงคัดบรรจุสามารถแสดงได้ดังภาพที่ 3.8



ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 3.8 การบริหารจัดการทุเรียนของโรงคัดบรรจุ

3.4.9 แรงงานในโรงคัดบรรจุ ในการประกอบธุรกิจทุเรียน พบว่า แรงงานที่ใช้ในการจัดการสวนทุเรียนมาจากครัวเรือนและแรงงานต่างด้าว ส่วนแรงงานที่ใช้ในโรงคัดบรรจุส่วนใหญ่เป็นแรงงานต่างด้าว โดยแรงงานต่างด้าวที่เข้ามาส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มด้านการเกษตร ปศุสัตว์ ก่อสร้าง และบริการอื่นๆ ซึ่งไม่สามารถแบ่งประเภทการทำเกษตร หรือแบ่งชนิดของสวนผลไม้ที่ทำได้ โดยจำนวนแรงงานต่างด้าวปี 2561 ในกลุ่มดังกล่าวนี้ของภาคตะวันออก 3 จังหวัด ได้แก่ จันทบุรี ระยอง และตราดมีจำนวน 88,131 ราย ส่วนใหญ่เป็นแรงงานจากกัมพูชา ลาว และพม่า และภาคใต้ใน 3 จังหวัด ได้แก่ ชุมพร สุราษฎร์ธานี และนครศรีธรรมราช มีจำนวน 105,217 ราย ส่วนใหญ่เป็นแรงงานจากพม่า โดยลักษณะการเข้ามาของแรงงานต่างด้าวที่ทำงานด้านการเกษตรและปศุสัตว์ทำงานสวนผักและผลไม้ และทำงานกิจการต่อเนื่องด้านการเกษตร เช่น การแปรรูปพืชผลทางการเกษตร การรับซื้อพืชไร่ พืชสวน เป็นต้น ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มพิสูจน์สัญชาติ กลุ่มนำเข้าตามข้อตกลง MOU และกลุ่มไป-กลับตามฤดูกาล (สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว กรมการจัดหางาน, 2561) โดยสามารถแบ่งโครงสร้างแรงงานในโรงคัดบรรจุทุเรียนของภาคตะวันออก และภาคใต้ ดังนี้

1) โครงสร้างแรงงานภาคตะวันออก สำหรับแรงงานภาคตะวันออกที่ใช้ในโรงคัดบรรจุแบ่งเป็น แรงงานไทยร้อยละ 10 และแรงงานต่างด้าวประมาณร้อยละ 90 จากกัมพูชา ลาว และพม่า ตามลำดับ เนื่องจากแรงงานไทยส่วนใหญ่นิยมไปทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมที่ให้ค่าตอบแทนสูงกว่า โดยแบ่งประเภทของแรงงาน และค่าจ้างแรงงานในโรงคัดบรรจุได้เป็น 3 ประเภทหลักๆ ได้แก่ ค่าแรงงานนายหน้าติดต่อสวนหรือจัดหาผลผลิตซึ่งส่วนใหญ่เป็นแรงงานไทย โดยได้รับค่าจ้างกิโลกรัมละ 4 - 5 บาท หรือแล้วแต่ตกลงกัน ค่าจ้างแรงงานที่ใช้ในการเก็บเกี่ยวหรือตัดทุเรียน ส่วนใหญ่เป็นแรงงานต่างด้าวค่าจ้างกิโลกรัมละ 3 - 4 บาท หรือเหมาจ่ายวันละ 1,500 บาท ซึ่งส่วนใหญ่จะทำเป็นคู่ และแรงงานขนทุเรียนขึ้นลงรถในสวนและในโรงคัดบรรจุวันละ 500 - 600 บาท สำหรับแรงงานภายในโรงคัดบรรจุมีทั้งแรงงานไทยและแรงงานต่างด้าวในการดำเนินการคัดเกรด ชุบน้ำยา บรรจุลงกล่อง โดยโรงคัดบรรจุบางแห่งอาจจะใช้เฉพาะแรงงานไทยอย่างเดียว เนื่องจากสื่อสารกันง่ายกว่า สำหรับแรงงานคัดเกรดได้รับค่าจ้างแพงที่สุดวันละ 1,200 - 1,500 บาท เนื่องจากต้องใช้ทักษะและประสบการณ์ในการคัดเกรด จึงทำให้ในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมากเกิดการแย่งแรงงานคัดเกรดและขึ้นค่าจ้างแรงงาน ส่วนค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยทั่วไปภายในโรงคัดบรรจุวันละ 500 - 700 บาท ดังแสดงในตารางที่ 3.17

ตารางที่ 3.17 โครงสร้างแรงงานภาคตะวันออก

ประเภทแรงงาน	ค่าจ้าง
1. นายหน้าติดต่อสวน/จัดหาผลผลิต (ส่วนใหญ่เป็นแรงงานไทย)	4 - 5 บาท/กก. หรือ แล้วยแต่ตกลงกัน
2. แรงงานที่ใช้ในการเก็บเกี่ยว/ตัดทุเรียน (แรงงานกัมพูชา และลาว) แรงงานโยน-ขนขึ้น-ลงจากรถ	3 - 4 บาท/กก. หรือ เหม่าจ่าย 1,500 บาทต่อวัน ทำเป็นคู่ 1,500 บาท/คู่/วัน 500 - 600 บาท/วัน
3. แรงงานภายในโรงคัดบรรจุ	
3.1 แรงงานคัดเกรด	1,200 - 1,500 บาท/วัน
3.2 แรงงานชุบน้ำยา	180 - 200 บาท/ตัน
3.3 แรงงานบรรจุกล่อง	12 บาท/กล่อง หรือ 700 บาท/วัน
3.4 ค่าโหลดตู้	2,500 - 3,500 บาท/ตู้
* ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยทั่วไป	500 - 700 บาท/วัน

ที่มา: จากการสำรวจ

2) โครงสร้างแรงงานภาคใต้ สำหรับแรงงานในโรงคัดบรรจุภาคใต้ แบ่งเป็นแรงงานไทย ร้อยละ 80 - 90 ซึ่งมีทั้งแรงงานในพื้นที่และแรงงานจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื่องจากช่วงที่เก็บเกี่ยวทุเรียนภาคใต้ไม่ตรงกับช่วงทำการเกษตรของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จึงทำให้สามารถแลกเปลี่ยนแรงงานระหว่างกันได้ สำหรับแรงงานต่างด้าวมีประมาณร้อยละ 10 - 20 ส่วนใหญ่มาจากพม่า โดยแบ่งประเภทของแรงงานและค่าจ้างแรงงานในโรงคัดบรรจุได้เป็น 3 ประเภทหลักๆ ได้แก่ ค่าแรงงานนายหน้าติดต่อสวนหรือจัดหาผลผลิต ส่วนใหญ่เป็นแรงงานไทย โดยค่าจ้างแล้วยแต่ตกลงกัน สำหรับค่าจ้างแรงงานที่ใช้ในการเก็บเกี่ยวหรือตัดทุเรียน มีทั้งแรงงานไทยและต่างด้าวค่าจ้างก็โลกรั้มละ 4 - 6 บาท หรือเหม่าจ่ายวันละ 1,000 - 1,200 บาท ซึ่งส่วนใหญ่จะทำเป็นคู่ สำหรับแรงงานภายในโรงคัดบรรจุมีทั้งแรงงานไทยและแรงงานต่างด้าวในการดำเนินกิจกรรมคัดเกรด ชุบน้ำยา บรรจุกล่อง โดยค่าจ้างแรงงานคัดเกรดแพงที่สุดวันละ 1,000 - 1,500 บาท เนื่องจากต้องใช้ทักษะและประสบการณ์ในการคัดเกรดสูง ส่วนค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยทั่วไปของโรงคัดบรรจุวันละ 600 - 700 บาท ดังแสดงในตารางที่ 3.18

ในการบริหารจัดการผลผลิตภายในโรงคัดบรรจุ จะใช้แรงงานประมาณวันละ 60 - 80 คน หรือมากกว่านี้ขึ้นอยู่กับขนาดของโรงคัดบรรจุ โดยโรงคัดบรรจุมีการคาดการณ์ปริมาณผลผลิตที่จะรับซื้อต่อวัน และแจ้งให้บริษัทชิปปิ้งทราบล่วงหน้า เพื่อจัดเตรียมตู้คอนเทนเนอร์มาให้เพียงพอกับปริมาณผลผลิต อย่างไรก็ตาม บางช่วงเวลาต้องรอตู้ขนาน เนื่องจากในพื้นที่มีผลผลิตออกสู่ตลาดมาก ทำให้โรงคัดบรรจุหลายแห่งมีความต้องการตู้สูง

ตารางที่ 3.18 โครงสร้างแรงงานภาคใต้

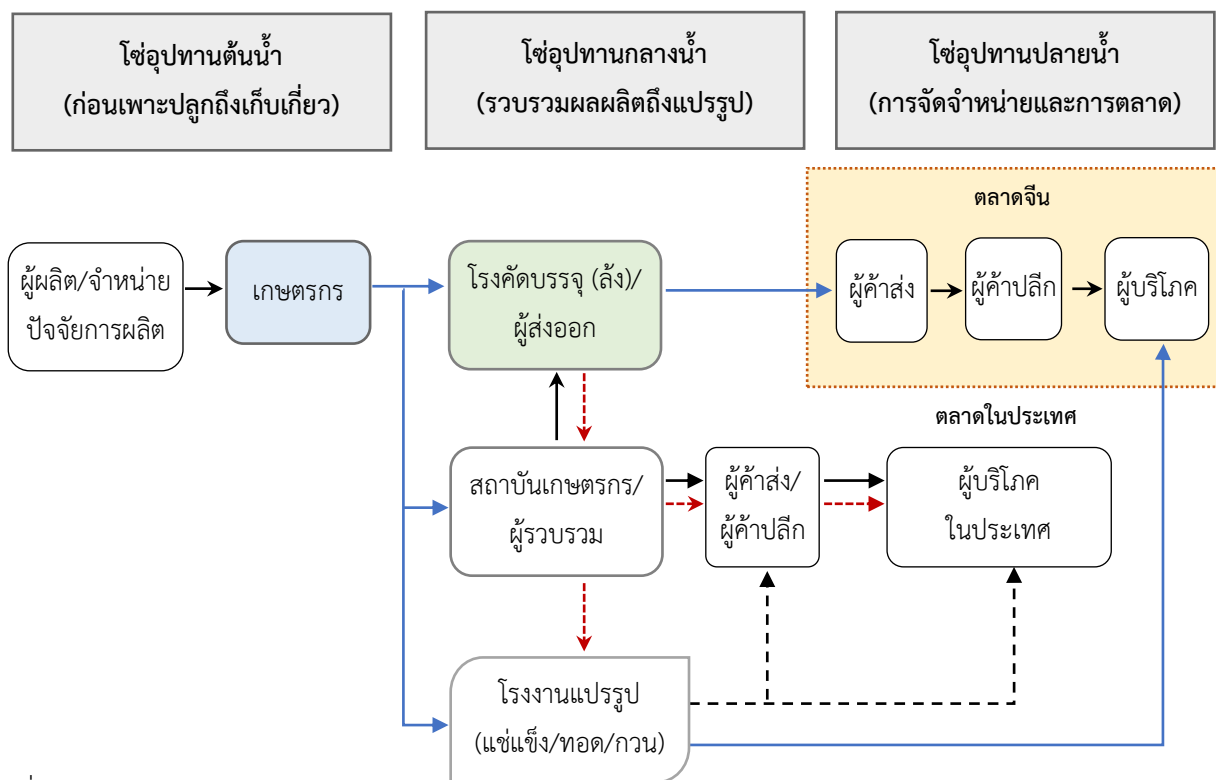
ประเภทแรงงาน	ค่าจ้าง
1. นายหน้าติดต่อสวน/จัดหาผลผลิต (ส่วนใหญ่เป็นแรงงานไทย)	แล้วแต่ตกลงกัน
2. แรงงานที่ใช้ในการเก็บเกี่ยว/ตัดทุเรียน (แรงงานไทย และพม่า)	4 - 6 บาท/กก. (ขึ้นอยู่กับระยะทางขนส่ง) ทำเป็นคู่ 1,000 - 1,200 บาท/คู่/วัน
3. แรงงานภายในโรงคัดบรรจุ	
3.1 แรงงานคัดเกรด	1,000 - 1,500 บาท/วัน
3.2 แรงงานชุบน้ำยา	400 - 500 บาท/วัน
3.3 แรงงานบรรจุกล่อง	600 บาท/วัน
3.4 แรงงานบัญชี 1 คน	15,000 บาท/เดือน
* ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยทั่วไป	600 - 700 บาท/วัน

ที่มา: จากการสำรวจ

บทที่ 4 ผลการวิจัย

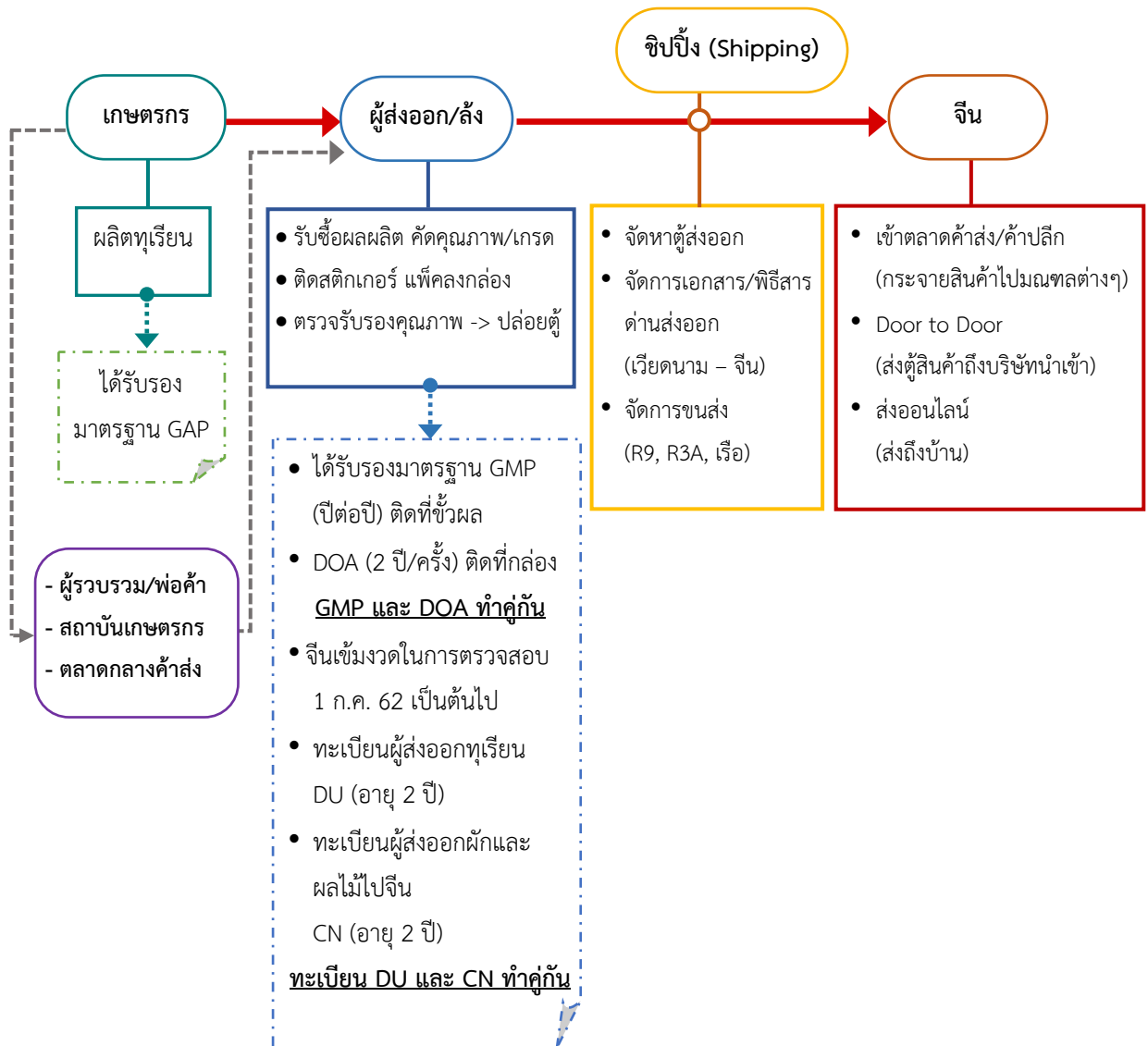
4.1 ห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าทุเรียนของไทย

ห่วงโซ่อุปทานทุเรียนไทย ประกอบด้วย เกษตรกร โรงคัดบรรจุทุเรียนหรือล้าง สถาบันเกษตรกร ได้แก่ สหกรณ์การเกษตร และตลาดจีน ซึ่งเกษตรกรเป็นผู้ทำหน้าที่ในการผลิตทุเรียนและนำปัจจัยการผลิตมาดูแลรักษาสวนทุเรียนให้ผลผลิตมีคุณภาพก่อนที่จะส่งมอบให้กับผู้รับซื้อ ส่วนผู้ที่ทำหน้าที่ในการรวบรวม/รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร ได้แก่ โรงคัดบรรจุหรือล้าง ทั้งนี้ โรงคัดบรรจุอาจจะรับซื้อผลผลิตผ่านสถาบันเกษตรกร ผู้รวบรวมหรือตัวแทน และพ่อค้ามาอีกที เพื่อดำเนินการจัดการผลผลิตและบรรจุภัณฑ์ก่อนการส่งออกไปยังตลาดจีน ดังนั้น ผลผลิตส่วนใหญ่ของเกษตรกรจึงขายให้กับโรงคัดบรรจุเป็นหลัก โดยผลผลิตเกรดคุณภาพส่วนใหญ่จะถูกคัดเลือกเพื่อส่งออก และมีบางส่วนส่งขายในห้าง Modern Trade สำหรับผลผลิตตกเกรด/ตกไซส์ หากเป็นโรงคัดบรรจุไทยจะรับซื้อ และส่งขายภายในประเทศ (เส้นปะสีแดง) และส่วนหนึ่งส่งเข้าโรงงานแปรรูปเพื่อขายในประเทศและต่างประเทศ ดังแสดงในภาพที่ 4.1 และภาพที่ 4.2 สำหรับห่วงโซ่คุณค่าเป็นกิจกรรมในการจัดการทุเรียนให้มีคุณภาพและสร้างมูลค่าของผลผลิตให้มีราคาสูงกว่าต้นทุนการผลิตและการจำหน่าย โดยกิจกรรมที่ช่วยสร้างคุณค่าของผลผลิตวัดได้จากการจ่ายเงินซื้อสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งแบ่งเป็น 2 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมหลัก (Primary Activity) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activity) ซึ่งมีการดำเนินงานของแต่ละห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่า มีดังนี้



ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 4.1 ห่วงโซ่อุปทานทุเรียนไทย



ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 4.2 กิจกรรมภายใต้ห่วงโซ่อุปทานทุเรียนไทย

4.1.1 เกษตรกร

การศึกษาห่วงโซ่อุปทานทุเรียนในส่วนของเกษตรกร ดังแสดงในภาพที่ 4.3 ประกอบด้วยผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน ดังต่อไปนี้

1) **เกษตรกร** หรือในส่วนต้นน้ำ ทุเรียนเป็นไม้ผลที่ให้ผลตอบแทนสูง ราคาที่เกษตรกรขายได้เป็นสิ่งจูงใจให้เกษตรกรปรับเปลี่ยนพื้นที่จากการปลูกพืชอื่นมาปลูกทุเรียนแทน การขยายพื้นที่ปลูกทุเรียนจึงพบได้ในหลายพื้นที่ แต่ทุเรียนเป็นไม้ยืนต้นที่ตายได้ง่ายตั้งแต่ต้นเล็กจนกระทั่งเก็บเกี่ยว นอกจากผลผลิตผันแปรตามสภาพภูมิอากาศเหมือนพืชอื่นทั่วไป ยังมีปัญหาโรคแมลงเข้าทำลายได้ง่าย ทุเรียนจึงเป็นพืชที่ต้องการการดูแลรักษาและเอาใจใส่สูง

กิจกรรมในส่วนของเกษตรกร โดยการจัดหาต้นพันธุ์ทุเรียน จัดหาแหล่งน้ำ และปัจจัยการผลิต ในการปลูกทุเรียน โดยสิ่งที่สำคัญเป็นอันดับแรก คือ แหล่งน้ำ เนื่องจากตลอดช่วงการพัฒนาผลผลิตทุเรียน มีความต้องการน้ำไม่เท่ากัน เช่น การรดน้ำช่วงก่อนออกดอก แต่เมื่อทุเรียนออกดอกแล้วต้องเพิ่มปริมาณน้ำมากขึ้น เพื่อให้ดอกทุเรียนมีพัฒนาการที่ดี และความต้องการน้ำในช่วงติดผล เป็นต้น การบริหารจัดการน้ำ อย่างเหมาะสมในแต่ละช่วงเวลาจึงมีความจำเป็น นอกจากนี้ ปุ๋ยและยากำจัดศัตรูพืชก็มีความจำเป็นในการดูแลรักษาทุเรียนเช่นกัน เนื่องจากทุเรียนเป็นพืชที่อ่อนไหวต่อโรคและแมลงตั้งแต่ต้นยังเล็ก เช่น โรครากเน่าโคนเน่า เชื้อราสีชมพู ราดำ และเพลี้ยไก่แจ้ เป็นต้น ดังนั้น จึงต้องมีการบำรุงรักษาทุเรียนเป็นอย่างดี นอกจากใช้สารเคมีแล้ว สารอินทรีย์ก็มีความสำคัญในการปรับสภาพดินเช่นกัน เช่น ปุ๋ยอินทรีย์ น้ำหมักชีวภาพ และซีไคอัดเม็ด เป็นต้น สำหรับการดูแลรักษา เกษตรกรที่มุ่งเน้นการผลิตทุเรียนเพื่อการส่งออก ต้องปฏิบัติตามมาตรฐาน GAP ของกรมวิชาการเกษตร เพื่อให้ได้ผลผลิตตามมาตรฐานการส่งออกของจีน ในการใช้ยาฆ่าแมลง/สารเคมีอย่างเหมาะสม ในช่วงเวลาที่พืชต้องการ และใช้สารอินทรีย์ เพื่อลดต้นทุนการผลิตของเกษตรกร เป็นต้น สำหรับอุปกรณ์อื่นที่ใช้ในแปลง ได้แก่ เชือกโยงทุเรียน ไม้ค้ำกิ่ง มีดตัดแต่งดอก/กิ่ง เป็นต้น

2) ผู้รวบรวม หรือในส่วนกลางน้ำ ปัจจุบันเกษตรกรขายผลผลิตทุเรียนให้กับโรงคัดบรรจุ เป็นส่วนใหญ่ โดยโรงคัดบรรจุจะติดต่อเกษตรกรเมื่อเห็นผลทุเรียนแล้วอายุประมาณ 2.5 - 3 เดือน น้ำหนักประมาณ 1 กิโลกรัม บางรายที่มีการทำสัญญาซื้อขายและวางมัดจำล่วงหน้า มีการตกลงกันเรื่องของรูปแบบ การซื้อขาย ราคา จำนวนเงินมัดจำ และวันเวลาเก็บเกี่ยว โดยโรงคัดบรรจุจะส่งทีมงานมาเก็บเกี่ยว/ตัดทุเรียน มีการคัดเกรดทุเรียนเบื้องต้นที่บ้านหรือที่สวนของเกษตรกร สำหรับการซื้อขายทุเรียนกับเกษตรกร แบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

(1) การขายทุเรียนแบบแยกเกรดตามคุณภาพ โดยแยกเป็นทุเรียนเกรด AB และเกรด C เป็นการขายตามน้ำหนัก/รูปทรง

(2) การขายแบบกะเกรด ในราคาเดียวกันทั้งหมด (ทุกลูกราคาเดียว หรือที่เรียกว่าแบบ “คว่าหนาม/เหมามัด”) หลังจากนั้นโรงคัดบรรจุจะจ่ายเงินให้เกษตรกร และให้ทีมงานขนส่งทุเรียนไปยังโรงคัดบรรจุ

นอกจากเกษตรกรจำหน่ายทุเรียนให้กับโรงคัดบรรจุแล้ว ยังมีแหล่งกระจายผลผลิตอื่นๆ ได้แก่

(1) แผงรับซื้อทุเรียนหรือตลาดกลางรับซื้อทุเรียน เป็นจุดรับซื้อทุเรียนอยู่ตามริมถนน หรือในตลาดกลางรับซื้อผลไม้ เช่น ตลาดกลางค้าส่งเนินสูง จังหวัดจันทบุรี และตลาดมรกต ที่จังหวัดชุมพร เป็นต้น เพื่อรวบรวมส่งให้กับโรงคัดบรรจุ

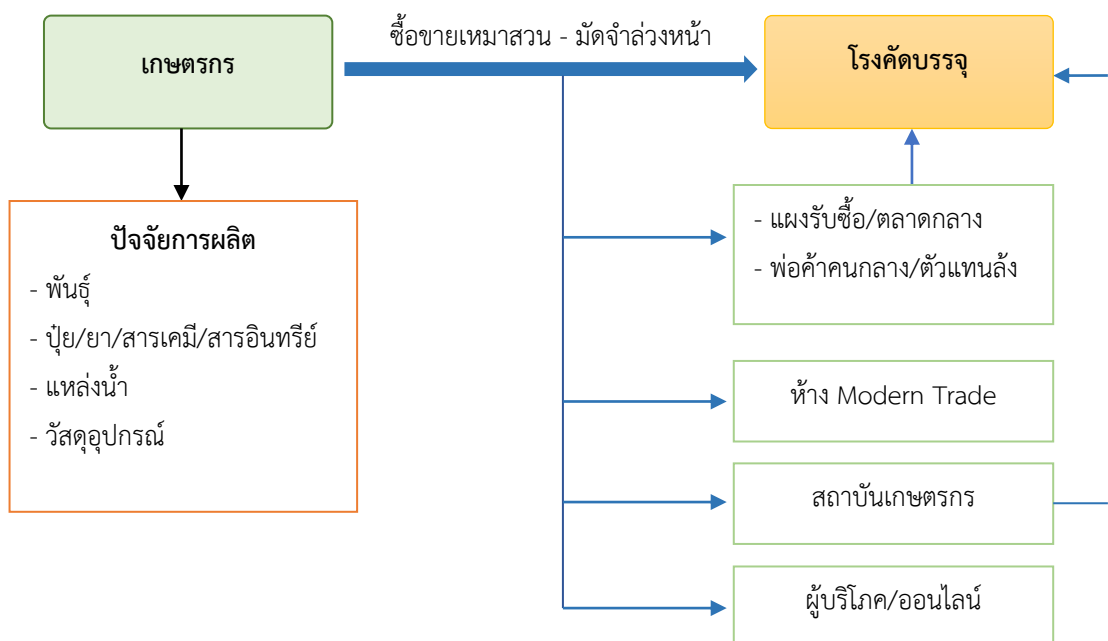
(2) พ่อค้าคนกลาง/ตัวแทนของโรงคัดบรรจุ โดยจะเข้าไปติดต่อรับซื้อที่สวนของเกษตรกร เพื่อนำไปขายให้กับโรงคัดบรรจุ หรือนำไปขายส่ง/ขายปลีกต่อให้กับผู้บริโภค เช่น ตลาดไท ตลาดสี่มุมเมือง และตลาด อ.ต.ก. ที่กรุงเทพมหานคร เป็นต้น

(3) ห้าง Modern Trade เช่น Tops โดยเกษตรกรที่ขายทุเรียนให้กับห้าง Modern Trade โดยตรงส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ หรือกลุ่มเกษตรกรที่ขายผลผลิตให้กับสหกรณ์การเกษตร ทั้งที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิก ซึ่งมีผู้จัดการห้าง/ตัวแทนห้างเข้ามาติดต่อกับประธานแปลงใหญ่/ประธานกลุ่มเกษตรกร/ผู้จัดการสหกรณ์ เพื่อรวบรวมผลผลิตคุณภาพดีในปริมาณมาก ทั้งนี้ ทุเรียนที่ขายให้กับห้าง

Modern Trade ต้องเป็นทุเรียนคุณภาพเกรด AB หรือ C เช่นเดียวกับเกรดส่งออก และราคารับซื้อจะสูงกว่า การขายให้กับตลาดทั่วไปประมาณกิโลกรัมละ 5 - 10 บาท

(4) สหกรณ์การเกษตร เป็นสถาบันเกษตรกรที่รวบรวมผลผลิตทุเรียนจากเกษตรกรที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิก โดยมีตลาดรองรับผลผลิตแน่นอน โดยสหกรณ์มีการจับคู่การค้าทางธุรกิจกับผู้ส่งออก คู่ค้าในประเทศ เช่น ห้าง Modern Trade เช่น Mackro และ The Mall เป็นต้น เครือข่ายสหกรณ์ และร้านค้าปลีก นอกจากนี้บางสหกรณ์มีการรับจ้างทำเรียนแช่แข็ง รวมทั้งรับซื้อผลผลิตตกเกรด เพื่อนำมาแปรรูปเป็นทุเรียน แช่แข็งแบบแกะเปลือกส่งจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

(5) การขายตรง/ออนไลน์ส่งผ่านบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด โดยเกษตรกรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เรื่องพันธุ์ ปริมาณ และราคาทุเรียนผ่านเว็บไซต์ Facebook หรือ Line ส่งผลให้สามารถขายได้หลากหลายพันธุ์และหลายขนาดตอบสนองความต้องการของลูกค้า ได้มากขึ้น โดยลูกค้าสามารถระบุความสุกแก่ของทุเรียนที่ต้องการได้ เมื่อลูกค้าโอนเงินมาให้ เกษตรกรจะ จัดเตรียมทุเรียนแล้วส่งให้ทางไปรษณีย์ หรือขนส่งเคอรี่ โดยคิดค่าทุเรียน ค่ากล่อง และค่าขนส่งตามน้ำหนักจริง หากคุณภาพของผลผลิตมีปัญหาเมื่อถึงปลายทางลูกค้าสามารถขอชดเชยค่าเสียหายได้ (เคลมสินค้า) ซึ่งการขาย ออนไลน์จะช่วยกระจายทุเรียนลูกเล็กคละไซส์ได้ เนื่องจากเป็นการคิดราคาตามน้ำหนักรวมต่อกล่อง ถ้าเกษตรกร นำทุเรียนตกไซส์/มีผลเล็กไปขายตามตลาดทั่วไปจะขายได้ในราคาต่ำกว่าการขายออนไลน์ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ใน รูปแบบต่างคนต่างขายมากกว่าการขายรวมกลุ่มหรือผ่านกลุ่มเกษตรกร ทั้งนี้ มีข้อจำกัดในการขายออนไลน์ ของเกษตรกร คือ ไม่สามารถขายออนไลน์หรือจัดการทุเรียนในปริมาณที่มากได้



ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 4.3 ห่วงโซ่อุปทานทุเรียนของเกษตรกร

ห่วงโซ่คุณค่าของเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียน (Value Chain) การเพิ่มมูลค่าจากวัตถุดิบ (ทุเรียน) ของเกษตรกร สามารถเพิ่มคุณค่าได้ในกิจกรรมต่างๆ ดังต่อไปนี้ ดังแสดงในภาพที่ 4.4

