การศึกษาบทบาทของผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ที่มีต่อผลไม้ไทย
กรณีศึกษา : ลำไย

สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร
สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
เอกสารวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร เลขที่ 111
มิถุนายน 2563

BUREAU OF AGRICULTURAL ECONOMICS RESEARCH
OFFICE OF AGRICULTURAL ECONOMICS
MINISTRY OF AGRICULTURE AND COOPERATIVES
AGRICULTURAL ECONOMICS RESEARCH NO. 111
JUNE 2020

การศึกษาบทบาทของผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ที่มีต่อผลไม้ไทย
กรณีศึกษา : ลำไย

โดย

สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร
สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

บทคัดย่อ

การศึกษาบทบาทของผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ที่มีต่อผลไม้ไทย กรณีศึกษาลำไย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจลำไย บทบาทและผลกระทบจากการทำธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีต่อเกษตรกรและธุรกิจลำไยไทย ตลอดจนศึกษาปัญหาอุปสรรคทางการค้าที่มีผลกระทบต่อการประกอบการและการค้าลำไยของไทย โดยวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานและรูปแบบการบริหารจัดการของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุลำไยสดและโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก ส่วนเหลื่อมการตลาดและสัดส่วนของกำไรของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุที่เป็นของคนไทยและต่างชาติ

ผลการศึกษาด้านห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่า พบว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานประกอบด้วย เกษตรกร ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุลำไยสดและโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้ง โดยเกษตรกรเป็นผู้ขายผลผลิตลำไยให้กับโรงคัดบรรจุและโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก ซึ่งการดำเนินธุรกิจและบริหารจัดการของโรงคัดบรรจุลำไยสด มี 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) โรงคัดบรรจุไทย 2) โรงคัดบรรจุที่ไทยถือหุ้นร่วมกับต่างชาติ และ 3) โรงคัดบรรจุต่างชาติ โดยส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบการถือหุ้นร่วมกันและบริหารจัดการด้านการส่งออกโดยต่างชาติ ส่วนการศึกษาห่วงโซ่คุณค่า พบว่า ผู้ประกอบการควรต้องมีความรวดเร็วและมีการบริหารจัดการคุณภาพสินค้าที่ดีซึ่งจะส่งผลต่อราคาจำหน่ายที่ตลาดปลายทางและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้ารวมถึงผลกำไรของผู้ประกอบการ

สำหรับการศึกษาส่วนเหลื่อมการตลาดของการส่งออกลำไย พบว่าส่วนเหลื่อมการตลาดประกอบด้วยต้นทุนการตลาดและกำไรของผู้ประกอบการ ในภาคตะวันออกโรงคัดบรรจุลำไยสดมีส่วนเหลื่อมการตลาดกิโลกรัมละ 45.47 บาท แบ่งเป็นต้นทุนการตลาดกิโลกรัมละ 27.71 บาท กำไรสุทธิกิโลกรัมละ 17.76 บาท โดยมีกำไรในภาพรวม 5,391 ล้านบาท และในภาคเหนือโรงคัดบรรจุลำไยสดมีส่วนเหลื่อมการตลาดกิโลกรัมละ 46.37 บาท แบ่งเป็น ต้นทุนการตลาดกิโลกรัมละ 28.74 บาท กำไรสุทธิกิโลกรัมละ 17.63 บาท และมีกำไรในภาพรวม 5,225 ล้านบาท ส่วนผู้ประกอบการแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกเฉพาะภาคเหนือ พบว่ามีส่วนเหลื่อมการตลาดกิโลกรัมละ 35.61 บาท แบ่งเป็น ต้นทุนการตลาดกิโลกรัมละ 18.83 บาท กำไรสุทธิกิโลกรัมละ 16.78 บาท และมีกำไรในภาพรวม 2,980 ล้านบาท ทั้งนี้ ผลรวมกำไรจากการส่งออกลำไยสดและอบแห้งทั้งเปลือกของผู้ประกอบการภาคตะวันออกและภาคเหนือคิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 13,596 ล้านบาท

ผลการศึกษาด้านผลกระทบทางเศรษฐกิจของการจ้างงาน พบว่า ธุรกิจลำไยใช้แรงงานต่างด้าวประมาณร้อยละ 90 และแรงงานไทยประมาณร้อยละ 10 เนื่องจากแรงงานไทยมีการเคลื่อนย้ายไปทำงานในนิคมอุตสาหกรรมมากขึ้น เพราะได้รับค่าตอบแทนที่สูงกว่า โดยการประกอบธุรกิจลำไยมีมูลค่าการจ้างงานทั้งสิ้น 4,011 ล้านบาทต่อปี โดยแบ่งเป็นค่าจ้างแรงงานไทย 327 ล้านบาทต่อปี หรือประมาณร้อยละ 8 ของค่าจ้างแรงงานทั้งหมด และค่าจ้างแรงงานต่างด้าว 3,684 ล้านบาทต่อปี คิดเป็นร้อยละ 92 ของค่าจ้างแรงงานทั้งหมด ดังนั้น เมื่อรวมมูลค่าทางเศรษฐกิจทั้งหมดในการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยและการจ้างงาน พบว่า มีกำไรทั้งสิ้น 17,607 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 54 ของมูลค่าการส่งออกลำไยสดและผลิตภัณฑ์ทั้งหมด เมื่อแบ่งผลกำไรในการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยของผู้ประกอบการไทย และผู้ประกอบการต่างชาติ พบว่า มีส่วนแบ่งของกำไรเพิ่มขึ้นตามสัดส่วนจำนวนของโรงคัดบรรจุและการลงทุนในห่วงโซ่อุปทาน

ด้านอุปสรรคทางการค้าที่มีผลต่อธุรกิจลำไย พบว่า กฎหมาย และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจลำไยประกอบด้วยพระราชบัญญัติ 4 ฉบับ ได้แก่ 1) พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 2) พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 3) พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 และ 4) ประมวลรัษฎากร ซึ่งทั้ง 4 ฉบับ สามารถช่วยในการควบคุมให้ผู้ประกอบการดำเนินการธุรกิจอย่างถูกต้องตามกฎหมาย

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาประกอบด้วย เกษตรกรควรเน้นการผลิตลำไยคุณภาพเพื่อสร้างอำนาจต่อรองด้านราคา ภาครัฐควรสนับสนุนให้มีการนำสัญญาซื้อขายกลางมาใช้เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่ทั้งสองฝ่าย และสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนให้กับผู้ประกอบการไทยในการดำเนินธุรกิจลำไย เพื่อลดการผูกขาดของโรงคัดบรรจุต่างชาติ รวมทั้งส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและผู้ประกอบการในการบริหารจัดการวางแผนด้านแรงงานไทยและแรงงานต่างด้าว เพื่อให้เกิดความสมดุลของแรงงานและให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ ตลอดจนเข้มงวดในการตรวจสอบผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจ โดยควรมีกฎหมายที่ใช้ควบคุมการประกอบธุรกิจผลไม้ที่เป็นตัวแทนอำพรางหรือนอมินีกับชาวต่างชาติ

คำสำคัญ: ลำไย ผู้ประกอบการ โรงคัดบรรจุ ส่วนเหลื่อมการตลาด

Abstract

This research aimed at studying longan supply chain and value chain as well as impact of entrepreneurs and obstacles on longan farmers and business. Data analysis was focused on entrepreneur management of fresh longan packinghouse and dried longan, marketing margins, and profit ratios of Thai and foreign entrepreneurs.

The findings of longan supply and value chains showed that those involved in the supply chain consisted of farmers, fresh longan packinghouses and dried longan processing factories. Farmers directly sold their products to the packinghouses and the processing factories. Fresh longan packinghouses were classified into 3 forms: 1) Thai entrepreneur, 2) Thai and foreign shareholding entrepreneur, and 3) foreign entrepreneur. Regarding the value chain, enterpreneurs should be fast and have good management of product quality which would effect to price, value-added product and profits.

For marketing margin of logan exports, it was found that the marketing margin consisted of marketing costs and entrepreneurial profits. In the Eastern region, the fresh longan packinghouses had a marketing margin of 45.47 Baht/kg (marketing cost 27.71 Baht/kg and unit profit 17.76 Baht/kg) with a total profit of 5,391 million Baht. Meanwhile, the fresh longan packinghouses in the Northern region had a marketing margin of 46.37 baht/kg (marketing cost 28.74 Baht/kg and unit profit 17.63 Baht/kg) with a total profit of 5,225 million Baht. In the case of dried longan which was only found in the Northern region, the processing factories of whole longan fruits had a marketing margin of 35.61 Baht/kg (marketing cost 18.83 Baht/kg and unit profit 16.78 Baht/kg) with a total profit of 2,980 million Baht. Both fresh and dried longan in the Eastern and Northern regions contributed a sum of profits 13,596 million Baht.

The result of study on effect of economy on employment pointed out that foreign labor contributed 90 percent in longan businesses and the rest (10 percent) was Thai labor. This was because most of Thai labor mobilized to industrial sector due to higher incomes. The total employment value of longan business was 4,011 million Baht per year, consisting of Thai labor 327 million Baht per year and foreign labor 3,684 million baht per year. When considering economy of longan business as a whole, it was found that total profits and labor employment valued 17,607 million Baht, which was 54 percent of total longan export values. Increase in profit shares of Thai and foreign entrepreneurs depended on a number of packinghouse and investment ratios in the supply chain.

The study also found that there were 4 Acts that had impacts on longan businesses: 1) Foreign Business Act, B.E. 2542 (1999), 2) Trade Competition Act, B.E. 2560 (2017), 3) Unfair Contract terms Act B.E. 2540 (1997), and 4) Revenue Code. Such Acts could control entrepreneurs to legally doing businesses.

Recommendations, firstly, farmers should focus on producing quality longan for bargaining power in prices. Secondly, public sector should support purchase contracts between farmers and entrepreneurs for a fair business as well as a working capital to Thai entrepreneurs to reduce any monopolistic advantages of foreign packinghouses. Thirdly, encouraging government and entrepreneur collaboration on management of Thai and foreign labor balance in businesses Finally, strictly examining new entrepreneurs in longan business, particularly nominees of foreigners.

Key words: Logan, Entrepreneur, Packinghouse, Marketing Margin

คำนำ

การศึกษาบทบาทของผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ที่มีต่อผลไม้ไทย กรณีศึกษาลำไย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบจากการทำธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีต่อเกษตรกรและธุรกิจลำไยไทย โดยวิเคราะห์ลักษณะการดำเนินงาน รูปแบบการบริหารจัดการของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุลำไยสด และผู้ประกอบการแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก วิเคราะห์ส่วนเหลื่อมการตลาด และสัดส่วนของกำไรตามทุนของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุที่เป็นของคนไทยและต่างชาติ ซึ่งส่งผลต่อเกษตรกรและระบบเศรษฐกิจ และการจ้างงานในธุรกิจการส่งออกลำไยของไทย ตลอดจนศึกษาปัญหา อุปสรรค ด้านกฎหมาย กฎระเบียบ และมาตรการทางภาษีที่มีผลกระทบต่อเกษตรกร การประกอบการและการค้าลำไยของไทย เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการจัดทำนโยบายมาตรการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการให้มีความเหมาะสมอย่างยั่งยืนให้กับเกษตรกร

สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ขอขอบคุณเกษตรกรทุกท่านที่ให้ข้อมูลเป็นอย่างดี รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูล และการติดต่อประสานงานกับสมาคมการค้าและการท่องเที่ยวชายแดนไทย – กัมพูชา จันทบุรี ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุลำไยสด (ล้ง) และผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งในพื้นที่ นอกจากนี้ ขอขอบคุณคณะกรรมการพิจารณาโครงการวิจัยสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ให้ความอนุเคราะห์ช่วยเหลือและชี้แนะด้านวิชาการ จนทำให้เอกสารวิจัยเรื่องนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี

ส่วนวิจัยเศรษฐกิจพืชสวน
ส่วนวิจัยเศรษฐกิจสังคมครัวเรือนและสถาบันเกษตรกร
ส่วนบริหารกองทุนภาคการเกษตร
สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร
เมษายน 2563

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(ข)
Abstract	(ง)
คำนำ	(ฉ)
สารบัญตาราง	(ฌ)
สารบัญตารางผนวก	(ฎ)
สารบัญภาพ	(ฏ)
บทที่ 1 บทนำ	**1**
1.1 ความสำคัญของการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	2
1.4 วิธีการวิจัย	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร แนวคิด และทฤษฎี	**5**
2.1 การตรวจเอกสาร	5
2.2 แนวคิดและทฤษฎี	8
บทที่ 3 ข้อมูลทั่วไป	**17**
3.1 สถานการณ์การผลิต	17
3.2 สถานการณ์การตลาด	18
3.3 ความเป็นมาของการประกอบธุรกิจลำไยไทย	25
3.4 วิถีการตลาดของลำไย	31
บทที่ 4 ผลการวิจัย	**37**
4.1 ห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจลำไย	37
4.2 บทบาทและผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการลำไยที่มีต่อเกษตรกร	49
4.3 ผลกระทบจากการทำธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีต่อธุรกิจลำไยไทย	51
4.4 การศึกษากฎระเบียบ และมาตรการทางภาษีที่เกี่ยวข้องที่มีผลกระทบต่อการประกอบการและการค้าลำไยของไทย	71
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	**89**
5.1 สรุป	89
5.2 ข้อค้นพบจากการศึกษาและข้อเสนอแนะ	92
บรรณานุกรม	**97**