1) กิจกรรมหลัก (Primary Activities) ประกอบด้วย

(1) โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาปัจจัยการผลิตต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตทุเรียน โดยเริ่มตั้งแต่เกษตรกรมีการจัดเตรียมต้นพันธุ์ ปุ๋ย ยา สารเคมี เกษตรกรต้องวางแผนการผลิตทุเรียนให้ได้คุณภาพตามที่ต้องการ สำหรับเกษตรกรที่มีประสบการณ์และทักษะในการปลูกทุเรียนเป็นอย่างดี สามารถวางแผนการผลิตทุเรียนคุณภาพ เพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่ดีและคุ้มค่ากับต้นทุนการผลิต เช่น การทำทุเรียนเกรดพรีเมียม (เกรด AB) และการทำทุเรียนนอกฤดู จะช่วยลดความเสี่ยงด้านการตลาดได้ เป็นต้น

(2) การปฏิบัติการผลิต (Operations) ซึ่งในกิจกรรมนี้จะเป็นการปฏิบัติของเกษตรกรในการใช้ปัจจัยการผลิต เทคนิคทางการเกษตร ทักษะ และประสบการณ์ เพื่อผลิตทุเรียนให้ได้คุณภาพ เช่น การให้ปุ๋ย สารเคมี การให้น้ำในปริมาณและช่วงเวลาที่เหมาะสม และการจัดการสวน โดยการตัดแต่งกิ่ง การผสมเกสร การตัดแต่งดอก/ช่อผล และการโยงลูก เป็นต้น เพื่อให้ผลผลิตออกมามีคุณภาพ ผลสวย ตามความต้องการของตลาด ดังนี้

(2.1) การบังคับให้ทุเรียนออกดอกนอกฤดู เพื่อให้ผลผลิตกระจายตัวออกสู่ตลาด และไม่ให้ออกสู่ตลาดมากในช่วงเดียวกัน จะทำให้เกษตรกรขายได้ราคาดี จึงต้องมีความเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนการผลิต และคำนึงถึงสภาพอากาศในพื้นที่ การเลือกต้นพันธุ์ทุเรียนที่ต้านทานโรค การให้น้ำเพื่อเร่งการแตกใบอ่อน การตัดแต่งกิ่งใบ บำรุงต้น ให้ปุ๋ยและน้ำอย่างเพียงพอให้ต้นทุเรียนสมบูรณ์พร้อมออกดอก การฉีดพ่นสารควบคุมการเจริญเติบโต (เช่น สารแพกโคลบิวทราโซล) เพื่อส่งเสริมการติดผลของทุเรียน การให้ธาตุอาหาร/ให้ฮอร์โมน เป็นต้น

(2.2) การทำทุเรียนเกรดส่งออก (AB) เกษตรกรจะมีเทคนิคในการตัดแต่งดอก และตัดแต่งผล เพื่อให้ผลทุเรียนมีจำนวนที่เหมาะสมและเพียงพอในการรับสารอาหารจากต้น จะทำให้ได้ผลผลิตมีรูปร่างและขนาดที่ตลาดต้องการ

(3) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเก็บเกี่ยว รวบรวม จัดจำหน่ายสินค้าและบริการ (Services) ไปยังลูกค้า (ผู้รับซื้อ) โดยผลผลิตมากกว่าร้อยละ 80 ของเกษตรกรจำหน่ายให้กับโรงคัดบรรจุ โดยโรงคัดบรรจุที่มีการตกลงทำสัญญาซื้อขายกับเกษตรกรล่วงหน้าจะมารวบรวมผลผลิตของเกษตรกรที่สวน มีทีมงานตัดทุเรียน คัดเกรด ชั่งน้ำหนัก และเกษตรกรรับเงินสดหรือโอนผ่านบัญชีธนาคาร หลังจากนั้นขนส่งผลผลิตไปยังโรงคัดบรรจุเพื่อบรรจุภัณฑ์ พร้อมส่งออกไปยังต่างประเทศ นอกจากนี้เกษตรกรยังมีการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางอื่น นอกเหนือจากโรงคัดบรรจุ ได้แก่

(3.1) แผงรับซื้อทุเรียน/ตลาดกลางรับซื้อทุเรียน หลังจากที่เกษตรกรตัดทุเรียนแล้วจะนำทุเรียนไปขายเองที่แผงรับซื้อหรือที่ตลาด เพื่อได้ราคาตามที่ต้องการ ซึ่งบางแผงรับซื้อเพื่อส่งให้กับโรงคัดบรรจุ หรือนำไปขายให้กับผู้บริโภคโดยตรง

(3.2) พ่อค้าคนกลาง/ตัวแทนของโรงคัดบรรจุ มาติดต่อรับซื้อทุเรียนที่สวน และนำแรงงานมาตัด และขนส่งจากสวนไปส่งให้โรงคัดบรรจุ หรือนำไปขายส่ง/ขายปลีกให้กับตลาดอื่นๆ ภายในประเทศ

(3.3) ห้าง Modern Trade ในกรณีที่เกษตรกรรวมกลุ่มกัน เช่น เกษตรกรแปลงใหญ่ มีการติดต่อซื้อขายกับห้าง Modern Trade เมื่อถึงวันเก็บเกี่ยว เกษตรกรจะตัดทุเรียนมารวมไว้ที่บ้านหรือที่สวน จากนั้นห้าง Modern Trade จะนำรถมาขนผลผลิตไปจากสวนของเกษตรกร

(3.4) สหกรณ์การเกษตร มีจุดรวบรวมผลผลิตอยู่ที่สหกรณ์การเกษตร เนื่องจากในบางพื้นที่ โดยเฉพาะภาคตะวันออก สหกรณ์การเกษตรมีความพร้อมของสถานที่ในการจัดการผลผลิต หรือให้เช่าพื้นที่ จึงสามารถอำนวยความสะดวกในการคัดบรรจุ ขึ้นตู้คอนเทนเนอร์ พร้อมจัดส่งไปยังตลาดปลายทาง หรือจัดส่งให้กับลูกค้า

(3.5) การขายตรง/การขายออนไลน์ผ่านทางไปรษณีย์และเคอรี่ เกษตรกรจะเป็นผู้จัดส่งทุเรียนเอง ตามคำสั่งซื้อของลูกค้าภายในประเทศ โดยราคาจำหน่ายจะรวมค่าสินค้า ค่าขนส่ง และค่าบริการจัดการทั้งหมดไว้แล้ว

(4) กิจกรรมที่เกี่ยวกับการตลาดและการขาย (Marketing and Sales) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการชักจูงให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการ ได้แก่ กิจกรรมการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น Facebook, Line และหน่วยงานต่างๆ แจกพันธุ์และราคา อัตราค่าจัดส่งทางไปรษณีย์ และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด เป็นต้น การโปรโมทในลักษณะท่องเที่ยวเชิงเกษตร เชิญชวนให้คนมากินทุเรียนถึงในสวน และคิดค่าบริการเป็นรายหัว เช่น บุปเฟ่ต์ทุเรียน พบได้มากในภาคตะวันออก โดยเกษตรกรจะเปิดพื้นที่สวนบางส่วนเพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้จักและสามารถสั่งซื้อทางสื่อโซเชียลได้ในอนาคต อย่างไรก็ตาม เกษตรกรยังเน้นการรวมกลุ่มกันผลิต มากกว่าการรวมกลุ่มด้านการตลาดหรือการขาย ซึ่งปัจจุบันยังอยู่ในรูปแบบต่างคนต่างขาย

(5) กิจกรรมที่เกี่ยวกับการให้บริการเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า รวมถึงการให้บริการหลังการขาย (After Sale Services) กรณีที่เกษตรกรส่งทุเรียนไปให้ลูกค้าทางไปรษณีย์ เกิดความเสียหาย เช่น ทุเรียนแตก เน่าเสียหาย เนื่องจากสภาพอากาศที่ร้อนระหว่างการขนส่ง ลูกค้าจะสามารถเคลมสินค้าได้จากเกษตรกร โดยลูกค้าถ่ายรูปเป็นหลักฐานส่งให้เกษตรกรทางไลน์ เช่นเดียวกับกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ที่จัดส่งทุเรียนไปขายในห้าง Modern Trade แล้วพบปัญหา เช่น ทุเรียนอ่อน เป็นโรค และเนื้อเป็นฝิดาซ เป็นต้น สามารถเคลมสินค้าจากเกษตรกรแปลงใหญ่ได้เช่นกัน นอกจากนี้ การขายให้กับโรงคัดบรรจุเกษตรกรส่วนใหญ่ มีการรับรองมาตรฐาน GAP หากผลผลิตทุเรียนเกิดความเสียหายหรือมีปัญหา ทำให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

2) กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) ประกอบด้วย

(1) กิจกรรมในการจัดซื้อจัดหาทรัพยากรที่ต้องใช้ในแต่ละกิจกรรมหลัก (Procurement) เกษตรกรต้องซื้อหาอุปกรณ์สำหรับใช้ในแปลง เพื่อผลิตทุเรียนคุณภาพ เช่น เชือกโยงทุเรียน ไม้ค้ำ มีดไว้ตัดแต่งดอก/กิ่ง/ผล เครื่องพ่นยา ปุ๋ย และยาปราบศัตรูพืช และสปริงเกอร์ให้น้ำ เป็นต้น

(2) กิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยในการเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและบริการหรือกระบวนการผลิต (Technology Development) เทคโนโลยีการผลิตทุเรียน ส่วนใหญ่กิจกรรมในการผลิตทุเรียนต้องอาศัยแรงงาน ที่มีทักษะและประสบการณ์ เนื่องจากข้อจำกัดของต้นทุเรียนที่มีความสูง และเป็นงานละเอียด จึงยังไม่มีเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่มาช่วยทุ่นแรงเกษตรกรได้ เช่น การโยงลูก การตัดแต่งดอก การตัดแต่งกิ่ง การค้ำต้น การแต่งลูก และการป้องกันกำจัดโรคและแมลง เป็นต้น แต่ปัจจุบันเกษตรกรบางรายซึ่งอยู่ใน

ภาคตะวันออกที่มีสภาพภูมิประเทศเป็นพื้นที่ราบ จึงมีการนำเครื่องจักรหลายชนิดมาใช้ในแปลง เช่น เครื่องจักรในการตัดหญ้า รถพ่นยาแอร์บัส การใช้ Application ในมือถือเพื่อให้น้ำ เป็นต้น สำหรับการนำใช้โดรนในการพ่นปุ๋ยและยาในสวนทุเรียนยังไม่ได้ผลเท่าที่ควร เนื่องด้วยสภาพพื้นที่สวนและต้นทุเรียนที่มีระดับความสูงไม่เท่ากัน ซึ่งจะได้มีการพัฒนาเครื่องมือต่อไป

(3) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management) โดยเกษตรกรใช้แรงงานในครัวเรือนเป็นหลัก และมีการจ้างแรงงานต่างด้าว (กัมพูชา ลาว และพม่า) และแรงงานไทย ซึ่งจากการสำรวจพบว่า แรงงานไทยส่วนใหญ่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยพื้นที่ไม่เกิน 60 ไร่ บางส่วนมีการใช้แรงงานในครัวเรือน และจ้างแรงงานประจำประมาณ 2 คน ช่วงที่มีความต้องการใช้แรงงานมาก จะอยู่ในช่วงโยงลูกและตัดแต่งดอก ค่าแรงงานมีทั้งแบบจ้างเหมารายวัน/รายเดือน/กิจกรรม ขึ้นอยู่กับการตกลงกับแรงงาน นอกจากนี้ ยังมีการจ้างงานแบบแบ่งรายได้จากสัดส่วนการขายผลผลิต เช่น เจ้าของสวนได้ร้อยละ 80 - 90 แรงงานได้รับส่วนแบ่งร้อยละ 10 - 20 เป็นต้น ทั้งนี้ เกษตรกรที่จ้างแรงงานต่างด้าว ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินการนำเข้าแรงงานประมาณคนละ 10,000 - 20,000 บาท แล้วแต่รูปแบบการนำเข้า และเสี่ยงต่อการหลบหนีของลูกจ้าง

(4) กิจกรรมเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Firm Infrastructure) เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนต้องมีการวางแผนตัดสินใจ การบริหารจัดการพื้นที่ของตนเอง เช่น การขยายพื้นที่ปลูก การปรับเปลี่ยนการปลูกพืช เนื่องจากราคาจูงใจ การจัดหาแหล่งน้ำ และการเลือกตัดพันธุ์ทุเรียนตามความต้องการของตลาด ดังนั้นองค์ความรู้ ประสบการณ์ และข้อมูลข่าวสารจึงเป็นเรื่องสำคัญที่สุดของเกษตรกร ปัจจุบันการรวมกลุ่มแปลงใหญ่ จะเป็นทางเลือกของเกษตรกรให้มีการติดต่อแลกเปลี่ยนความรู้ภายในกลุ่มทั้งเรื่องราคาขาย การดูแลรักษา โรค/แมลง เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการวางแผนการผลิตร่วมกัน รวมถึงกิจกรรมที่ช่วยลดต้นทุนการผลิต เช่น การทำปุ๋ยอินทรีย์ ปุ๋ยผสม และกองทุนปุ๋ย เพื่อใช้เองภายในกลุ่ม เป็นต้น



ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 4.4 ห่วงโซ่คุณค่าของเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียน (Value Chain)

4.1.2 สหกรณ์การเกษตร

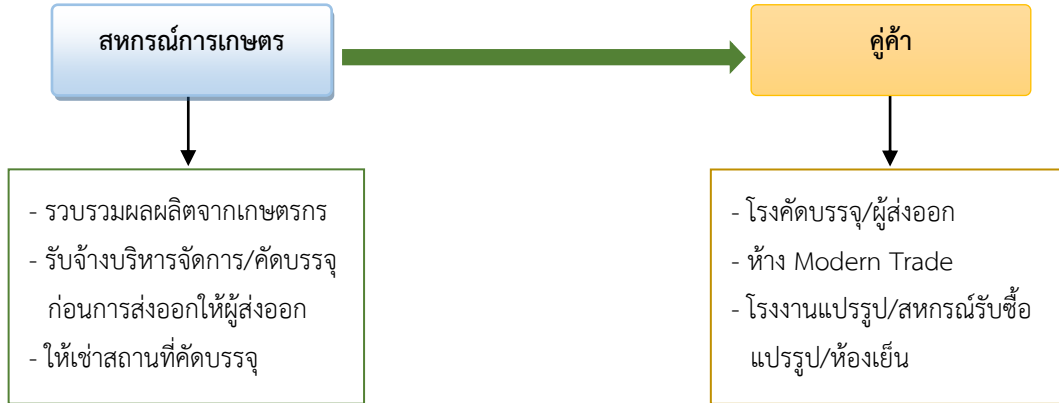
การศึกษาห่วงโซ่อุปทานทุเรียนในส่วนของสหกรณ์การเกษตร ดังแสดงในภาพที่ 4.5 ประกอบด้วยผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน ดังต่อไปนี้

1) **เกษตรกร** ทำหน้าที่ในการผลิตทุเรียนคุณภาพส่งให้กับสหกรณ์การเกษตร โดยเกษตรกรจะแบ่งผลผลิตส่วนหนึ่งขายให้กับสหกรณ์การเกษตร และอีกส่วนหนึ่งขายให้กับโรงคัดบรรจุ/ผู้ส่งออก/พ่อค้าทั่วไป โดยส่วนใหญ่จะขายให้กับโรงคัดบรรจุมากกว่า เนื่องจากการขายเหมาสวน ซึ่งมีความสะดวกในการเก็บเกี่ยวและการขนส่ง

2) **สหกรณ์การเกษตร** ทำหน้าที่เป็นผู้รวบรวมทุเรียนของเกษตรกร โดยเป็นตัวกลางระหว่างเกษตรกรและผู้รับซื้อ/คู่ค้าของสหกรณ์ เช่น โรงคัดบรรจุ/ผู้ส่งออก และห้าง Modern Trade ซึ่งบางสหกรณ์มีสถานที่ในการรวบรวมผลผลิตของสมาชิกให้กับคู่ค้า หรือให้โรงคัดบรรจุ/ผู้ส่งออกเช่าพื้นที่ในการบริหารจัดการทุเรียนก่อนการส่งออก โดยสหกรณ์การเกษตรช่วยวางแผนการผลิตร่วมกับเกษตรกร และส่งเสริมการผลิตตาม GAP และการรับรองคุณภาพในลักษณะกลุ่ม ทำให้คู่ค้าเกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลผลิต สำหรับทุเรียนที่สหกรณ์การเกษตรรวบรวมจะเป็นทุเรียนที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานส่งจำหน่ายทั้งตลาดในประเทศ ได้แก่ ห้าง Modern Trade และส่งออกตลาดต่างประเทศ ทั้งนี้ ปริมาณผลผลิตที่เข้าสู่สหกรณ์จะน้อยกว่าโรงคัดบรรจุ เนื่องจากสหกรณ์ไม่สามารถแข่งขันราคาและปริมาณการรับซื้อกับโรงคัดบรรจุ/ผู้ส่งออกได้

3) **คู่ค้าของสหกรณ์การเกษตร** โดยมีคู่ค้าเป็นโรงคัดบรรจุ/ผู้ส่งออก และห้าง Modern Trade ซึ่งจะติดต่อมายังสหกรณ์การเกษตร เพื่อเสนอปริมาณที่ต้องการในเบื้องต้น โดยสหกรณ์การเกษตรจะติดต่อหรือประกาศให้สมาชิกทราบก่อน หากปริมาณผลผลิตไม่ถึงเป้าหมายที่กำหนด จึงจะรวบรวมผลผลิตจาก

เกษตรกรรายอื่นที่ไม่ใช่สมาชิก นอกจากนี้ บางสหกรณ์มีการจับคู่ทางการค้าให้กับเกษตรกรสมาชิกกับผู้ซื้อหรือเป็นตัวกลางในการตกลงซื้อขาย การกำหนดราคา เกรด พันธุ์ และความต้องการ ระหว่างเกษตรกรกับผู้ส่งออกหรือ ห้าง Modern Trade ทำให้ผู้ซื้อมีความมั่นใจในคุณภาพของผลผลิต



ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 4.5 ห่วงโซ่อุปทานทุเรียนของสหกรณ์การเกษตร

ห่วงโซ่คุณค่าของสหกรณ์การเกษตร (Value Chain)

การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสหกรณ์การเกษตร พบว่า สหกรณ์การเกษตรมีหน้าที่ในการรวบรวมทุเรียนให้คู่ค้า ซึ่งเป็นโรงคัดบรรจุ/ผู้ส่งออก และห้าง Modern Trade โดยกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่า แบ่งเป็นกิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) ดังแสดงในภาพที่ 4.6 ดังนี้

1) กิจกรรมหลัก ประกอบด้วย

(1) โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) เป็นกิจกรรมในการจัดหาและนำวัตถุดิบที่เป็นปัจจัยการผลิตเข้าสู่กระบวนการผลิต โดยสหกรณ์การเกษตรทำหน้าที่เป็นผู้รวบรวมทุเรียนของเกษตรกรให้กับคู่ค้า (โรงคัดบรรจุ/ห้าง Modern Trade) ซึ่งจะติดต่อมายังสหกรณ์การเกษตร เพื่อแจ้งปริมาณ คุณภาพ น้ำหนักที่ต้องการรับซื้อ หลังจากนั้นสหกรณ์การเกษตรติดต่อเกษตรกร เพื่อรวบรวมผลผลิตให้ได้ตามเป้าหมาย ซึ่งสหกรณ์การเกษตรเสมือนเป็นผู้รับรองคุณภาพของผลผลิตของสมาชิก และสร้างความมั่นใจให้กับคู่ค้า

(2) การปฏิบัติการ (Operations) การจัดการหลังการเก็บเกี่ยวขึ้นอยู่กับตลาดที่จะจัดจำหน่าย หากเป็นทุเรียนส่งออก สหกรณ์การเกษตรบางแห่งอาจจะบริหารจัดการผลผลิตเองให้กับคู่ค้า โดยได้รับค่าบริหารจัดการ หรือสหกรณ์บางแห่งจัดสถานที่ให้โรงคัดบรรจุ/ผู้ส่งออกเข้าพื้นที่ในการจัดการก่อนการส่งออก ซึ่งกระบวนการภายในโรงคัดบรรจุจะคล้ายคลึงกัน และดำเนินการตามมาตรฐาน GMP ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตเมื่อถึงปลายทาง เช่น การคัดเกรด การชุบน้ำยาป้องกันเชื้อรา การเป่าลม และการบรรจุกล่อง เป็นต้น โดยสหกรณ์การเกษตรจะเป็นผู้จัดการแรงงานในการบรรจุภัณฑ์ ส่วนสติ๊กเกอร์และกล่องผู้ส่งออกเป็นผู้จัดหา/ออกค่าใช้จ่าย สำหรับการขายให้กับห้าง Modern Trade จะดำเนินการรวบรวมที่สวนของเกษตรกรหรือสหกรณ์การเกษตรก่อนส่งมอบผลผลิตไปยังศูนย์กระจายสินค้าของสหกรณ์/จัดส่งไปยังห้าง Modern Trade

(3) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) หลังจากบรรจุภัณฑ์เสร็จเรียบร้อยแล้ว เป็นขั้นตอนของการจัดส่งสินค้า หากเป็นทุเรียนส่งออกจะมีโรงคัดบรรจุ/ผู้ส่งออกดำเนินการขนส่งเอง มีรถตู้คอนเทนเนอร์มารับผลผลิตที่สหกรณ์การเกษตร แต่ถ้าเป็นการจำหน่ายให้กับห้าง Modern Trade จะมีรถขนส่งทุเรียนไปยังศูนย์กระจายสินค้า หรือขนส่งไปยังห้าง Modern Trade

(4) การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) สหกรณ์การเกษตรมีหน้าที่ในการจัดหาผลผลิตให้คู่ค้าตามปริมาณและสเปคที่ต้องการ ทั้งนี้ ผลผลิตที่ผ่านการคัดเกรดจากสหกรณ์การเกษตร ถือว่าเป็นทุเรียนที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน แต่ส่วนใหญ่สหกรณ์ไม่ได้เป็นผู้ดำเนินการด้านการตลาดหรือจัดจำหน่ายด้วยตนเอง และยังขาดเจ้าหน้าที่ด้านการตลาดที่มีความรู้และประสบการณ์ในการจัดการด้านการส่งออก จึงเป็นเพียงผู้จัดหาหรือรวบรวมผลผลิตของเกษตรกรให้กับคู่ค้า หรือให้บริการเช่าสถานที่ และรับรองคุณภาพผลผลิตจากสมาชิก ทั้งนี้ หากเป็นสหกรณ์การเกษตรที่รับซื้อผลผลิตตกเกรดเพื่อนำมาแปรรูปเป็นทุเรียนแช่แข็งแบบแกะเปลือกจะมีการขายให้กับผู้ซื้อภายในประเทศโดยตรง เพื่อนำไปแปรรูปต่อเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น ขนม และไอศกรีม เป็นต้น

(5) การบริการ (Services) การให้บริการของสหกรณ์การเกษตรกับเกษตรกร จะทำหน้าที่ในลักษณะให้คำปรึกษา ร่วมกันวางแผนการผลิตทุเรียน การดูแลรักษา เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพตามเป้าหมาย ส่วนการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรกับโรงคัดบรรจุ/ผู้ส่งออก และห้าง Modern Trade เป็นการรับรองคุณภาพสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ซื้อ

2) กิจกรรมสนับสนุน ประกอบด้วย

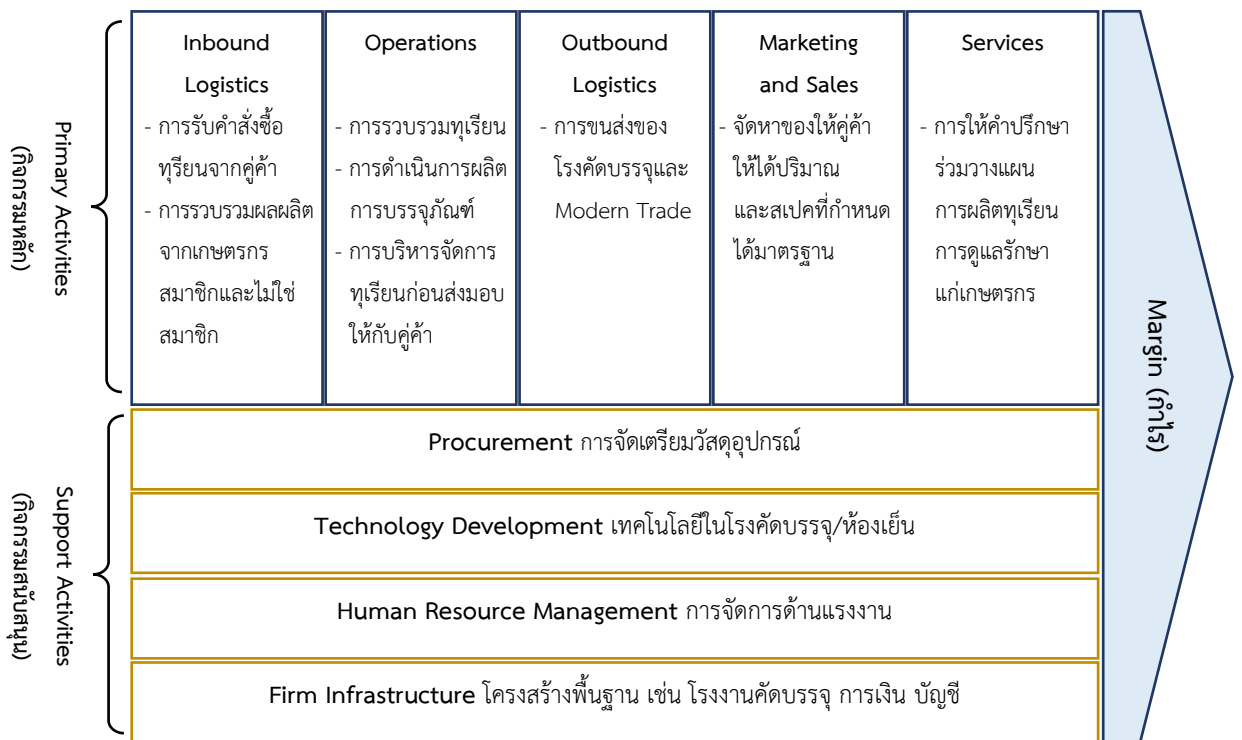
(1) การจัดการหรือการหาปัจจัยมาใช้ในการกิจกรรมหลัก (Procurement) สหกรณ์การเกษตรที่รับจ้างจัดการให้กับผู้ส่งออกจะมีการจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้สนับสนุนในกระบวนการผลิตทุเรียนคุณภาพเพื่อส่งมอบให้กับลูกค้าและสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้จะคล้ายกับโรงคัดบรรจุที่ดำเนินการส่งออก เช่น อาคารคัดบรรจุ สติกเกอร์ กล่องบรรจุภัณฑ์ พัดลมขนาดใหญ่ใช้เป่าทุเรียน สายพานเลื่อนกล่องทุเรียน สายคาดพลาสติก ตะกร้าพลาสติก และตาข่าย เป็นต้น โดยสหกรณ์การเกษตรจะเป็นฝ่ายจัดหาแรงงานในการบรรจุภัณฑ์ส่วนสติกเกอร์ กล่อง เป็นของผู้ประกอบการ

(2) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) เป็นกิจกรรมที่สร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการหรือกระบวนการผลิต เพื่อลดการใช้แรงงานและลดความเสียหายของผลผลิต โดยการนำเทคโนโลยีเบื้องต้นหรืออย่างง่ายมาใช้ในการจัดการผลผลิตก่อนการส่งออกเช่นเดียวกับโรงคัดบรรจุทั่วไป คือ การใช้สายพานไฟฟ้าเลื่อนกล่องทุเรียนหลังจากบรรจุ และการใช้เครื่องรัดกล่องทุเรียน สำหรับทุเรียนที่ตกเกรดส่งออก/ตกไซส์ ผิวมีตำหนิ ลูกเบี้ยว เป็นราดำ มีหนอน ฯลฯ จะส่งผลผลิตบางส่วนส่งเข้าโรงงานแปรรูป เพื่อแปรรูปเป็นทุเรียนแช่ โดยในภาคตะวันออกมีสหกรณ์การเกษตรที่มีห้องเย็น 2 แห่ง และเป็นเครือข่ายกับสหกรณ์และโรงคัดบรรจุอื่นๆ เพื่อรองรับผลผลิตที่ตกเกรดของเกษตรกรในการสร้างมูลค่าเพิ่มและมีตลาดรองรับในกรณีที่ทุเรียนมีปัญหาล้นตลาด

(3) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) เป็นกิจกรรมในการจัดหาแรงงานเพื่อสนับสนุนกระบวนการผลิต หากสหกรณ์การเกษตรดำเนินการเองส่วนใหญ่จะใช้แรงงานไทยหรือเจ้าหน้าที่ของสหกรณ์ในการบริหารจัดการ แต่หากเป็นโรงคัดบรรจุ/ผู้ส่งออกมาเช่าสถานที่จัดทำจะใช้

ทั้งแรงงานต่างด้าวและแรงงานไทย เพื่อดำเนินการผลิต ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นแรงงานต่างด้าว ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับการจัดการของโรงคับริวจ โดยสหกรณ์การเกษตรจะต้องมีการบริหารจัดการแรงงานให้เพียงพอในช่วงที่มีผลผลิตปริมาณมาก และในช่วงที่ไม่มีผลผลิต โดยโรงงานแปรรูปทุเรียนแช่แข็งสามารถใช้แรงงานหมุนเวียนกับแรงงานในภาคอุตสาหกรรมเดียวกันได้ เช่น แรงงานในโรงงานสับปะรดในช่วงที่ยังไม่มีผลผลิตเข้าสู่โรงงาน

(4) โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Infrastructure) ซึ่งการจัดการของสหกรณ์การเกษตรในการรวบรวมทุเรียน ต้องอาศัยระบบโครงสร้างพื้นฐานในการบริหารจัดการ เช่น สถานที่ในการรวบรวมอาคารโรงคับริวจ อุปกรณ์/เครื่องมือต่างๆ รวมไปถึงเจ้าหน้าที่ของสหกรณ์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดการและอำนวยความสะดวก เช่น ฝ่ายการเงิน/บัญชี ฝ่ายตลาดเพื่อให้เกิดความคล่องตัว สะดวกรวดเร็ว และสนับสนุนกิจกรรมหลักในการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบ เป็นต้น



ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 4.6 ห่วงโซ่คุณค่าของสหกรณ์การเกษตรที่รวบรวมทุเรียน (Value Chain)

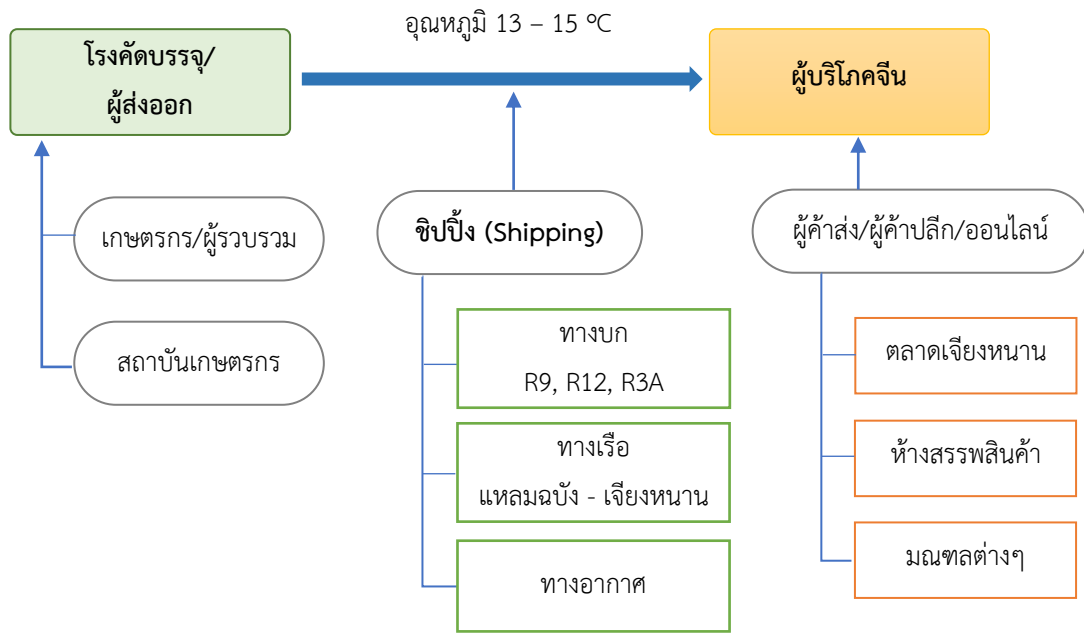
4.1.3 โรงคัดบรรจุ

การศึกษาห่วงโซ่อุปทานในการประกอบธุรกิจทุเรียนเพื่อการส่งออกไปยังจีน ซึ่งเป็นประเทศส่งออกหลักของไทย ดังแสดงในภาพที่ 4.7 ผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานในส่วนของโรงคัดบรรจุหรือผู้ประกอบการธุรกิจทุเรียน ประกอบด้วย

1) **เกษตรกร** เป็นผู้ผลิตและส่งมอบทุเรียนให้กับโรงคัดบรรจุ โดยคุณภาพผลผลิตขึ้นอยู่กับการดูแลสวนของเกษตรกร ทั้งนี้คุณภาพจะเป็นตัวกำหนดราคา ช่องทางการตลาด และรายได้ของเกษตรกร ในการจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยทุเรียนเกรดคุณภาพส่วนใหญ่ส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ ส่วนทุเรียนตกเกรด/ตกไซส์ มีตำหนิ จำหน่ายตลาดภายในประเทศหรือการนำไปแปรรูป สำหรับทุเรียนส่งออก ต้องมาจากสวนที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP โดยเฉพาะผลผลิตที่จำหน่ายให้กับโรงคัดบรรจุ เนื่องจากเป็นข้อกำหนดในการส่งออกไปจีน

2) **โรงคัดบรรจุทุเรียนหรือล้ง** เป็นผู้รับซื้อผลผลิตทุเรียนจากเกษตรกรในปริมาณมากที่สุด เพื่อส่งออกตามคำสั่งซื้อและความต้องการของตลาดจีน รวมทั้งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการกำหนดราคาจากเกษตรกร โดยอ้างอิงราคาจากตลาดปลายทาง นอกจากนี้ ยังมีการรับซื้อผลผลิตจากผู้รวบรวม/พ่อค้า ตัวแทน และสถาบันเกษตรกรด้วย โดยโรงคัดบรรจุที่จะส่งออกทุเรียนไปจีนต้องปฏิบัติตามข้อตกลงในการส่งออกไปจีน ได้แก่ โรงคัดบรรจุต้องผ่านการรับรองมาตรฐาน GMP และขึ้นทะเบียนรับรองเป็นโรงงานผลิตสินค้าพืช ส่วนทุเรียนที่รับซื้อจากเกษตรกรต้องมาจากสวนที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP จากนั้นจึงนำผลผลิตมาบริหารจัดการภายในโรงคัดบรรจุ เพื่อเตรียมการส่งออก ได้แก่ การคัดคุณภาพตามเกรด ชุบน้ำยาป้องกันเชื้อรา ติดสติ๊กเกอร์ บรรจุลงกล่อง การตรวจสอบคุณภาพเพื่อขอใบรับรองสุขอนามัยพืช และขึ้นตู้เตรียมการส่งออก โดยในส่วนการดำเนินการส่งออก โรงคัดบรรจุ/ผู้ส่งออกจะจ้างบริษัทชิปปิ้ง (Shipping) เป็นผู้ดำเนินการแทนในการจัดหาตู้สินค้า ทั้งทางบก ทางเรือ และทางอากาศ รวมทั้งการจัดทำเอกสารพิธีการศุลกากรตามเส้นทางการขนส่งที่ลูกค้าต้องการ สำหรับเทคโนโลยีที่ใช้ในโรงคัดบรรจุ ไม่มีความซับซ้อนมากนักเป็นเพียงการใช้เครื่องมือทุ่นแรงในการเคลื่อนย้ายกล่องทุเรียน เพื่อลดภาระการใช้แรงงานคน

3) **ตลาดจีน** ซึ่งเป็นตลาดปลายทางในการส่งออกทุเรียนของไทย ผลผลิตส่วนใหญ่ส่งออกผ่านตลาดค้าส่งเจียงหนาน ณ นครกว่างโจว ของจีน เพื่อกระจายต่อไปยังมณฑลต่างๆ ปัจจุบันมีการลากตู้สินค้าเข้าจีนแบบ Door to Door คือส่งตรงถึงบริษัทนำเข้าหรือ Warehouse รวมทั้งการกระจายสินค้าแบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ให้กับผู้บริโภคจีน ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันและเติบโตอย่างรวดเร็ว ดังนั้น จึงเป็นโอกาสในการขยายการส่งออกผลไม้ของไทย และการกระจายผลผลิตไปยังมณฑลต่างๆ ของจีนที่ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก



ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 4.7 ห่วงโซ่อุปทานของโรงงาน

ห่วงโซ่คุณค่าของโรงงาน (Value Chain) การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าในการประกอบธุรกิจทุเรียน พบว่า แต่ละกิจกรรมภายใต้ห่วงโซ่คุณค่าต้องมีการจัดการที่ดี มีความรวดเร็ว และผลผลิตมีคุณภาพ ซึ่งจะส่งผลต่อราคาที่สามารถขายได้ในตลาดปลายทาง และผลกำไรของผู้ประกอบการโรงงานทุเรียน เนื่องจากตลาดมีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง และมีผู้นำเข้าจำนวนมาก ราย โดยกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่า แบ่งเป็นกิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) ดังแสดงในภาพที่ 4.8 ดังนี้

1) กิจกรรมหลัก ประกอบด้วย

(1) โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) เป็นกิจกรรมในการจัดหาและนำวัตถุดิบที่เป็นปัจจัยการผลิตเข้าสู่กระบวนการผลิต ซึ่งโรงงานหรือผู้ส่งออกจะมีการรับคำสั่งซื้อจากตลาดปลายทางที่จีนล่วงหน้าเป็นปี เพื่อนำมาวางแผนในการจัดหาผลผลิต และวางแผนการส่งออกในแต่ละเดือน โดยโรงงานจะได้รับซื้อทุเรียนจากเกษตรกร รวมถึงบางแห่งได้ให้คำแนะนำแก่เกษตรกรในการดูแลรักษาคุณภาพ และวางแผนการเก็บเกี่ยวทุเรียน เพื่อให้ได้ทุเรียนคุณภาพดีตรงตามความต้องการของตลาด โดยส่วนใหญ่โรงงานจะรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรแบบเหมาสวน หรือส่งพ่อค้าไปรับซื้อ และนำแรงงานไปเก็บเกี่ยวที่สวนและขนส่งมายังโรงงานเอง ทำให้เกษตรกรมีความสะดวกสบาย ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเก็บเกี่ยวและขนส่งมายังโรงงาน นอกจากนี้ โรงงานก็ยังรับซื้อผลผลิตมาจากตัวแทน ผู้รวบรวม พ่อค้าและสถาบันเกษตรกรด้วย

(2) การปฏิบัติการ (Operations) เป็นกิจกรรมภายในโรงคัดบรรจุ เพื่อจัดการผลผลิตให้มีคุณภาพก่อนการส่งออก ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิต ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรม การคัดเกรด การชุบน้ำยา ป้องกันเชื้อรา การเป่าลม และการบรรจุกล่อง เป็นต้น ซึ่งแต่ละกิจกรรมต้องอาศัยแรงงานที่มีทักษะ และความชำนาญโดยเฉพาะในการคัดเกรดคุณภาพ นอกจากนี้ หากใช้แรงงานที่มีประสบการณ์ หรือเทคนิควิธีการในการบริหารจัดการจะทำให้โรงคัดบรรจุมีความคล่องตัวในการจัดการผลผลิตที่เข้าโรงคัดบรรจุ สามารถรองรับผลผลิตได้มากขึ้น และสามารถรักษาคุณภาพของทุเรียนให้ได้มาตรฐานตามที่ตลาดปลายทางกำหนด ซึ่งจะสร้างชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของลูกค้าในการสั่งซื้อครั้งต่อไป

(3) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) เป็นการจัดส่งสินค้าออกสู่ตลาด ซึ่งเป็นขั้นตอนกระบวนการส่งออกทุเรียนไปยังตลาดจีน หลังจากที่โรงคัดบรรจุดำเนินการบรรจุภัณฑ์เรียบร้อยแล้วจะมีเจ้าหน้าที่จากกรมวิชาการเกษตรมาดำเนินการสุ่มตรวจสอบคุณภาพ และจัดเก็บในตู้คอนเทนเนอร์ปรับอากาศเพื่อเตรียมการส่งออก โดยในส่วนการส่งออกสำหรับโรงคัดบรรจุที่รับจ้างบรรจุภัณฑ์ทุเรียนจะส่งมอบผลผลิตให้กับผู้ส่งออก ซึ่งการส่งออกส่วนใหญ่ผู้ส่งออกจะใช้บริการจากบริษัทชิปปิ้งในการจัดการด้านเอกสารต่างๆ เช่น ใบรับรองสุขอนามัยพืช พิธีการศุลกากร และการจัดหาตู้ส่งออก เป็นต้น และการเลือกเส้นทางการขนส่ง และการจัดการด้านโลจิสติกส์ทั้งทางบก ทางเรือ และทางอากาศขึ้นอยู่กับกลุ่มลูกค้าในตลาดปลายทาง และช่วงเวลาในการวางจำหน่าย ซึ่งจะส่งผลต่อราคาและผลกำไรที่ผู้ส่งออกได้รับ

(4) การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) โรงคัดบรรจุมีการแข่งขันการรับซื้อทุเรียนจากเกษตรกร เพื่อให้ผลผลิตเต็มตู้คอนเทนเนอร์และสามารถส่งออกได้ ตามคำสั่งซื้อของลูกค้าปลายทาง โดยโรงคัดบรรจุขนาดเล็กและขนาดกลางส่วนใหญ่บางรายไม่ได้ทำการส่งออกเอง แต่จะทำหน้าที่ในการรวบรวมผลผลิตและรับจ้างบรรจุภัณฑ์ให้กับผู้ส่งออกหรือโรงคัดบรรจุขนาดใหญ่ สำหรับปริมาณการรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาดปลายทาง ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดปริมาณ ราคา และคุณภาพผลผลิต ในด้านการตลาดและการขายจะมีผู้จัดการหรือฝ่ายการตลาดของโรงคัดบรรจุติดต่อลูกค้าปลายทางหรือคู่ค้าที่ตลาดจีน ซึ่งมีทั้งคนไทยและคนจีนที่ทำหน้าที่ติดต่อกับคู่ค้า ประสานงาน และเจรจาต่อรองเพื่อให้มีความเข้าใจด้านการตลาดที่ตรงกัน ซึ่งส่วนใหญ่ผู้นำเข้าจีนจะส่งคนมาดูแลและบริหารจัดการที่โรงคัดบรรจุร่วมกับคนไทย สำหรับการส่งเสริมการขายให้กับลูกค้าตลาดปลายทางเป็นหน้าที่ของผู้นำเข้าตลาดปลายทาง

(5) การบริการ (Services) การให้บริการของโรงคัดบรรจุหรือผู้ส่งออก เช่น การให้คำแนะนำเกี่ยวกับการผลิต การบริโภค และการบริการหลังการขาย โดยการพาลูกค้าชาวจีนมาเยี่ยมชมสวนทุเรียน รวมทั้งการถ่ายทำวิดีโอขั้นตอนการเก็บเกี่ยวทุเรียนจนกระทั่งส่งออก เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้กับลูกค้าปลายทางให้เป็นที่รู้จัก รวมถึงการรับมือกับผลผลิตที่ไม่ได้คุณภาพ และเสียหายไม่เป็นไปตามที่ตกลงกันไว้

2) กิจกรรมสนับสนุน ประกอบด้วย

(1) การจัดการหรือการจัดหาปัจจัยมาใช้ในการกิจกรรมหลัก (Procurement) โรงคัดบรรจุมีการจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้สนับสนุนในกระบวนการผลิตทุเรียนคุณภาพ เพื่อส่งมอบให้กับลูกค้าและสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ เช่น อาคารคัดบรรจุ สติกเกอร์ กล่องบรรจุภัณฑ์ พัดลมขนาดใหญ่ใช้เป่าทุเรียน น้ำยาชุบน้ำยาป้องกันเชื้อรา สายพานเลื่อนกล่องทุเรียน สายคาดพลาสติก และรถโฟล์คลิฟท์ เป็นต้น โดยวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ โรงคัดบรรจุอาจจัดหาเอง หรือบางรายผู้จ้างบรรจุภัณฑ์หรือผู้ส่งออกจัดหาให้

(2) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) เป็นกิจกรรมสนับสนุนการรักษาคุณภาพและสร้างคุณค่าให้กับผลผลิตทุเรียนเมื่อถึงปลายทาง โดยโรงคัดบรรจุทุเรียนมีการนำเทคโนโลยีเบื้องต้นหรืออย่างง่ายมาใช้ในการจัดการผลผลิตก่อนการส่งออก เพื่ออำนวยความสะดวกรวดเร็วในการจัดการผลผลิตประหยัดแรงงานในการขนย้าย และรักษาคุณภาพ เช่น การใช้สายพานไฟฟ้าเลื่อนกล่องทุเรียนหลังการบรรจุและการใช้เครื่องรัดกล่องทุเรียน ซึ่งช่วยลดการใช้แรงงานคนในการยกกล่องและลดความเสียหายของผลผลิต รวมถึงการใช้รถโฟล์คคลิฟท์เคลื่อนย้ายกล่องทุเรียนเพื่อขึ้นตู้คอนเทนเนอร์ ดังนั้น การใช้เทคโนโลยีช่วยในการจัดการจะทำให้ผลผลิตมีคุณภาพเมื่อถึงปลายทาง

(3) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) เป็นกิจกรรมในการใช้แรงงานเพื่อสนับสนุนในการจัดการของกระบวนการผลิต โดยแรงงานต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงคัดบรรจุเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐาน GMP โรงคัดบรรจุส่วนใหญ่ใช้แรงงานต่างด้าวมากกว่าแรงงานไทย เนื่องจากหาแรงงานได้ง่ายกว่า หรือบางแห่งใช้เฉพาะแรงงานไทย เนื่องจากมีความสะดวกในการสื่อสาร โรงคัดบรรจุมีความต้องการแรงงานที่มีความประสพการณ์ ความรู้ความสามารถ และทักษะในการทำงาน ซึ่งก่อนเริ่มปฏิบัติงานจะมีการฝึกอบรมให้ความรู้กับแรงงานในการทำหน้าที่ต่างๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานมากยิ่งขึ้น เช่น แรงงานในการคัดเกรด และแรงงานในการตัดทุเรียน ต้องใช้แรงงานที่มีประสพการณ์สูง มักมีค่าจ้างสูงกว่าตำแหน่งอื่นๆ โดยหน่วยงานภาครัฐหรือโรงคัดบรรจุจะมีการจัดอบรมให้กับแรงงาน เพื่อให้ผลผลิตมีคุณภาพตามความต้องการของตลาดปลายทาง ตลอดจนเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคด้วย

(4) โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Infrastructure) ซึ่งการจัดการภายในโรงคัดบรรจุ ต้องอาศัยระบบโครงสร้างพื้นฐานในการบริหารจัดการ เพื่อให้เกิดความคล่องตัว สะดวกรวดเร็ว และสนับสนุนกิจกรรมหลักในการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบ กระบวนการผลิต และการส่งออก ในการดำเนินธุรกิจ เช่น สถานที่ โรงคัดบรรจุ ระบบการเงิน บัญชี และการจัดการของโรงคัดบรรจุ เป็นต้น



ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 4.8 ห่วงโซ่คุณค่าการประกอบธุรกิจโรงคัดบรรจุทุเรียน (Value Chain)

4.1.4 ตลาดจีน

ห่วงโซ่อุปทานทุเรียนในตลาดจีน ซึ่งเป็นตลาดหลักในการนำเข้าทุเรียนจากไทย ประกอบด้วย

1) **โรงคัดบรรจุทั้งไทยและจีนหรือตัวแทน** เป็นผู้รวบรวมผลผลิต จัดการก่อนการส่งออก และส่งมอบผลผลิตให้กับผู้ส่งออก โดยมีบริษัทชิปปิงเป็นผู้ดำเนินการจัดการเอกสารด้านพิธีการศุลกากรและการขนส่งมายังตลาดจีนซึ่งเป็นตลาดปลายทาง ทั้งนี้ แบ่งเส้นทางการขนส่งหลัก 3 เส้นทาง ได้แก่ ทางบก ทางเรือ และทางอากาศ ในการส่งออกมายังจีน ซึ่งการเลือกใช้เส้นทางในการขนส่งขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาด หากตลาดมีความต้องการมาก ทำราคาได้ดี และต้องการความรวดเร็วจะใช้บริการขนส่งทางบก โดยใช้เวลาขนส่งประมาณ 4 - 5 วัน โดยผู้ส่งออกสามารถทำตลาดระหว่างทางการขนส่งได้/เปลี่ยนเส้นทางการขนส่งไปยังเมืองที่มีความต้องการสูงและให้ราคาดีกว่าได้ สำหรับการขนส่งทางเรือใช้เวลาในการขนส่งประมาณ 7 - 10 วัน หากช่วงตลาดไม่ดี/ราคาจำหน่ายไม่ดี สามารถเช่าตู้ลอยทะเลรอราคาให้สูงขึ้นก่อนแล้วจึงนำออกมาจำหน่ายได้ ส่วนการขนส่งทางอากาศ สำหรับเมืองที่มีกำลังซื้อสูง และมีความต้องการมากและต้องการความรวดเร็วในการจัดส่ง เช่น การส่งออกออนไลน์ เป็นต้น ทั้งนี้ ตลาดจีนมีการนำเข้าทุเรียนสดจากไทยมากกว่าร้อยละ 90 ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าทุเรียนพันธุ์หมอนทอง

2) **พ่อค้าส่ง และพ่อค้าปลีก** ทำหน้าที่ในการกระจายผลผลิตผ่านพ่อค้าส่งและพ่อค้าปลีกไปยังผู้บริโภคผ่านตลาดค้าส่งเจียงหนาน ห้างสรรพสินค้า ณ นครกว่างโจว และมณฑลต่างๆ ภายในจีน นอกจากนี้ ปัจจุบันมีการลากตู้สินค้าเข้าจีนแบบ Door to Door คือส่งตรงถึงบริษัทนำเข้าหรือคลังสินค้า (Warehouse) รวมทั้งการกระจายสินค้าแบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ให้กับผู้บริโภคจีน

3) ผู้บริโภคในจีน ตลาดหลักของทุเรียนไทยในจีน มีหลายมณฑล เช่น ทางภาคตะวันออก ได้แก่ เซียงไฮ้ และเจ้อเจียง มีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 32 ภาคใต้ ได้แก่ กวางตุ้ง ประมาณร้อยละ 28 ภาคตะวันตกเฉียงใต้ ได้แก่ เสฉวน และมณฑลนครฉางชิ่ง ประมาณร้อยละ 15 ภาคเหนือ ได้แก่ ปักกิ่ง และเหอเป่ย์ ประมาณร้อยละ 15 และมณฑลที่อื่นๆ ประมาณร้อยละ 10 ซึ่งตลาดที่ใหญ่ที่สุดคือ ตลาดเจียงหนาน นครกว่างโจว นำเข้าทุเรียนปีละประมาณ 13,000 ตู โดยพันธุ์ที่ขึ้นชอบในการบริโภค ได้แก่ หมอนทอง ส่วนพันธุ์อื่นๆ ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก (สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ และฝ่ายการเกษตร ประจำ กงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว, 2562)

ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) กิจกรรมภายใต้ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ในการจัดการ เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับผลผลิต แบ่งเป็น กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) ดังแสดงในภาพที่ 4.9 ดังนี้

1) กิจกรรมหลัก ประกอบด้วย

(1) โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) เป็นกิจกรรมในการนำผลผลิตที่มีคุณภาพและ ไม่ได้รับความเสียหายเมื่อถึงปลายทางเข้าสู่คลังสินค้า (Warehouse) ตลาดค้าส่ง/ค้าปลีก เพื่อเตรียมความพร้อม ในการกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภค

(2) การปฏิบัติการ (Operations) เป็นกิจกรรมที่ดำเนินการเกี่ยวกับจัดเก็บสินค้า การรักษา อุณหภูมิ เพื่อให้ผลผลิตคงคุณภาพสามารถวางจำหน่ายได้ยาวนานยิ่งขึ้น และการตรวจสอบคุณภาพ เพื่อให้ มั่นใจว่าผลผลิตไม่ได้รับความเสียหาย ก่อนส่งมอบให้กับลูกค้า ซึ่งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นด้านการตลาด ให้กับแบรนด์สินค้า

(3) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) เป็นขั้นตอนการจัดส่งสินค้าให้กับผู้บริโภค ที่ตลาดปลายทาง ตามความต้องการในตลาดต่างๆ แยกตามแบรนด์และระดับของตลาด ตามกำลังซื้อของผู้บริโภค ผ่านตลาดค้าส่ง ค้าปลีก ร้านค้า การขายออนไลน์ และห้างสรรพสินค้าในมณฑลต่างๆ โดยการบริหารจัดการ ด้านโลจิสติกส์ในการขนส่งจะเกี่ยวข้องกับช่วงเวลาในการวางจำหน่าย และตลาดจำหน่าย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อราคาและ ผลกำไรที่ผู้ส่งออกได้รับ ซึ่งผลไม้มัทยส่วนใหญ่จะผ่านตลาดค้าส่งเจียงหนานก่อนที่จะกระจายต่อไปยังตลาดอื่นๆ

(4) การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) สำหรับการวางจำหน่ายทุเรียนในตลาดจีน มีทั้งการขายออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ ปัจจุบันกำลังได้รับความนิยมจาก 3 เว็บไซต์ ได้แก่ www.jd.com, www.suning.com และ www.tmall.com เป็นการให้บริการส่งผลไม้ถึงผู้บริโภคโดยตรงและมีความสะดวก รวดเร็ว และการจำหน่ายผ่านตลาดค้าส่งเจียงหนานแล้วกระจายผลผลิตต่อไปยังร้านค้าต่างๆ ห้างสรรพสินค้า และซูเปอร์มาร์เก็ตในมณฑลต่างๆ ของจีน สำหรับการขายทุเรียนของผู้ส่งออกไทยในตลาดจีนยังใช้ระบบฝากขาย (Consignment) โดยใช้เครือข่ายคนจีนในการทำตลาด เนื่องจากมีข้อจำกัดในการทำตลาดที่จีน ซึ่งมีความยุ่งยาก ทางด้านกฎหมาย แต่ถ้าเป็นผู้ส่งออกจีนจะสามารถทำตลาดได้ง่าย จึงทำให้ผู้ส่งออกไทยนิยมฝากขาย แต่ก็มี ข้อจำกัดคือ ผลไม้มัทยอาจจะอยู่ภายใต้กลไกที่ผู้ประกอบการจีนเป็นผู้กำหนดไม่ว่าจะเป็นราคาซื้อขาย ปริมาณ และประเภทผลไม้ที่นำเข้า อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจข้อมูลจากผู้ส่งออก พบว่า ในปัจจุบันระบบฝากขาย เริ่มลดลง เนื่องจากมีบริการจัดส่งสินค้าแบบส่งตรงถึงคลังสินค้า/บริษัท (Door to Door) ทำให้มีความสะดวก รวดเร็วมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ การสร้างความเชื่อมั่นในด้านคุณภาพของทุเรียนแบรนด์ต่างๆ ส่งผลให้การส่งออกทุเรียนของไทยไปจีนมีแบรนด์ในตลาดจีนมากกว่า 250 แบรนด์ แบ่งเป็นแบรนด์ที่นิยม 5 อันดับแรก (Top five) จำนวน 5 แบรนด์ มีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 5 โดยเป็นทุเรียนที่มีการควบคุมคุณภาพขนาดและน้ำหนักทำให้ผู้บริโภคมั่นใจ ราคาจำหน่ายกิโลกรัมละ 160 - 180 บาท รองลงมาเป็นแบรนด์ระดับดีมากจำนวน 45 แบรนด์ มีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 25 ราคาจำหน่ายกิโลกรัมละ 140 - 160 บาท และเป็นแบรนด์ทั่วไปประมาณ 200 แบรนด์มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 70 (รายงานการศึกษาคุณงานด้านตลาดทุเรียน นครกว่างโจว ฝ่ายการเกษตร ประจำกรุงฮานอย, 2562) ซึ่งจะเห็นว่า ราคามีความแตกต่างกันตามคุณภาพ โดยผลผลิตทุเรียนที่เข้าสู่ตลาดจีนส่วนใหญ่เป็นลักษณะแบรนด์ทั่วไปราคาจำหน่ายอยู่ระหว่างกิโลกรัมละ 120 - 140 บาท มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด ดังนั้น หากเกษตรกรมีการควบคุมคุณภาพผลผลิต ขนาด และน้ำหนักตามความต้องการของลูกค้าอย่างเคร่งครัดจะได้รับราคาจำหน่ายที่สูงขึ้น ทำให้แบรนด์สินค้าติดตลาดเพราะได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า ซึ่งจะช่วยเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดของแบรนด์ระดับบนได้ด้วย

(5) การบริการ (Services) ซึ่งต้องให้ความสำคัญในการบริการลูกค้าหรือการบริการหลังการขาย โดยการให้บริการลูกค้าชาวจีนมาเยี่ยมชมผลผลิตทุเรียนถึงสวนของเกษตรกร และการจัดการภายในโรงคัดบรรจุตามมาตรฐาน GMP เพื่อให้เกิดความมั่นใจในด้านคุณภาพ การรับรองคุณภาพผลผลิตและการตรวจสอบย้อนกลับ รวมถึงการรับประกันค่าเสียหาย หากผลผลิตไม่ได้คุณภาพตามที่ตกลงกันไว้กับลูกค้า ส่วนการส่งเสริมการขายในตลาดจีน เช่น การจัดงานประชาสัมพันธ์สินค้าให้กับผู้บริโภคผ่านสื่อต่างๆ การจัดงานแสดงสินค้า (Road Show) การถ่ายทำวิดีโอเพื่อออกอากาศและเผยแพร่ให้ผู้บริโภคจีนรู้จักทุเรียนไทย และการจัดโปรโมชั่นพิเศษสำหรับลูกค้าที่สั่งซื้อออนไลน์ติดต่อกันหลายครั้งสามารถมาชมสวนและชิมทุเรียนที่ไทยได้ เป็นต้น

2) กิจกรรมสนับสนุน ประกอบด้วย

(1) กิจกรรมในการจัดซื้อจัดหา (Procurement) เป็นกิจกรรมในการจัดหาทุเรียนคุณภาพของพ่อค้าส่ง และพ่อค้าปลีกในตลาดจีน เพื่อจำหน่ายในตลาดต่างๆ ตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งมีหลากหลายแบรนด์ โดยแยกแบรนด์ตามลักษณะตลาด และกำลังซื้อของลูกค้า ซึ่งการกำหนดราคาขายก็จะแตกต่างกันไป

(2) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) เป็นกิจกรรมสนับสนุนการสร้างคุณค่าและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น การใช้เทคโนโลยีจัดการด้านโลจิสติกส์ การใช้ห้องเย็นในการรักษาอุณหภูมิระหว่างการขนส่ง และการจัดเก็บสินค้า เป็นต้น ซึ่งหากมีการบริหารจัดการที่ดีจะช่วยรักษาคุณภาพ และลดการสูญเสียของผลผลิตเมื่อถึงมือผู้บริโภค รวมทั้งช่วยสร้างความเชื่อมั่นและส่งผลกระทบต่อราคาจำหน่าย

(3) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) เป็นการจัดการด้านแรงงานตั้งแต่กระบวนการขนส่ง การจัดเก็บ และการนำผลผลิตออกจำหน่ายให้กับผู้บริโภค ซึ่งการจัดการด้านแรงงานต้องมีการสื่อสารที่ชัดเจน เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน และจัดการผลผลิตได้ถูกต้อง เพื่อลดความเสียหายของสินค้า

(4) โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Infrastructure) การจัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อรองรับผลผลิตทุเรียนที่นำเข้ามา สำหรับผู้นำเข้าจีนบางรายจะมีสถานที่จัดเก็บสินค้า/คลังสินค้า (Warehouse) ในการรักษาอุณหภูมิ เพื่อรอการจำหน่าย รวมถึงการมีหน้าร้านเป็นของตัวเองในการวางจำหน่าย ทำให้สามารถทำตลาดได้ง่าย เพราะมีคู่ค้าและตลาดของตนเอง



ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 4.9 ห่วงโซ่คุณค่าการประกอบธุรกิจในตลาดจีน (Value Chain)

4.2 ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทุเรียนที่มีต่อเกษตรกร และเศรษฐกิจทุเรียนไทย

สำหรับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทุเรียนที่มีต่อเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียน ซึ่งผู้ประกอบการทุเรียนในผลการศึกษานี้หมายถึง โรงคัดบรรจุ/ล้าง โดยผลกระทบจะพิจารณาจากราคาที่เกษตรกรขายได้ กำไรสุทธิ และรายได้ของเกษตรกร รวมถึงรูปแบบการผลิต และการตลาดของเกษตรกรด้วย สำหรับการวิเคราะห์ผลกระทบต่อเศรษฐกิจทุเรียนไทย โดยใช้แนวคิดการวิเคราะห์ส่วนเหลือการตลาด ซึ่งประกอบด้วยค่าใช้จ่ายทางการตลาด และกำไร ของโรงคัดบรรจุในการรับซื้อทุเรียนจากเกษตรกร และวิเคราะห์ถึงมูลค่าของกำไรสุทธิในการส่งออกทุเรียนทั้งหมด เพื่อสะท้อนผลกระทบที่มีต่อเศรษฐกิจทุเรียนไทย ดังนี้

4.2.1 ผลกระทบต่อเกษตรกร

ผลกระทบของเกษตรกรจากการมีโรงคัดบรรจุหรือผู้ประกอบการทุเรียนเข้ามารับซื้อผลผลิตในพื้นที่มากขึ้นได้ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของผลผลิต ราคาที่เกษตรกรขายได้ กำไรสุทธิ และรายได้สุทธิทั้งหมดของเกษตรกรภาคตะวันออกและภาคใต้ โดยการเปรียบเทียบข้อมูล 2 ช่วงเวลา ได้แก่ ในช่วงปี 2550 – 2555 ช่วงที่มีโรงคัดบรรจุเข้ามารับซื้ออย่างไม่มากนัก และช่วงปี 2556 – 2561 ซึ่งเป็นช่วงที่มีโรงคัดบรรจุเข้ามารับซื้อในพื้นที่มากกว่า 100 ราย แยกผลการวิเคราะห์รายภาค ดังนี้