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก	**99**
ภาคผนวกที่ 1 ปริมาณผลผลิตและปริมาณการส่งออกลำไยสดรายเดือนแยกตามภาคปี 2560	101
ภาคผนวกที่ 2 บัญชีท้ายพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542	103
ภาคผนวกที่ 3 แบบสอบถาม	107

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 3.1	เนื้อที่ให้ผล ผลผลิต ผลผลิตต่อไร่ ของลำไยรวมทั้งประเทศ ปี 2556 - 2560	17
ตารางที่ 3.2	ปริมาณการบริโภคลำไยภายในประเทศ ปี 2556 - 2560	18
ตารางที่ 3.3	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยสดและผลิตภัณฑ์ ปี 2556 - 2560	19
ตารางที่ 3.4	ราคาลำไยสดทั้งช่อและลำไยอบแห้งที่เกษตรกรขายได้ ปี 2556 - 2560	20
ตารางที่ 3.5	ราคาส่งออก เอฟ.โอ.บี. ลำไยสดและผลิตภัณฑ์ ปี 2556 - 2560	20
ตารางที่ 3.6	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยสดของไทยไปประเทศต่างๆ 10 อันดับแรก ปี 2556 - 2560	22
ตารางที่ 3.7	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยอบแห้งของไทยไปประเทศต่างๆ 10 อันดับแรก ปี 2556 - 2560	23
ตารางที่ 3.8	มูลค่าการส่งออกลำไยสดของเวียดนามไปจีน ปี 2551 – 2560	24
ตารางที่ 3.9	จำนวนโรงคัดบรรจุลำไย ปี 2561	28
ตารางที่ 3.10	รายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยทั้งประเทศเปรียบเทียบในช่วงปี 2549 - 2550 และปี 2560 - 2561	30
ตารางที่ 4.1	ส่วนเหลื่อมและค่าใช้จ่ายทางการตลาดของการจำหน่ายลำไยสด ภาคตะวันออก ปี 2560	53
ตารางที่ 4.2	มูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาด ต้นทุน และกำไรทั้งหมดของการประกอบธุรกิจส่งออกลำไย ภาคตะวันออก ปี 2560	54
ตารางที่ 4.3	ส่วนแบ่งมูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาดของโรงคัดบรรจุภาคตะวันออก	56
ตารางที่ 4.4	ส่วนเหลื่อมและค่าใช้จ่ายทางการตลาดของการจำหน่ายลำไยสดภาคเหนือ ปี 2560	57
ตารางที่ 4.5	มูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาด ต้นทุน และกำไรทั้งหมดของการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยสดภาคเหนือ ปี 2560	59
ตารางที่ 4.6	ส่วนแบ่งมูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาดของโรงคัดบรรจุภาคเหนือ	60
ตารางที่ 4.7	ส่วนเหลื่อมและค่าใช้จ่ายทางการตลาดของการจำหน่ายลำไยอบแห้งทั้งเปลือก ภาคเหนือ ปี 2560	62
ตารางที่ 4.8	มูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาด ต้นทุน และกำไรทั้งหมดของการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยอบแห้งทั้งเปลือกภาคเหนือ ปี 2560	63
ตารางที่ 4.9	ส่วนแบ่งมูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาดของลำไยอบแห้งทั้งเปลือกภาคเหนือ	64
ตารางที่ 4.10	มูลค่ากำไรสุทธิ และร้อยละของกำไรสุทธิเมื่อเทียบกับต้นทุนทั้งหมดของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในแต่ละระดับตั้งแต่เกษตรกรถึงผู้ประกอบการค้าส่ง/ค้าปลีก	65

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.11	มูลค่าการจ้างแรงงานในการประกอบธุรกิจของโรงคัดบรรจุลำไยสดภาคตะวันออก	67
ตารางที่ 4.12	มูลค่าการจ้างแรงงานในการประกอบธุรกิจของโรงคัดบรรจุลำไยสดภาคเหนือ	68
ตารางที่ 4.13	มูลค่าการจ้างแรงงานในการประกอบธุรกิจของโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกภาคเหนือ	68
ตารางที่ 4.14	มูลค่าของค่าจ้างแรงงานในการประกอบธุรกิจของโรงคัดบรรจุลำไยสดภาคตะวันออก ภาคเหนือ และลำไยอบแห้งทั้งเปลือกภาคเหนือ	69
ตารางที่ 4.15	มูลค่าทางเศรษฐกิจรวมในการประกอบธุรกิจลำไย	71
ตารางที่ 4.16	ประเภทกิจการ	77
ตารางที่ 4.17	ประเภทธุรกิจของผู้ประกอบการ	78
ตารางที่ 4.18	จังหวัดที่ตั้งของกิจการ	78
ตารางที่ 4.19	ระยะเวลาดำเนินกิจการ	79
ตารางที่ 4.20	เงินทุนหมุนเวียนในการประกอบกิจการ	79
ตารางที่ 4.21	การยอมรับในตัวแทนอำพราง (Nominee) ของผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้	80
ตารางที่ 4.22	ความคิดเห็นต่อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบธุรกิจผลไม้ของชาวต่างชาติ	81
ตารางที่ 4.23	เพศของกลุ่มตัวอย่าง	82
ตารางที่ 4.24	ระยะเวลาการทำอาชีพปลูกผลไม้	83
ตารางที่ 4.25	ระยะเวลาการทำอาชีพปลูกลำไย	83
ตารางที่ 4.26	จำนวนเกษตรกรจำแนกรายภูมิภาค	84
ตารางที่ 4.27	ความเชื่อต่อการมีตัวแทนอำพรางในธุรกิจผลไม้ของเกษตรกร	84
ตารางที่ 4.28	การยอมรับต่อการมีตัวแทนอำพราง (Nominee) ในผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้	85
ตารางที่ 4.29	ความคิดเห็นต่อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบธุรกิจผลไม้ชาวต่างชาติ	86

สารบัญตารางผนวก

		หน้า
ตารางผนวกที่ 1.1	ปริมาณผลผลิตลำไยสดที่ออกสู่ตลาดรายเดือน ปี 2560	101
ตารางผนวกที่ 1.2	ปริมาณการส่งออกสำไยสดไปจีน ฮ่องกง เวียดนาม รายเดือน แยกตามภาค ปี 2560	101

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 2.1	โซ่อุปทานสินค้าเกษตร	9
ภาพที่ 2.2	ปัจจัยพื้นฐานของห่วงโซ่คุณค่าของ Michael E. Porter	10
ภาพที่ 2.3	ส่วนประกอบของผู้ที่เกี่ยวข้องในส่วนเหลื่อมการตลาดผลไม้	12
ภาพที่ 2.4	กรอบแนวคิดการวิจัย	15
ภาพที่ 3.1	ปริมาณผลผลิตและราคาลำไยที่เกษตรกรขายได้เปรียบเทียบอดีตและปัจจุบัน	26
ภาพที่ 3.2	แนวโน้มโรงคัดบรรจุลำไยสด ราคาที่เกษตรกรขายได้ และปริมาณผลผลิตลำไยของไทย ปี 2555 – 2560	29
ภาพที่ 3.3	รายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยทั้งประเทศในช่วงปี 2549 - 2550 และปี 2560 - 2561	30
ภาพที่ 3.4	วิถีการตลาดลำไยสดภาคตะวันออก ปี 2560	32
ภาพที่ 3.5	วิถีการตลาดลำไยสดภาคเหนือ ปี 2560	35
ภาพที่ 4.1	ห่วงโซ่อุปทานการประกอบธุรกิจลำไยสด	37
ภาพที่ 4.2	รูปแบบการจัดหาวัตถุดิบของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุลำไยสดภาคตะวันออก	41
ภาพที่ 4.3	แรงงานเก็บเกี่ยวลำไย	42
ภาพที่ 4.4	กระบวนการบริหารจัดการลำไยสดในโรงคัดบรรจุ	44
ภาพที่ 4.5	ห่วงโซ่อุปทานลำไยอบแห้งทั้งเปลือก	45
ภาพที่ 4.6	ห่วงโซ่คุณค่าการประกอบธุรกิจลำไยสด	48

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความสำคัญของการวิจัย

ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกผลไม้เมืองร้อนที่สำคัญของโลก โดยมีการผลิตผลไม้ในเชิงเศรษฐกิจหลายชนิด เช่น ทุเรียน มังคุด ลำไย ลิ้นจี่ มะม่วง เป็นต้น ซึ่งสร้างรายได้เข้าประเทศปีละหลายหมื่นล้านบาท โดยในปี 2560 มีมูลค่าการส่งออกผลไม้และผลิตภัณฑ์ 76,542 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรทั้งหมด (ไม่รวมสินค้าปศุสัตว์ และประมง) (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2561) โดยเป็นการส่งออกลำไยสดและผลิตภัณฑ์ 32,828 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 43 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้และผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของไทย ในส่วนของมูลค่าการส่งออกลำไยสด 20,970 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 64 ของมูลค่าการส่งออกลำไยทั้งหมดของไทย ขณะที่การส่งออกลำไยอบแห้งมีมูลค่า 11,110 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 34 ของมูลค่าการส่งออกลำไยทั้งหมดของไทย สำหรับส่วนที่เหลือเป็นการส่งออกลำไยกระป๋องและลำไยแช่แข็ง โดยมีตลาดหลักคือ จีน และเวียดนาม ทั้งนี้ การปลูกผลไม้ในเชิงเศรษฐกิจนอกจากจะสร้างรายได้เข้าประเทศจากการส่งออกแล้ว ยังเป็นการสร้างอาชีพให้กับเกษตรกรจำนวนมาก โดยในปี 2560 มีครัวเรือนเกษตรกรผู้ปลูกผลไม้เศรษฐกิจที่สำคัญ (6 ชนิด) จำนวน 575,180 ครัวเรือน แบ่งเป็นครัวเรือนเกษตรกรผู้ปลูกลำไย 189,840 ครัวเรือน (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2560) คิดเป็นร้อยละ 33 ของจำนวนครัวเรือนผู้ปลูกผลไม้เศรษฐกิจทั้งประเทศ อย่างไรก็ตาม การส่งออกผลไม้สดและผลิตภัณฑ์ของไทย จำเป็นต้องอาศัยโรงคัดบรรจุในการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกร เพื่อทำหน้าที่ส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ ดังนั้น การประกอบธุรกิจหรือการดำเนินการต่างๆ ด้านการค้าสินค้าลำไยของโรงคัดบรรจุย่อมส่งผลกระทบโดยตรงต่อเกษตรกร

รูปแบบการบริหารจัดการลำไยในช่วงก่อนปี 2549 มีโรงคัดบรรจุรายใหญ่ที่รับซื้อลำไยในพื้นที่เพียง 14 - 15 ราย ราคารับซื้อประมาณกิโลกรัมละ 20 - 25 บาท และสูงสุดไม่เกินกิโลกรัมละ 35 บาท โดยเป็นการตกลงซื้อขายกันในช่วงที่ลำไยออกดอก ขณะที่เนื้อที่ให้ผลลำไยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้มีปริมาณผลผลิตมากขึ้น จึงส่งผลให้บางปีเกษตรกรได้รับความเดือดร้อนจากราคาตกต่ำ และรัฐต้องเข้ามาแทรกแซงตลาดเพื่อกำหนดแนวทางและมาตรการต่างๆ ในการแก้ไขปัญหา แต่หลังจากปี 2549 จำนวนโรงคัดบรรจุรับซื้อลำไยเพื่อการส่งออกเริ่มมีมากขึ้นประมาณ 50 - 60 ราย ตามปริมาณผลผลิตและความต้องการของตลาดที่เพิ่มขึ้น จึงทำให้มีการแข่งขันการรับซื้อลำไยเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดปลายทางโดยเฉพาะจีน ที่นิยมบริโภคลำไยของไทย และมีโรงคัดบรรจุรายใหม่เข้ามาดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้นปีละหลายราย โดยมีการรับซื้อลำไยตั้งแต่ยังไม่ออกดอก หรือที่เรียกว่า “ซื้อใบ” มีการประเมินผลผลิต ตกลงราคา โดยให้ราคาไม่ต่ำกว่ากิโลกรัมละ 35 บาท แล้วจ่ายมัดจำล่วงหน้า โดยในช่วงปี 2557 - 2558 ราคารับซื้อลำไยสูงสุดถึงกิโลกรัมละ 60 - 70 บาท แต่อย่างไรก็ตาม ราคาลำไยอาจจะลดลงตามขนาด และคุณภาพของผลผลิต

ปัจจุบันมีโรงคัดบรรจุที่รับซื้อลำไยมากกว่า 100 ราย มีทั้งโรงคัดบรรจุลำไยสด และโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกเพื่อการส่งออก ซึ่งการดำเนินธุรกิจและบริหารจัดการมีทั้งโรงคัดบรรจุที่เป็นของคนไทย โรงคัดบรรจุที่คนไทยถือหุ้นร่วมกับต่างชาติ และโรงคัดบรรจุที่เป็นของต่างชาติ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบ

การถือหุ้นร่วมกันและบริหารจัดการการส่งออกโดยคนต่างชาติ สำหรับการรับซื้อผลผลิต เกษตรกรส่วนใหญ่ทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้ากับโรงคัดบรรจุ และมีส่วนน้อยติดต่อซื้อขายกับพ่อค้ารวบรวม หรือนำลำไยไปขายเองโดยการดำเนินงานของโรงคัดบรรจุจะผ่านนายหน้าหรือตัวแทนโรงคัดบรรจุที่เป็นคนไทย ซึ่งการดำเนินงานมีแนวโน้มผูกขาดการรับซื้อมากขึ้น โดยต่างชาติมีการไปติดต่อสวนเพื่อทำสัญญาซื้อลำไยกับเกษตรกรด้วยตนเอง มีการบริหารจัดการภายในโรงคัดบรรจุและการส่งออกเองตั้งแต่ต้นทางจนกระทั่งถึงปลายทาง รวมทั้งเป็นผู้มีบทบาทในการกำหนดราคารับซื้อลำไย โดยอ้างอิงราคาที่ตลาดปลายทางเป็นหลัก

อย่างไรก็ตาม จากการวางแผนการส่งออกล่วงหน้าของโรงคัดบรรจุ ตามคำสั่งซื้อของลูกค้าปลายทาง จึงทำให้เกิดการแข่งขันในการจัดหาผลผลิตลำไย และเกิดธุรกิจนายหน้าเหมาสวน เพื่อจับจองผลผลิตของเกษตรกรล่วงหน้าโดยให้ราคาสูงและวางเงินมัดจำล่วงหน้าส่งผลให้ในระยะแรกราคาลำไยที่เกษตรกรขายได้เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งการดำเนินงานลักษณะนี้ในระยะยาวจะทำให้การผลิตและการตลาดของสินค้าลำไยไทยมีความเสี่ยง เนื่องจากอำนาจต่อรองอยู่ที่โรงคัดบรรจุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากความต้องการในการรับซื้อลำไยในอนาคตลดลง และผู้บริโภคมีทางเลือกในการบริโภคผลไม้ชนิดอื่นมากขึ้น อาจทำให้เกิดปัญหาผลผลิตลำไยเกินความต้องการของตลาด และราคาตกต่ำ เนื่องจากไม่มีตลาดอื่นรองรับผลผลิต ประกอบกับการเข้ามาประกอบธุรกิจร่วมทุนผลไม้แบบครบวงจรของคนต่างชาติคาดว่า จะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและการดำเนินธุรกิจผลไม้ของไทยโดยรวม รวมถึงมีผลกระทบโดยตรงต่อเกษตรกรผู้ปลูกผลไม้ของไทย

จากปัญหาดังกล่าวสำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร จึงได้ทำการศึกษาบทบาทของผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ที่มีต่อผลไม้ไทย กรณีศึกษาสินค้าลำไย รวมทั้งศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์การผลิตและการตลาด กฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทราบถึงปัญหา อุปสรรค และให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อการพัฒนาด้านการผลิตและการค้าสินค้าลำไยของเกษตรกรอย่างยั่งยืนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 ศึกษาห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจลำไย

1.2.2 ศึกษาบทบาทและผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการลำไยที่มีต่อเกษตรกร

1.2.3 ศึกษาผลกระทบจากการทำธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีต่อธุรกิจลำไยไทย

1.2.4 ศึกษากฎระเบียบ และมาตรการทางภาษี ที่มีผลกระทบต่อการประกอบการและการค้าลำไยของไทย

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ข้อมูลผลผลิต การดำเนินธุรกิจ และการดำเนินงานของโรงคัดบรรจุลำไยสดและโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกในปี 2560

1.3.2 สัมภาษณ์ข้อมูลจากเกษตรกรผู้ปลูกลำไย โรงคัดบรรจุลำไยสด และโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี เชียงใหม่ และลำพูน ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีผลผลิตลำไย และโรงคัดบรรจุลำไยสดและโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกตั้งอยู่มากที่สุด

1.4 วิธีการวิจัย

1.4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1) สัมมนาระดมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Focus Group) ได้แก่ เกษตรกร ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 3 ครั้ง โดยมีผู้เข้าร่วมระดมความคิดเห็นครั้งละ 100 ราย โดยเลือกพื้นที่ที่มีจำนวนเกษตรกรผู้ปลูกลำไย โรงคัดบรรจุลำไยสด และโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกมากที่สุด

1.2) สัมภาษณ์เชิงลึกโรงคัดบรรจุลำไยสด และโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกที่รับซื้อลำไยเพื่อการส่งออกในแหล่งผลิตสำคัญ ได้แก่ เชียงใหม่ ลำพูน และจันทบุรี ที่มีอยู่ประมาณ 212 ราย โดยได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP แบ่งเป็นโรงคัดบรรจุลำไยสด 129 ราย และโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก 83 ราย (กรมวิชาการเกษตร, 2561) โดยกำหนดตัวอย่างด้วยวิธีเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ดังนี้

(1) โรงคัดบรรจุลำไยสด จำนวน 20 ราย แบ่งเป็นจังหวัดจันทบุรี จำนวน 10 ราย และจังหวัดเชียงใหม่ และลำพูน จำนวน 10 ราย

(2) โรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกจังหวัดเชียงใหม่ และลำพูน จำนวน 10 ราย

ทั้งนี้ งานวิจัยฉบับนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการเพียง 30 ราย เนื่องจากตัวอย่างมีกระบวนการบริหารจัดการและการดำเนินงานที่มีความคล้ายคลึงกัน (Homogeneous) และมีข้อจำกัดในการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกจากผู้ประกอบการ

(3) ส่งแบบสอบถามสัมภาษณ์เกษตรกร และโรงคัดบรรจุลำไยเกี่ยวกับข้อคิดเห็นด้านกฎหมาย จำนวน 108 ราย

2) แหล่งข้อมูล

2.1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี เชียงใหม่ และลำพูน จากเกษตรกร โรงคัดบรรจุลำไยสด โรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

(1) ข้อมูลผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการลำไยที่มีต่อเกษตรกร ได้จากการจัดสัมมนากลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิดเห็นของเกษตรกร ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุลำไย และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

(2) ข้อมูลผลกระทบจากการทำธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีต่อธุรกิจลำไยไทย ทั้งในด้านรูปแบบการดำเนินงานและการบริหารจัดการภายใต้กิจกรรมของห่วงโซ่อุปทาน ห่วงโซ่คุณค่า และส่วนเหลื่อมการตลาด เพื่อพิจารณาผลกระทบด้านเศรษฐกิจในการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยในภาพรวมได้จากการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกของโรงคัดบรรจุลำไยสด โรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก

(3) ข้อมูลด้านกฎระเบียบ มาตรการด้านภาษีและข้อคิดเห็นด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบต่อการประกอบการและการค้าลำไยของไทยได้จากการสัมภาษณ์เกษตรกร และโรงคัดบรรจุลำไย

2.2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสารวิชาการรายงานผลการศึกษาวิจัยที่มีการศึกษาด้านการผลิตและการตลาดสินค้าลำไย กฎระเบียบ และมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยฉบับนี้ของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลสถิติด้านราคาลำไยที่ตลาดเจียงหนาน ณ นครกว่างโจว จากเว็บไซต์ฝ่ายการเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว

1.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data Analysis)

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ที่ได้จากการสัมมนาระดมความคิดเห็นและสัมภาษณ์เชิงลึก โดยกระบวนการสังเคราะห์ วิเคราะห์ สถานการณ์การผลิต การตลาดและการดำเนินงานของโรงคัดบรรจุลำไยสด และโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก โดยการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายในองค์การตามแนวคิดทฤษฎีห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain)

2) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data Analysis)

(1) อธิบายสถานการณ์การผลิต การตลาด และการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการลำไยที่มีต่อเกษตรกร

(2) วิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เช่น การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และการหาค่าส่วนเหลื่อมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วยค่าใช้จ่ายการตลาด และกำไร เพื่อวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจของโรงคัดบรรจุลำไยสด และโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกซึ่งนำไปสู่การวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยในภาพรวม

(3) การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการธุรกิจลำไยตามแนวคิดมาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert Rating Scales)

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เป็นข้อมูลประกอบในการกำหนดนโยบาย มาตรการ ในการสร้างความเข้มแข็งให้แก่เกษตรกร ลดความเสี่ยงของเกษตรกรจากความไม่แน่นอนของผู้รับซื้อในลักษณะผูกขาดรวมทั้งพัฒนาการผลิตและการค้าสินค้าผลไม้ไทยอย่างยั่งยืน

บทที่ 2
การตรวจเอกสาร แนวคิดและทฤษฎี

2.1 การตรวจเอกสาร

ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกผลไม้เมืองร้อนที่สำคัญของโลก โดยมีการผลิตผลไม้ในเชิงเศรษฐกิจหลายชนิด เช่น ทุเรียน มังคุด ลำไย ลิ้นจี่ และมะม่วง เป็นต้น ซึ่งสร้างรายได้เข้าประเทศปีละหลายหมื่นล้านบาท โดยมีตลาดหลักคือ จีน และเวียดนาม อย่างไรก็ตาม การส่งออกผลไม้สดและผลิตภัณฑ์ของไทย จำเป็นต้องอาศัยโรงคัดบรรจุ ในการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกร เพื่อทำหน้าที่ส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ จากงานวิจัยของคณะกรรมาธิการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน สภานิติบัญญัติแห่งชาติ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การตั้งโรงคัดบรรจุผลไม้ (ล้ง) ของผู้ประกอบการชาวต่างชาติในจังหวัดจันทบุรี” พบว่า ปัจจุบันการผลิตและการตลาดผลไม้ของจังหวัดจันทบุรีเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต ซึ่งจากเดิมที่เกษตรกรเก็บเกี่ยวผลผลิตจำหน่ายให้พ่อค้าเพื่อขนส่งและกระจายไปสู่ตลาดต่างๆ เปลี่ยนเป็นผู้ประกอบการเข้ามาตั้งโรงคัดบรรจุหรือล้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ประกอบการชาวจีน ซึ่งเข้ามารับซื้อผลไม้ถึงในสวนเกษตรกร ซึ่งข้อดีในระยะแรกคือ ช่วยยกระดับราคารับซื้อผลไม้ในประเทศให้สูงขึ้น เนื่องจากเกิดการแข่งขันในการรับซื้อผลไม้เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดปลายทางโดยเฉพาะจีนที่นิยมบริโภคผลไม้ของไทย แต่อนาคตในระยะยาวมีความเป็นไปได้ที่จะมีการผูกขาดการซื้อขายผลไม้ของโรงคัดบรรจุชาวจีน เนื่องจากมีการไปติดต่อสวนเพื่อทำสัญญาซื้อลำไยกับเกษตรกรด้วยตนเอง มีการบริหารจัดการภายในโรงคัดบรรจุและการส่งออกเองตั้งแต่ต้นทางจนกระทั่งถึงปลายทาง รวมทั้งมีบทบาทในการกำหนดราคารับซื้อลำไย โดยอ้างอิงราคาที่ตลาดปลายทางเป็นหลัก

อย่างไรก็ตาม การที่ผู้ประกอบการชาวจีนเข้ามารับซื้อผลไม้ถึงในสวนเกษตรกร ทำให้เกิดการแข่งขันในการรับซื้อผลไม้ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดปลายทางโดยเฉพาะจีนที่นิยมบริโภคผลไม้ของไทย เช่น ลำไย ทุเรียน และมังคุด เป็นต้น จึงเป็นโอกาสในการขยายตลาดส่งออกผลไม้ไทยไปยังจีน โดยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “โครงการศึกษาการขยายตลาดผลไม้ไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ภายใต้การเปิดเขตการค้าเสรีไทย - จีน” พบว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องในระบบโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของการส่งออกผลไม้สดของไทยไปจีน ประกอบด้วย เกษตรกร พ่อค้าโรงคัดบรรจุ พ่อค้าส่งออก ผู้นำเข้าและผู้บริโภคในประเทศจีน สำหรับระบบโลจิสติกส์ การขนส่งทางอากาศมีค่าขนส่งสูงที่สุด รองลงมาเป็นทางบกและทางทะเล และเมื่อพิจารณาเกี่ยวกับระยะเวลาในการขนส่ง ทางอากาศใช้เวลาน้อยที่สุดคือหนึ่งวัน ทางบกใช้เวลาประมาณ 4 - 5 วัน และทางทะเลใช้เวลามากที่สุดประมาณ 7 - 8 วัน ทั้งนี้ เมื่อขนส่งทางบกโดยเส้นทาง R3A จะใช้เวลาน้อยกว่าเส้นทาง R9 และ R12 แต่ยังพบปัญหาด้านกฎระเบียบ และภาษี ทำให้ต้นทุนต่อตู้ที่ใช้เส้นทาง R3A สูงขึ้น นอกจากนี้ เมื่อวิเคราะห์การนำเข้าผลไม้ของไทยจากจีน พบว่า ผลไม้ไทยเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ซึ่งปริมาณความต้องการนำเข้าผลไม้ของไทยตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของรายได้ และมีความอ่อนไหวต่อราคา ในส่วนของอุปสงค์การนำเข้าผลไม้ของไทยในประเทศจีนแต่ละชนิดพบว่า ลำไย ทุเรียนสด ทุเรียนแช่แข็ง และมังคุด เป็นสินค้าผลไม้ของไทยที่มีปริมาณความต้องการนำเข้าในจีนเพิ่มขึ้นทุกปี

และจากการวิเคราะห์ตลาดผลไม้สดไทยในจีน พบว่า สามารถแบ่งได้เป็น 2 ตลาดใหญ่ๆ คือ ตลาดเมืองท่าสำคัญทางตะวันออกซึ่งเป็นมณฑลและเมืองท่าที่ติดทะเล มีรายได้ต่อหัวอยู่ใน 10 อันดับแรกของจีน และมีประชากรอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ได้แก่ มณฑลเทียนจิน เซี่ยงไฮ้ เจียงซู เจ้อเจียง เหลียวหนิง กวางตุ้ง ซานตง และฝูเจี้ยน และตลาดที่สองเป็นเมืองท่าสำคัญในมณฑลทางทิศตะวันตก ได้แก่ มณฑลส่านซี ฉงชิ่ง เสฉวน ยูนนาน และกว่างสี โดยมีตลาดเจียงหนาน เมืองกว่างโจว มณฑลกวางตุ้ง เป็นตลาดกลางในการนำเข้าผลไม้จากไทยตามเส้นทางขนส่งทางบกโดยใช้เส้นทาง R3 และ R9 ซึ่งจะช่วยลดเวลาการขนส่ง ทำให้ผลไม้ไทยมีความสดและสามารถเพิ่มราคาผลไม้ ณ ระดับฟาร์มได้ นอกจากนี้ การขยายตลาดผลไม้ในมณฑลทิศตะวันตกของจีนซึ่งเป็นมณฑลที่มีรายได้ต่อหัวสูง ได้แก่ เทศบาลนครฉงชิ่ง มณฑลเสฉวน มณฑลส่านซี เป็นตลาดที่เหมาะสมสำหรับผลไม้สดที่มีคุณภาพและราคาสูง ส่วนมณฑลที่มีรายได้ต่อหัวต่ำ ได้แก่ มณฑลยูนนาน เขตปกครองตนเองกว่างสี มีความเหมาะสมกับผลไม้สดคุณภาพปานกลางและราคาไม่สูง โดยเป็นตลาดที่สามารถระบายผลไม้จากไทยในช่วงผลผลิตออกสู่ตลาดมาก และสามารถขนส่งผ่านเส้นทางบก R3 R9 และ R12

นอกจากนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเซี่ยเหมิน (2560) ได้รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ เกี่ยวกับการนำเข้าผลไม้ของจีนต้องทำพิธีสารข้อตกลงในการตรวจสอบและกักกันโรค โดยกระทรวงควบคุมคุณภาพและตรวจสอบกักกันโรคของจีน (General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine: AQSIQ) ซึ่งมีการประกาศรายชื่อผลไม้ที่ให้นำเข้าได้และให้นำเข้า ณ ด่านตรวจและกักกันตามที่จีนกำหนดเท่านั้น โดยลำไยเป็นผลไม้ 1 ใน 10 ชนิด ที่มีการนำเข้ามากที่สุด ทั้งนี้ ด่านที่มีการนำเข้าผลไม้มากที่สุด ได้แก่ ศุลกากรเมืองเซินเจิ้น คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 35 - 39 ศุลกากรเซี่ยงไฮ้ ประมาณร้อยละ 20 - 23 และศุลกากรหนานหนิง ประมาณร้อยละ 6 - 9 ของมูลค่าการนำเข้าผลไม้ทั้งหมดโดยมูลค่าการนำเข้า ณ เขตศุลกากรเมืองเซินเจิ้น เซี่ยงไฮ้ กว่างโจว และเซี่ยเหมินมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องสำหรับปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการนำเข้าผลไม้ของจีน ได้แก่ สภาพอากาศแปรปรวนที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณผลผลิตในประเทศ กฎระเบียบการนำเข้า ต้นทุนการขนส่ง และพฤติกรรมของผู้บริโภค ส่วนราคาจะขึ้นอยู่กับฤดูกาล ผลไม้นอกฤดูจะมีราคาสูงกว่าปกติ โดยผลไม้นอกฤดูในช่วงเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม และช่วงเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ จะมีราคาสูงกว่าผลไม้ในฤดูช่วงเดือนมิถุนายน - กันยายน ประมาณร้อยละ 40 - 60 อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันปริมาณผลไม้ที่ส่งออกไปยังเวียดนามมีมากขึ้นทั้งที่เป็นผลไม้ที่เวียดนามสามารถผลิตได้เอง และผลไม้ที่นำเข้าจากไทยเพื่อส่งออกไปยังจีน โดยใช้สิทธิประโยชน์จากนโยบายจุดผ่อนปรนการค้าชายแดนกับจีน สำหรับโอกาสในการขยายตลาดผลไม้ในจีนยังมีอีกมาก เนื่องจากผลไม้ของไทยมีรสชาติอร่อยตรงกับความต้องการบริโภคของคนจีน ผู้บริโภคในจีนมีความมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัยของผลไม้ไทย และราคาไม่สูงเกินไป

ปัจจุบันการส่งออกลำไยของไทยทั้งในรูปผลสด และอบแห้ง ส่วนใหญ่ส่งออกไปจีน ซึ่งเป็นตลาดหลักโดยผ่านโรงคัดบรรจุ รับซื้อลำไยมากกว่า 100 ราย ทั้งโรงคัดบรรจุลำไยสด และโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้ง โดยส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในแหล่งผลิตที่สำคัญภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดลำพูน ส่วนภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี โดยรูปแบบการรับซื้อลำไยของโรงคัดบรรจุแตกต่างจากผลไม้ชนิดอื่น เนื่องจากมีการรับซื้อล่วงหน้าตั้งแต่ยังไม่เห็นผลผลิต และโรงคัดบรรจุหรือพ่อค้ารวบรวม เป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการรวบรวม

ผลผลิตจากเกษตรกร ดังผลการศึกษาของ ผศ.ดร.พนิดา บุญฤทธิ์ธงไชย และคณะ (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “โลจิสติกส์ของลำไยในภาคตะวันออกของประเทศไทย” โดยในส่วนของห่วงโซ่อุปทานลำไยของภาคตะวันออก ประกอบด้วย ชาวสวนผู้ปลูกลำไย พ่อค้ารวบรวม โรงคัดบรรจุ และผู้ส่งออกซึ่งจะมีการดำเนินกิจกรรมหลักแตกต่างกันไปตามบทบาทหน้าที่ตั้งแต่การจัดการด้านการผลิตจนถึงผู้บริโภคปลายทาง ทั้งนี้ การขนส่งลำไยจากสวนไปยังโรงคัดบรรจุ หรือผู้รวบรวมจะทำหน้าที่เป็นผู้ขนส่งผลผลิต ดังนั้น ต้นทุนด้านการขนส่งผลผลิตลำไยจึงเป็นของผู้รวบรวม นอกจากนี้ การผลิตลำไยเพื่อการส่งออกของจังหวัดจันทบุรีมีความแตกต่างกับการผลิตผลไม้ชนิดอื่นๆ โดยโรงคัดบรรจุจะทำการติดต่อตกลงซื้อขายก่อนถึงฤดูเก็บเกี่ยว ซึ่งแต่ละแห่งจะมีตลาดในเมืองจีนที่แน่นอน และต้องมีสินค้าส่งป้อนให้ลูกค้าตามกำหนดเวลาที่ตกลงกันไว้ เนื่องจากจีนต้องการสินค้าเป็นจำนวนมาก ทำให้โรงคัดบรรจุต้องมีลำไยไว้ในมือก่อนที่จะถึงฤดูการเก็บเกี่ยว แต่ถ้ารอให้ถึงเวลาส่งแล้วค่อยหาสินค้า อาจทำให้สินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการ ทั้งนี้ ผู้รวบรวมหรือโรงคัดบรรจุจะเป็นผู้รับผิดชอบในกระบวนการเก็บเกี่ยว คัดแยกขนาดและคุณภาพ โดยจะนำแรงงานซึ่งส่วนมากเป็นแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านมาเก็บเกี่ยว คัดแยกขนาดและคุณภาพที่สวน ตลอดจนเตรียมรถสำหรับขนส่งลำไยจากสวนหรือสถานที่รวบรวม และทำการขนส่งไปยังโรงคัดบรรจุ เพื่อดำเนินการรมด้วยก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ เพื่อยืดอายุการเก็บรักษาและเพื่อให้สีผิวเปลือกเป็นสีทองสวยงามหลังจากนั้นทำการผึ่งลำไยให้แห้ง และทำการบรรจุ รวมทั้งลำเลียงในตู้คอนเทนเนอร์ควบคุมอุณหภูมิเพื่อส่งออกไปจีน

จากผลการศึกษาที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่า โรงคัดบรรจุหรือผู้รวบรวมผลผลิต เป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการรับซื้อผลผลิต รวมทั้งการดำเนินการบริหารจัดการตั้งแต่ต้นทางไปจนกระทั่งถึงปลายทาง โดยมีแนวโน้มเป็นผู้รับซื้อของต่างชาติ หรือในรูปแบบนอมินีมากขึ้น ทั้งนี้ ถึงแม้ว่าลำไยและผลไม้ชนิดอื่นของไทยจะมีโอกาสในการขยายตลาดส่งออกไปจีน อย่างไรก็ตาม ควรป้องกันความเสี่ยงด้านการผลิต และการตลาดในอนาคต จึงได้มีการพิจารณาและเพิ่มเติมประเด็นเกี่ยวกับมาตรการ และกฎระเบียบทางการค้าจากการเข้ามาประกอบธุรกิจของล้งต่างชาติ จากมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2559 รับทราบรายงานผลการศึกษาคณะกรรมาธิการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน สภานิติบัญญัติแห่งชาติเรื่อง “การตั้งโรงคัดบรรจุผลไม้ (ล้ง) ของผู้ประกอบการชาวต่างชาติในจังหวัดจันทบุรี” และมอบหมายให้กระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานหลักในการรับข้อเสนอแนะของคณะกรรมาธิการฯ ไปพิจารณาร่วมกับกระทรวงการคลัง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงแรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรม และสำนักงานตำรวจแห่งชาติ เพื่อพิจารณาถึงความเหมาะสมของรายงาน ซึ่งได้มีประเด็นความเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับมาตรการ และกฎระเบียบทางการค้าจากการพิจารณา ดังนี้ 1) มาตรการจัดระเบียบทางการค้า พบว่า ล้งมีสถานะเป็นคนต่างด้าว 5 ราย เป็นนิติบุคคลที่เข้าข่ายกลุ่มเสี่ยงอาจใช้คนไทยถือหุ้นแทน 95 ราย และเป็นล้งในจังหวัดจันทบุรี 5 ราย การดำเนินการไม่ขัดต่อ พ.ร.บ. แข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 การกำหนดราคาส่วนใหญ่ถูกกำหนดโดยกลไกตลาดคืออุปสงค์และอุปทาน โดยมีการอบรมให้ความรู้ด้านการตลาด และการซื้อขายโดยใช้สัญญาข้อตกลงมาตรฐานให้แก่เกษตรกร และผู้ประกอบการผลไม้ควบคู่กันไป 2) ปัญหาการเข้ามาทำงานและอยู่ในประเทศไทยของคนต่างด้าว โดยไม่ได้รับอนุญาต สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองได้แจ้งว่าได้ดำเนินการบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัดกับทุกสัญชาติ ได้ดำเนินการคุ้มครองแรงงานตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน และกฎหมายว่าด้วยกองทุนประกันสังคม เพื่อให้ลูกจ้างได้รับ

สิทธิประโยชน์ตามกฎหมายโดยไม่เลือกปฏิบัติ รวมทั้งส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับสิทธิหน้าที่ของนายจ้างและลูกจ้างในโรงคัดบรรจุผลไม้ 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 การส่งเสริมและพัฒนาด้านการตลาดและโลจิสติกส์ให้กับล้งไทย และผู้ประกอบการไทย

2.2 แนวคิดและทฤษฎี

2.2.1 โซ่อุปทาน (Supply Chain)