1) ผลผลิต ราคาที่เกษตรกรขายได้ กำไรสุทธิ และรายได้สุทธิของเกษตรกรภาคตะวันออก

ในช่วงปี 2550 - 2555 ซึ่งเป็นช่วงที่มีโรคคัดบรรจุเข้ามาับซื้ออย่างไม่มากนัก ปริมาณผลผลิตทุเรียนของภาคตะวันออกมีแนวโน้มลดลงร้อยละ 4.05 ต่อปี เนื่องจากปริมาณผลผลิตทุเรียนในแต่ละปีไม่แน่นอน ซึ่งบางปีเพิ่มขึ้น/บางปีลดลงขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความต้องการของตลาด ราคา และการดูแลรักษาผลผลิตของเกษตรกร เป็นต้น ขณะที่ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.88 ต่อปี และราคาทุเรียนเกรดคละที่เกษตรกรขายได้เพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 18.03 บาท ในปี 2550 เป็น กิโลกรัมละ 33.78 บาท ในปี 2555 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.68 ต่อปี จึงส่งผลให้เกษตรกรมีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 7.11 บาท ในปี 2550 เป็นกิโลกรัมละ 19.72 บาท ในปี 2555 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.19 ต่อปี และรายได้สุทธิของเกษตรกรภาคตะวันออกทั้งหมดเพิ่มขึ้นร้อยละ 25.32 ต่อปี

สำหรับในช่วงปี 2556 - 2561 ซึ่งเป็นช่วงที่เริ่มมีโรคคัดบรรจุเข้ามาับซื้อทุเรียนในไทยมากขึ้น เกือบ 100 ราย ทำให้เกิดการแข่งขันในการรับซื้อทุเรียน ส่งผลให้ราคาที่เกษตรกรขายได้เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เกษตรกรภาคตะวันออกจึงมีการขยายเนื้อที่ปลูกทุเรียน จึงทำให้ผลผลิตทุเรียนภาคตะวันออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.31 ต่อปี ขณะที่ต้นทุนการผลิตมีแนวโน้มลดลงร้อยละ 1.39 ต่อปี แสดงถึงการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตของเกษตรกร ทำให้มีผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้น และราคาทุเรียนเกรดคละที่เกษตรกรขายได้เพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 46.52 บาท ในปี 2556 เป็นกิโลกรัมละ 87.58 บาท ในปี 2561 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.15 ต่อปี ส่งผลให้กำไรสุทธิของเกษตรกรเพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 46.52 บาท ในปี 2556 เป็นกิโลกรัมละ 87.58 บาท ในปี 2561 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.17 ต่อปี และรายได้สุทธิของเกษตรกรภาคตะวันออกทั้งหมดเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.48 ต่อปี

เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลเฉลี่ยในช่วงปี 2550 - 2555 และปี 2556 - 2561 พบว่า ปริมาณผลผลิต ราคาที่เกษตรกรขายได้ กำไรสุทธิ และรายได้ของเกษตรกรภาคตะวันออก เพิ่มขึ้นจากช่วงแรกโดยเฉพาะราคา ที่เกษตรกรขายได้ กำไรสุทธิ และรายได้ของเกษตรกรภาคตะวันออกทั้งหมดเพิ่มขึ้นมากกว่าหนึ่งเท่า ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ผลผลิต ราคาที่เกษตรกรขายได้ กำไรสุทธิ และรายได้สุทธิของเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียน
ภาคตะวันออกในช่วงปี 2550 – 2555 และปี 2556 – 2561

ปี	ผลผลิต (ตัน) ^{1/}	ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/กก.) ^{1/}	รายได้เกษตรกร (ล้านบาท) ^{2/}
2550	384,845	18.03	2,736.25
2551	378,468	18.15	2,159.79
2552	345,785	19.66	2,547.28
2553	325,174	26.41	4,724.78
2554	345,996	31.60	6,480.51
2555	307,831	33.78	6,070.43
เฉลี่ย	348,017	24.60	4,119.84
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	-4.05	15.68	25.32
2556	324,929	46.52	10,580.77
2557	350,338	40.06	9,427.60
2558	338,755	47.82	11,611.39
2559	278,300	73.64	16,019.88
2560	423,871	76.60	27,356.63
2561	405,094	87.58	30,260.52
เฉลี่ย	353,548	62.04	17,542.80
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	4.31	17.15	28.48
การเปลี่ยนแปลงค่าเฉลี่ย ช่วงก่อน-หลัง (ร้อยละ)	1.59	152.20	325.81

ที่มา: ^{1/} สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2561)

^{2/} จากการคำนวณ

หมายเหตุ: ราคาที่เกษตรกรขายได้เป็นราคาทุเรียนเกรดคละ
รายได้เกษตรกรเป็นรายได้ที่หักต้นทุนการผลิตแล้ว

2) ผลผลิต ราคาที่เกษตรกรขายได้ กำไรสุทธิ และรายได้สุทธิของเกษตรกรภาคใต้

ในช่วงปี 2550 - 2555 ผลผลิตทุเรียนภาคใต้ลดลงร้อยละ 12.29 ต่อปี เนื่องจากเกษตรกรมีการปรับเปลี่ยนพื้นที่ไปปลูกพืชอื่นที่ให้ราคาดีกว่า เช่น ยางพารา และปาล์มน้ำมัน เป็นต้น ทำให้ปริมาณผลผลิตในแต่ละปีมีความไม่แน่นอน และมีต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.97 ต่อปี ซึ่งบางปีเพิ่มขึ้นและบางปีลดลงไม่แน่นอนและมีต้นทุนสูงกว่าภาคตะวันออก ราคาทุเรียนเกรดคละที่เกษตรกรขายได้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 15.86 บาท ในปี 2550 เป็นกิโลกรัมละ 32.37 บาท ในปี 2555 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.47 ต่อปี และกำไรสุทธิของเกษตรกรเพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 4.86 บาท ในปี 2550 เป็นกิโลกรัมละ 10.57 บาท ในปี 2555 อย่างไรก็ตาม พบว่า ในปี 2554 เกษตรกรขาดทุนกิโลกรัมละ 3.51 บาท เนื่องจากจำหน่ายได้ในราคาที่ต่ำกว่าต้นทุน ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรภาคใต้ทั้งหมดในแต่ละปีมีความไม่แน่นอนตามไปด้วย

สำหรับปี 2556 - 2561 ผลผลิตทุเรียนภาคใต้เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.43 ต่อปี และมีต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.07 ต่อปี ราคาทุเรียนเกรดคละที่เกษตรกรขายได้เพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 27.66 บาท ในปี 2556 เป็นกิโลกรัมละ 72.90 บาท ในปี 2561 หรือ เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.27 ต่อปี ส่งผลให้กำไรสุทธิของเกษตรกรเพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 8.31 บาท ในปี 2556 เป็นกิโลกรัมละ 55.26 บาท ในปี 2561 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 46.54 ต่อปี และรายได้สุทธิของเกษตรกรภาคใต้ทั้งหมดเพิ่มขึ้นจาก 1,853.55 ล้านบาท ในปี 2556 เป็น 17,231.24 ล้านบาท ในปี 2561 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 50.10 ต่อปี

เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลเฉลี่ยในช่วงปี 2550 - 2555 และปี 2556 - 2561 พบว่า ปริมาณผลผลิต ราคาที่เกษตรกรขายได้ กำไรสุทธิ และรายได้ของเกษตรกรภาคใต้เพิ่มขึ้นจากช่วงแรกโดยเฉพาะกำไรสุทธิ และรายได้ของเกษตรกรภาคตะวันออกเพิ่มขึ้นมากกว่าสี่เท่า ดังแสดงในตารางที่ 4.2

สรุปได้ว่า ราคาที่เกษตรกรขายได้ กำไรสุทธิ และรายได้สุทธิของเกษตรกรในช่วงปี 2556 - 2561 เพิ่มขึ้นจากช่วงปี 2550 - 2555 มากกว่าหนึ่งเท่าตัว ซึ่งในช่วงปี 2556 - 2561 เป็นช่วงที่มีโรคคุดป่องเข้ามาตั้งจุดรับซื้อในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี และจังหวัดชุมพรเป็นจำนวนมาก จากการสำรวจข้อมูล พบว่ามีมากกว่า 100 ราย และเกิดการแข่งขันการรับซื้อกับพ่อค้าคนกลางในพื้นที่ เพื่อส่งออกไปยังตลาดจีน จนทำให้ราคาที่เกษตรกรขายได้ปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้กำไรสุทธิ และรายได้สุทธิของเกษตรกรของทั้งสองภาคเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะเกษตรกรในภาคตะวันออกมีกำไรสุทธิต่อกิโลกรัมมากกว่าภาคใต้ เนื่องจากมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าเป็นผลมาจากการบริหารจัดการสวนที่ดี ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพและผลผลิตมีคุณภาพตรงตามความต้องการของตลาด ส่งผลให้ราคาจำหน่ายเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ประกอบกับผลผลิตภาคตะวันออกเป็นผลผลิตต้นปีตลาดมีความต้องการมาก จึงส่งผลให้ในช่วงต้นฤดูกาลขายได้ในราคาสูงกว่าผลผลิตภาคอื่นๆ รวมทั้งเกษตรกรภาคตะวันออกส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายใหญ่ มีประสบการณ์ในการผลิตเป็นอย่างดีทำให้เกษตรกรภาคอื่นๆ หรือหน่วยงานต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศเข้ามาเรียนรู้และศึกษาดูงาน มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการสวนอย่างดี เช่น การให้น้ำ และการใส่ปุ๋ย เป็นต้น นอกจากนี้ ภาคตะวันออกมีสภาพพื้นที่เชิงราบทำให้การจัดการดูแลสวนได้ง่ายกว่า ทุเรียนจึงมีคุณภาพดีไม่ค่อยมีปัญหาเรื่องโรคแมลง ขณะที่ภาคใต้เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นรายย่อย มีสภาพพื้นที่ปลูกเป็นเชิงเขาทำให้การจัดการสวนลำบาก และมีฝนตกชุกมากกว่าภาคตะวันออก จึงทำให้ทุเรียนมีปัญหาด้านคุณภาพ เช่น ทุเรียนอมน้ำ และไส้ซึม เป็นต้น รวมถึงมีความเสี่ยงเรื่องโรคแมลงต่างๆ เกิดขึ้นได้ง่ายมากกว่าภาคตะวันออก เช่น โรครากเน่าโคนเน่าจากเชื้อราไฟทอปธอรา

เชื้อราอคติเซียม (เชื้อราสีชมพู) หนอนใต้ (หนอนเจาะเมล็ดทุเรียน) และเพลี้ยไก่แจ้ เป็นต้น จึงทำให้ผลผลิตต่อไร่ต่ำกว่า รวมทั้ง ผลผลิตภาคใต้ออกสู่ตลาดกลางปี และออกสู่ตลาดพร้อมกับทุเรียนของเวียดนาม และผลไม้ชนิดอื่นๆ เป็นจำนวนมาก จึงทำให้ราคาในแต่ละวันมีความผันผวนไม่แน่นอน

ตารางที่ 4.2 ผลผลิต ราคาที่เกษตรกรขายได้ กำไรสุทธิ และรายได้สุทธิของเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนภาคใต้ ในช่วงปี 2550 – 2555 และปี 2556 – 2561

ปี	ผลผลิต (ตัน) ^{1/}	ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/กก.) ^{1/}	รายได้เกษตรกร (ล้านบาท) ^{2/}
2550	346,687	15.86	1,686.05
2551	241,100	26.01	1,713.42
2552	299,195	20.01	1,211.74
2553	224,893	24.91	1,709.94
2554	147,080	23.53	-516.74
2555	197,174	32.37	2,084.79
เฉลี่ย	242,688	23.78	1,314.87
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	-12.29	10.47	-
2556	223,050	27.66	1,853.55
2557	258,772	26.17	2,397.95
2558	239,513	40.96	5,492.83
2559	224,656	59.51	9,081.34
2560	200,092	52.74	5,635.26
2561	311,840	72.90	17,231.24
เฉลี่ย	242,987	46.66	6,948.70
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	2.43	23.27	50.10
การเปลี่ยนแปลงค่าเฉลี่ย ช่วงก่อน-หลัง (ร้อยละ)	0.12	96.22	428.47

ที่มา: ^{1/} สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2561)

^{2/} จากการคำนวณ

หมายเหตุ: ราคาที่เกษตรกรขายได้เป็นราคาทุเรียนเกรดคละ
รายได้เกษตรกรเป็นรายได้ที่หักต้นทุนการผลิตแล้ว

3) ความแตกต่างของราคาที่เหมาะสมที่เกษตรกรขายได้ และกำไรสุทธิจากรูปแบบการจำหน่ายทุเรียน

ปัจจุบันรูปแบบการขายทุเรียนของเกษตรกร ส่วนใหญ่มีการขายแบบเหมาสวนมากกว่าร้อยละ 80 เนื่องจากเกษตรกรไม่ต้องเสียค่าตัด ค่าคัดบรรจุ และค่าขนส่งเอง โดยการขายเหมาสวนแบ่งเป็น 2 แบบ ได้แก่ 1) การขายแบบคละเกรด (การขายในราคาเดียวทุกผลทั้งสวนหรือเรียกว่าการขายแบบ “คว่าหนาม”) และ 2) การขายแบบแยกเกรดส่งออก (AB) ตามคุณภาพและขนาดของทุเรียน และอีกแบบคือ เกษตรกรไม่ได้ขายเหมาสวนแต่นำผลผลิตไปขายที่โรงคัดบรรจุหรือที่แผงเอง โดยราคาทั้ง 3 แบบมีความแตกต่างกัน จึงได้วิเคราะห์เปรียบเทียบราคาที่เหมาะสมที่เกษตรกรขายได้และกำไรสุทธิของเกษตรกรในปี 2561 เพื่อให้แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างจากรูปแบบการขาย ดังนี้

3.1) ราคาที่เหมาะสมที่เกษตรกรขายได้ และกำไรสุทธิของเกษตรกรภาคตะวันออก

(1) ราคาที่เหมาะสมที่เกษตรกรขายได้ จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรที่ขายผลผลิตแบบเหมาสวนคละเกรดให้กับโรงคัดบรรจุได้รับราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 87.58 ส่วนการขายแบบเหมาสวนแยกเกรดส่งออก (AB) ได้รับราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 100.85 บาท และเกษตรกรที่นำผลผลิตไปขายเองให้กับโรงคัดบรรจุจะได้รับราคาขายสูงกว่าการขายเหมาสวนประมาณกิโลกรัมละ 4 บาท โดยได้รับราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 104.85 บาท เนื่องจากเกษตรกรจะตัดทุเรียนที่มีความเหมาะสม และคุณภาพดี จึงทำให้โรงคัดบรรจุมั่นใจในคุณภาพ จึงให้ราคาดีว่าการไปรับซื้อแบบเหมาสวน โดยราคาที่เหมาะสมที่เกษตรกรขายได้ของทุเรียนเกรดส่งออก (AB) สูงกว่าทุเรียนเกรดคละกิโลกรัมละ 13.27 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 15.15 ดังแสดงในตารางที่ 4.3

(2) กำไรสุทธิ โดยกำไรสุทธิของเกษตรกรที่ขายแบบเหมาสวนคละเกรดและแบบเหมาสวนแยกเกรดส่งออก (AB) เมื่อหักต้นทุนการผลิตกิโลกรัมละ 12.88 บาท พบว่า มีกำไรสุทธิกิโลกรัมละ 74.70 บาท และกิโลกรัมละ 88.97 บาท ตามลำดับ โดยในกรณีที่เกษตรกรขายเหมาสวนจะไม่มีต้นทุนการตลาดในการจ้างตัดทุเรียน การคัดเกรด และการขนส่ง เนื่องจากโรงคัดบรรจุเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายของแรงงานที่นำมาเก็บเกี่ยว คัดบรรจุ และขนส่งเอง สำหรับเกษตรกรที่นำทุเรียนไปขายเองที่โรงคัดบรรจุมีกำไรสุทธิกิโลกรัมละ 86.97 บาท ซึ่งมีกำไรมากกว่าการขายแบบเหมาสวนคละเกรด แต่ต่ำกว่าการขายแบบแยกเกรดส่งออก (AB) เนื่องจากต้องเสียค่าตัดทุเรียนและค่าขนส่งเอง จะเห็นได้ว่า ไม่ว่าเกษตรกรจะขายแบบเหมาสวน หรือนำทุเรียนไปขายเอง หากผลผลิตมีคุณภาพและมีการขายแบบแยกเกรดตามคุณภาพของผลผลิต ย่อมทำให้ได้รับกำไรสุทธิมากกว่าการขายแบบคละเกรด

3.2) ราคาที่เหมาะสมที่เกษตรกรขายได้และกำไรสุทธิภาคใต้

(1) ราคาที่เหมาะสมที่เกษตรกรขายได้ จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรที่ขายผลผลิตแบบเหมาสวนคละเกรดให้กับโรงคัดบรรจุได้รับราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 72.90 บาท สำหรับการขายเหมาสวนแบบแยกเกรดส่งออก (AB) ได้รับราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 89.06 บาท และเกษตรกรที่นำผลผลิตไปขายให้กับโรงคัดบรรจุเองจะได้รับราคาสูงกว่าการขายเหมาสวนประมาณกิโลกรัมละ 5 บาท โดยได้รับราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 94.06 บาท เนื่องจากเกษตรกรจะตัดทุเรียนที่มีความเหมาะสม และคุณภาพดี จึงทำให้โรงคัดบรรจุมั่นใจในคุณภาพ จึงให้ราคาดีว่าการไปรับซื้อแบบเหมาสวน เมื่อพิจารณาราคาที่เหมาะสมที่เกษตรกรขายได้ของทุเรียนเกรดส่งออก (AB) พบว่า สูงกว่าการขายทุเรียนคละเกรดกิโลกรัมละ 16.16 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 23.54 ดังแสดงในตารางที่ 4.3

(2) **กำไรสุทธิ** โดยกำไรสุทธิของเกษตรกรที่ขายแบบเหมาสวนคละเกรดและแบบเหมาสวนแยกเกรดส่งออก (AB) เมื่อหักต้นทุนการผลิตกิโลกรัมละ 17.98 บาท พบว่า มีกำไรสุทธิกิโลกรัมละ 54.92 บาท และกิโลกรัมละ 71.08 บาท ตามลำดับ โดยในกรณีที่เกษตรกรขายเหมาสวนจะไม่มีต้นทุนการตลาดในการจ้างตัดทุเรียน การคัดเกรด และการขนส่ง เนื่องจากโรงคัดบรรจุเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายของแรงงานที่นำมาเก็บเกี่ยวคัดบรรจุ และขนส่งเอง ส่วนเกษตรกรที่นำทุเรียนไปขายเองที่โรงคัดบรรจุจะมีกำไรสุทธิกิโลกรัมละ 69.08 บาท ซึ่งมีกำไรมากกว่าการขายเหมาสวนคละเกรด แต่ต่ำกว่าการขายแบบแยกเกรดส่งออก (AB) จะเห็นว่า ไม่ว่าจะเกษตรกรจะขายแบบเหมาสวน หรือนำทุเรียนไปขายเอง หากผลผลิตมีคุณภาพและมีการขายแบบแยกเกรดตามคุณภาพของผลผลิต ย่อมทำให้ได้รับกำไรสุทธิมากกว่าการขายแบบคละเกรด

ดังนั้น จากผลการศึกษา สรุปได้ว่าการขายทุเรียนของเกษตรกรตามคุณภาพหรือการคัดแยกเกรดจะทำให้เกษตรกรได้รับราคาและกำไรสุทธิมากกว่าการขายคละเกรด โดยจะเห็นว่า เกษตรกรภาคตะวันออกได้รับราคาและกำไรสุทธิสูงกว่าภาคใต้ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการขายเหมาสวนหรือการนำผลผลิตไปขายเองที่โรงคัดบรรจุ ซึ่งแสดงถึงคุณภาพและความเอาใจใส่ในการบำรุงรักษาทุเรียน เน้นการผลิตเพื่อให้ได้มาตรฐานการส่งออก และเป็นเกษตรกรรายใหญ่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตมากกว่าเกษตรกรภาคใต้ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อยและมีการนำผลผลิตไปขายเองมากกว่าทางภาคตะวันออก

ตารางที่ 4.3 ราคาที่เกษตรกรขายได้ และกำไรสุทธิของเกษตรกรแยกตามรูปแบบการขาย ปี 2561

เกษตรกร	ขายเกรดคละ	เกรดส่งออกเฉลี่ย (AB)	ไปส่งตัวเอง/ตัดทุเรียนแก่
ภาคตะวันออก			
ราคาขายได้ (บาท/กก.)	87.58	100.85	104.85
ต้นทุนการผลิต (บาท/กก.)	12.88	12.88	12.88
ต้นทุนการตลาด (ค่าตัด+ขนส่ง (บาท/กก.))	-	-	5.00
กำไรสุทธิ (บาท/กก.)	74.70	88.97	86.97
ภาคใต้			
ราคาขายได้ (บาท/กก.)	72.90	89.06	94.06
ต้นทุนการผลิต (บาท/กก.)	17.98	17.98	17.98
ต้นทุนการตลาด (ค่าตัด+ขนส่ง (บาท/กก.))	-	-	6.00
กำไรสุทธิ (บาท/กก.)	54.92	71.08	69.08

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: 1. ราคาขายทุเรียนเกรดคละ และต้นทุนการผลิต ปี 2561 จากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
2. ราคาเกรดส่งออก ปี 2561 เป็นราคาเฉลี่ย จากจุดรับซื้อ/ตลาดกลางที่รวบรวมส่งออก

4) สรุปผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทุเรียนที่มีต่อเกษตรกร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทุเรียนที่ส่งผลกระทบต่อเกษตรกรในภาคตะวันออกและภาคใต้ของผู้ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่า และการจัดสัมมนาเผยแพร่ผลงานวิจัยและรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่แหล่งผลิต จำนวน 2 ครั้ง โดยครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2563 ที่จังหวัดจันทบุรี และครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2563 ที่จังหวัดชุมพร สรุปผลกระทบที่มีต่อเกษตรกร ได้ดังนี้

ผลกระทบทางบวก

(1) การเข้ามาประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการทุเรียน/การรับซื้อทุเรียนของโรงคัดบรรจุ ทำให้ราคาที่เกษตรกรขายได้ปรับตัวสูงขึ้น เกษตรกรมีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น และมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งจะเห็นได้ชัดเจนจากข้อมูลในช่วงปี 2556 – 2561 หลังจากที่โรงคัดบรรจุเข้ามารับซื้อในพื้นที่มากขึ้น ดังนั้น ราคาจึงเป็นสิ่งจูงใจให้เกษตรกรปรับตัวในการผลิตเพื่อให้ได้มาตรฐานการส่งออกมากขึ้น ทำให้ประสิทธิภาพการผลิตเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตลดลงโดยเฉพาะเกษตรกรภาคตะวันออก นอกจากนี้เกษตรกรมีการปรับเปลี่ยนพื้นที่จากการปลูกพืชอื่นที่ราคาต่ำกว่ามาปลูกทุเรียนแทน เช่น ยางพารา ปาล์มน้ำมัน เงาะ และลองกอง เป็นต้น ส่งผลให้ปริมาณผลผลิตทุเรียนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากเมื่อก่อนที่มีปริมาณผลผลิตไม่แน่นอนในแต่ละปี

(2) การเข้ามารับซื้อของโรงคัดบรรจุตามความต้องการของตลาดจีน ทำให้ราคาที่เกษตรกรขายได้สูงขึ้นติดต่อกันหลายปี จากเมื่อก่อนราคามีความไม่แน่นอนในแต่ละปี จึงจูงใจให้เกษตรกรปรับตัวในการผลิตเพื่อการส่งออก ส่งผลให้ผลผลิตที่มีคุณภาพมีปริมาณเพิ่มมากขึ้น และเกษตรกรบางรายมีการปรับตัวด้านการตลาดจากผู้ผลิตมาเป็นผู้ขายหรือทำตลาดด้วยตัวเอง หากเป็นผลผลิตที่มีคุณภาพสามารถเป็นผู้เลือกช่องทางการจำหน่ายและเลือกตลาดด้วยตัวเอง โดยสามารถตัดสินใจแบ่งสัดส่วนการขายให้กับโรงคัดบรรจุและการขายให้กับผู้บริโภคโดยตรงภายในประเทศ ผ่านระบบออนไลน์ เช่น Facebook, Line ไปรษณีย์ไทย เคอรี่ เพจร้านค้า และแอปพลิเคชันต่างๆ เป็นต้น รวมถึงการขายเหมาตัน และการขายให้กับห้างสรรพสินค้าต่างๆ

(3) การมีโรงคัดบรรจุเข้ามารับซื้อผลผลิตทุเรียนในพื้นที่เป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันกันรับซื้อผลผลิตมากขึ้น หากเกษตรกรไม่พอใจในราคา/เงื่อนไขที่เสนอมาก็สามารถขายให้กับโรงคัดบรรจุรายอื่นที่ให้ราคาสูงกว่าได้ และยังพบว่าจากการรวมกลุ่มของเกษตรกรในการผลิต เช่น ในรูปแบบของแปลงใหญ่ และวิสาหกิจชุมชน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารภายในกลุ่มเกษตรกรด้านการผลิตและการตลาด ทำให้ผลผลิตมีคุณภาพและช่วยให้เกษตรกรมีอำนาจต่อรองมากขึ้น ลดความเสียหายในการเจรจา กลุ่มเกษตรกรสามารถเลือกจำหน่ายให้กับโรงคัดบรรจุที่ให้ราคาสูงกว่าได้ และยังส่งผลดีต่อผู้ประกอบการไม่ต้องรวบรวมสินค้าจากหลายแห่ง ช่วยลดปัญหาด้านการขนส่ง

(4) การเข้ามารับซื้อของโรงคัดบรรจุช่วยระบายผลผลิตทุเรียนคุณภาพในสวนของเกษตรกรได้เป็นอย่างดี ซึ่งจากเดิมมีการคัดเลือกผลผลิตเฉพาะเกรด AB ในการส่งออกไปยังประเทศจีน แต่ปัจจุบันเกรด C และตกเกรดก็ถูกซื้อไปด้วยเช่นกัน สะท้อนถึงความต้องการของตลาดปลายทางที่สามารถทำตลาดได้หลากหลายมากขึ้น เนื่องจากคุณภาพเป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภค ขณะที่จีนยังปลูกทุเรียนไม่ได้ และหากเปรียบเทียบกฎเกณฑ์การนำเข้าทุเรียนจากไทยและประเทศอื่นแล้ว ถือว่ายังอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถยอมรับและปฏิบัติได้ เช่น การกำหนด

มาตรฐาน GAP ของเกษตรกร และมาตรฐาน GMP ของโรงคัดบรรจุ ในขณะที่ประเทศอื่นมีข้อปฏิบัติที่ยุงยากมากกว่า

(5) การรับซื้อของโรงคัดบรรจุช่วยลดภาระของเกษตรกรในการจัดหาแรงงานในการเก็บเกี่ยวและค่าขนส่ง เนื่องจากโรงคัดบรรจุเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดหาแรงงานและค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการเก็บเกี่ยวไปจนถึงการขนส่งออกไปจากสวน เป็นการลดภาระของเกษตรกรในขั้นตอนการผลิตและการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวเริ่มตั้งแต่ การตัด รับประทาน นำมารวบรวมใส่เชิง ขนจากสวนไปยังสถานที่รวบรวมของเกษตรกร แยกกองทุเรียนตามเกรด (บางรายประเมินความสุข แป้ง น้ำตาลด้วย) ชั่งน้ำหนัก ขนใส่รถไปยังโรงคัดบรรจุ กล่าวได้ว่าเกษตรกรทำหน้าที่เป็นเพียงผู้ผลิตทุเรียนให้ได้คุณภาพตามมาตรฐาน GAP และตรวจสอบความถูกต้องของน้ำหนักทุเรียนตามที่ระบุในสัญญา และรับเงินตามที่ตกลงกันไว้โดยการโอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร

ผลกระทบทางลบ

(1) ราคาผลผลิตทุเรียนที่เกษตรกรขายได้ขึ้นอยู่กับโรงคัดบรรจุเป็นผู้กำหนดราคา โดยมีการกำหนดราคาจากตลาดปลายทาง คือจีน เนื่องจากผู้ส่งออกไทยเข้าไปทำการค้าที่จีนได้ค่อนข้างลำบาก และมีความยุ่งยาก มีเพียงพ่อค้าจีนที่สามารถทำตลาดได้ง่าย เนื่องจากมีเครือข่ายเป็นของตัวเอง และมีความได้เปรียบด้านกฎระเบียบการนำเข้าสินค้าจีน และการจำหน่ายให้กับคู่ค้าและผู้บริโภค

(2) การรับซื้อทุเรียนของโรงคัดบรรจุแบบประมูลราคา พบว่า มีการฮั้วกันกับผู้ซื้อรายอื่นเพื่อลดราคาซื้อจากเกษตรกรให้ถูกลง ทำให้เกษตรกรไม่ได้รับความเป็นธรรมในการขายทุเรียน และได้รับราคาจำหน่ายต่ำกว่าราคาตลาด

(3) การทำสัญญาซื้อขายทุเรียนพบความเสี่ยงต่อเกษตรกร ดังนี้

(3.1) กรณีที่แรงงานมีการตัดเหมาสวนรอบเดียว มีความเสี่ยงต่อการตัดทุเรียนอ่อนมาก เนื่องจากทุเรียนแต่ละลูกมีอายุการเก็บเกี่ยวไม่เท่ากัน แต่ผู้ประกอบการต้องการรวบรวมทุเรียนให้ได้มากที่สุดเพื่อตอบสนองความต้องการตลาดปลายทาง และเกษตรกรต้องการให้ทันกับราคาจำหน่ายในช่วงต้นฤดูการผลิต ซึ่งส่งผลต่อระบบตลาดจะทำให้มีปัญหาถูกกดราคาจากพ่อค้าตามมา

(3.2) กรณีตัดเหมาสวนแบบแบ่งตัดทุเรียนเป็นรอบๆ เกษตรกรมีความเสี่ยงที่ผู้รับซื้อจะทิ้งสวน/ทิ้งมัดจำ เนื่องจากรอบแรกผู้ประกอบการจะเลือกตัดทุเรียนเกรด AB ไปก่อน เหลือแต่ผลผลิตที่เกรดต่ำลงมาหรือตกไซส์ หากสถานการณ์ตลาดปลายทางไม่ดีและราคาทุเรียนตกต่ำ ผู้รับซื้อหรือโรงคัดบรรจุอาจจะทิ้งสวนและยอมเสียเงินมัดจำ เพื่อป้องกันการขาดทุน หรืออาจจะขายได้ราคาดีมีผลกำไรในรอบแรกไปแล้วส่งผลให้ผลผลิตที่เหลือของเกษตรกรเสียหาย จำหน่ายได้ช้าและได้ราคาถูก