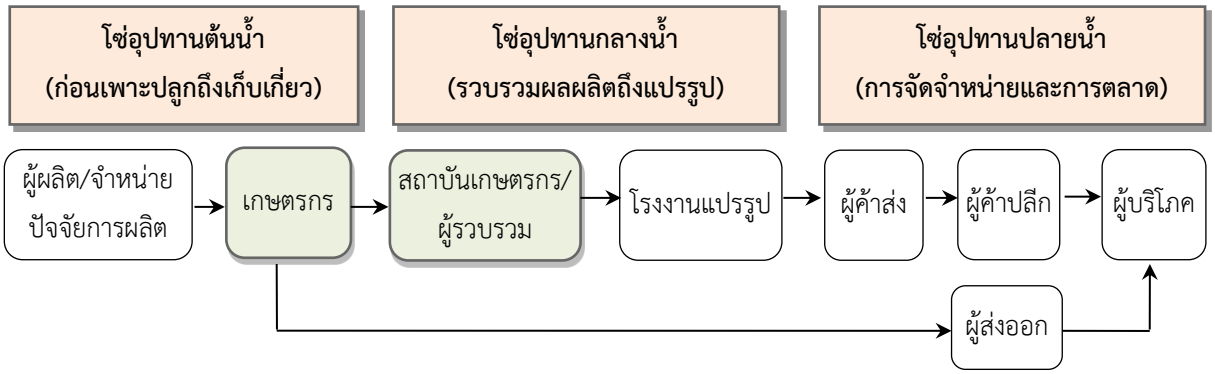
โซ่อุปทาน (Supply Chain) หมายถึง กิจกรรมที่มีความสัมพันธ์ และเชื่อมโยงกันเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับปัจจัยการผลิต โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการนำวัตถุดิบจากผู้ขายวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการผลิต การจัดจำหน่ายจนถึงการจัดส่งสินค้าไปสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย รวมถึงการบริการหลังการขาย โดยทั่วไปจะประกอบด้วยกิจกรรมสำคัญ 4 กิจกรรม ได้แก่ ผู้ส่งมอบ คือผู้ที่ส่งวัตถุดิบให้กับโรงงาน ผู้ผลิต คือผู้ที่ทำหน้าที่ในการแปรสภาพวัตถุดิบที่ได้รับจากผู้ส่งมอบให้มีคุณค่าสูงขึ้น ผู้กระจายสินค้า คือผู้ที่ทำหน้าที่ในการกระจายสินค้าไปให้ถึงมือผู้บริโภคหรือลูกค้า และลูกค้าหรือผู้บริโภค คือจุดปลายสุดของโซ่อุปทาน เป็นจุดที่สินค้าหรือบริการถูกใช้จนหมดมูลค่า (ยรรยง ศรีสม, 2553)

การจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) หมายถึง กิจกรรมการจัดการผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูง และมีคุณภาพตามความต้องการของลูกค้า แล้วจัดส่งให้ลูกค้าด้วยต้นทุนต่ำที่สุดและระดับบริการ (Service Level) ที่ไว้วางใจได้มากที่สุด การจัดการห่วงโซ่อุปทานจึงครอบคลุมทุกขั้นตอนของการผลิตและการเคลื่อนย้ายสินค้า การไหลเวียนของข้อมูล ข่าวสาร และเงินทุน เชื่อมโยงผู้เกี่ยวข้องตั้งแต่การผลิตในระดับต้นน้ำ การแปรรูป หีบห่อ และจัดการสินค้าคงคลังในระดับกลางน้ำ จนถึงการค้าส่งและค้าปลีก และการส่งออกในระดับปลายน้ำ ซึ่งกระบวนการโลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของการจัดการโซ่อุปทาน (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2553) เป็นการบริหารจัดการตั้งแต่ต้นน้ำหรือแหล่งวัตถุดิบในการผลิต ป้อนเข้าโรงงาน จนถึงปลายน้ำหรือถึงผู้บริโภค ประกอบด้วยขั้นตอนทุกๆ ขั้นตอนที่เกี่ยวข้อง ทั้งทางตรง และทางอ้อม ที่มีต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งไม่เพียงแต่อยู่ในส่วนของผู้ผลิตและผู้จัดส่งวัตถุดิบเท่านั้น แต่รวมถึงผู้ขนส่ง คลังสินค้า พ่อค้าคนกลางและลูกค้าด้วย (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558) ซึ่งองค์ประกอบของโซ่อุปทานในระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ (ภาพที่ 2.1) มีดังนี้

1) ระดับต้นน้ำ ได้แก่ เกษตรกร ซึ่งทำหน้าที่ในการผลิตและการเก็บเกี่ยวสินค้าเกษตร โดยในกิจกรรมโลจิสติกส์ เริ่มตั้งแต่การจัดหาและใช้ปัจจัยการผลิตทางการเกษตร การจัดการคุณภาพผลผลิตในฟาร์มจนได้ผลผลิตที่พร้อมส่งไปจำหน่าย

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

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



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2558)

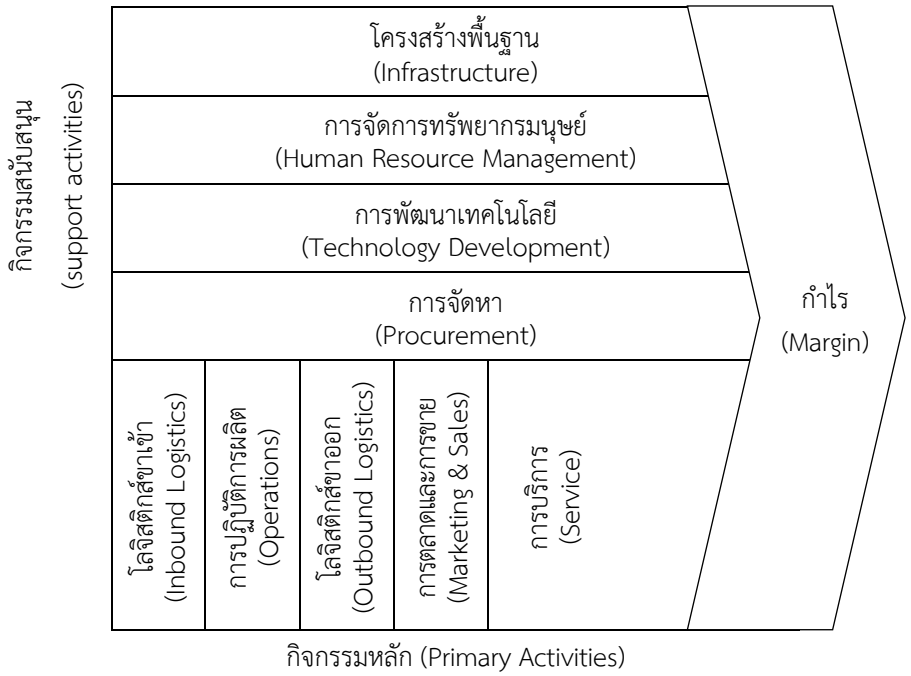
ภาพที่ 2.1 โซ่อุปทานสินค้าเกษตร

ประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตสินค้าเกษตรที่สำคัญในตลาดโลก แต่การบริหารจัดการตลอดโซ่อุปทานยังประสบปัญหาตั้งแต่ระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ปัญหาสำคัญในระดับต้นน้ำและกลางน้ำ ได้แก่ ปัญหาความสูญเสียในกระบวนการผลิต การเพิ่มมูลค่าการผลิต เกษตรกรขาดองค์ความรู้ในการจัดการกิจกรรมต่อเนื่องในโซ่อุปทาน ทำให้ผู้ค้าปลีกและผู้ส่งออกเป็นผู้ควบคุมและจัดการผลผลิตจากเกษตรกรและจำหน่าย ทำให้มูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตรไม่อยู่ในมือเกษตรกร นอกจากนี้ ยังมีปัญหาต้นทุน การขนถ่ายสินค้าเนื่องจากการขาดแคลนแรงงาน และการเข้าถึงตลาด ซึ่งการรวมกลุ่มเกษตรกรยังไม่ประสบความสำเร็จ ในส่วนของระดับปลายน้ำ ปัญหาที่สำคัญคือผลผลิตที่ส่งออกส่วนใหญ่เป็นผลผลิตการแปรรูปขั้นต้น และมีมาตรการด้านคุณภาพและความปลอดภัยเป็นข้อกำหนดในการส่งออก ส่งผลให้สินค้าที่ไม่ผ่านมาตรฐานตกค้างในประเทศ รวมทั้งมาตรการด้านภาษีและไม่ใช่ภาษีในรูปแบบต่างๆ ซึ่งทำให้ขาดขีดความสามารถในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง ทั้งนี้ ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานการเกษตร ในส่วนของพืชผัก และผลไม้

ซึ่งเป็นสินค้าที่เน่าเสียง่าย มีปัญหาความสูญเสียด้านปริมาณและคุณภาพ คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 30 ของผลผลิตทั้งหมด (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558)

2.2.2 แนวคิดการวิเคราะห์ห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain Analysis)

การวิเคราะห์ห่วงโซ่แห่งคุณค่าเป็นแนวคิดของ Michael E. Porter ซึ่งได้นำเสนอแบบจำลองห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Model) ไว้ในหนังสือ Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance เมื่อปี 1985 (Porter, 1985) เป็นการวิเคราะห์โครงสร้างงานภายในองค์การ โดยแบ่งเป็นกิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน โดยกิจกรรมหลักประกอบด้วย 1) โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) เป็นกิจกรรมในการจัดหาและนำวัตถุดิบที่เป็นปัจจัยการผลิตเข้าสู่กิจการ 2) การปฏิบัติการ (Operations) เป็นกิจกรรมที่เปลี่ยนปัจจัยการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สุดท้ายนำไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีขึ้น 3) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) เป็นการจัดส่งสินค้าสำเร็จรูปออกสู่ตลาด 4) การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) ซึ่งประกอบด้วยส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา การส่งเสริมการตลาด และช่องทางจัดจำหน่าย และ 5) การบริการ (Services) ซึ่งต้องให้ความสำคัญกับการบริการลูกค้าในส่วนของกิจกรรมสนับสนุน ประกอบด้วย 1) การจัดการ หรือการจัดซื้อจัดหาปัจจัยมาใช้ในกิจกรรมหลัก (Procurement) เช่น การจัดการทรัพยากร ซึ่งประกอบด้วยวัตถุดิบ วัสดุ ปัจจัยการผลิต ที่ใช้ในกระบวนการผลิต รวมถึง เครื่องจักร อาคาร เป็นต้น 2) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) เป็นกิจกรรมการสร้างคุณค่าในองค์กรและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) เช่น กิจกรรมการสรรหา คัดเลือก และฝึกอบรม เป็นต้น 4) โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Infrastructure) ได้แก่ กิจกรรมต่างๆ เช่น การเงิน บัญชี และการจัดการทั่วไป เป็นต้น (ภาพที่ 2.2)



ที่มา: Michael E. Porter (1985)

ภาพที่ 2.2 ปัจจัยพื้นฐานของห่วงโซ่คุณค่าของ Michael E. Porter

2.2.3 แนวคิดส่วนเหลื่อมการตลาด (Marketing Margin)

ส่วนเหลื่อมการตลาด หมายถึง ความแตกต่างระหว่างราคาสินค้าหรือผลิตผลที่ผู้บริโภคจ่ายกับราคาที่ผู้ผลิตได้รับ หรือราคาของสิ่งบริการทางการตลาด (Marketing Services) ได้แก่ ค่าขนส่ง ค่าเก็บรักษา ค่าบรรจุหีบห่อ และกำไรของผู้ค้า ดังสมการ

$$M = P_r - P_f$$

M = ส่วนเหลื่อมการตลาด

P_r = ราคาขายปลีก

P_f = ราคาฟาร์ม

ความแตกต่างระหว่างราคาที่ผู้บริโภคจ่ายหรือราคาขายปลีก (Retail Price: Pr) กับราคาที่ผู้ผลิตหรือเกษตรกรได้รับ (Farm Price: Pf) เนื่องจากในระบบตลาดสินค้าเกษตรโดยทั่วไปผู้ผลิตและผู้บริโภคมิได้ซื้อขายกันโดยตรง ผู้ผลิตและผู้บริโภคอยู่กันคนละแห่ง ประกอบกับลักษณะสินค้าเกษตรที่ผู้ผลิตผลิตได้ส่วนใหญ่ไม่ได้อยู่ในลักษณะที่ผู้บริโภคต้องการ จึงต้องมีคนกลางทางการตลาดประเภทต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง

ราคาขายปลีกที่ผู้บริโภคจ่าย สะท้อนถึงอุปสงค์ของผู้บริโภคต่อสินค้านั้น ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณและราคาในระดับขายปลีก ซึ่งเรียกว่าอุปสงค์ขั้นปฐมหรือขั้นต้น (Primary Demand) ซึ่งเป็นความต้องการที่ส่งผลให้ผู้ประกอบการเกิดความต้องการต่อปัจจัยการผลิตที่จะไปใช้ผลิตสินค้าตอบสนองความต้องการในขั้นปฐมดังกล่าว และรวมถึงปัจจัยต่างๆ ที่จะถูกนำไปใช้ในกระบวนการตลาด

ความต้องการปัจจัยการผลิตในระดับฟาร์มเป็นความต้องการของเกษตรกร ส่วนปัจจัยที่ใช้ในกระบวนการตลาดเป็นความต้องการของคนกลางประเภทต่างๆ ในการทำธุรกิจ คนกลางไม่ได้เป็นผู้บริโภคสินค้าเอง ซึ่งความต้องการของคนกลางเหล่านี้เรียกว่าอุปสงค์สืบเนื่อง (Derived Demand) ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณและราคาในระดับฟาร์ม และระดับคนกลางประเภทต่างๆ ก่อนถึงระดับขายปลีก

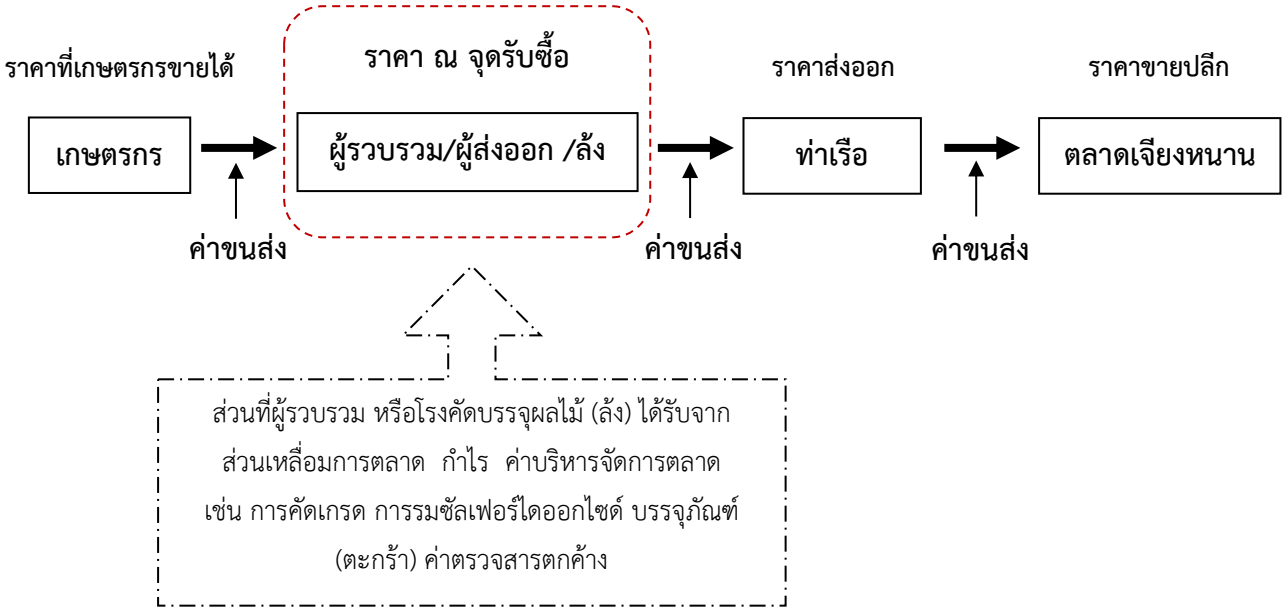
มูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาด แบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือ 1) ต้นทุนการตลาด (Marketing Cost) และ 2) ค่าบริการการตลาด (Marketing Charge) โดยมีรายละเอียด ดังนี้ (สมพร อิศวิลานนท์, 2546)

1) ต้นทุนการตลาด หมายถึง ผลตอบแทนที่ได้รับจากการใช้ปัจจัยต่างๆ ในการผลิตสินค้าแปรรูปและการทำหน้าที่การตลาดอื่นๆ เช่น การซื้อ การขาย การเก็บรักษา การขนส่งการเสี่ยงภัย การบริการด้านการเงิน และการแบ่งชั้นคุณภาพ เป็นต้น โดยนับตั้งแต่จุดที่สินค้าเริ่มเคลื่อนย้ายจากมือผู้ผลิตหรือเกษตรกรไปจนกระทั่งถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้ายผลตอบแทนที่ได้นั้นประกอบไปด้วย ค่าจ้าง ค่าเช่า และค่าดอกเบี้ย ซึ่งก็คือผลตอบแทนต่อแรงงาน ที่ดินหรืออาคารสำนักงาน และทุน ตามลำดับ

ในการพิจารณาต้นทุนการตลาดของสินค้าแต่ละชนิดจำเป็นต้องทราบถึงวิถีการตลาดของสินค้านั้น โดยเฉพาะสินค้าเกษตรแต่ละชนิดมีความแตกต่างกัน เช่น บางอย่างเน่าเสียง่าย บางอย่างต้องมีกระบวนการแปรรูปหลายขั้นตอน บางอย่างผลิตได้เฉพาะบางฤดูกาลทำให้จำนวนคนกลางในตลาดสินค้าแต่ละชนิดมีความแตกต่างกันอันเป็นผลให้ส่วนประกอบของต้นทุนการตลาดของสินค้าแต่ละชนิดแต่ละประเภทจึงมีมากน้อยแตกต่างกันไป

2) ค่าบริการการตลาด หมายถึง ผลตอบแทนต่อการบริการของคนกลางในตลาดแต่ละระดับอันได้แก่ ผลตอบแทนหรือกำไรต่อการบริการของผู้ขายปลีก ผู้ขายส่ง ผู้รวบรวมนายหน้า และผลตอบแทนต่อกิจกรรมการแปรรูปของพ่อค้าแปรรูป ผลตอบแทนต่อการบริการของคนกลางตลาด ในแต่ละระดับนั้นจะแตกต่างกันไปตามชนิดของสินค้า

เมื่อพิจารณาส่วนประกอบของส่วนเหลื่อมการตลาดจะเห็นว่า ส่วนเหลื่อมการตลาดจะเป็นปัจจัยอันหนึ่งที่จะช่วยในการศึกษาพฤติกรรมการดำเนินการของระบบการตลาดของสินค้านั้นๆ โดยจะสามารถชี้ให้เห็นว่าเงินที่ผู้บริโภคจ่ายไปในการซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะตกไปถึงมือผู้ที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ผู้ผลิต ผู้แปรรูป พ่อค้าในระดับตลาดต่างๆ เป็นสัดส่วนเท่าใด ผู้ใด และในตลาดระดับใด มีค่าใช้จ่ายอะไรบ้าง มากน้อยเพียงใด ตลอดจนพ่อค้าในระดับใดได้รับผลตอบแทนเป็นสัดส่วนมากน้อยเพียงใด ทั้งยังช่วยในการวิเคราะห์การตลาดของสินค้านั้นด้วย เมื่อพิจารณาว่าส่วนเหลื่อมการตลาดมีแนวโน้มไปในทางใดทางหนึ่งในช่วงเวลาหนึ่งแล้ว อาจจะสามารถศึกษาและวิเคราะห์ได้ว่าเหตุใดส่วนเหลื่อมการตลาดของสินค้านั้นๆ มีแนวโน้มไปในลักษณะเช่นนั้น พฤติกรรมส่วนใดในระบบตลาดที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในลักษณะนั้น เป็นต้น (ภาพที่ 2.3)



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2558)

ภาพที่ 2.3 ส่วนประกอบของผู้ที่เกี่ยวข้องในส่วนเหลื่อมการตลาดผลไม้

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงส่วนเหลื่อมการตลาด (สมคิด ทักษิณาวิสุทธิ์, 2548) ได้แก่

1) ระดับราคาสินค้าโดยทั่วไปเปลี่ยนแปลง จะทำให้ราคาสินค้าและค่าใช้จ่ายการตลาดเปลี่ยนแปลง ซึ่งก็จะส่งผลให้ส่วนเหลื่อมการตลาดเปลี่ยนแปลง

2) ปริมาณสินค้าที่เข้าสู่ตลาด สินค้าเกษตรกรรมส่วนใหญ่จะออกเป็นฤดูกาล อุปทานจะไม่สม่ำเสมอตลอดปี ช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมาก และมีผลผลิตส่วนเกินเข้าตลาดมากขึ้น จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพทางการตลาดสูงขึ้น ต้นทุนการตลาดต่อหน่วยผลผลิตลดลง ระดับราคาขายปลีกก็จะลดลง เป็นผลทำให้ส่วนเหลื่อมการตลาดลดลง

3) การปรับปรุงเทคโนโลยีของคนกลางทางการตลาดประเภทต่างๆ หากเทคโนโลยีดีขึ้น ต้นทุนการตลาดจะลดลง ส่วนเหลื่อมการตลาดก็จะลดลง

4) การเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภค เช่น ต้องการสินค้าในลักษณะสินค้าสำเร็จรูปมากขึ้น คนกลางก็ต้องเพิ่มบริการการตลาดมากขึ้น และให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ก็จะทำให้ส่วนเหลื่อมการตลาดเพิ่มขึ้น

5) ลักษณะตลาด ในตลาดที่มีการแข่งขันไม่สมบูรณ์ ระบบข่าวสารไม่ดี พ่อค้าจะได้เปรียบทางการค้า จะสามารถตั้งราคาขายได้สูงกว่าที่ควร พ่อค้าจะได้รับผลตอบแทนหรือกำไรเบื้องต้นสูงเกินควร ทำให้ส่วนเหลื่อมการตลาดเปลี่ยนแปลงสูงขึ้น

6) การเปลี่ยนแปลงราคาปัจจัยการผลิตต่างๆ เช่น การเพิ่มขึ้นของอัตราค่าจ้างแรงงาน ค่าวัสดุอุปกรณ์ ค่าธรรมเนียม ค่าภาษีอากรต่างๆ ย่อมมีผลกระทบต่อต้นทุนและทำให้ส่วนเหลื่อมการตลาดเปลี่ยนแปลง

2.2.4 มาตรวัดเจตคติแบบลิเคอร์ท (Likert Rating Scale)

มาตรวัดของลิเคิร์ท เป็นแนวคิดของ Rensis A. Likert ที่สร้างขึ้นในปี ค.ศ. 1932 เพื่อวัดเจตคติ เป็นแนวคิดในการประเมินค่าหรือมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scales) เป็นวิธีวัดทัศนคติและความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ ทั้งความคิดเห็นเชิงบวกและเชิงลบที่ต้องการศึกษาที่นิยมใช้มากที่สุดวิธีหนึ่ง ซึ่งมีการกำหนดค่าน้ำหนักของความคิดเห็นในแต่ละข้อ นิยมแปรผลเป็นตัวเลขตามระดับที่กำหนด และนำจำนวนข้อไปหาคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งนักวิชาการส่วนใหญ่นิยมแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยการศึกษาวิจัยนี้ได้นำแนวคิดของลิเคิร์ทมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาความคิดเห็นด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการธุรกิจลำไยและผู้ผลิตลำไย ซึ่งจัดลำดับความเห็นเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5 คะแนน หมายถึง พอใจหรือเห็นด้วยระดับมากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง พอใจหรือเห็นด้วยระดับมาก

3 คะแนน หมายถึง พอใจหรือเห็นด้วยระดับปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง พอใจหรือเห็นด้วยระดับน้อย

1 คะแนน หมายถึง พอใจหรือเห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

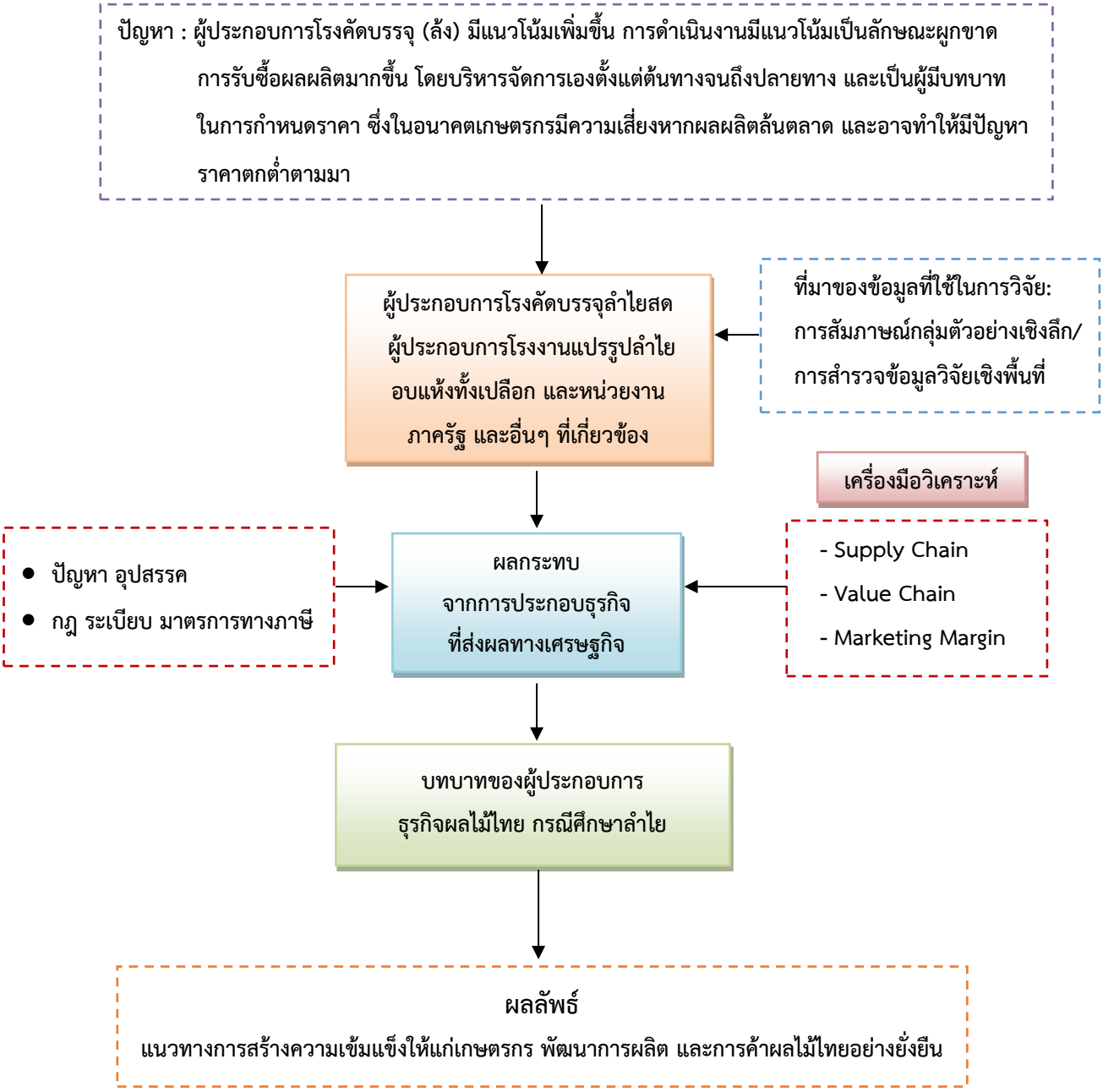
โดยให้คะแนนความเห็นตามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) ดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด – คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ดังนั้น สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ย ได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.21 – 4.20 หมายถึง ระดับมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.20 หมายถึง ระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