(4) การเข้ามาดำเนินการของโรงคัดบรรจุจำนวนมาก ซึ่งบางรายเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ ไม่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจ เข้ามารับจ้างรวบรวมผลผลิตตามคำสั่งซื้อเป็นครั้งคราว ทำให้มีความไม่แน่นอนในการรับซื้อ โดยบางรายรวบรวมทุเรียนเพียงตู้คอนเทนเนอร์เดียวแล้วไม่ดำเนินการต่อไปอีก โรงคัดบรรจุประเภทนี้จะเข้ามาตัดทุเรียนเพียงรอบเดียว เลือกตัดเฉพาะทุเรียนเกรดดี ส่งผลกระทบบต่อเกษตรกรที่มีผลผลิตตกค้างในสวน

(5) เกษตรกรมีความเสี่ยงจากการผลิตในอนาคต เนื่องจากจีนเป็นผู้นำเข้าทุเรียนรายใหญ่จากไทยในปริมาณมากที่สุด แม้ว่าจำนวนโรงคัดบรรจุจะเพิ่มมากขึ้น และเกิดการแข่งขันราคาซึ่งเป็นผลดีกับเกษตรกร แต่หากไม่มีประเทศอื่นเข้ามาแข่งขัน จึงทำให้จีนเป็นตลาดหลักเดียวในการระบายผลผลิตจำนวนมากของเกษตรกรไทย หากในอนาคตตลาดจีนมีปัญหาจากสถานการณ์ตลาดไม่แน่นอน หรือรับซื้อทุเรียนจากประเทศอื่นที่มีราคาถูกกว่ามากขึ้น จะส่งผลกระทบต่อเกษตรกรในวงกว้าง

4.2.2 ผลกระทบต่อเศรษฐกิจทุเรียนไทย

สำหรับการวิเคราะห์ผลกระทบต่อเศรษฐกิจทุเรียนไทย ซึ่งเป็นข้อมูลที่ศึกษาเฉพาะในปี 2561 โดยเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลแบบไม่ต่อเนื่อง (Discrete) จึงเป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นในปีที่ศึกษาเท่านั้น การศึกษาครั้งนี้ใช้แนวคิดของส่วนเหลือการตลาดในการวิเคราะห์ส่วนต่างของราคา ซึ่งส่วนเหลือการตลาดประกอบด้วย ต้นทุนการตลาด และกำไร ซึ่งเมื่อนำกำไรสุทธิไปคูณกับปริมาณการส่งออกทุเรียนไปจีนทั้งหมด จะได้มูลค่าของกำไรสุทธิในการส่งออกทุเรียนของไทยไปจีน ซึ่งผลการประกอบธุรกิจจะแสดงถึงมูลค่าทางเศรษฐกิจของผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน ทั้งนี้ การศึกษาผลกระทบต่อเศรษฐกิจทุเรียนไทยจะพิจารณาเฉพาะมูลค่ากำไรสุทธิของโรงคัดบรรจุที่รับซื้อผลผลิตเท่านั้น เนื่องจากมีแนวโน้มของโรงคัดบรรจุต่างชาติเข้ามารับซื้อในปริมาณที่มากขึ้น โดยเฉพาะโรงคัดบรรจุของจีนที่เข้ามารับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรเพื่อส่งออกไปจีน จึงเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อผลกำไรของเกษตรกร โรงคัดบรรจุไทย และเศรษฐกิจทุเรียนไทย

สำหรับข้อมูลปริมาณการส่งออกทุเรียนสดของไทยไปจีนทั้งหมดในปี 2561 มาจากกรมศุลกากร โดยจะรวมปริมาณการส่งออกทุเรียนของไทยไปเวียดนามและฮ่องกงด้วย เนื่องจากเวียดนามและฮ่องกงนำเข้าทุเรียนจากไทยในปริมาณมาก เพื่อส่งออกต่อไปยังจีน (Re-Export) มากกว่าร้อยละ 90 สำหรับช่วงเวลาและปริมาณในการส่งออกทุเรียนของแต่ละภาคจะอ้างอิงตามสัดส่วนที่มีผลผลิตออกสู่ตลาด ได้แก่ ภาคตะวันออก ในช่วงเดือนมีนาคม - มิถุนายน 2561 มีปริมาณการส่งออกทั้งหมด 282,367,784 กิโลกรัม และภาคใต้ในช่วงเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ และเดือนกรกฎาคม - ธันวาคม 2561 มีปริมาณการส่งออกทุเรียนทั้งหมด 197,549,995 กิโลกรัม ผลการศึกษา ดังนี้

1) ส่วนเหลือการตลาด ต้นทุนการตลาด และกำไรของทุเรียนภาคตะวันออก ปี 2561

จากผลการศึกษาส่วนเหลือการตลาด ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนการตลาด และกำไร ซึ่งได้ทำการศึกษาในส่วนของเกษตรกรและโรงคัดบรรจุที่ไทย ส่วนพ่อค้าส่งและพ่อค้าปลีกที่จีนไม่ได้ทำการศึกษาเนื่องจากไม่สามารถเก็บข้อมูลของค่าใช้จ่ายได้ ดังแสดงในตารางที่ 4.4 ดังนี้

1.1) เกษตรกร พบว่า เกษตรกรจำหน่ายทุเรียนให้กับโรงคัดบรรจุเฉลี่ยกิโลกรัมละ 87.58 บาท คิดเป็นร้อยละ 66.67 ของราคาที่โรงคัดบรรจุได้รับจากการขายให้พ่อค้าส่งเจียงหนาน ขณะที่ต้นทุนการผลิต กิโลกรัมละ 12.88 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 9.80 ของราคาที่โรงคัดบรรจุขายได้ ทั้งนี้ เกษตรกรไม่มีต้นทุนค่าคัดเกรด และค่าขนส่งเพราะส่วนใหญ่เกษตรกรมีการขายผลผลิตแบบเหมาสวน ค่าใช้จ่ายเหล่านี้จึงเป็นของโรงคัดบรรจุ ดังนั้น เกษตรกรภาคตะวันออกมีกำไรสุทธิจากการจำหน่ายทุเรียนให้กับโรงคัดบรรจุกิโลกรัมละ 74.70 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 56.86 ของราคาที่โรงคัดบรรจุขายได้

1.2) โรงคัดบรรจุ พบว่า มีส่วนเหลือการตลาดในการจำหน่ายทุเรียนให้กับพ่อค้าส่งเจียงหนานกิโลกรัมละ 43.79 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.33 ของราคาที่โรงคัดบรรจุขายได้ โดยได้รับราคาจำหน่าย

กิโลกรัมละ 131.37 บาท ขณะที่ต้นทุนการตลาดกิโลกรัมละ 21.21 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.15 ของราคา
ที่โรงคัดบรรจุขายได้ ดังนั้น โรงคัดบรรจุมีกำไรสุทธิกิโลกรัมละ 22.58 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.19 ของราคา
ที่โรงคัดบรรจุขายได้ โดยในส่วนของต้นทุนการตลาดคิดเป็นค่าขนส่งมากที่สุดกิโลกรัมละ 13.58 บาท
รองลงมาเป็นค่าบริหารจัดการ และค่าแรงงานกิโลกรัมละ 5.80 บาท และค่าวัสดุอุปกรณ์ (ค่ากล่อง ค่าสติ๊กเกอร์
ค่าสายคาด เป็นต้น) กิโลกรัมละ 1.83 บาท

ตารางที่ 4.4 ส่วนเหลือและค่าใช้จ่ายทางการตลาดของการจำหน่ายทุเรียนสดภาคตะวันออก ปี 2561

หน่วย: บาท/กก.

รายการ	ราคา/ค่าใช้จ่าย	ร้อยละ
1. ต้นทุนการผลิตของเกษตรกร	12.88	9.80
2. ราคาทุเรียนที่เกษตรกรขายได้เกรดคณะเฉลี่ย ปี 2561	87.58	66.67
3. กำไรของเกษตรกร (2) - (1)	74.70	56.86
4. ต้นทุนการตลาดของโรงคัดบรรจุ	21.21	16.15
- บริหารจัดการ และค่าแรงงาน	5.80	4.42
- ค่าวัสดุอุปกรณ์ (ค่ากล่อง ค่าสติ๊กเกอร์ ค่าสายคาด เป็นต้น)	1.83	1.39
- ค่าขนส่งในการส่งออกจากไทยไปจีน (รวมถึงค่าระวางเรือ ค่าชิปปิ้ง)	13.58	10.34
5. ราคาเฉลี่ยที่โรงคัดบรรจุขายให้กับพ่อค้าส่งเจียงหนาน	131.37	100.00
6. กำไรของโรงคัดบรรจุ (5) - [(4) + (2)]	22.58	17.19
ส่วนเหลือการตลาดของโรงคัดบรรจุ (4) + (6)	43.79	33.33

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: ข้อมูลราคาที่เกษตรกรขายได้ และต้นทุนการผลิตจากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2561)

2) มูลค่าส่วนเหลือการตลาด ต้นทุนการตลาด และกำไรทั้งหมด

จากตารางที่ 4.4 เมื่อนำส่วนเหลือการตลาด ต้นทุนการตลาด และกำไรมาคูณกับปริมาณ
การส่งออกทุเรียนของภาคตะวันออกทั้งหมดปี 2561 ซึ่งมีปริมาณ 282,367,784 กิโลกรัม เพื่อวัดมูลค่า
ทางเศรษฐกิจในการส่งออกทุเรียน ดังแสดงในตารางที่ 4.5 ดังนี้

2.1) เกษตรกร พบว่า เกษตรกรจำหน่ายทุเรียนให้กับโรงคัดบรรจุเป็นเงิน 24,729.77 ล้านบาท
ขณะที่มีต้นทุนการผลิต 3,636.90 ล้านบาท ดังนั้น เกษตรกรมีกำไรสุทธิ 21,092.87 ล้านบาท

2.2) โรงคัดบรรจุ พบว่า มูลค่าส่วนเหลือการตลาดของโรงคัดบรรจุที่ได้จากการจำหน่าย
ทุเรียนให้กับพ่อค้าส่งเจียงหนาน 12,364.89 ล้านบาท โดยได้รับมูลค่าการจำหน่ายทุเรียนเฉลี่ยให้กับ
พ่อค้าส่งเจียงหนาน 37,094.66 ล้านบาท ขณะที่มีต้นทุนการตลาด 5,989.02 ล้านบาท ดังนั้น โรงคัดบรรจุ
ได้รับกำไรสุทธิเท่ากับ 6,375.86 ล้านบาท

ตารางที่ 4.5 มูลค่าส่วนเหลือและค่าใช้จ่ายทางการตลาดของการจำหน่ายทุเรียนสดภาคตะวันออก ปี 2561

หน่วย: ราคา/ค่าใช้จ่าย (บาท/กก.) มูลค่า (ล้านบาท)

รายการ	ราคา/ค่าใช้จ่าย	มูลค่า
1. ต้นทุนการผลิตของเกษตรกร	12.88	3,636.90
2. ราคาทุเรียนที่เกษตรกรขายได้เกรดคณะเฉลี่ย ปี 2561	87.58	24,729.77
3. กำไรของเกษตรกร (2) - (1)	74.70	21,092.87
4. ต้นทุนการตลาดของโรงคัดบรรจุ	21.21	5,989.02
- บริหารจัดการ และค่าแรงงาน	5.80	1,637.73
- ค่าวัสดุอุปกรณ์	1.83	516.73
- ค่าขนส่งในการส่งออกจากไทยไปจีน (รวมถึงค่าระวางเรือ ค่าชิปปิ้ง)	13.58	3,834.55
5. ราคาเฉลี่ยที่โรงคัดบรรจุขายให้กับพ่อค้าส่งเจียงหนาน	131.37	37,094.66
6. กำไรของโรงคัดบรรจุ (5) - [(4) + (2)]	22.58	6,375.86
ส่วนเหลือการตลาดของโรงคัดบรรจุ (4) + (6)	43.79	12,364.89

ที่มา: จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.5 สรุปได้ว่า เกษตรกรภาคตะวันออกมีกำไรสุทธิสูงกว่าโรงคัดบรรจุโลกรัมละ 74.70 บาท และมีต้นทุนต่ำกว่าโรงคัดบรรจุโลกรัมละ 8.33 บาท โดยมีมูลค่าของกำไรสุทธิทั้งหมด 21,092.87 ล้านบาท ขณะที่โรงคัดบรรจุมีมูลค่ากำไรสุทธิ 6,375.86 ล้านบาท ซึ่งจากผลการศึกษาที่ผ่านมา พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกผลไม้ของไทยทั้งประเภทบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลมีมากกว่าร้อยละ 90 ประเภทร่วมทุนกับต่างชาติ ประมาณร้อยละ 5 และเป็นผู้ประกอบการต่างชาติ (จีน) ประมาณร้อยละ 0.51 แต่จากการสำรวจข้อมูลในพื้นที่ พบว่า ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุมีแนวโน้มเป็นต่างชาติมากขึ้น โดยมีคนไทยเป็นผู้รวบรวม จัดหาผลผลิต และรับจ้างบรรจุภัณฑ์ให้กับผู้ส่งออกต่างชาติมากกว่าร้อยละ 80 ขณะที่เงินลงทุนในการบริหารจัดการภายในโรงคัดบรรจุและการจัดการด้านการส่งออกเป็นของจีน ดังนั้น จากมูลค่ากำไรสุทธิทั้งหมดของโรงคัดบรรจุภาคตะวันออกที่ได้รับมูลค่า 6,375.86 ล้านบาท หากนำมาพิจารณาส่วนแบ่งในการดำเนินธุรกิจหรือการจัดตั้งโรงคัดบรรจุ ซึ่งมีแนวโน้มเป็นของต่างชาติมากกว่าของไทยก็จะทำให้ส่วนแบ่งของมูลค่ากำไรสุทธิส่วนใหญ่เป็นของต่างชาติ ดังแสดงในตารางที่ 4.6 หากต่างชาติมีสัดส่วนการดำเนินธุรกิจร้อยละ 90 และไทยมีสัดส่วนร้อยละ 10 จะทำให้ต่างชาติมีส่วนแบ่งจากกำไรสุทธิคิดเป็น 5,738.28 ล้านบาท และไทยมีส่วนแบ่ง 637.59 ล้านบาท

หากแบ่งสัดส่วนการลงทุนตามกฎหมายของโรงคัดบรรจุไทยร้อยละ 51 และต่างชาติร้อยละ 49 พบว่า จะมีส่วนแบ่งของกำไรสุทธิใกล้เคียงกัน ดังนั้น จะเห็นได้ว่ายังมีการลงทุนในธุรกิจหรือมีจำนวนโรงคัดบรรจุของต่างชาติมากเท่าใดก็จะทำให้มีส่วนแบ่งของกำไรในการประกอบธุรกิจมากเท่านั้น และหากสามารถดำเนิน

ธุรกิจได้เองตลอดห่วงโซ่อุปทานยิ่งทำให้มีผลกำไรมากยิ่งขึ้น และถ้าโรคโควิดของประเทศไทยมีจำนวนลดลงไปเรื่อยๆ และเป็นเพียงผู้รับจ้างบรรจุภัณฑ์จะทำให้ไทยสูญเสียรายได้ในการส่งออกหรือการดำเนินธุรกิจด้วยตนเอง

ตารางที่ 4.6 ส่วนแบ่งกำไรจากการประกอบธุรกิจส่งออกทุเรียนของภาคตะวันออกทั้งหมด

หน่วย: ล้านบาท

เงินทุน/ จำนวนโรงคัดบรรจุ	ร้อยละ	ส่วนแบ่งมูลค่า ส่วนเหลือการตลาด	ส่วนแบ่งมูลค่า ต้นทุนการตลาด	ส่วนแบ่งมูลค่า กำไรโรงคัดบรรจุ
กรณีที่ 1	100	12,364.89	5,989.02	6,375.86
ต่างชาติ	90	11,128.40	5,390.12	5,738.28
ไทย	10	1,236.49	598.90	637.59
กรณีที่ 2	100	12,364.89	5,989.02	6,375.86
ต่างชาติ	80	9,891.91	4,791.22	5,100.69
ไทย	20	2,472.98	1,197.80	1,275.17
กรณีที่ 3	100	12,364.89	5,989.02	6,375.86
ต่างชาติ	70	8,655.42	4,192.31	4,463.11
ไทย	30	3,709.47	1,796.71	1,912.76
กรณีการลงทุน ตามกฎหมาย				
ต่างชาติ	49	6,306.09	3,054.40	3,251.69
ไทย	51	6,058.80	2,934.62	3,124.17

ที่มา: จากการคำนวณ

3) ส่วนเหลือการตลาด ต้นทุนการตลาด และกำไรของทุเรียนสดภาคใต้ ปี 2561

จากผลการศึกษาส่วนเหลือการตลาด ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนการตลาด และกำไรของผู้ที่เกี่ยวข้องในตลาด ดังแสดงในตารางที่ 4.7 ดังนี้

3.1) เกษตรกร พบว่า เกษตรกรจำหน่ายทุเรียนให้กับโรงคัดบรรจุเฉลี่ยกิโลกรัมละ 72.90 บาท คิดเป็นร้อยละ 66.67 ของราคาโรงคัดบรรจุได้รับจากการขายให้พ่อค้าส่งเจียงหนาน ขณะที่ต้นทุนการผลิตกิโลกรัมละ 17.98 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 16.44 ของราคาโรงคัดบรรจุขายได้ ทั้งนี้ เกษตรกรไม่มีต้นทุนค่าคัดเกรด และค่าขนส่งเพราะส่วนใหญ่เกษตรกรมีการขายผลผลิตแบบเหมาสวน ค่าใช้จ่ายเหล่านี้จึงเป็นของโรงคัดบรรจุ ดังนั้น เกษตรกรภาคใต้มีกำไรสุทธิจากการจำหน่ายทุเรียนให้กับโรงคัดบรรจุกิโลกรัมละ 54.92 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.22 ของราคาโรงคัดบรรจุขายได้

3.2) โรงคัดบรรจุ พบว่า มีส่วนเหลือการตลาดในการจำหน่ายทุเรียนให้กับพ่อค้าส่ง ณ ตลาดเจียงหนาน กิโลกรัมละ 36.45 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.33 ของราคาโรงคัดบรรจุขายได้ โดยได้รับ

ราคาจำหน่ายกิโลกรัมละ 109.35 บาท ขณะที่ต้นทุนการผลิตตลาดกิโลกรัมละ 22.32 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.41 ของราคาที่โรงคัดบรรจุขายได้ ดังนั้น โรงคัดบรรจุมีกำไรสุทธิกิโลกรัมละ 14.13 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.92 ของราคาที่โรงคัดบรรจุขายได้ โดยในส่วนของต้นทุนการผลิตคิดเป็นค่าขนส่งมากที่สุดกิโลกรัมละ 14.69 บาท รองลงมาเป็นค่าบริหารจัดการ และค่าแรงงาน กิโลกรัมละ 5.80 บาท และค่าวัสดุอุปกรณ์ (ค่ากล่อง ค่าสติ๊กเกอร์ ค่าสายคาด เป็นต้น) กิโลกรัมละ 1.83 บาท

ตารางที่ 4.7 ส่วนเหลือและค่าใช้จ่ายทางการตลาดของการจำหน่ายทุเรียนสดภาคใต้ ปี 2561

หน่วย: บาท/กก.

รายการ	ราคา/ค่าใช้จ่าย	ร้อยละ
1. ต้นทุนการผลิตของเกษตรกร	17.98	16.44
2. ราคาทุเรียนที่เกษตรกรขายได้เกรดคละเฉลี่ย ปี 2561	72.90	66.67
3. กำไรของเกษตรกร (2) - (1)	54.92	50.22
4. ต้นทุนการตลาดของโรงคัดบรรจุ	22.32	20.41
- บริหารจัดการ และค่าแรงงาน	5.80	5.30
- ค่าวัสดุอุปกรณ์	1.83	1.67
- ค่าขนส่งในการส่งออกจากไทยไปจีน (รวมถึงค่าระวางเรือ ค่าชิปปิ้ง)	14.69	13.43
5. ราคาเฉลี่ยที่โรงคัดบรรจุขายให้กับพ่อค้าส่งเจียงหนาน	109.35	16.44
6. กำไรของโรงคัดบรรจุ (5) - [(4) + (2)]	14.13	12.92
ส่วนเหลือการตลาดของโรงคัดบรรจุ (4) + (6)	36.45	33.33

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: ข้อมูลราคาที่เกษตรกรขายได้ และต้นทุนการผลิตจากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2561)

4) มูลค่าส่วนเหลือการตลาด ต้นทุนการตลาด และกำไรทั้งหมด

จากตารางที่ 4.7 เมื่อนำส่วนเหลือการตลาด ต้นทุนการตลาด และกำไรมาคูณกับปริมาณการส่งออกทุเรียนไปจีนของภาคใต้ทั้งหมดปี 2561 ซึ่งมีปริมาณ 197,549,995 กิโลกรัม เพื่อวัดมูลค่าทางเศรษฐกิจในการส่งออกทุเรียน ดังแสดงในตารางที่ 4.8 ดังนี้

4.1) เกษตรกร พบว่า เกษตรกรจำหน่ายทุเรียนให้กับโรงคัดบรรจุเป็นเงิน 14,401.39 ล้านบาท ขณะที่ต้นทุนการผลิต 3,551.95 ล้านบาท ดังนั้น เกษตรกรมีกำไรสุทธิ 10,849.45 ล้านบาท

4.2) โรงคัดบรรจุ พบว่า มูลค่าส่วนเหลือการตลาดของโรงคัดบรรจุที่ได้จากการจำหน่ายทุเรียนให้กับพ่อค้าส่งเจียงหนาน 7,200.70 ล้านบาท โดยได้รับมูลค่าการจำหน่ายทุเรียนให้กับพ่อค้าส่งเจียงหนาน 21,602.09 ล้านบาท ขณะที่ต้นทุนการตลาด 4,409.32 ล้านบาท ดังนั้น โรงคัดบรรจุได้รับกำไรสุทธิเท่ากับ 2,791.38 ล้านบาท

ตารางที่ 4.8 มูลค่าส่วนเหลือและค่าใช้จ่ายทางการตลาดของการจำหน่ายทุเรียนสดภาคใต้ ปี 2561

หน่วย: ราคา/ค่าใช้จ่าย (บาท/กก.) มูลค่า (ล้านบาท)

รายการ	ราคา/ค่าใช้จ่าย	มูลค่า
1. ต้นทุนการผลิตของเกษตรกร	17.98	3,551.95
2. ราคาทุเรียนที่เกษตรกรขายได้เกรดเฉลี่ย ปี 2561	72.90	14,401.39
3. กำไรของเกษตรกร (2) - (1)	54.92	10,849.45
4. ต้นทุนการตลาดของโรงคัดบรรจุ	22.32	4,409.32
- บริหารจัดการ และค่าแรงงาน	5.80	1,145.79
- ค่าวัสดุอุปกรณ์	1.83	361.52
- ค่าขนส่งในการส่งออกจากไทยไปจีน (รวมถึงค่าระวางเรือ ค่าชิปปิ้ง)	14.69	2,902.01
5. ราคาเฉลี่ยที่โรงคัดบรรจุ ได้รับจากการขายส่ง ณ ตลาดเจียงหนาน	109.35	21,602.09
6. กำไรของโรงคัดบรรจุ (5) - [(4) + (2)]	14.13	2,791.38
ส่วนเหลือการตลาดของโรงคัดบรรจุ (4) + (6)	36.45	7,200.70

ที่มา: จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.8 สรุปได้ว่า เกษตรกรภาคใต้มีกำไรสุทธิสูงกว่าโรงคัดบรรจุโลกรัมละ 40.79 บาท และมีต้นทุนต่ำกว่าโรงคัดบรรจุโลกรัมละ 4.34 บาท โดยมีมูลค่าของกำไรสุทธิทั้งหมด 10,849.45 ล้านบาท ขณะที่โรงคัดบรรจุมีมูลค่ากำไรสุทธิ 2,791.38 ล้านบาท หากนำมาพิจารณาส่วนแบ่งในการดำเนินธุรกิจหรือการรับซื้อของโรงคัดบรรจุซึ่งมีแนวโน้มเป็นของต่างชาติมากกว่าของไทย ก็จะทำให้ส่วนแบ่งของมูลค่ากำไรสุทธิส่วนใหญ่เป็นของต่างชาติ ดังแสดงในตารางที่ 4.9 หากต่างชาติมีสัดส่วนการดำเนินธุรกิจร้อยละ 90 และไทยมีสัดส่วนร้อยละ 10 จะทำให้ต่างชาติมีส่วนแบ่งจากกำไรสุทธิคิดเป็น 2,512.24 ล้านบาท และไทยมีส่วนแบ่ง 279.14 ล้านบาท

หากแบ่งสัดส่วนการลงทุนตามกฎหมายของโรงคัดบรรจุไทยร้อยละ 51 และต่างชาติร้อยละ 49 พบว่า จะมีส่วนแบ่งของกำไรสุทธิใกล้เคียงกัน ดังนั้น จะเห็นได้ว่ายังมีการลงทุนในธุรกิจหรือมีจำนวนโรงคัดบรรจุของต่างชาติมากเท่าใดก็จะทำให้มีส่วนแบ่งของกำไรในการประกอบธุรกิจมากเท่านั้น และหากสามารถดำเนินธุรกิจได้เองตลอดห่วงโซ่อุปทานยิ่งทำให้มีผลกำไรมากยิ่งขึ้น และถ้าโรงคัดบรรจุของไทยมีจำนวนลดลงไปเรื่อยๆ และเป็นเพียงผู้รับจ้างบรรจุภัณฑ์จะทำให้ไทยสูญเสียรายได้ในการส่งออกหรือขาดโอกาสในการดำเนินธุรกิจด้วยตนเอง

ตารางที่ 4.9 ส่วนแบ่งกำไรจากการประกอบธุรกิจส่งออกทุเรียนของภาคใต้ทั้งหมด

หน่วย: ล้านบาท

ทุน/ จำนวนโรงคัดบรรจุ	ร้อยละ	ส่วนแบ่งมูลค่า ส่วนเหลือจากการตลาด	ส่วนแบ่งมูลค่า ต้นทุนการตลาด	ส่วนแบ่งมูลค่า กำไรของโรงคัดบรรจุ
กรณีที่ 1	100	7,200.70	4,409.32	2,791.38
ต่างชาติ	90	6,480.63	3,968.38	2,512.24
ไทย	10	720.07	440.93	279.14
กรณีที่ 2	100	7,200.70	4,409.32	2,791.38
ต่างชาติ	80	5,760.56	3,527.45	2,233.11
ไทย	20	1,440.14	881.86	558.28
กรณีที่ 3	100	7,200.70	4,409.32	2,791.38
ต่างชาติ	70	5,040.49	3,086.52	1,953.97
ไทย	30	2,160.21	1,322.79	837.41
กรณีการลงทุน ตามกฎหมาย				
ต่างชาติ	49	3,672.36	2,248.75	1,423.60
ไทย	51	3,528.34	2,160.57	1,367.78

ที่มา: จากการคำนวณ

6) ผลประกอบการหรือมูลค่ากำไรสุทธิในการประกอบธุรกิจทุเรียนปี 2561

จากผลการประกอบธุรกิจทุเรียนของเกษตรกรและโรงคัดบรรจุได้สร้างมูลค่าของกำไรสุทธิทั้งหมด 41,109.56 ล้านบาท แบ่งเป็น ภาคตะวันออกมีมูลค่า 27,468.73 ล้านบาท และภาคใต้มีมูลค่า 13,640.83 ล้านบาท ซึ่งจะเห็นว่ามูลค่าของกำไรสุทธิของภาคตะวันออกจะมากกว่าภาคใต้ เนื่องจากมีปริมาณผลผลิตที่มากกว่า และจำหน่ายได้ราคาสูงกว่า แสดงถึงคุณภาพของผลผลิตและความต้องการของตลาด โดยมูลค่ากำไรสุทธิของเกษตรกรและโรงคัดบรรจุยังคงมากกว่ามูลค่าของต้นทุนการผลิต โดยเกษตรกรภาคตะวันออกมีมูลค่าของกำไรสุทธิมากกว่าต้นทุน 5.80 เท่า ขณะที่เกษตรกรภาคใต้มีมูลค่าของกำไรสุทธิมากกว่าต้นทุน 3.05 เท่า และเมื่อเทียบสัดส่วนของมูลค่ากำไรสุทธิต่อต้นทุนระหว่างเกษตรกรกับโรงคัดบรรจุ พบว่า เกษตรกรยังคงได้รับกำไรสุทธิต่อต้นทุนมากกว่าโรงคัดบรรจุ เนื่องจากโรงคัดบรรจุมีการรับซื้อแบบเหมาสวน จึงทำให้มีค่าใช้จ่ายเพิ่มในด้านแรงงานการเก็บเกี่ยว การคัดเกรด และการขนส่งผลผลิตจากสวนมายังโรงคัดบรรจุ ดังนั้น เกษตรกรจึงยังไม่ได้รับผลกระทบจากการกดราคาจำหน่ายของโรงคัดบรรจุจากปริมาณผลผลิตที่เพิ่มขึ้น ซึ่งแสดงถึงความต้องการของตลาดปลายทางที่เพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.10 มูลค่าและกำไรสุทธิในการประกอบธุรกิจทุเรียน

หน่วย: ล้านบาท

ผู้เกี่ยวข้อง	มูลค่าส่งออก	มูลค่าต้นทุน การตลาด	มูลค่า กำไรสุทธิ	ร้อยละของมูลค่า กำไรสุทธิต่อ ต้นทุน
ทุเรียนภาคตะวันออก				
1. เกษตรกร	24,729.77	3,636.90	21,092.87	579.97
2. โรงคัดบรรจุ	37,094.66	5,989.02	6,375.86	106.46
รวมภาคตะวันออก	61,824.43	9,625.92	27,468.73	285.36
ทุเรียนภาคใต้				
1. เกษตรกร	14,401.39	3,551.95	10,849.45	305.45
2. โรงคัดบรรจุ	21,602.09	4,409.32	2,791.38	63.31
รวมภาคใต้	36,003.48	7,961.27	13,640.83	171.34
รวมทั้งหมด (2 ภาค)	97,827.91	17,587.19	41,109.56	233.75

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: 1. มูลค่าของกำไรทั้งหมดคิดรวมเฉพาะเกษตรกร และโรงคัดบรรจุ

2. ส่วนพ่อค้าปลีกไม่สามารถคำนวณได้ เนื่องจากไม่สามารถเก็บข้อมูลต้นทุนการตลาดได้

อย่างไรก็ตาม เมื่อวิเคราะห์มูลค่ากำไรสุทธิของโรงคัดบรรจุไทยที่ดำเนินการรับจ้างบรรจุภัณฑ์หรือ Packing ให้กับโรงคัดบรรจุอื่นๆ ทั้งของไทยและจีน จากการสำรวจข้อมูล พบว่า มีกำไรจากการรับจ้างบรรจุภัณฑ์หลังหักต้นทุนแล้วก็โลกรั้มีละ 1 - 1.50 บาท เมื่อนำมาคำนวณกับปริมาณการส่งออกทุเรียนทั้งหมด พบว่า มีมูลค่าของกำไรสุทธิประมาณ 480 – 720 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5.24 – 7.85 ของมูลค่ากำไรสุทธิทั้งหมดของโรงคัดบรรจุ (9,167.24 ล้านบาท) แสดงให้เห็นว่า โรงคัดบรรจุไทยที่รับจ้างบรรจุภัณฑ์มีสัดส่วนของผลกำไรสุทธิที่น้อยมากเมื่อเทียบกับมูลค่าของกำไรสุทธิทั้งหมดที่ส่วนใหญ่แล้วเป็นการลงทุนของผู้ประกอบการจีนมากกว่าไทย ดังแสดงในตารางที่ 4.11