2.2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3
ข้อมูลทั่วไป

3.1 สถานการณ์การผลิต

ประเทศไทยมีพื้นที่และสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมสำหรับการปลูกลำไยทางภาคเหนือและภาคตะวันออก โดยเป็นแหล่งผลิตที่สำคัญของประเทศที่สามารถให้ผลผลิตลำไยเป็นจำนวนมาก ซึ่งในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2556 – 2560) เนื้อที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ของลำไยรวมทั้งประเทศ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จาก 1,038,108 ไร่ ผลผลิต 854,616 ตัน และผลผลิตต่อไร่ 823 กิโลกรัม ในปี 2556 เป็น 1,095,121 ไร่ ผลผลิต 1,035,086 ตัน และผลผลิตต่อไร่ 945 กิโลกรัม ในปี 2560 เนื่องจากราคาลำไยอยู่ในเกณฑ์ดี ทำให้เกษตรกรมีเงินทุนในการดูแลบำรุงรักษาต้นลำไย ประกอบกับสภาพอากาศมีความหนาวเย็นและมีปริมาณฝนเพียงพอ ซึ่งเอื้ออำนวยต่อการออกดอกและติดผล ส่งผลให้เนื้อที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้น ดังแสดงในตารางที่ 3.1

แหล่งปลูกลำไยที่สำคัญอยู่ทางภาคเหนือใน 8 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน เชียงราย พะเยา ลำปาง แพร่ ตาก และน่าน โดยผลผลิตส่วนมากเป็นลำไยในฤดู ซึ่งผลผลิตออกสู่ตลาดในช่วงเดือนมิถุนายนถึงกันยายนของทุกปี และทางภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี โดยผลผลิตเกือบทั้งหมดเป็นลำไยนอกฤดู ซึ่งผลผลิตออกสู่ตลาดในช่วงเดือนตุลาคมถึงพฤษภาคมของทุกปี สำหรับพันธุ์ลำไยที่เกษตรกรนิยมปลูก ได้แก่ พันธุ์อีดอ ซึ่งคิดเป็นประมาณร้อยละ 90 ของเนื้อที่ปลูกลำไยทั้งประเทศ เนื่องจากเป็นพันธุ์ที่ให้ผลลำไยที่มีเปลือกบาง เนื้อหนา เมล็ดเล็ก มีรสชาติหวาน และเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศจีน นอกจากนั้นอีกประมาณร้อยละ 10 ของเนื้อที่ปลูกลำไยทั้งประเทศเป็นลำไยพันธุ์อื่นๆ เช่น สีชมพู แห้ว และเบี้ยวเขียว เป็นต้น

ตารางที่ 3.1 เนื้อที่ให้ผล ผลผลิต ผลผลิตต่อไร่ ของลำไยรวมทั้งประเทศ ปี 2556 - 2560

ปี	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)
2556	1,038,108	854,616	823
2557	1,058,538	1,037,535	980
2558	1,063,054	917,353	863
2559	1,069,047	770,600	721
2560	1,095,121	1,035,086	945
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	**1.17**	**0.86**	**-0.30**

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2561)

3.2 สถานการณ์การตลาด

3.2.1 การบริโภคภายในประเทศ

ผลผลิตลำไยส่วนใหญ่ที่บริโภคในประเทศจะอยู่ในรูปลำไยสด สำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูป ได้แก่ ลำไยอบแห้ง ลำไยกระป๋อง และลำไยแช่แข็ง มีการบริโภคในประเทศเล็กน้อย โดยปี 2556 – 2560 ปริมาณความต้องการบริโภคลำไยสดและผลิตภัณฑ์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 40,000 ตัน ในปี 2556 เป็น 53,000 ตัน ในปี 2560 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.08 ต่อปี เนื่องจากปริมาณผลผลิตเพิ่มขึ้น และมาตรการสนับสนุนการบริโภคผลไม้ของภาครัฐ ดังแสดงในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 ปริมาณการบริโภคลำไยภายในประเทศ ปี 2556 - 2560

ปี	ปริมาณการบริโภคภายในประเทศ (ตัน)
2556	40,000
2557	50,000
2558	40,000
2559	35,000
2560	53,000
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	**2.08**

ที่มา: จากการคำนวณ

3.2.2 การส่งออก

ไทยส่งออกลำไยมากกว่าร้อยละ 90 ในรูปลำไยสดและลำไยอบแห้ง โดยตลาดหลักลำไยสดของไทย ได้แก่ จีน เวียดนาม อินโดนีเซีย และฮ่องกง ตลาดหลักลำไยอบแห้งของไทย ได้แก่ จีน เวียดนาม และฮ่องกง ทั้งนี้ ในช่วงปี 2556 - 2560 ปริมาณการส่งออกลำไยสดและผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นจาก 565,959 ตัน (887,179 ตันสด) ในปี 2556 เป็น 952,862 ตัน (1,461,035 ตันสด) ในปี 2560 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.72 ต่อปี สำหรับมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 13,171 ล้านบาท ในปี 2556 เป็น 32,854 ล้านบาท ในปี 2560 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.72 ต่อปี

การส่งออกลำไยแยกตามผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

1) ลำไยสด ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 413,399 ตัน ในปี 2556 เป็น 727,164 ตัน ในปี 2560 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.67 ต่อปี และมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 8,503 ล้านบาท ในปี 2556 เป็น 20,998 ล้านบาท ในปี 2560 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.30 ต่อปี

2) ลำไยอบแห้ง ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 140,231 ตัน ในปี 2556 เป็น 213,981 ตัน ในปี 2560 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.04 ต่อปี และมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 4,026 ล้านบาท ในปี 2556 เป็น 11,110 ล้านบาท ในปี 2560 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.84 ต่อปี

3) ลำไยกระป๋อง ปริมาณการส่งออกลดลงจาก 12,274 ตัน ในปี 2556 เป็น 11,704 ตัน ในปี 2560 หรือลดลงร้อยละ 1.46 ต่อปี ขณะที่มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 633 ล้านบาท ในปี 2556 เป็น 744 ล้านบาท ในปี 2560 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.26 ต่อปี

4) ลำไยแช่แข็ง ปริมาณการส่งออกลดลงจาก 55 ตัน ในปี 2556 เป็น 13 ตัน ในปี 2560 หรือลดลงร้อยละ 25.75 ต่อปี และมูลค่าการส่งออกลดลงจาก 9 ล้านบาท ในปี 2556 เป็น 2 ล้านบาท ในปี 2560 หรือลดลงร้อยละ 28.43 ต่อปี ดังแสดงในตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยสดและผลิตภัณฑ์ ปี 2556 - 2560

ปี	ลำไยสด		ลำไยอบแห้ง		ลำไยกระป๋อง		ลำไยแช่แข็ง	
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
2556	413,399	8,503	140,231	4,026	12,274	633	55	9
2557	357,206	7,934	196,667	5,510	11,641	601	45	7
2558	431,121	9,753	110,728	5,426	11,374	631	40	3
2559	415,902	11,455	125,519	8,440	11,052	660	41	5
2560	727,164	20,998	213,981	11,110	11,704	744	13	2
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	**13.67**	**24.30**	**4.04**	**27.84**	**-1.46**	**4.26**	**-25.75**	**-28.43**

ที่มา: กรมศุลกากร (2561)

3.2.3 ราคา

1) ราคาที่เกษตรกรขายได้

ปี 2556 – 2560 ราคาลำไยสดทั้งช่อเกรด AA ลดลงจากกิโลกรัมละ 29.53 บาท ในปี 2556 เป็นกิโลกรัมละ 29.03 บาท ในปี 2560 ขณะที่มีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.36 ต่อปี เนื่องจากในช่วงปี 2558 และ 2559 ราคาได้ปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็นกิโลกรัมละ 34.54 บาท และกิโลกรัมละ 38.66 บาท ขณะที่ราคาลำไยสดทั้งช่อเกรด A ลดลงจากกิโลกรัมละ 25.77 บาท ในปี 2556 เป็นกิโลกรัมละ 22.35 บาท ในปี 2560 หรือมีอัตราลดลงร้อยละ 0.15 ต่อปี

ปี 2556 - 2560 ราคาลำไยอบแห้งเกรด AA เกรด A และเกรด B เพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 65.68 บาท 39.60 บาท และ 21.83 บาท ในปี 2556 เป็นกิโลกรัมละ 90.67 บาท 55.80 บาท และ 31.55 บาท ในปี 2560 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.81 ร้อยละ 14.54 และร้อยละ 15.90 ต่อปี ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 ราคาลำไยสดทั้งช่อและลำไยอบแห้งที่เกษตรกรขายได้ ปี 2556 - 2560

ปี	ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/กก.)				
	ลำไยสดทั้งช่อ		ลำไยอบแห้ง		
	เกรด AA	เกรด A	เกรด AA	เกรด A	เกรด B
2556	29.53	25.77	65.68	39.60	21.83
2557	29.59	25.37	76.40	38.85	22.61
2558	34.54	28.57	90.09	50.78	30.60
2559	38.66	33.24	122.47	76.03	47.35
2560	29.03	22.35	90.67	55.80	31.55
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	**2.36**	**-0.15**	**11.81**	**14.54**	**15.90**

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2561)

2) ราคาส่งออก เอฟ.โอ.บี.

ปี 2556 - 2560 ราคาส่งออก เอฟ.โอ.บี. ลำไยสด ลำไยอบแห้ง และลำไยกระป๋อง เพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 20.57 บาท 28.71 บาท และ 51.59 บาท ในปี 2556 เป็นกิโลกรัมละ 28.88 บาท 51.92 บาท และ 63.60 บาท ในปี 2560 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.35 ร้อยละ 22.88 และร้อยละ 5.81 ต่อปี ตามลำดับ ขณะที่ราคาส่งออก เอฟ.โอ.บี. ลำไยแช่แข็ง เพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 169.57 บาท ในปี 2556 เป็นกิโลกรัมละ 180.39 บาท ในปี 2560 ทั้งนี้ ในปี 2558 และปี 2559 ราคาได้ปรับลดลงมาจากปี 2557 เป็นกิโลกรัมละ 80.63 และกิโลกรัมละ 131.27 บาท จึงทำให้มีอัตราลดลงร้อยละ 0.78 ต่อปี ดังแสดงในตารางที่ 3.5

ตารางที่ 3.5 ราคาส่งออก เอฟ.โอ.บี. ลำไยสดและผลิตภัณฑ์ ปี 2556 - 2560

ปี	ราคาส่งออก เอฟ.โอ.บี. (บาท/กก.)			
	ลำไยสด	ลำไยอบแห้ง	ลำไยกระป๋อง	ลำไยแช่แข็ง
2556	20.57	28.71	51.59	169.57
2557	22.21	28.02	51.62	160.63
2558	22.62	49.00	55.49	80.63
2559	27.54	67.24	59.74	131.27
2560	28.88	51.92	63.60	180.39
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	**9.35**	**22.88**	**5.81**	**-0.78**

ที่มา: จากการคำนวณ

3.2.4 ประเทศคู่ค้า

ผลผลิตลำไยกว่าร้อยละ 90 ของผลผลิตทั้งประเทศ มีการส่งออกไปต่างประเทศในรูปลำไยสดและลำไยอบแห้ง โดยตลาดหลักลำไยสด ได้แก่ จีน เวียดนาม อินโดนีเซีย และฮ่องกง ส่วนตลาดหลักลำไยอบแห้ง ได้แก่ จีน และเวียดนาม ทั้งนี้ ไทยมีการส่งออกลำไยสด และลำไยอบแห้งไปยังประเทศคู่ค้าต่างๆ 10 อันดับแรก ในช่วงเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2556 - 2560) ดังแสดงในตารางที่ 3.6 และตารางที่ 3.7