นอกจากนี้ กำไรสุทธิต่อหน่วยของโรงคัดบรรจุภาคตะวันออกยังมากกว่าภาคใต้ เนื่องจากราคาที่จำหน่ายได้แตกต่างกัน ซึ่งจากการสอบถามข้อมูลจากโรงคัดบรรจุ/ผู้ส่งออกที่รับซื้อทุเรียน พบว่า ช่วงที่ผลผลิตภาคตะวันออกออกสู่ตลาดเป็นช่วงต้นฤดูกาล ซึ่งเป็นช่วงที่ตลาดมีความต้องการมากประกอบกับผลผลิตมีคุณภาพดีตามความต้องการของตลาด และมีระยะทางการขนส่งใกล้กว่าภาคใต้ จึงทำให้ได้รับราคาจำหน่ายสูงและต้นทุนต่ำกว่า ขณะที่ภาคใต้เป็นผลผลิตช่วงกลางฤดูกาลในการส่งออก พบปัญหาด้านคุณภาพ เช่น ปัญหาไส้ซึ่ม และหนอนเจาะทุเรียน เป็นต้น และจากลักษณะภูมิประเทศที่เป็นเชิงเขา ทำให้การดูแลจัดการสวนค่อนข้างลำบาก จึงส่งผลให้มีปัญหาด้านคุณภาพและราคา รวมทั้งผลผลิตภาคใต้ออกสู่ตลาดพร้อมกับทุเรียนของเวียดนาม จึงทำให้ราคาผันผวนและไม่แน่นอน

ตารางที่ 4.11 มูลค่ากำไรสุทธิของโรงคัดบรรจุทุเรียนแยกรายภาคและโรงคัดบรรจุที่รับจ้างบรรจุภัณฑ์ (Packing)

รายการ	ปริมาณส่งออกทั้งหมด (กก.)	กำไรสุทธิต่อหน่วย (กก.)	มูลค่ากำไรสุทธิ (ล้านบาท)
โรงคัดบรรจุภาคตะวันออก	282,367,784	22.58	6,375.86
โรงคัดบรรจุภาคใต้	197,549,995	14.13	2,791.38
รวมภาคตะวันออกและภาคใต้	479,917,779	-	9,167.24
โรงคัดบรรจุ (รับจ้าง Packing)	479,917,779	1 - 1.50	480 - 720
สัดส่วนมูลค่ากำไรสุทธิของการรับจ้าง Packing เทียบกับมูลค่ากำไรสุทธิทั้งหมดของโรงคัดบรรจุ (ร้อยละ)			
5.24 – 7.85			

ที่มา: จากการคำนวณ

7) สรุปผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทุเรียนที่มีต่อระบบเศรษฐกิจทุเรียนไทย
ผลกระทบด้านบวก

(1) การดำเนินธุรกิจทุเรียนของโรงคัดบรรจุเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดจีนได้ส่งผลให้การส่งออกทุเรียนของไทยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 40 ในช่วงปี 2550 – 2555 เป็นร้อยละ 70 ในช่วงปี 2556 – 2561 และมีปริมาณเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

(2) การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทุเรียนได้สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ทำให้เกษตรกรและโรงคัดบรรจุมีกำไรสุทธิจากการส่งออกทุเรียนรวมมูลค่า 41,109.56 ล้านบาท ช่วยเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรไทย และเกิดการจ้างงานแม้ว่าแรงงานส่วนใหญ่จะเป็นแรงงานต่างด้าวมากกว่าไทย นอกจากนี้ เงินได้หรือผลกำไรของผู้ประกอบการต่างชาติดำเนินธุรกิจต้องเสียภาษีตามประมวลรัษฎากร โดยให้เสียภาษีเงินได้นิติบุคคลจากกำไรสุทธิในอัตราร้อยละ 30 รวมทั้งเสียภาษีมูลค่าเพิ่มอีกร้อยละ 7 และหากมีการจำหน่ายเงินกำไรออกไปจากประเทศไทยแล้ว ก็ยังต้องเสียภาษีอีกร้อยละ 10

(3) การมีโรงคัดบรรจุเข้ามารับซื้อผลผลิตจำนวนมากเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดปลายทาง ส่งผลให้มีการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ ตู้ส่งออกสินค้า และเส้นทางการขนส่งเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการและผู้บริโภค นอกจากนี้ ยังช่วยเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการ ซึ่งจากอดีต การส่งออกและกระจายสินค้าในจีนส่วนใหญ่ผ่านระบบตลาดค้าส่งค้าปลีกขนาดใหญ่ ก่อนที่จะกระจายไปมณฑลต่างๆ แต่ปัจจุบันผู้บริโภคสามารถสั่งซื้อทุเรียนและส่งออกผ่านระบบตลาดออนไลน์ได้ด้วย

ผลกระทบด้านลบ

(1) ส่วนแบ่งของมูลค่ากำไรสุทธิในการประกอบธุรกิจ ส่วนใหญ่เป็นของผู้ประกอบการต่างชาติมากกว่าของไทย เนื่องจากมีเงินทุนสามารถรับซื้อได้ในปริมาณที่มากกว่าพ่อค้าไทย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพียงผู้จัดหาหรือรวบรวมผลผลิต และรับจ้างบรรจุภัณฑ์ จึงทำให้มีรายได้ในส่วนของการรับจ้างรวบรวมผลผลิต

และบรรจุภัณฑ์น้อยมากประมาณร้อยละ 5.24 - 7.85 เมื่อเทียบกับการประกอบธุรกิจของโรงคัดบรรจุทั้งหมดหรือดำเนินธุรกิจได้เองตลอดห่วงโซ่อุปทาน

(2) ระบบตลาดเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต โดยปริมาณผลผลิตส่วนใหญ่ส่งเข้าโรงคัดบรรจุ ซึ่งมีแนวโน้มเป็นการรับซื้อของผู้ประกอบการต่างชาติมากขึ้น โดยมีคนไทยทำหน้าที่ในการติดต่อสื่อสารหรือเป็นนายหน้าติดต่อรับซื้อกับเกษตรกรไทยโดยตรง จึงทำให้คนไทยส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าคนกลางทำหน้าที่ติดต่อสวนต่อรองราคา รวบรวมทุเรียนเพื่อคัดบรรจุ และจัดการก่อนการส่งออก โดยมีผู้ประกอบการจีนเป็นผู้ให้เงินทุนและบริหารจัดการที่ตลาดจีน

(3) ปัจจุบันพ่อค้าจีนได้เรียนรู้และปรับตัวในการดำเนินธุรกิจด้วยการเริ่มบริหารจัดการภายในโรงคัดบรรจุด้วยตัวเอง การไปติดต่อกับกลุ่มเอง และเริ่มส่งคนมาจัดการดูแลเกือบทั้งระบบมากขึ้น สะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการจีนเริ่มเข้ามามีบทบาทในการดำเนินธุรกิจที่ไทยมากขึ้น และสามารถดำเนินธุรกิจตั้งแต่การผลิตจนถึงการส่งออกได้ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ขณะที่พ่อค้าไทยได้ปรับบทบาทจากผู้ส่งออก/ผู้ขายมาเป็นผู้รับจ้างบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านเงินทุนหมุนเวียนและการไปทำตลาดเองที่จีน

4.3 แนวโน้มจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทุเรียนที่มีต่อเศรษฐกิจทุเรียนไทย

สำหรับการศึกษาแนวโน้มจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทุเรียนที่มีต่อเศรษฐกิจทุเรียนไทย จะใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเพื่อพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้าทุเรียนไทยของจีน โดยใช้สมการถดถอย (Regression Analysis) และใช้รูปแบบสมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อหาปัจจัยที่ทำให้จีนมีการนำเข้าทุเรียนจากไทย การพยากรณ์แนวโน้มการนำเข้าทุเรียนไทยของจีน และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศจีนต่อหัว ในอีก 5 ปีข้างหน้า (ปี 2562 – 2566) รวมถึงการวิเคราะห์การส่งผ่านราคาในตลาดแต่ละระดับ เพื่อวัดประสิทธิภาพในการส่งผ่านราคาและการแข่งขันของตลาด ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการเข้ามารับซื้อของโรงคัดบรรจุและการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการในอนาคต ผลการศึกษา ดังนี้

4.3.1 การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้าทุเรียนไทยของจีน

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการนำเข้าทุเรียนไทยของจีน จากรูปแบบของสมการอุปสงค์การนำเข้าทุเรียนไทยของจีน โดยกำหนดตัวแปรตาม ได้แก่ ปริมาณนำเข้าทุเรียนไทยของจีน และตัวแปรอิสระที่จะนำมาทดสอบในแบบจำลอง ได้แก่ ราคานำเข้าทุเรียนไทย ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจีนต่อหัวหรือต่อจำนวนประชากร และอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทต่อเงินดอลลาร์สหรัฐ

$$CNQIM = f(CNPIM, GDPCAP, EXCUS)$$

โดยที่ CNQIM = ปริมาณการนำเข้าทุเรียนไทยของจีน (ตัน)

CNPIM = ราคานำเข้าทุเรียนของจีน (ดอลลาร์สหรัฐ/ตัน)

GDPCAP = ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจีนต่อหัว (หยวน/คน)

EXCUS = อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทต่อเงินดอลลาร์สหรัฐ

(บาท/ดอลลาร์สหรัฐ)

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ ได้ทำการทดสอบแบบจำลอง เพื่อหาแบบจำลองที่เหมาะสม แต่พบว่า ตัวแปรผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวส่งผลกระทบต่อปริมาณการนำเข้าทุเรียนไทยของจีนเพียงปัจจัยเดียว ขณะที่ปัจจัยด้านราคา และอัตราแลกเปลี่ยนพบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยไม่ส่งผลต่อการนำเข้าทุเรียนไทยของจีน นอกจากนี้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของแบบจำลองไม่พบการเกิดปัญหาของปัญหาค่าความคลาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์กัน (Autocorrelation) ปัญหาตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity) และปัญหาความแปรปรวนมีค่าไม่คงที่ (Heteroscedasticity) โดยสมการเป็นดังนี้ (ภาคผนวกที่ 1)

$$\ln\text{CNQIM} = -0.3928 - 0.2605 \ln\text{CNPIM} + 1.1867 \ln\text{GDPCAP} + 1.2948 \ln\text{EXUS} \quad \dots (1)$$

(t = -1.022^{ns}) (t = 5.303^{***}) (t = 5.290^{ns})

Dw. = 1.68 F = 0.000

R² = 93.62% Adj R² = 92.14%

จากผลการวิเคราะห์ในสมการที่ (1) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการนำเข้าทุเรียนไทยของจีน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจีนต่อหัว (หยวน/คน) หรือต่อจำนวนประชากร (lnGDPCAP) เป็นปัจจัยเดียว จึงได้ทำการตัดตัวแปรอื่นๆ ออก และทดสอบสมการใหม่ ดังนี้

$$\ln\text{CNQIM} = 1.930 + 0.985 \ln\text{GDPCAP} \quad \dots (2)$$

(t = 13.984^{***})

Dw. = 1.65 F = 0.000

R² = 92.88% Adj R² = 92.40%

จากผลการวิเคราะห์ในสมการที่ (2) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการนำเข้าทุเรียนไทยของจีน (lnCNQIM) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจีนต่อหัว (หยวน/คน) หรือต่อจำนวนประชากร (lnGDPCAP) เป็นปัจจัยเดียวที่ส่งผลต่อการนำเข้าทุเรียนของจีน อธิบายได้ว่า หากผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจีนต่อหัวเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะส่งผลให้จีนมีการนำเข้าทุเรียนจากไทยเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 0.985 ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ดังนั้น จึงสะท้อนให้เห็นว่า หากเศรษฐกิจของจีนหรือรายได้ของคนจีนเพิ่มขึ้นก็จะส่งผลต่อการนำเข้าทุเรียนไทยให้เพิ่มขึ้นตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการทุเรียนของผู้บริโภคจีนที่มีความต้องการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากผลการทดสอบสมการไม่พบปัญหาที่เกิดขึ้น

สำหรับการพยากรณ์ปริมาณการนำเข้าทุเรียนไทยของจีนในอีก 5 ปีข้างหน้า (ปี 2562 – 2566) ซึ่งจากสมการที่ (2) ได้นำมาพยากรณ์ปริมาณการนำเข้าทุเรียนไทยของจีนและผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศจีนต่อหัวต่อในอีก 5 ปี ข้างหน้า พบว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศจีนต่อหัวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ส่งผลให้ปริมาณการนำเข้าทุเรียนไทยของจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ตามความต้องการของผู้บริโภคในตลาดจีน ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากกระแสความนิยมในการบริโภค และการพัฒนาช่องทางจำหน่าย

และโลจิสติกส์ในการขนส่งของเงินที่สามารถขยายตลาดทุเรียนไปยังมณฑลต่างๆ ได้มากขึ้น จึงทำให้มีการนำเข้าทุเรียนไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยผลการพยากรณ์ดังแสดงในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 การพยากรณ์การนำเข้าทุเรียนไทยของจีนและผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศจีนต่อหัว ในอีก 5 ปีข้างหน้า (ปี 2562 – 2566)

ปี	ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศจีนต่อหัว (หยวน/ปี/คน)	ปริมาณการนำเข้าทุเรียนไทยของจีน (ตัน)
2562	70,624.77	411,639.70
2563	75,247.20	437,967.31
2564	79,869.63	464,294.92
2565	84,492.06	490,622.53
2566	89,114.49	516,950.14

ที่มา: จากการคำนวณ

4.3.3 การวิเคราะห์การส่งผ่านราคา

เป็นการหาความสัมพันธ์ของราคาในตลาดแต่ละระดับ ประกอบด้วย ราคาที่เกษตรกรขายได้ในแหล่งผลิต (PF) ราคาขายส่งที่ตลาดเจียงหนาน (PW) และราคาขายปลีกที่ห้างสรรพสินค้า ณ นครกว่างโจว (PR) โดยการกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์ของราคาในตลาดหนึ่งกับราคาของตลาดอีกระดับหนึ่ง ด้วยแบบจำลองสมการถดถอยเชิงเดี่ยวอย่างง่าย (Simple Regression Model) และประมาณค่าสัมประสิทธิ์ด้วยวิธี OLS และนำค่าสัมประสิทธิ์ที่ประมาณได้มาหาค่าความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคา (Elasticity of Price Transmission) โดยมีรูปแบบความสัมพันธ์ของราคาในตลาดแต่ละระดับ ดังนี้

$$PF = a + bPW \quad \dots (3)$$

$$PW = c + dPR \quad \dots (4)$$

สำหรับการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการส่งผ่านราคา จะพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคาจากตลาดระดับหนึ่งไปยังตลาดอีกระดับหนึ่ง โดยสินค้าเกษตรส่วนใหญ่ค่าความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคามีค่ามากกว่า 0 และน้อยกว่า 1 ซึ่งค่าความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคาเป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพทางราคาและโครงสร้างตลาด หากค่าความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคามีค่าเท่ากับ 1 แสดงว่าประสิทธิภาพทางราคาสูงที่สุด ถ้ามีโครงสร้างตลาดแข่งขันลดลง และมีค่าเท่ากับ 0 แสดงว่า มีประสิทธิภาพทางราคาต่ำที่สุด และโครงสร้างตลาดไม่มีการแข่งขัน

จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ ได้ผลการคำนวณ ดังนี้ (ภาคผนวกที่ 2)

1) ความสัมพันธ์ระหว่างราคาที่ใช้เกษตรกรขายได้ (PF) กับราคาขายส่งที่ตลาดเจียงหนาน (PW)

$$\ln PF = 1.1424 + 0.619 \ln PW + AR(1) \quad \dots (5)$$

$$(t = 6.538^{***})$$

$$Dw. = 2.55 \quad F = 0.000$$

$$R^2 = 85\% \quad Adj R^2 = 84.73\%$$

จากสมการที่ (5) สรุปได้ว่า ราคาที่ใช้เกษตรกรขายได้ (PF) มีความสัมพันธ์กับราคาขายส่งที่ตลาดเจียงหนาน (PW) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้เป็นค่าความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคา มีค่าเท่ากับ 0.619 อธิบายได้ว่า ถ้าราคาขายส่งเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้ราคาทุเรียนที่เกษตรกรขายได้เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 0.619 ในทิศทางที่เพิ่มขึ้น จะเห็นได้ว่า ค่าความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคามีค่าใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่า ตลาดมีประสิทธิภาพในการส่งผ่านราคาของตลาดขายส่งไปยังราคาที่ใช้เกษตรกรขายได้ค่อนข้างดีและตลาดมีการแข่งขันกันสูง นอกจากนี้ ได้ทดสอบปัญหาในการประมาณค่า พบว่าเกิดปัญหา Autocorrelation ในแบบจำลองดังกล่าว โดยจากการคำนวณได้พบปัญหาค่าความคลาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์กันอันดับที่ 1 (First Order Autocorrelation) จึงได้ทำการแก้ปัญหาด้วยการเพิ่มตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปรล่า (Lag Variable) หรือ AR (1) เข้าไปในแบบจำลอง

2) ความสัมพันธ์ระหว่างราคาขายส่งที่ตลาดเจียงหนาน (PW) กับราคาขายปลีกที่ห้างสรรพสินค้า ณ นครกว่างโจว (PR)

$$\ln PW = 0.120 + 0.880 \ln PR + AR(1) \quad \dots (6)$$

$$(t = 12.163^{***})$$

$$Dw. = 2.11 \quad F = 0.000$$

$$R^2 = 78\% \quad Adj R^2 = 77.70\%$$

จากสมการที่ (6) สรุปได้ว่า ราคาที่ใช้เกษตรกรขายส่งที่ตลาดเจียงหนาน (PW) มีความสัมพันธ์กับราคาขายปลีกที่ห้างสรรพสินค้า ณ นครกว่างโจว (PR) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้เป็นค่าความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคา มีค่าเท่ากับ 0.880 อธิบายได้ว่า ถ้าราคาขายปลีกเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้ราคาขายส่งเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 0.880 ในทิศทางที่เพิ่มขึ้น จะเห็นได้ว่า ค่าความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคามีค่าใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่า ตลาดมีประสิทธิภาพในการส่งผ่านราคาของตลาดขายปลีกไปยังตลาดขายส่งได้สูงมาก และตลาดมีการแข่งขันกันสูง นอกจากนี้ ได้ทดสอบปัญหาในการประมาณค่า พบว่าเกิดปัญหา Autocorrelation ในแบบจำลองดังกล่าว โดยจากการคำนวณได้พบปัญหาค่าความคลาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์กันอันดับที่ 1 (First Order Autocorrelation) จึงได้ทำการแก้ปัญหาด้วยการเพิ่มตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปรล่า (Lag Variable) หรือ AR (1) เข้าไปในแบบจำลอง

3) ความสัมพันธ์ระหว่างราคาที่เกษตรกรขายได้ (PF) กับราคาขายปลีกที่ห้างสรรพสินค้า ณ นครกว่างโจว (PR)

จากความสัมพันธ์ของราคาในสมการที่ (3) และสมการที่ (4) สามารถนำมาหาความสัมพันธ์ของราคาที่เกษตรกรขายได้ (PF) กับราคาขายปลีกที่ห้างสรรพสินค้า ณ นครกว่างโจว (PR) ได้ในรูปแบบของสมการลดรูป (Reduce Form) ดังนี้

$$PF = a + bPW$$

$$PW = c + dPR$$

$$PF = a + b(c + dPR)$$

$$= a + bc + bdPR$$

$$PF = ((a/b) + c) + dPR$$

$$PF = A + dPR$$

จากการวิเคราะห์การส่งผ่านราคาในสมการที่ (5) และสมการที่ (6) ที่ผ่านมา ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของสมการ ดังนี้

$$\ln PF = 1.142 + 0.619 \ln PW + AR(1)$$

$$\ln PW = 0.120 + 0.880 \ln PR + AR(1)$$

$$\text{โดยกำหนดให้ } a = 1.142 \quad b = 0.619$$

$$c = 0.120 \quad d = 0.880$$

เมื่อนำค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้มาแทนค่าในสมการลดรูป ซึ่งอยู่ในรูปลอการิทึม (Logarithm) ได้แก่

$$\ln PF = A + d \ln PR$$

ดังนั้น สมการการส่งผ่านราคาระหว่างราคาที่เกษตรกรขายได้ (PF) และราคาขายปลีกที่ห้างสรรพสินค้า ณ นครกว่างโจว (PR) เป็นดังนี้

$$\ln PF = 1.965 + 0.880 \ln PR \quad \dots (7)$$

จากสมการที่ (7) อธิบายได้ว่า ราคาขายปลีกที่ห้างสรรพสินค้า ณ นครกว่างโจว (PR) มีความสัมพันธ์กับราคาที่เกษตรกรขายได้ (PF) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้เป็นค่าความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคา มีค่าเท่ากับ 0.880 อธิบายได้ว่า ถ้าราคาขายปลีกเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้ราคาที่เกษตรกรขายได้เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 0.880 ในทิศทางที่เพิ่มขึ้น จะเห็นได้ว่า ค่าความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคามีค่าใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่า ตลาดมีประสิทธิภาพในการส่งผ่านราคาของตลาดขายปลีกไปยังเกษตรกรได้สูงมาก โดยตลาดขายปลีกส่งผ่านราคาไปยังตลาดขายส่งได้เท่าใดก็สามารถส่งผ่านราคาไปถึงเกษตรกรได้เท่ากันและตลาดยังมีการแข่งขันกันสูง

4.3.4 สรุปแนวโน้มจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทุเรียนที่มีต่อเศรษฐกิจทุเรียนไทย

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้าทุเรียนไทยของจีน พบว่า การนำเข้าของจีนขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจีนต่อหัวหรือรายได้ของประชากร โดยที่ราคาไม่ส่งผลต่อการนำเข้า แต่เน้นนำเข้าตามความต้องการของตลาด หากรายได้ต่อหัวของจีนเพิ่มขึ้นจะยิ่งทำให้มีความต้องการบริโภคทุเรียนมากขึ้น หากผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจีนต่อหัวเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะส่งผลให้จีนมีการนำเข้าทุเรียนจากไทยเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 0.985 ในทิศทางที่เพิ่มขึ้น จึงคาดว่าแนวโน้มในการเข้ามาดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทุเรียนหรือโรงคัดบรรจุในอนาคตจะยิ่งมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดปลายทาง โดยเฉพาะผู้ประกอบการจีน เนื่องจากมีความคล่องตัวในการทำตลาดปลายทาง ซึ่งเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้มีจำนวนของโรงคัดบรรจุเข้ามารับซื้อทุเรียนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และมีผู้ประกอบการไทยเป็นผู้จัดหาผลผลิตรับจ้างบรรจุภัณฑ์และบริหารจัดการก่อนการส่งออก ขณะที่เงินทุนและการจัดการที่ตลาดปลายทางเป็นของต่างชาติหรือของจีน สำหรับการพยากรณ์ปริมาณการนำเข้าทุเรียนไทยของจีนในอนาคตอีก 5 ปีข้างหน้า (ปี 2562 - 2566) พบว่า มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจีนต่อหัวที่เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน ส่วนผลการวิเคราะห์การส่งผ่านราคา พบว่า ตลาดขายส่งสามารถส่งผ่านราคามาถึงเกษตรกรได้ถึงร้อยละ 0.619 และการส่งผ่านราคาระหว่างตลาดขายปลีกมายังตลาดขายส่งสูงถึงร้อยละ 0.880 นอกจากนี้ การส่งผ่านราคาจากตลาดขายปลีกมายังเกษตรกรได้ร้อยละ 0.880 แสดงให้เห็นว่า ตลาดขายปลีกส่งผ่านราคามาให้ตลาดขายส่งได้เท่าใดก็สามารถส่งผ่านราคามาให้เกษตรกรได้เท่านั้น ถือได้ว่าตลาดมีประสิทธิภาพในการส่งผ่านราคาและยังเกิดการแข่งขันในตลาดมาก ซึ่งยังคงสอดคล้องกับความเป็นจริงที่ความต้องการของตลาดปลายทางเพิ่มขึ้นทำให้ราคาขายทุเรียนที่ปลายทางสูงขึ้น ส่งผลให้มีการกำหนดราคารับซื้อที่ต้นทางสูงขึ้นด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตามในการศึกษาครั้งนี้ไม่ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของตลาดในการกำหนดราคา จึงยังไม่สามารถบอกได้ว่าตลาดไหนมีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาเหนือกว่ากัน จึงควรทำการศึกษาในโอกาสต่อไป เพื่อทราบอิทธิพลของตลาดในการกำหนดราคาจะทำให้ผลการศึกษาชัดเจนยิ่งขึ้นและเป็นประโยชน์ในการกำหนดนโยบาย

4.4 ปัญหา อุปสรรคที่มีผลกระทบต่อผู้ประกอบการทุเรียนและเกษตรกรไทย

4.4.1 ข้อค้นพบจากผลการศึกษาที่ส่งผลกระทบจากการทำธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีต่อเกษตรกรและเศรษฐกิจทุเรียนไทย

1) เกษตรกร

(1) เกษตรกรที่จำหน่ายทุเรียนแบบคละเกรด หรือเกรดรวม ได้รับราคาจำหน่ายต่ำกว่าการแยกเกรดคุณภาพ ทำให้เกษตรกรสูญเสียโอกาสทางด้านราคาและรายได้ที่จะได้มากขึ้น

(2) ราคาจำหน่ายทุเรียนของเกษตรกรขึ้นอยู่กับคุณภาพของผลผลิต หากมีทุเรียนอ่อน ออกสู่ตลาดหรือทุเรียนด้อยคุณภาพ เช่น มีโรคแมลง ส่งผลให้เกษตรกรจำหน่ายได้ราคาถูก และอาจถูกกดราคาจากผู้รับซื้อ

(3) การรับซื้อทุเรียนของโรงคัดบรรจุแบบประมูลราคา พบว่า มีการฮั้วกันของผู้รับซื้อ ทำให้เกษตรกรถูกกดราคาให้ต่ำกว่าราคาตลาด

(4) การทำสัญญาซื้อขายทุเรียนแบบเหมาสวนรอบเดียวพบความเสี่ยงที่จะตัดทุเรียนอ่อน ออกสู่ตลาด และการทำสัญญาเหมาสวนแบบแบ่งตัดทุเรียนเป็นรอบๆ เกษตรกรมีความเสี่ยงที่ผู้รับซื้อจะทิ้งสวน/ทิ้งมัดจำ หากสถานการณ์ตลาดปลายทางไม่ดีและราคาทุเรียนตกต่ำ

(5) การเข้ามาดำเนินการของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุรายใหม่ที่ไม่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจ และเข้ามารับจ้างรวบรวมผลผลิตตามคำสั่งซื้อเป็นครั้งคราวหรือรอบเดียว ทำให้มีความไม่แน่นอนในการรับซื้อ จะเลือกตัดเฉพาะทุเรียนเกรดดี ส่งผลกระทบต่อเกษตรกรที่มีผลผลิตตกค้างในสวน

2) โรงคัดบรรจุ

(1) ระบบตลาดเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต โดยปริมาณผลผลิตทุเรียนส่วนใหญ่ส่งขายให้กับผู้ประกอบการต่างชาติ (พ่อค้าจีน) โดยผ่านการรวบรวมและการบริหารจัดการของโรงคัดบรรจุไทย ถึงแม้จากข้อมูลการประกอบธุรกิจจะพบว่า ผู้ประกอบการหรือจำนวนโรงคัดบรรจุของต่างชาติจะมีจำนวนน้อยกว่าโรงคัดบรรจุไทยแต่เงินทุนส่วนใหญ่เป็นของต่างชาติในการลงทุนและค้าขายที่ตลาดจีน ซึ่งไม่สามารถดำเนินการรับซื้อติดต่อสื่อสารกับเกษตรกรไทยได้โดยตรง จึงจ้างตัวแทนหรือพ่อค้าไทยเป็นคนกลางในการทำหน้าที่ติดต่อสวนต่อรองราคา รวบรวมทุเรียน คัดบรรจุ และจัดการก่อนการส่งออกให้กับผู้ส่งออกต่างชาติตามคำสั่งซื้อของตลาดปลายทาง

(2) ส่วนแบ่งของมูลค่ากำไรสุทธิในการประกอบธุรกิจ ส่วนใหญ่เป็นของผู้ประกอบการต่างชาติที่มีเงินทุนรับซื้อทุเรียนมากกว่าไทย และการดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่พ่อค้าไทยเป็นเพียงผู้ทำหน้าที่แทนในการจัดหาผลผลิต และรับจ้างบรรจุภัณฑ์ ซึ่งทำให้มีรายได้ในส่วนนี้น้อยมากประมาณร้อยละ 5.24 – 7.85 เมื่อเทียบกับการประกอบธุรกิจของโรงคัดบรรจุทั้งหมดหรือดำเนินธุรกิจได้เองตลอดห่วงโซ่อุปทาน

(3) ปัจจุบันพ่อค้าจีนได้เรียนรู้และปรับตัวในการดำเนินธุรกิจด้วยการเริ่มบริหารจัดการภายในโรงคัดบรรจุด้วยตัวเอง การไปติดต่อสวนกับลำเอง และเริ่มส่งคนมาจัดการดูแลเกือบทั้งระบบมากขึ้น สะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการจีนเริ่มเข้ามามีบทบาทในการดำเนินธุรกิจที่ไทยมากขึ้น และสามารถดำเนินธุรกิจตั้งแต่การผลิตจนถึงการส่งออกได้ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ขณะที่พ่อค้าไทยได้ปรับบทบาทจากผู้ส่งออก/ผู้ขายมาเป็นผู้รับจ้าง เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านเงินทุนหมุนเวียนและการไปทำตลาดเองที่จีน จึงช่วยดูดซับปริมาณผลผลิตจากเกษตรกรได้น้อยกว่าพ่อค้าจีน

4.4.2 ปัญหาอุปสรรคที่พบจากการศึกษาข้อมูลในพื้นที่

จากการศึกษายังพบว่ามีปัญหา อุปสรรค และความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในการผลิตของเกษตรกรจนถึงขั้นตอนการดำเนินงานในโรงคัดบรรจุในพื้นที่ ซึ่งส่งผลกระทบต่อส่งออกทุเรียนของไทย ดังต่อไปนี้

1) เกษตรกร

1.1) การผลิต

(1) การตรวจพบสารเคมี โรคและแมลงทุเรียนของไทยเกินค่ามาตรฐานที่จีนกำหนด และได้มีการแจ้งเตือนเป็นระยะๆ ส่งผลให้จีนมีการตรวจสอบคุณภาพทุเรียนนำเข้าอย่างเข้มงวด และได้แจ้งมายังไทย โดยกำหนดให้ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2562 เป็นต้นไป สวนทุเรียนที่ปลูกเพื่อส่งออกไปยังจีนต้องขึ้นทะเบียนและได้รับมาตรฐาน GAP เพื่อความสะดวกในการตรวจสอบย้อนกลับ

(2) การประกาศและแจ้งเตือนเกษตรกรในการขึ้นทะเบียนรับรองกระบวนการผลิต GAP มีความกระชั้นชิดทำให้ดำเนินการไม่ทัน เนื่องจากมีเกษตรกรจำนวนมากมาขอตรวจรับรองพร้อมกัน และเจ้าหน้าที่มีไม่เพียงพอในการดำเนินการ

1.2) การตลาด

(1) เกษตรกรขาดข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด เช่น ช่วงต้นฤดูกาลทุเรียนจะมีราคาสูง ผู้ส่งออกนำแรงงานมาตัดทุเรียน และเร่งรวบรวมทุเรียนให้มากที่สุดเพื่อทำการตลาดให้สินค้าเต็มตู้และส่งออกได้ ทำให้การตรวจสอบคุณภาพไม่ทั่วถึง และมีการตัดทุเรียนที่ยังไม่ได้อายุการเก็บเกี่ยว เมื่อไปถึงปลายทางทุเรียนจึงถูกตีกลับ เนื่องจากเป็นทุเรียนอ่อน ก่อให้เกิดปัญหาราคาทุเรียนตกต่ำ และการกดราคารับซื้อทุเรียนจากเกษตรกรในรอบต่อไป ส่งผลกระทบต่อมูลค่าทางเศรษฐกิจและความเชื่อมั่นของทุเรียนไทย

(2) โรงคัดบรรจุทั้งหมด ไม่มาตัดทุเรียนตามสัญญา เนื่องจากราคาส่งตลาดต่ำกว่าช่วงที่ตกลงไว้หรือความไม่แน่นอนของสถานการณ์ตลาดปลายทาง ทำให้โรงคัดบรรจุมาตัดทุเรียนรอบแรกรอบเดียว โดยเลือกตัดเฉพาะผลที่สมบูรณ์ไป การตัดทุเรียนในรอบต่อไปปล่อยให้เกษตรกรยึดเงินมัดจำและหาตลาดจำหน่ายเอง หรือชะลอการตัดทุเรียน เพื่อจะได้กดราคารับซื้อทุเรียนให้ต่ำลง ผลผลิตเสียหายและต้องจำหน่ายในราคาต่ำลงมา

2) โรงคัดบรรจุ

2.1) มาตรฐานและขั้นตอนการตรวจทุเรียนเพื่อการส่งออก

(1) โรงคัดบรรจุบางแห่งขอรับรองมาตรฐาน GMP ไม่ทัน เนื่องจากระยะเวลาที่ได้รับแจ้งกระชั้นชิดในช่วงที่ต้องมีการส่งออก

(2) เจ้าหน้าที่ตรวจรับรองมาตรฐาน GMP ของโรงคัดบรรจุและเจ้าหน้าที่ตรวจรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate: PC) ก่อนการส่งออกไม่เพียงพอ ทำให้เกิดความล่าช้าในการส่งออก สูญเสียโอกาสทางการตลาด

(3) จีนปรับโครงสร้างระบบราชการใหม่ โดยใช้ระบบ Single Window ทำให้ระบบยังไม่เสถียร เกิดความล่าช้า และกระจุกตัวของรถนำเข้าสินค้า ส่งผลต่อการตีตู้กลับมารับสินค้าล่าช้า เกิดการสูญเสียทางการค้า สินค้าเน่าเสีย รวมถึงตู้คอนเทนเนอร์ตีกลับมาไทยล่าช้าและไม่เพียงพอต่อปริมาณผลผลิตที่จะส่งออก ทำให้ผู้ส่งออกรับซื้อน้อยลง หรือชะลอการรับซื้อ ส่งผลต่อราคาเกษตรกรขายได้

2.2) แรงงาน

(1) ขั้นตอนการนำเข้าแรงงานของโรงคัดบรรจุมีความยุ่งยาก และล่าช้า มีต้นทุนสูง

(2) โรงคัดบรรจุ ขาดแคลนแรงงานช่วงผลผลิตออกสู่ตลาดมาก เกิดการแย่งชิงแรงงาน ทำให้โรงคัดบรรจุบางแห่งไม่สามารถเปิดรับซื้อผลผลิตได้ต่อเนื่อง ทำให้มีผลผลิตสะสม ต้องลดปริมาณการรับซื้อ ส่งผลกระทบต่อการส่งออกและราคาเกษตรกรขายได้

3) คู่แข่งทางการค้า

จากความนิยมของทุเรียนไทยในตลาดจีน ทำให้ประเทศเพื่อนบ้านปลูกทุเรียนมากขึ้น ได้แก่ พม่า ลาว กัมพูชา เวียดนาม และมาเลเซีย โดยเฉพาะมาเลเซียที่มีนโยบายเชิงรุกระดับประเทศ โปรโมท/ประชาสัมพันธ์ทุเรียน “มูซังคิง” ราคาระดับพรีเมียม เป็นกระแสดึงดูดผู้บริโภค และมีการเจรจาระหว่างภาครัฐ ในการส่งออกทุเรียนจากมาเลเซียไปจีน เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2562 ศุลกากรแห่งชาติจีนประกาศอนุญาต การนำเข้าทุเรียนสดทั้งลูกแบบแช่แข็งจากมาเลเซีย ทำให้มาเลเซียเป็นประเทศที่ 2 ที่มีการส่งออกทุเรียนทั้งลูก ไปจีน เนื่องจากที่ผ่านมามีไทยเป็นประเทศเดียวที่ส่งออกทุเรียนทั้งลูกไปจีนได้ ส่วนมาเลเซียส่งไปขายได้เฉพาะ ทุเรียนแช่แข็ง จะเห็นได้ว่า ในอนาคตประเทศเพื่อนบ้านมีแนวโน้มสูงในการแย่งส่วนแบ่งตลาดของทุเรียนไทย

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป

5.1.1 ห่วงโซ่อุปทาน ห่วงโซ่คุณค่า และรูปแบบการดำเนินการของการประกอบธุรกิจทุเรียน

จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจทุเรียนที่สำคัญประกอบด้วย เกษตรกร ทำหน้าที่ในการผลิตทุเรียนคุณภาพ โดยราคาขึ้นอยู่กับคุณภาพของผลผลิต โดยรูปแบบการขายทุเรียนของเกษตรกรในปัจจุบันได้เปลี่ยนไปตามความต้องการของตลาด ผลผลิตทุเรียนส่วนใหญ่ขายให้กับโรงคัดบรรจุ และบางส่วนขายให้กับพ่อค้าคนกลาง นายหน้า คนโบกรถทุเรียน แผงรับซื้อ Modern Trade การขายตรง และการขายออนไลน์ สำหรับโรงคัดบรรจุเป็นผู้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร โดยจำนวนโรงคัดบรรจุทุเรียนที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP ในการส่งออกไปจีนที่ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกและภาคใต้ มีจำนวนทั้งสิ้น 676 ราย เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา 1.19 เท่า แบ่งเป็นภาคตะวันออกจำนวน 384 ราย และภาคใต้จำนวน 292 ราย เนื่องจากจีนได้เพิ่มความเข้มงวดในการตรวจสอบการนำเข้าผลไม้จากไทยมากขึ้น สำหรับการดำเนินธุรกิจและบริหารจัดการของโรงคัดบรรจุมี 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) โรงคัดบรรจุของจีน 2) โรงคัดบรรจุของไทย และ 3) โรงคัดบรรจุของไทยร่วมทุนกับจีน ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบการร่วมทุนกัน ทั้งนี้ เงินทุนหมุนเวียนและการบริหารจัดการภายในโรงคัดบรรจุเป็นผู้ประกอบการจีน ส่วนไทยเป็นผู้ดำเนินการจัดหาผลผลิต/คัดบรรจุ/เตรียมการก่อนการส่งออก ตามแผนการคำสั่งซื้อของคู่ค้าตลาดปลายทาง โดยขนาดของโรงคัดบรรจุมีทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็กตามปริมาณผลผลิตที่ส่งออก ซึ่งจากผลการศึกษา พบว่า โรงคัดบรรจุของไทย ประมาณร้อยละ 90 มีขนาดเล็กและขนาดกลาง และผู้ประกอบการจีน เริ่มเข้ามามีบทบาทในกระบวนการผลิต ตั้งแต่การไปติดต่อสวนเพื่อทำสัญญาซื้อทุเรียนกับเกษตรกรด้วยตนเองกับลำรถ โดยอาจจะไม่ผ่านคนกลางหรือนายหน้า และส่งคนมาบริหารจัดการเองตั้งแต่ต้นทางจนถึงตลาดปลายทาง ดังนั้น เกษตรกรจึงเป็นผู้ผลิตทุเรียนคุณภาพที่สำคัญ ส่วนโรงคัดบรรจุเป็นผู้ดูดซับผลผลิตรายใหญ่ในห่วงโซ่อุปทานและระบายผลผลิตออกนอกประเทศ โดยมีตลาดจีนเป็นตลาดหลักในการบริโภคทุเรียน

สำหรับการศึกษาภายใต้กิจกรรมห่วงโซ่คุณค่า พบว่า คุณภาพผลผลิตของเกษตรกร การบริหารจัดการทุเรียนและความรวดเร็วในการจัดการที่ปลายทางในโรงคัดบรรจุจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิต เนื่องจากทุเรียนเป็นไม้ผลผลิตที่เน่าเสียง่าย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อราคาจำหน่ายที่ตลาดปลายทาง โดยกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าแบ่งเป็นกิจกรรมหลัก (Primary Activities) ในการจัดหาผลผลิต การดำเนินการภายในโรงคัดบรรจุ ก่อนการส่งออก การตลาดและการจำหน่าย และการบริการ สำหรับกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการจัดหาปัจจัยการผลิต วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ภายในโรงคัดบรรจุ การพัฒนาเทคโนโลยี การจัดการด้านแรงงาน และโครงสร้างพื้นฐานภายในโรงคัดบรรจุที่ต้องมีความพร้อมและเพียงพอในการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมหลักและการส่งออก

5.1.2 ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทุเรียนที่มีต่อเกษตรกร

จากผลการศึกษาพบว่า การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทุเรียนที่มีต่อเกษตรกรทั้งภาคตะวันออกและภาคใต้ ได้ส่งผลดีต่อเกษตรกรและมีความพึงพอใจทั้งในแง่ของราคาที่เกษตรกรขายได้และรายได้ที่เกษตรกรได้รับ ซึ่งการมีโรงคัดบรรจุเข้ามารับซื้อผลผลิตทุเรียนในพื้นที่เป็นจำนวนมากส่งผลให้เกษตรกรมีทางเลือกในการขายผลผลิตได้มากขึ้นและสะดวกขึ้น มีตลาดรับซื้อที่แน่นอน เกษตรกรมีการปรับตัวในการผลิตทุเรียนคุณภาพเพื่อการส่งออก มีการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาด้านการผลิต และรูปแบบการขาย รวมทั้งเป็นผู้เลือกตลาดด้วยตัวเอง ซึ่งจากความต้องการของตลาดจีนที่มีมากกว่าปริมาณผลผลิตของไทยในปัจจุบัน ทำให้โรงคัดบรรจุแข่งขันการรับซื้อผลผลิตมากขึ้น จึงส่งผลให้ราคาที่เกษตรกรขายได้ กำไรสุทธิ และรายได้สุทธิของเกษตรกรในช่วงปี 2556 – 2561 เพิ่มขึ้นจากช่วงปี 2550 – 2555 มากกว่าหนึ่งเท่าตัว ซึ่งในช่วงปี 2556 – 2561 เป็นช่วงที่มีโรงคัดบรรจุเข้ามาตั้งจุดรับซื้อทุเรียนในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี และจังหวัดชุมพรมากกว่า 100 ราย โดยเกษตรกรในภาคตะวันออกมีกำไรสุทธิต่อกิโลกรัมมากกว่าภาคใต้ เนื่องจากมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าจากการบริหารจัดการสวนที่ดี ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพและผลผลิตมีคุณภาพตรงตามความต้องการของตลาด ส่งผลให้ราคาจำหน่ายเพิ่มขึ้นตามไปด้วย เมื่อพิจารณาการขายทุเรียนของเกษตรกรตามคุณภาพหรือการคัดแยกเกรด โดยเฉพาะเกรดส่งออก AB จะทำให้เกษตรกรได้รับราคาและกำไรสุทธิมากกว่าการขายคละเกรด ซึ่งเกษตรกรภาคตะวันออกจะได้รับราคาและกำไรสุทธิสูงกว่าภาคใต้ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการขายเหมาสวนหรือการนำผลผลิตไปขายเองที่โรงคัดบรรจุ ซึ่งแสดงถึงคุณภาพและความเอาใจใส่ในการบำรุงรักษาทุเรียนเน้นการผลิตเพื่อให้ได้มาตรฐานการส่งออก และมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิต ส่วนเกษตรกรภาคใต้ส่วนมากเป็นเกษตรกรรายย่อยและมีการนำผลผลิตไปขายเองมากกว่าทางภาคตะวันออก

สำหรับผลกระทบด้านลบ พบว่า ราคาที่เกษตรกรขายได้ถูกกำหนดมาจากตลาดปลายทางและการรับซื้อทุเรียนแบบการประมูลยังพบปัญหาการฮั้วกันของผู้รับซื้อ สำหรับการทำสัญญาซื้อขายของเกษตรกรกับโรงคัดบรรจุ เสี่ยงต่อการตัดทุเรียนอ่อนออกสู่ตลาด โดยเฉพาะการทำสัญญาเหมาสวนรอบเดียว นอกจากนี้การทำสัญญาเหมาสวนหลายรอบก็เสี่ยงต่อการทิ้งสวนของโรงคัดบรรจุ หากสถานการณ์ราคาในตลาดปลายทางไม่ดีรวมทั้ง การเข้ามารับซื้อของผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาซื้อเป็นครั้งคราว ทำให้ไม่มีความแน่นอน และเลือกตัดเฉพาะทุเรียนเกรดดีไปก่อน

5.1.3 ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทุเรียนที่มีต่อเศรษฐกิจทุเรียนไทย

1) ส่วนเหลือการตลาดและมูลค่าของกำไรสุทธิทั้งหมด ผลการวิเคราะห์ส่วนเหลือการตลาดของการส่งออกทุเรียน ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนการตลาดและกำไร พบว่า โรงคัดบรรจุภาคตะวันออก มีส่วนเหลือการตลาดกิโลกรัมละ 43.79 บาท แบ่งเป็น ต้นทุนการตลาดกิโลกรัมละ 21.21 บาท และกำไรสุทธิกิโลกรัมละ 22.58 บาท สำหรับโรงคัดบรรจุภาคใต้ มีส่วนเหลือการตลาดกิโลกรัมละ 36.45 บาท แบ่งเป็นต้นทุนการตลาดกิโลกรัมละ 22.32 บาท และกำไรสุทธิกิโลกรัมละ 14.13 บาท และเมื่อนำมาวิเคราะห์ผลกระทบต่อเศรษฐกิจทุเรียนไทยเฉพาะในส่วนของโรงคัดบรรจุภาคตะวันออกและภาคใต้ พบว่า การประกอบธุรกิจส่งออกทุเรียนมีมูลค่าของกำไรสุทธิทั้งหมด 9,167 ล้านบาท แบ่งเป็นของภาคตะวันออกมีมูลค่า 6,376 ล้านบาท และภาคใต้มีมูลค่า 2,791 ล้านบาท

2) **สัดส่วนของกำไรสุทธิจากการประกอบธุรกิจทุเรียน** จากผลการศึกษาที่ผ่านมา พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกผลไม้ของไทยทั้งประเภทบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลมีมากกว่าร้อยละ 90 ประเภทร่วมทุนกับต่างชาติประมาณร้อยละ 5 และเป็นผู้ประกอบการต่างชาติ (จีน) ประมาณร้อยละ 0.51 แต่จากการสำรวจข้อมูลในพื้นที่ พบว่า ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุมีแนวโน้มเป็นต่างชาติมากขึ้น โดยดำเนินธุรกิจในรูปแบบร่วมทุนกันระหว่างไทยกับต่างชาติ ซึ่งมีคนไทยเป็นผู้รวบรวม จัดหาผลผลิต และรับจ้างบรรจุภัณฑ์ให้กับผู้ส่งออกต่างชาติ ขณะที่เงินลงทุนในการรับซื้อผลผลิต การบริหารจัดการภายในโรงคัดบรรจุ และการจัดการด้านการส่งออกเป็นของจีน ดังนั้น จากมูลค่ากำไรสุทธิทั้งหมดของโรงคัดบรรจุภาคตะวันออกและภาคใต้ที่ได้รับ หากนำมาพิจารณาส่วนแบ่งของผลกำไรสุทธิในการดำเนินธุรกิจมีแนวโน้มเป็นของต่างชาติมากกว่าของไทย เนื่องจากต่างชาติมีปริมาณการรับซื้อมากกว่าไทย จึงทำให้ส่วนแบ่งของมูลค่ากำไรสุทธิส่วนใหญ่เป็นของต่างชาติ จะเห็นได้ว่ายังมีการลงทุนในธุรกิจหรือมีการรับซื้อของโรงคัดบรรจุต่างชาติมากเท่าใดก็จะทำให้มีส่วนแบ่งของกำไรในการประกอบธุรกิจมากเท่านั้น และหากสามารถดำเนินธุรกิจได้เองตลอดห่วงโซ่อุปทานยิ่งทำให้มีผลกำไรมากยิ่งขึ้น และถ้าโรงคัดบรรจุของไทยมีจำนวนลดลงไปเรื่อยๆ และเป็นเพียงผู้รับจ้างบรรจุภัณฑ์จะทำให้ไทยสูญเสียรายได้ในการส่งออกหรือการดำเนินธุรกิจด้วยตนเอง

3) **ผลประกอบการหรือมูลค่ากำไรสุทธิในการประกอบธุรกิจทุเรียนปี 2561** จากผลการประกอบธุรกิจทุเรียนของเกษตรกรและโรงคัดบรรจุได้สร้างมูลค่าของกำไรสุทธิทั้งหมด 41,109.56 ล้านบาท แบ่งเป็นภาคตะวันออกมีมูลค่า 27,468.73 ล้านบาท และภาคใต้มีมูลค่า 13,640.83 ล้านบาท ซึ่งจะเห็นว่ามูลค่าของกำไรสุทธิของภาคตะวันออกจะมากกว่าภาคใต้ เนื่องจากมีปริมาณผลผลิตที่มากกว่า และจำหน่ายได้ราคาสูงกว่า โดยเกษตรกรภาคตะวันออกมีมูลค่าของกำไรสุทธิมากกว่าต้นทุน 5.80 เท่า ขณะที่เกษตรกรภาคใต้มีมูลค่าของกำไรสุทธิมากกว่าต้นทุน 3.05 เท่า และเมื่อเทียบสัดส่วนของมูลค่ากำไรสุทธิต่อต้นทุนระหว่างเกษตรกรกับโรงคัดบรรจุ พบว่าเกษตรกรยังคงได้รับกำไรสุทธิต่อต้นทุนมากกว่าโรงคัดบรรจุ เนื่องจากโรงคัดบรรจุมีการรับซื้อแบบเหมาสวนจึงทำให้มีค่าใช้จ่ายเพิ่มในด้านแรงงานการเก็บเกี่ยว การคัดเกรด และการขนส่งรวมถึงค่าใช้จ่ายด้านการตลาด ดังนั้น เกษตรกรจึงยังไม่ได้รับผลกระทบจากการกดราคาจำหน่ายของโรงคัดบรรจุจากการรับซื้อ

เมื่อวิเคราะห์มูลค่ากำไรสุทธิของโรงคัดบรรจุไทยที่ดำเนินการรับจ้างบรรจุภัณฑ์ หรือ Packing พบว่า มีกำไรสุทธิจากการรับจ้างบรรจุภัณฑ์หลังหักต้นทุนแล้วมูลค่า 480 – 720 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5.24 – 7.85 ของมูลค่ากำไรสุทธิรวมทั้งหมดของโรงคัดบรรจุ (9,167 ล้านบาท) ที่ได้รับจากการส่งออกทั้งภาคตะวันออกและภาคใต้ ซึ่งน้อยมากเมื่อเทียบกับมูลค่าของกำไรสุทธิทั้งหมด ทั้งนี้ การเข้าไปดำเนินธุรกิจที่เงินด้วยตัวเองของผู้ประกอบการไทยยังทำได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากกฎระเบียบการค้าและมีเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอการค้าขายในตลาดจีนส่วนใหญ่จึงเป็นระบบฝากขาย (Consignment) ขณะที่ผู้ประกอบการจีนสามารถทำการตลาดได้ง่ายกว่า มีคู่ค้า หน้าร้านของตนเอง รวมทั้งมีเงินทุนเพียงพอที่จะสามารถดำเนินธุรกิจได้ตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด

5.1.4 แนวโน้มจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทุเรียนที่มีต่อเศรษฐกิจทุเรียนไทย

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้าทุเรียนไทยของจีน พบว่า การนำเข้าของจีนขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจีนต่อหัวหรือรายได้ของประชากร โดยที่ราคานำเข้าไม่ได้ส่งผลแต่เน้นนำเข้าตามความต้องการของตลาด หากรายได้ต่อหัวของจีนเพิ่มขึ้นจะยิ่งทำให้มีความต้องการบริโภคทุเรียนมากขึ้น อธิบายได้ว่า หากผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจีนต่อหัวเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะส่งผลให้จีนมีการนำเข้าทุเรียนจากไทยเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 0.985 ในทิศทางที่เพิ่มขึ้น จึงคาดว่าแนวโน้มในการเข้ามาดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทุเรียนหรือโรงคัดบรรจุในอนาคตจะยิ่งมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดปลายทาง โดยเฉพาะผู้ประกอบการจีน เนื่องจากมีความคล่องตัวในการทำตลาดปลายทาง ซึ่งเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้มีจำนวนโรงคัดบรรจุของจีนเข้ามาสั่งซื้อทุเรียนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ขณะที่ผู้ประกอบการไทยเป็นผู้จัดหาผลผลิตรับจ้างบรรจุภัณฑ์และบริหารจัดการก่อนการส่งออก โดยเงินทุนและการจัดการที่ตลาดปลายทางเป็นของต่างชาติหรือของจีน สำหรับการพยากรณ์ปริมาณการนำเข้าทุเรียนไทยของจีนในอีก 5 ปีข้างหน้า (ปี 2562 - 2566) พบว่า มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจีนต่อหัวที่เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน ส่วนผลการวิเคราะห์การส่งผ่านราคา พบว่า ตลาดขายส่งสามารถส่งผ่านราคามาถึงเกษตรกรได้ถึงร้อยละ 0.619 และการส่งผ่านราคาระหว่างตลาดขายปลีกมายังตลาดขายส่งสูงถึงร้อยละ 0.880 นอกจากนี้ การส่งผ่านราคาจากตลาดขายปลีกมายังเกษตรกรได้ร้อยละ 0.880 แสดงให้เห็นว่า ตลาดขายปลีกส่งผ่านราคามาถึงตลาดขายส่งได้เท่าใดก็สามารถส่งผ่านราคามาให้เกษตรกรได้เท่านั้น ซึ่งในความเป็นจริงหากความต้องการของตลาดปลายทางเพิ่มขึ้น จะทำให้ราคาขายทุเรียนที่ปลายทางสูงขึ้น ส่งผลให้มีการกำหนดราคารับซื้อที่ต้นทางสูงขึ้นด้วยเช่นกัน ถือได้ว่าตลาดมีประสิทธิภาพในการส่งผ่านราคาและยังเกิดการแข่งขันในตลาดมาก อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาครั้งนี้ไม่ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของตลาดในการกำหนดราคา จึงยังไม่สามารถบอกได้ว่าตลาดไหนมีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาเหนือกว่ากัน จึงควรทำการศึกษาในโอกาสต่อไป เพื่อทราบอิทธิพลของตลาดในการกำหนดราคาจะทำให้ผลการศึกษชัดเจนยิ่งขึ้นและเป็นประโยชน์ในการกำหนดนโยบาย

5.2 ข้อเสนอแนะ

แนวทางในแก้ปัญหาและลดอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อเกษตรกรไทยและโรงคัดบรรจุตลอดจนการลดความเสี่ยงของเกษตรกร เพื่อให้ระบบการบริหารจัดการทุเรียนทั้งภาคการผลิตและภาคธุรกิจเป็นไปอย่างยั่งยืน มีดังนี้

5.2.1 เกษตรกร

1) เกษตรกรควรปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต และคุณภาพของผลผลิตให้ได้มาตรฐานตามกระบวนการผลิต GAP จากกรมวิชาการเกษตร ตามข้อกำหนดของประเทศนำเข้าอย่างเคร่งครัด ปรับปรุงคุณภาพผลผลิต และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตโดยการบริหารจัดการสวน เช่น ให้น้ำปุ๋ยและสารเคมีในช่วงเวลาและปริมาณที่เหมาะสม การใช้สารอินทรีย์ สารชีวภัณฑ์ ตามมาตรฐาน GAP จะช่วยให้ลดต้นทุนการผลิตได้และผลผลิตมีคุณภาพดีขึ้น และจำหน่ายได้ราคาที่สูงขึ้น

2) เกษตรกรควรขายผลผลิตแบบคัดแยกเกรด เพื่อให้สามารถขายผลผลิตได้ราคาดีขึ้นโดยเฉพาะผลผลิตที่มีคุณภาพตามมาตรฐานการส่งออก แทนการขายแบบเหมาสวนในราคาเดียวหรือคละเกรด จะทำให้ขายได้ราคาสูง และมีรายได้เพิ่มขึ้น

3) เกษตรกรในพื้นที่แหล่งผลิต ควรจัดตั้งคณะกรรมการกลุ่มเกษตรกรหรือคณะกรรมการประจำหมู่บ้าน ประกอบด้วยผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน อบต. คอยจัดบันทึกวันดอกบาน วันตัด เพื่อเป็นการควบคุมดูแลกันเองภายในหมู่บ้าน/มีกฎหมายบังคับชัดเจน ทั้งนี้ ควรตรวจทุเรียนอ่อนควบคู่กับการตรวจโรค แมลง สารเคมี เพื่อเป็นการควบคุมคุณภาพของทุเรียน

5.2.2 โรงคัดบรรจุ

1) โรงคัดบรรจุที่จะส่งออกทุเรียนต้องขอรับรองมาตรฐาน GMP จากกรมวิชาการเกษตร ตามข้อกำหนดของประเทศผู้นำเข้า

2) โรงคัดบรรจุ ควรอบรมและทำความเข้าใจกับแรงงานในการตัดทุเรียน เพื่อให้ได้มาตรฐานในการส่งออก เป็นการควบคุมคุณภาพตั้งแต่สวนของเกษตรกรจนถึงการจัดการในโรงคัดบรรจุ ให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้และเป็นความรับผิดชอบของคนตัดหากเกิดปัญหาด้านคุณภาพ

3) โรงคัดบรรจุควรมีมาตรฐานในการคัดเกรดคุณภาพและให้ความรู้หรือการฝึกอบรมกับแรงงานในการคัดบรรจุทุเรียน เพื่อรักษาคุณภาพมาตรฐานและความเชื่อมั่นของตลาดที่มีต่อทุเรียนไทย

5.2.3 ภาครัฐ

ด้านเกษตรกร

1) ควรประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับระเบียบกฎหมาย มาตรฐานของประเทศผู้นำเข้า ให้เกษตรกรทราบข้อมูลอย่างสม่ำเสมอในหลายช่องทาง เพื่อให้เกษตรกรปรับตัวได้ทันต่อสถานการณ์และป้องกันปัญหาในอนาคต

2) กรมวิชาการเกษตรเป็นหน่วยงานที่ให้บริการด้านการส่งออกแก่ผู้ประกอบการ ทั้งในด้านการตรวจรับรองแหล่งผลิตพืช (GAP) ตรวจรับรองโรงคัดบรรจุ (GMP) และออกใบรับรองสุขอนามัยพืช (PC) เพื่อประกอบการส่งออกไปยังประเทศปลายทาง บางครั้งการให้บริการไม่ทันกับความต้องการในการส่งออก จึงควรจ้างบริษัทเอกชนที่ตรวจรับรอง (Outsource) มาช่วยดำเนินการตรวจรับรอง เพื่อให้ทันช่วงฤดูกาลส่งออก ลดปัญหาการตกค้างของผลผลิต

3) ส่งเสริมการรวมกลุ่มที่เข้มแข็งของเกษตรกร ทั้งด้านการผลิตและการตลาด ซึ่งส่วนใหญ่ยังรวมตัวกันผลิต แต่การขายยังเป็นแบบต่างคนต่างขาย เช่น ในรูปแบบกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ ให้เกษตรกรแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน หรือระหว่างกลุ่ม ทั้งในด้านการผลิต และการขายผลผลิตให้กับโรงคัดบรรจุ ข่าวสารสถานการณ์ตลาด เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจในการซื้อขาย และมีอำนาจต่อรองกับโรงคัดบรรจุ (การทำสัญญา/ราคา)

4) จัดอบรมเกษตรกรให้เป็นผู้จัดการฟาร์ม/นักธุรกิจสวนผลไม้ เพื่อวางแผนการผลิตและการตลาด เพื่อให้เกษตรกรนำไปใช้ประยุกต์กับสวนของตนเองอย่างเหมาะสม โดยเฉพาะเกษตรกรรายย่อยซึ่งยังขาดความรู้ด้านการตลาดและช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย ทำให้เสียเปรียบทางการค้า

5) ภาครัฐควรสนับสนุนหรือเพิ่มช่องทางให้เกษตรกรเข้าถึงข้อมูลการผลิต/การตลาดได้ง่าย และรวดเร็วขึ้น เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสาร ความต้องการของตลาด/รสนิยม เป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย ลดการพึ่งพาโรงคัดบรรจุเพียงอย่างเดียว

6) การศึกษาครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาข้อมูลส่วนเหลือการตลาดแบบต่อเนื่อง (Continuous) เนื่องจากการศึกษาระดับนี้เป็นเพียงการศึกษาข้อมูลเฉพาะปี 2561 โดยเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลแบบไม่ต่อเนื่อง (Discrete) จึงเป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นในปีที่ศึกษาเท่านั้น ทำให้ไม่สามารถบอกผลกระทบจากปัจจัยหรือตัวแปรอื่นๆ ที่มีอยู่มากมายในลักษณะที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องได้ รวมถึงการศึกษาการส่งผ่านราคา ซึ่งไม่ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของตลาดในการกำหนดราคา จึงยังไม่สามารถบอกได้ว่าตลาดไหนมีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาเหนือกว่ากัน จึงควรทำการศึกษาในโอกาสต่อไป เพื่อทราบอิทธิพลของตลาดในการกำหนดราคาจะทำให้ผลการศึกษาชัดเจนยิ่งขึ้นและเป็นประโยชน์ในการกำหนดนโยบาย

ด้านโรงคัดบรรจุ

1) ส่งเสริมการลงทุนร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการไทยและผู้ประกอบการจีน และสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนให้กับผู้ประกอบการไทย

2) ศึกษาสิทธิประโยชน์ในการทำธุรกิจร่วมกันระหว่างไทย - จีน เช่น การร่วมลงทุนของผู้ประกอบการไทยในเขตเศรษฐกิจพิเศษ

3) ควรส่งเสริมให้โรงคัดบรรจุและเกษตรกรมีรูปแบบการซื้อขายที่เป็นธรรมในเรื่องราคา และการคัดเกรดคุณภาพ รวมทั้ง เชิญชวนให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาในระบบการค้าเงินธุรกิจที่ถูกต้อง มีการจัดทำฐานข้อมูลเดียวกัน เพื่อให้สามารถบริหารจัดการได้

4) ภาครัฐช่วยเจรจากับจีนเพื่ออำนวยความสะดวกด้านการค้า เช่น การแก้ไขปัญหาด้านโลจิสติกส์ และด้านกฎระเบียบการส่งออก เพื่อให้เกิดความรวดเร็วทันเหตุการณ์ และลดความเสียหายของผลผลิต ซึ่งอาจส่งผลกระทบมาถึงเกษตรกร สำหรับขั้นตอนดำเนินการสุ่มตรวจสอบคุณภาพก่อนขึ้นตู้คอนเทนเนอร์ ควรปรับระเบียบในบางข้อที่สามารถทำได้ เพื่ออำนวยความสะดวกในการส่งออกมากขึ้น เช่น การตรวจในขั้นตอนก่อนการบรรจุกล่อง/ในขั้นตอนการคัดคุณภาพ เป็นต้น

5) ภาครัฐอำนวยความสะดวกด้านแรงงานหรือมีมาตรการผ่อนผันของแรงงานในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมาก และสามารถเคลื่อนย้ายแรงงานได้ในช่วงฤดูการผลิตของผลไม้ การเกื้อกูลแรงงานของภาคเกษตรและอุตสาหกรรม เช่น มีการยืมแรงงานในช่วงที่อีกแห่งไม่มีผลผลิต มีการพัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ใช้ทดแทนแรงงาน เป็นต้น

6) ภาครัฐสนับสนุนการพัฒนาเครื่องมือ/เทคโนโลยี หรือระบบปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) เพื่อลดการใช้แรงงานคนในกิจกรรมบางอย่าง ทำให้การทำงานสะดวกรวดเร็ว และเพิ่มความเป็นธรรมในการซื้อขายมากขึ้น เช่น ระบบการให้น้ำ/ปุ๋ย การคัดเกรด และการตรวจสอบคุณภาพของทุเรียน เป็นต้น

ด้านตลาดส่งออก

1) เพิ่มการประชาสัมพันธ์ในตลาดจีนและอื่นๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง ปัจจุบันทุเรียนไทยเป็นที่รู้จักและนิยมบริโภคเพียงไม่กี่มณฑลในจีน เช่น กว่างโจว เซี่ยงไฮ้ และปักกิ่ง เป็นต้น ยังมีผู้บริโภคอีกหลายมณฑลที่ยังไม่รู้จักทุเรียนของไทย รวมถึงการประชาสัมพันธ์เจาะตลาดบน ตลาดกลาง และตลาดล่างตามรายได้ของผู้บริโภคในแต่ละมณฑล

2) จัดโรดโชว์ ออกบูธส่งเสริมการขายทุเรียนในประเทศที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นิยม ทั้งนี้อาจร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในลักษณะการวางขายผลไม้ประจำถิ่น/เป็นที่นิยมมาจำหน่ายนอกเหนือจากการไปเที่ยวสวนผลไม้ตามฤดูกาลอย่างเดียว จัดงานประชาสัมพันธ์นอกเขตจังหวัดที่มีการผลิตทุเรียน เพื่อเป็นการขยายตลาด เพื่อกระตุ้นการบริโภคและเพิ่มช่องทางการตลาดให้มากขึ้น

3) ผลักดันหาตลาดใหม่นอกจากจีน เพื่อรองรับผลผลิตทุเรียนของไทยที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี

บรรณานุกรม

- กรมวิชาการเกษตร. (2562). *การรับรองมาตรฐานสินค้า GMP. Online* [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.doa.go.th> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 27 กันยายน 2562).
- กรมวิชาการเกษตร. (2562). *GAP DOAE Online* [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://gap.doa.go.th/> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 27 กันยายน 2562).
- กรมวิชาการเกษตร. (2562). ข้อมูลโรงคัดบรรจุผลไม้ที่ส่งออกไปจีน [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.doa.go.th> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 14 สิงหาคม 2562).
- กรมศุลกากร. (2561). *รายงานสถิติ* [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: http://www.customs.go.th/statistic_report.php (วันที่สืบค้นข้อมูล: 15 ตุลาคม 2561).
- กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2562) ข้อมูลการรวบรวมผลไม้ และช่องทางจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตร [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.doa.go.th> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 14 สิงหาคม 2562).
- กองธรรมาภิบาลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (2562) *ข้อมูลผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้* [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.dbd.go.th/> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 22 สิงหาคม 2562).
- คณะกรรมการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน สภานิติบัญญัติแห่งชาติ. (2559). *รายงานผลการศึกษาเรื่องการจัดโรงคัดบรรจุผลไม้ (ล้าง) ของผู้ประกอบการชาวต่างชาติในจังหวัดจันทบุรี*.
- ณัฐชุตตา เดชพ่วง และกนกพร ชัยประสิทธิ์ (2561). ความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศ ที่มีผลต่อการส่งออกทุเรียนไปสาธารณรัฐประชาชนจีน [ออนไลน์]. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 8 (1), หน้า 333-340. เข้าถึงได้จาก: <https://www.tci-thaijo.org> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 28 กันยายน 2561).
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. *อัตราแลกเปลี่ยน* [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.bot.or.th> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 27 กันยายน 2562).
- นรวิวัฒน์ เหลืองทอง และนันทชัย กานตานันทะ. (2559). การเลือกตัวแบบพยากรณ์ผลผลิตการเกษตรที่เหมาะสม [ออนไลน์]. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 24 (3), หน้า 370-381. เข้าถึงได้จาก: <http://tujournals.tu.ac.th> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 28 กันยายน 2561).
- มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2555). *รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาการขยายตลาดผลไม้ไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ภายใต้การเปิดเขตการค้าเสรีไทย-จีน. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เสนอต่อสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. กรุงเทพฯ.*
- ยรรยง ศรีสม. (2553). *ห่วงโซ่มูลค่า (value chain) ในงานโลจิสติกส์: การเชื่อมโยงของกิจกรรมในโซ่อุปทานเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับปัจจัยการผลิต กิจกรรมเชื่อมโยงโซ่อุปทานสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับปัจจัยการผลิต. Technology Management, April-May2553, vol.37 No.210.*

- รุ่งฤทัย ทะนันใจ และ วิทน์มนภัทร พุทธรโธดมผล. (2559). การพยากรณ์แนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยัง ประเทศจีน และประเทศสหรัฐอเมริกา [ออนไลน์]. ใน *การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัย ระดับชาติ ราชธานีวิชาการ ครั้งที่ 1*. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชธานี. เข้าถึงได้จาก: <http://jes.rtu.ac.th> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 28 กันยายน 2561).
- วรางคณา เรียนสุทธิ์.(2559). ตัวแบบพยากรณ์มูลค่าการส่งออกไม้ยางพาราแปรรูปและเฟอร์นิเจอร์ของ ประเทศไทย [ออนไลน์]. *Naresuan University Journal: Science and Technology 2016*, 24 (3), หน้า 108-122. เข้าถึงได้จาก: <http://www.journal.nu.ac.th> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 28 กันยายน 2561).
- วรางคณา เรียนสุทธิ์ และน้ำอ้อย นิสัน.(2560). การพยากรณ์ปริมาณการส่งออกไก่แปรรูป [ออนไลน์]. *Naresuan University Journal: Science and Technology 2017*, 25 (2), หน้า 108-122. เข้าถึงได้จาก: <http://www.journal.nu.ac.th> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 28 กันยายน 2561).
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2550). *หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค (พิมพ์ครั้งที่ 19)*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ศุภนันท์ ร่มประเสริฐ. (2556). การพยากรณ์แนวโน้มมูลค่าการส่งออกน้ำสับประรดของไทย [ออนไลน์]. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ*. 2 (1), หน้า 16-24. เข้าถึงได้จาก: <https://www.tci-thaijo.org> (วันที่สืบค้น ข้อมูล: 28 กันยายน 2561).
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.(2553). *รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาแนวทางการจัดการห่วงโซ่ อุปทานและโลจิสติกส์ของสินค้าเกษตรภายใต้โครงการการศึกษาวิจัยตลอดจนติดตามประเมินผล เพื่อเสนอแนวทางนโยบายการปรับโครงสร้างภาคการผลิตการค้าและการลงทุน*. เสนอต่อสำนักงาน คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สมคิด ทักษิณวิสุทธิ์. (2548). *หลักการตลาดสินค้าเกษตร*. คณะเศรษฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- สมพร อิศวิลานนท์. (2546). *การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของราคา: กรณีผลไม้ลำไย*. เอกสารงานวิจัย. กรุงเทพฯ.
- สมเกียรติ เกตุเอี่ยม. (2548). *เทคนิคการพยากรณ์*. มหาวิทยาลัยทักษิณ. สงขลา.
- สิทธิพร ประวัตินรุ่งเรือง และ สมยศ อวเกียรติ. (2558). สถานการณ์และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออก ยางพาราไทยไปยังตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน [ออนไลน์]. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*. 1 (1), หน้า 91-99. เข้าถึงได้จาก:<https://www.tcithaijo.org> (วันที่สืบค้น ข้อมูล: 30 ตุลาคม 2561).
- สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ และฝ่ายการเกษตร ประจำกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว. (2562). *รายงานการศึกษาตู่งานด้านตลาดทุเรียน ณ นครกว่างโจว*. สาธารณรัฐประชาชนจีน

- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2558). *ยุทธศาสตร์การพัฒนาโลจิสติกส์และโซ่อุปทานภาคการเกษตร พ.ศ. 2556-2559*. คณะอนุกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์การเกษตร ภายใต้คณะกรรมการพัฒนาระบบการบริหารจัดการขนส่งสินค้าและบริการของประเทศ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2562). *สถิติการเกษตรของประเทศไทย ปี 2561*.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2562). *ข้อมูลเนื้อที่ให้ผล ผลผลิต ผลผลิตต่อไร่ ครัวเรือนเกษตรกร และราคาเกษตรกรรายได้*. ศูนย์สารสนเทศการเกษตร.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 8. (2562). *ข้อมูลกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียนภาคใต้*. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเซี่ยเหมิน. (2560). *รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ: สถานการณ์ตลาดผลไม้นำเข้าในจีน [ออนไลน์]*. เข้าถึงได้จาก: <http://www.ditp.go.th> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 22 พฤศจิกายน 2560).
- สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 3. (2562). *ข้อมูลกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียนภาคตะวันออก*. กรมวิชาการเกษตร. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว กรมการจัดหางาน. (2562). *สถานการณ์แรงงานต่างด้าว*. Online [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.doe.go.th> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 9 กรกฎาคม 2562).
- สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. (2561). *สถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย*. เข้าถึงได้จาก: <http://tradereport.moc.go.th> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 15 ตุลาคม 2561).
- สำนักงานสถิติแห่งชาติจีน. *ข้อมูล GDP, GDP per Capita รายได้ (wage) และจำนวนประชากรจีน [ออนไลน์]*. เข้าถึงได้จาก: <http://www.stats.gov.cn/> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 15 ตุลาคม 2561).
- Porter, M.E. (1985). *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. NY: Free Press.
- Tantrakoonsub, W. and Tantrakoonsab, N. (2018). *Thai Export of Durian to China* [Online]. *BRC Research Report Bangkok Research Center*. เข้าถึงได้จาก: http://www.ide.go.jp/library/English/Publish/Download/Brc/pdf/21_05.pdf (วันที่สืบค้นข้อมูล: 28 กันยายน 2561).
- TRADE MAP. (2561). *ข้อมูลปริมาณและมูลค่าการนำเข้าทุเรียนของจีน [ออนไลน์]*. เข้าถึงได้จาก: <https://www.trademap.org/Index.aspx> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 20 มีนาคม 2561).
- UNIDO. (2009). *Agro-Value Chain Analysis and Development*. United Nations Industrial Development Organization.

ภาคผนวก

ภาคผนวกที่ 1

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้าทุเรียนไทยของจีน

ผลการทดสอบสมการ $LNCNQIM = a + bLNGDPCAP$

Dependent Variable: LNCNQIM
 Method: Least Squares
 Date: 05/24/20 Time: 09:36
 Sample (adjusted): 2002 2018
 Included observations: 17 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.930353	0.722642	2.671242	0.0174
LNGDPCAP	0.985278	0.070456	13.98439	0.0000
R-squared	0.928762	Mean dependent var		12.01811
Adjusted R-squared	0.924013	S.D. dependent var		0.644036
S.E. of regression	0.177533	Akaike info criterion		-0.509190
Sum squared resid	0.472769	Schwarz criterion		-0.411165
Log likelihood	6.328116	Hannan-Quinn criter.		-0.499446
F-statistic	195.5632	Durbin-Watson stat		1.651981
Prob(F-statistic)	0.000000			

ผลการทดสอบปัญหาค่าความคลาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์กัน (Autocorrelation)

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:
 Null hypothesis: No serial correlation at up to 1 lag

F-statistic	0.380874	Prob. F(1, 14)	0.5470
Obs*R-squared	0.450241	Prob. Chi-Square(1)	0.5022

Test Equation:
 Dependent Variable: RESID
 Method: Least Squares
 Date: 05/24/20 Time: 09:54
 Sample: 2002 2018
 Included observations: 17
 Presample missing value lagged residuals set to zero.

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.033422	0.740018	-0.045163	0.9646
LNGDPCAP	0.003370	0.072163	0.046705	0.9634
RESID(-1)	0.165533	0.268222	0.617150	0.5470
R-squared	0.026485	Mean dependent var		-3.08E-16
Adjusted R-squared	-0.112589	S.D. dependent var		0.171896
S.E. of regression	0.181314	Akaike info criterion		-0.418385
Sum squared resid	0.460248	Schwarz criterion		-0.271347
Log likelihood	6.556271	Hannan-Quinn criter.		-0.403769
F-statistic	0.190437	Durbin-Watson stat		1.869703
Prob(F-statistic)	0.828704			

ผลการทดสอบปัญหาความแปรปรวนมีค่าไม่คงที่ (Heteroskedasticity)

Heteroskedasticity Test: White
Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	1.102489	Prob. F(2,14)	0.3592
Obs*R-squared	2.313155	Prob. Chi-Square(2)	0.3146
Scaled explained SS	2.546310	Prob. Chi-Square(2)	0.2799

Test Equation:
Dependent Variable: RESID^2
Method: Least Squares
Date: 05/24/20 Time: 10:50
Sample: 2002 2018
Included observations: 17

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.205849	3.862583	0.571081	0.5770
LNGDPCAP^2	0.023823	0.037672	0.632384	0.5373
LNGDPCAP	-0.457515	0.764098	-0.598764	0.5589
R-squared	0.136068	Mean dependent var		0.027810
Adjusted R-squared	0.012649	S.D. dependent var		0.048205
S.E. of regression	0.047899	Akaike info criterion		-3.080659
Sum squared resid	0.032120	Schwarz criterion		-2.933622
Log likelihood	29.18560	Hannan-Quinn criter.		-3.066043
F-statistic	1.102489	Durbin-Watson stat		2.628966
Prob(F-statistic)	0.359217			

ภาคผนวกที่ 2
การวัดความถูกต้องของการพยากรณ์

ตารางผนวกที่ 2.1 ค่าสถิติของการพยากรณ์ปริมาณการนำเข้าทุเรียนไทยของจีน (ปี 2562 – 2566)

Statistic	Value
Alpha	0.2500
Beta	0.0010
Gamma	0.0000
MASE	2.0214
SMAPE	0.1921
MAE	60,436.15
RMSE	71,235.23

ตารางผนวกที่ 2.2 ค่าสถิติของการพยากรณ์ราคาที่เกษตรกรขายได้ (ปี 2562 – 2566)

Statistic	Value
Alpha	0.2500
Beta	0.2490
Gamma	0.0000
MASE	2.7658
SMAPE	0.1325
MAE	6.6319
RMSE	7.7822

ภาคผนวกที่ 3

ผลการประมาณค่าการวิเคราะห์การส่งผ่านราคา

1. สมการความสัมพันธ์ของราคา PF = a + bPW

Dependent Variable: LNPF
 Method: ARMA Generalized Least Squares (Gauss-Newton)
 Date: 05/07/20 Time: 18:40
 Sample: 2012M04 2019M10
 Included observations: 66
 Convergence achieved after 23 iterations
 Coefficient covariance computed using outer product of gradients
 d.f. adjustment for standard errors & covariance

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.142442	0.454902	2.511404	0.0146
LNPW	0.618809	0.094646	6.538160	0.0000
AR(1)	0.812797	0.082586	9.841872	0.0000
R-squared	0.851968	Mean dependent var	3.950704	
Adjusted R-squared	0.847268	S.D. dependent var	0.492744	
S.E. of regression	0.192569	Akaike info criterion	-0.299781	
Sum squared resid	2.336215	Schwarz criterion	-0.200251	
Log likelihood	12.89277	Hannan-Quinn criter.	-0.260452	
F-statistic	181.2914	Durbin-Watson stat	2.550438	
Prob(F-statistic)	0.000000			
Inverted AR Roots	.81			

2. สมการความสัมพันธ์ของราคา PW = a + bPR

Dependent Variable: LNPW
 Method: ARMA Generalized Least Squares (Gauss-Newton)
 Date: 05/17/20 Time: 18:17
 Sample: 2012M01 2019M12
 Included observations: 94
 Convergence achieved after 23 iterations
 Coefficient covariance computed using outer product of gradients
 d.f. adjustment for standard errors & covariance

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.119635	0.378784	0.315840	0.7528
LNPR	0.880257	0.072369	12.16341	0.0000
AR(1)	0.308697	0.105264	2.932598	0.0043
R-squared	0.781756	Mean dependent var	4.711813	
Adjusted R-squared	0.776960	S.D. dependent var	0.420707	
S.E. of regression	0.198688	Akaike info criterion	-0.359768	
Sum squared resid	3.592392	Schwarz criterion	-0.278599	
Log likelihood	19.90908	Hannan-Quinn criter.	-0.326981	
F-statistic	162.9826	Durbin-Watson stat	2.107386	
Prob(F-statistic)	0.000000			
Inverted AR Roots	.31			

ภาคผนวกที่ 4

แบบสอบถาม

เกษตรกร/กลุ่มเกษตรกร

“โครงการศึกษาบทบาทของผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ที่มีต่อผลไม้ไทย: กรณีศึกษาทุเรียน”

1. เกษตรกร/กลุ่มเกษตรกร.....

2. การจัดหาปัจจัยการผลิต/แรงงาน

.....
.....
.....

3. การผลิตทุเรียน (เทคนิค/เทคโนโลยีการดูแลรักษาทุเรียน)

.....
.....
.....

4. การซื้อขายทุเรียน (การทำสัญญาล่วงหน้า การตกลงราคา ระยะเวลาการรับซื้อ)/ผลกระทบ/ความพึงพอใจ

.....
.....
.....

5. การเก็บเกี่ยว การคัดเกรด การขนส่ง

.....
.....
.....

6. ช่องทางการจำหน่าย

.....
.....
.....

7. การประชาสัมพันธ์/ส่งเสริมการขาย

.....
.....
.....

8. การส่งเสริมของภาครัฐ/จังหวัด

.....
.....
.....

9. การคาดการณ์สถานการณ์การผลิตของไทยในอีก 5 ปี ข้างหน้า การปรับตัวในอนาคต

.....
.....
.....

10. ปัญหา อุปสรรค

.....
.....
.....

11. ข้อเสนอแนะ

.....
.....
.....

ภาคผนวกที่ 5

แบบสอบถามสหกรณ์การเกษตร

“โครงการศึกษาบทบาทของผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ที่มีต่อผลไม้ไทย: กรณีศึกษาทุเรียน”

1. สหกรณ์การเกษตร.....

2. บทบาทของสหกรณ์การเกษตรในธุรกิจทุเรียน

.....
.....
.....

3. การติดต่อสมาชิกเพื่อผลิตทุเรียน (การติดต่อซื้อขาย การทำสัญญา การวางแผนการผลิต-การตลาด)

.....
.....
.....

4. การเก็บเกี่ยว การคัดเกรด การขนส่ง

.....
.....
.....

5. การชำระเงิน

.....
.....
.....

6. การรวบรวมผลผลิต (ผู้รวบรวมผลผลิต สถานที่ในการรวบรวมผลผลิต)

.....
.....
.....

7. การกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภค (ประเภทผลผลิต ลูกค้าของสหกรณ์การเกษตร)

.....
.....
.....

8 การคาดการณ์สถานการณ์การส่งออกทุเรียนของไทยอีก 5 ปี ข้างหน้า ควรปรับตัวอย่างไรในอนาคต

.....
.....
.....

9. ปัญหา อุปสรรค

.....

.....

.....

10. ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ภาคผนวกที่ 6

แบบสอบถาม

สำหรับผู้ประกอบการในส่วนของการบริหารจัดการ ห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่า

แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุทุเรียน

ข้อมูลที่ถูกรวบรวมในแบบสอบถามนี้ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับอย่างเคร่งครัด โดยจะนำไปประมวลและนำเสนอในลักษณะภาพรวมเท่านั้น และไม่เกี่ยวข้องกับการเรียกเก็บภาษีใดๆ โครงการศึกษาบทบาทของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ที่มีต่อผลไม้ไทย (ทุเรียน)

ส่วนการบริหารจัดการทุเรียนในโรงคัดบรรจุทุเรียน

กิจกรรมหลัก Primary Activity

1. ด้านโลจิสติกส์ขาเข้า

1.1 ลังมีวิธีการบริหารจัดการการรับซื้อทุเรียนจากเกษตรกรอย่างไรบ้าง

.....

.....

1.2 บริษัทมีเกณฑ์ในการกำหนดปริมาณและคุณภาพในการรับซื้ออย่างไร

.....

.....

1.3 ลังมีผู้จัดซื้อทั้งหมดกี่คน และแบ่งการดำเนินงานอย่างไร มีจำนวนแรงงานกี่คน และแต่ละคนมีบทบาทหน้าที่อย่างไรบ้าง

.....

.....

1.4 ขั้นตอนการทำสัญญา ซื้อ-ขายทุเรียนกับเกษตรกร มีวิธีการอย่างไร และกระบวนการชำระเงินให้เกษตรกรเป็นอย่างไร

.....

.....

2. ด้านการปฏิบัติการผลิต

2.1 หลังจากรับซื้อทุเรียนมาถึงโรงคัดบรรจุมีขั้นตอน หรือ กระบวนการจัดการอย่างไรบ้าง เช่น การคัดเกรด การบรรจุภัณฑ์ จำนวนแรงงานในการบริหารจัดการภายในโรงคัดบรรจุ เป็นต้น

.....

.....

2.2 ในกรณีพบสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานตามเกณฑ์ที่ต้องการมีวิธีการดำเนินการอย่างไร

.....

.....

2.3 มีขั้นตอนในการเตรียมการก่อนและหลังการส่งออกอย่างไรบ้าง

.....

.....

2.4 มีขั้นตอนการตรวจสอบก่อนการส่งออก และการขอใบรับรองสุขอนามัยพืชก่อนการส่งออกอย่างไร

.....

.....

3. ด้านโลจิสติกส์ขาออก

3.1 มีการบรรจุภัณฑ์ก่อนการส่งออกอย่างไร

.....

.....

3.2 มีขั้นตอนในการขนของขึ้นตู้คอนเทนเนอร์ รวมถึงกระบวนการส่งออกทุเรียนไปตลาดปลายทางอย่างไร และส่งออกไปประเทศใดบ้าง

.....

.....

3.3 ท่านส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศด้วยเส้นทางไหน (ทางเรือ หรือ ทางรถ) และใช้เส้นทางใดมากกว่ากัน เพราะเหตุใด

.....

.....

4. ด้านการตลาดและการขาย

4.1 ตลาดปลายทางมีการกระจายทุเรียนต่อไปยังตลาดอื่นๆ อย่างไร และรูปแบบการขายเป็นอย่างไร

.....

.....

4.2 การตอบสนองของลูกค้า แนวโน้มของตลาด และการตอบรับของตลาดปลายทางเป็นอย่างไรบ้าง

.....

.....

5. การคาดการณ์ตลาดและแนวโน้มการส่งออกในอนาคต

.....
.....

6. ปัญหาและอุปสรรคอื่นๆ

.....
.....

7. ข้อเสนอแนะ

.....
.....

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านกรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวกที่ 7

แบบสอบถามด้านค่าใช้จ่าย

ของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุทุเรียน

ข้อมูลที่ถูกบันทึกในแบบสอบถามนี้ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับอย่างเคร่งครัด โดยจะนำไปประมวล

และนำเสนอในลักษณะภาพรวมเท่านั้น และไม่เกี่ยวข้องกับการเรียกเก็บภาษีใดๆ

โครงการศึกษาบทบาทของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ที่มีต่อผลไม้ไทย (ทุเรียน)

ชื่อสถานประกอบการ หมายเลขโทรศัพท์.....

ชื่อ- นามสกุลผู้ให้สัมภาษณ์..... ที่อยู่.....

ส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการภายในโรงคัดบรรจุ

1. ลักษณะของการรับซื้อทุเรียน

วันที่เปิดดำเนินการรับซื้อทุเรียน.....วันที่ปิดรับซื้อทุเรียน.....

() รับซื้อแบบเหมาสวน ลังเป็นผู้ขนส่งทุเรียนมาที่โรงคัดบรรจุเอง

() เกษตรกรเป็นผู้ขนส่งทุเรียนมาขายที่จุดรับซื้อ

2. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการรับซื้อ

รายการ	ค่าใช้จ่าย
1. ค่าใช้จ่ายในการเก็บเกี่ยวทุเรียน และขนส่งมายังคลัง/โรงคัดบรรจุ	
1.1 ลังมีผู้รวบรวมผลผลิตทั้งหมดกี่คน/แบ่งเป็นกี่สายคน
1.2 ปริมาณรับซื้อทั้งหมด/วัน หรือปริมาณส่งออกทั้งหมด/ปีตันตู้
1.3 จำนวนแรงงานที่ใช้ในการเก็บเกี่ยวทุเรียนและขนขึ้นรถ แบ่งเป็น ชาย หญิงคนคน
1.4 ค่าจ้างแรงงาน แบ่งเป็น ชาย หญิงบาท/วัน/ตันบาท/วัน/ตัน
1.5 จำนวนวันที่ใช้ในการเก็บเกี่ยว/สวน - จำนวนรอบเก็บเกี่ยววันรอบ
1.6 ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บเกี่ยวชั่วโมง/วัน
1.7 ยานพาหนะที่ใช้ขนส่งทุเรียนไปที่โรงคัดบรรจุ - ขนาดบรรทุกตัน/คัน
1.8 จำนวนรถที่ใช้คัน
1.9 ค่าจ้างรถขนส่งทุเรียนไปที่โรงคัดบรรจุบาท/เที่ยวบาท/ตะกร้า

2. ค่าใช้จ่ายในการขนทุเรียนเข้าล้ง คัดเกรด และบรรจุกล่อง	ค่าใช้จ่าย
2.1 จำนวนแรงงานที่ใช้ขนทุเรียนลงจากรถคน
2.2 ค่าจ้างแรงงานในการขนทุเรียนบาท/วัน
2.3 ระยะเวลาที่ใช้ในการขนทุเรียน ชั่วโมง/วัน
2.4 จำนวนแรงงานที่ใช้คัดเกรดทุเรียน	แบ่งเป็น ชายคน หญิงคน
2.5 ค่าจ้างแรงงานในการคัดเกรด	แบ่งเป็น ชายบาท/วัน หญิงบาท/วัน
2.6 ระยะเวลาที่ใช้ในการคัดเกรด ชั่วโมง/วัน
2.7 จำนวนแรงงานในการชุบน้ำยาคน
2.8 ค่าจ้างแรงงานในการชุบน้ำยาบาท/วัน
2.9 จำนวนแรงงานที่ใช้ในการเป่าพัดลมคน
2.10 ค่าจ้างแรงงานในการเป่าพัดลมบาท/วัน
2.11 จำนวนแรงงานที่ใช้บรรจุทุเรียนลงกล่อง	แบ่งเป็น ชายคน หญิงคน
2.12 ค่าจ้างแรงงานในการบรรจุลงกล่อง	แบ่งเป็น ชายบาท/วัน หญิงบาท/วัน
2.13 จำนวนแรงงานในการคาดเชือกกล่องทุเรียน	แบ่งเป็น ชายคน หญิงคน
2.14 ค่าจ้างแรงงานในการคาดเชือกทุเรียน	แบ่งเป็น ชายบาท/วัน หญิงบาท/วัน
2.15 ขนาดบรรจุทุเรียน/กล่อง - ราคากล่องที่ใช้บรรจุ - ราคาเชือกสายคาดกล่อง - ราคาอุปกรณ์อื่นๆกก./กล่องบาท/ชิ้นบาท/ชิ้นบาท/ชิ้น
2.16 ระยะเวลาที่ใช้ในการบรรจุทุเรียนลงกล่อง ชั่วโมง/วัน

3. ค่าใช้จ่ายในการส่งออกทุเรียน		ค่าใช้จ่าย
3.1 จำนวนแรงงานยกทุเรียนขึ้นตู้คอนเทนเนอร์	แบ่งเป็น ชาย หญิงคนคน
3.2 ค่าจ้างแรงงาน	แบ่งเป็น ชาย หญิงบาท/วันบาท/วัน
3.3 ปริมาณทุเรียน/ตู้คอนเทนเนอร์ขนาด.....ฟุต	 /ตัน/ตู้
4. กรณีขนส่งไปทางเรือ		
4.1 ค่าชิปปิ้ง	 บาท/.....
4.2 ค่าตู้คอนเทนเนอร์	 บาท/.....
4.3 ค่าพิธีการศุลกากร	 บาท/.....
4.4 ค่าประกันภัย	 บาท/.....
4.5 ค่าระวางเรือ	 บาท/.....
4.6 ค่าภาษีส่งออก	 บาท/.....
4.7 ค่าใบรับรองศัตรูพืช	 บาท/.....
4.8 ค่าอื่นๆ ระบุ.....	 บาท/.....
4.9 ระยะเวลาที่ใช้ขนส่งทางเรือไปยังประเทศจีน	วัน
5. กรณีขนส่งไปทางรถ		
5.1 ค่าชิปปิ้ง	 บาท/.....
5.2 ค่าตู้คอนเทนเนอร์	 บาท/.....
5.3 ค่าพิธีการศุลกากร	 บาท/.....
5.4 ค่าประกันภัย	 บาท/.....
5.5 ค่าภาษีส่งออก	 บาท/.....
5.6 ค่าใบรับรองศัตรูพืช	 บาท/.....
5.7 ค่าอื่นๆ ระบุ.....	 บาท/.....
5.8 ระยะเวลาที่ใช้ขนส่งทางรถไปยังประเทศจีน	วัน
5.9 เส้นทางรถขนส่ง	
6. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ		
6.1 ค่าฝากขายที่จีน	 บาท/.....
6.2 ค่าภาษีนำเข้าของจีน	 บาท/.....
6.3 ค่ารถขนส่งไปตลาดอื่นๆ ในจีน	 บาท/.....
6.4 ค่าอื่นๆ ระบุ.....	 บาท/.....

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านกรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