ตารางที่ 3.6 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยสดของไทยไปประเทศต่างๆ 10 อันดับแรก ปี 2556 - 2560

ปริมาณ: ตัน มูลค่า: ล้านบาท

ประเทศ	2556		2557		2558		2559		2560	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
เวียดนาม	203,869	4,292.85	114,962	2,710.21	130,476	3,734.53	236,302	5,809.00	429,327	11,677.08
จีน	60,921	1,370.17	132,511	2,029.91	211,680	3,384.92	91,918	2,839.22	159,133	5,250.44
อินโดนีเซีย	54,470	1,311.80	70,840	1,996.41	46,078	1,377.66	54,691	1,769.65	97,206	2,826.96
ฮ่องกง	78,286	1,068.73	29,853	862.63	31,169	826.66	24,005	706.04	25,646	772.23
มาเลเซีย	4,132	92.62	2,534	80.87	3,188	129.54	3,038	109.72	9,111	195.91
สิงคโปร์	4,510	81.78	3,808	66.78	5,231	126.92	4,334	99.67	3,955	123.25
อินเดีย	2,803	59.85	366	47.14	381	47.50	267	32.25	1,141	40.41
สหรัฐอาหรับ	1,461	50.10	297	37.55	1,405	25.78	513	27.35	240	27.47
ฝรั่งเศส	467	48.08	263	17.36	462	22.88	348	20.88	441	25.99
ฟิลิปปินส์	356	39.73	301	14.99	484	21.19	147	10.62	482	15.21
อื่นๆ	2,124	87.54	1,471	70.11	567	55.14	339	31.01	482	43.48
รวม	**413,399**	**8,503.25**	**357,206**	**7,933.96**	**431,121**	**9,752.72**	**415,902**	**11,455.41**	**727,164**	**20,998.43**

ที่มา: กรมศุลกากร รวบรวมโดยสำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร (2561)

ตารางที่ 3.7 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยอบแห้งของไทยไปประเทศต่างๆ 10 อันดับแรก ปี 2556 - 2560

ปริมาณ: ตัน มูลค่า: ล้านบาท

ประเทศ	2556		2557		2558		2559		2560	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
เวียดนาม	60,960	2,341.61	154,862	3,658.65	91,083	4,013.48	87,032	6,023.56	145,778	7,534.79
จีน	75,131	1,464.89	34,731	1,412.03	12,761	678.05	27,930	1,619.94	60,406	2,960.02
เมียนมา	290	67.64	5,534	208.17	4,718	480.04	5,253	400.63	3,809	231.72
ฮ่องกง	2,723	38.65	448	111.75	528	95.94	3,444	121.21	612	143.25
อินโดนีเซีย	194	30.75	173	47.10	238	38.66	453	104.34	1,232	41.72
มาเลเซีย	108	26.83	122	20.73	119	35.16	132	37.38	1,048	38.31
สิงคโปร์	300	14.19	58	16.44	196	19.36	105	35.36	132	38.02
สาธารณรัฐเกาหลี	56	9.52	121	11.30	52	17.67	582	29.52	205	37.16
สหรัฐอเมริกา	25	8.05	36	8.78	460	13.81	167	26.24	66	20.09
แคนาดา	23	5.98	16	5.54	37	11.97	35	11.77	176	15.13
อื่นๆ	421	18.17	566	9.36	536	21.99	386	29.68	517	49.79
รวม	**140,231**	**4,026.28**	**196,667**	**5,509.85**	**110,728**	**5,426.13**	**125,519**	**8,439.63**	**213,981**	**11,110.00**

ที่มา: กรมศุลกากร รวบรวมโดยสำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร (2561)

3.2.5 ประเทศคู่แข่ง

จีนซึ่งเป็นประเทศผู้นำเข้ารายใหญ่ของไทยมีการผลิตลำไยมากทางตอนใต้ แต่คุณภาพยังไม่ดีนัก ส่วนกัมพูชาสามารถปลูกลำไยได้หลายจังหวัด โดยผลผลิตมีคุณภาพดีคล้ายกับลำไยของไทย โดยเฉพาะจังหวัดไพลิน เริ่มมีแนวโน้มการผลิตมากขึ้น มีการปรับเปลี่ยนพื้นที่จากการปลูกพืชไร่มาปลูกลำไย มีตัวแทนโรงคัดบรรจุเข้าไปรับซื้อในพื้นที่ ในอนาคตมีแนวโน้มจะตั้งโรงงานลำไยอบแห้ง และการสร้างทางรถไฟไปเชื่อมต่อเวียดนามเข้าสู่จีน ซึ่งไทยอาจประสบปัญหาแรงงานเคลื่อนย้ายกลับบ้าน และขาดแรงงานได้ สำหรับเวียดนามสามารถผลิตและส่งออกผลไม้เศรษฐกิจได้หลายชนิด เช่น แก้วมังกร ลำไย ลิ้นจี่ ทุเรียน มะม่วง และส้มโอ เป็นต้น เวียดนามเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทยในการส่งออกลำไยสดและลำไยอบแห้ง โดยในช่วงระยะเวลา 2 - 3 ปีที่ผ่านมา (ปี 2559 - 2560) เวียดนามเป็นประเทศผู้นำเข้าลำไยจากไทยมากเป็นอันดับหนึ่งทั้งปริมาณและมูลค่า เพื่อส่งออกต่อไปยังจีน เนื่องจากเวียดนามเป็นประเทศที่มีชายแดนติดกับจีน จึงได้รับสิทธิพิเศษทางด้านภาษี ซึ่งทำให้มีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการส่งออกที่ต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการส่งออกลำไยจากไทยไปจีนโดยตรง

อย่างไรก็ตาม เวียดนามนอกจากจะเป็นประเทศคู่ค้าของไทย ยังเป็นประเทศคู่แข่งของไทยในการส่งออกลำไยไปจีน โดยในช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมา (ปี 2551 - 2560) มูลค่าส่งออกลำไยสดของเวียดนามไปจีนเพิ่มขึ้นจาก 43 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2551 เป็น 189 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2560 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.37 ต่อปี ดังแสดงในตารางที่ 3.8

ตารางที่ 3.8 มูลค่าการส่งออกลำไยสดของเวียดนามไปจีน ปี 2551 - 2560

ปี	มูลค่าส่งออกลำไย (ดอลลาร์สหรัฐ)
2551	42,707,000
2552	47,327,000
2553	66,306,000
2554	65,185,000
2555	42,476,000
2556	68,114,000
2557	101,738,000
2558	133,338,000
2559	143,091,000
2560	188,974,000
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	**17.37**

ที่มา: Trade map (2018)

ทั้งนี้ ในช่วงเวลาที่ผ่านมา เวียดนามได้เปลี่ยนไปปลูกลำไยพันธุ์ใหม่แทนพันธุ์ท้องถิ่น ซึ่งพันธุ์ที่ปลูกส่วนใหญ่เป็นพันธุ์ลำไยที่มีคุณภาพสูงและเป็นที่ต้องการของตลาด เช่น พันธุ์ Long Hung Yen พันธุ์ Tieu da bo พันธุ์ Xuong Com Vang และพันธุ์ Ido (อีดอ) เป็นต้น

ปัจจุบันเกษตรกรเวียดนามร้อยละ 80 ประยุกต์ใช้เทคนิคขั้นสูงและเทคโนโลยีทางวิทยาศาสตร์ที่ก้าวหน้า รวมทั้งการใช้ความรู้ทางวิศวกรรมในการเพาะปลูก ทำให้เกิดแหล่งปลูกลำไยเพื่อการส่งออกที่ได้มาตรฐานตาม Viet GAP (Vietnamese Good Agricultural Practices) โดยมีแหล่งปลูกลำไยที่สำคัญของเวียดนามอยู่ทางภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัด Lao Cai, Hung Yen, Yan Bai, Phu Tho, Thanh Hoa และทางภาคใต้ ได้แก่ จังหวัด Tien Giang, Ben Tre, Dong Thap, Vinh Long, Can Tho, Ba Ria – Vung Tau

สำหรับพันธุ์ลำไยที่นิยมปลูกในภาคเหนือคือ พันธุ์ Long Hung Yen ซึ่งคล้ายกับพันธุ์ของไทย ส่วนพันธุ์ลำไยที่นิยมปลูกในภาคใต้ คือพันธุ์ Nhan Long หรือพันธุ์ตามังกร พันธุ์ Tieu Hue และ Tieu da bo หรือพันธุ์เมล็ดพริกไทย และพันธุ์ Xuong Com Vang หรือพันธุ์ปิงปอง โดยกลุ่มพันธุ์ Tieu Hue และ Tieu da bo เป็นพันธุ์ที่มีผลขนาดเล็ก เนื้อหนา เมล็ดเล็ก ส่วนพันธุ์ Xuong Com Vang เป็นพันธุ์ที่มีเมล็ดโต เนื้อไม่หนา แต่หวานและกรอบ นอกจากนี้ เวียดนามได้นำพันธุ์อีดอของไทยมาปลูกด้วย ซึ่งส่วนใหญ่ปลูกที่จังหวัด Dong Thap

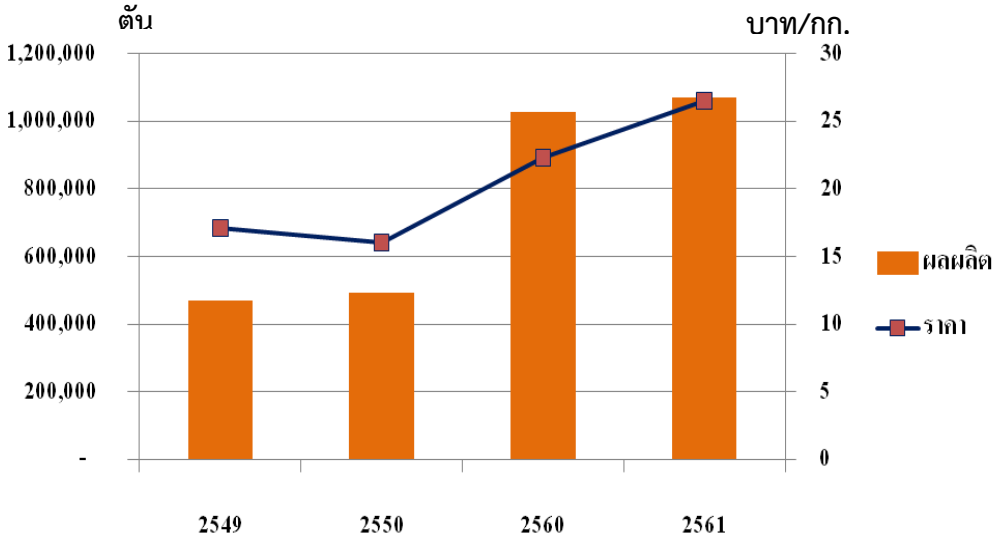
3.3 ความเป็นมาของการประกอบธุรกิจลำไยไทย

ล้ง หมายถึง พ่อค้าคนกลาง ซึ่งมีทั้งพ่อค้าชาวไทย จีน เวียดนาม และอื่นๆ ที่ดำเนินธุรกิจจัดตั้งโรงคัดบรรจุเพื่อรับซื้อผลไม้ หรือพืชผลทางการเกษตรเพื่อการส่งออก โดยคำเรียกที่เป็นทางการของล้งลำไย คือ โรงคัดบรรจุลำไย โดยมีผู้ประกอบการเป็นผู้ดำเนินธุรกิจในการจัดหาผลผลิต จัดการผลผลิตลำไยก่อนการส่งออก เช่น คัดเกรด บรรจุภัณฑ์ รมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ ขึ้นตู้คอนเทนเนอร์ และส่งออก เป็นต้น ดังนั้น ผลการศึกษาฉบับนี้ เรียกผู้ดำเนินธุรกิจส่งออกลำไยสด และลำไยอบแห้งทั้งเปลือกว่า “โรงคัดบรรจุลำไยสดและโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก” ซึ่งให้ความหมายเดียวกับคำว่า “ล้งลำไย” โดยในอดีตที่ผ่านมาการประกอบธุรกิจลำไยไทยมีโครงสร้างการผลิต และโครงสร้างการตลาดของลำไยต่างจากปัจจุบัน ดังนี้

3.3.1 โครงสร้างการผลิต โดยจะทำการเปรียบเทียบโครงสร้างการผลิตในอดีตคือ ช่วงก่อนปี 2550 กับปัจจุบันในช่วงปี 2560 - 2561

1) เกษตรกร โดยเกษตรกรผู้ปลูกลำไยในแหล่งผลิตที่สำคัญของไทยอยู่ที่ภาคเหนือ และภาคตะวันออก โดยก่อนปี 2550 เกษตรกรที่ทำสวนลำไยทางภาคเหนือส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย มีการผลิตลำไยในฤดูประมาณร้อยละ 65 ส่วนที่เหลือเป็นการผลิตลำไยนอกฤดู ส่วนเกษตรกรภาคตะวันออกส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายใหญ่มีกำลังเงินทุน และเทคโนโลยีในการผลิตลำไยนอกฤดู จากภาพที่ 3.1 จะเห็นได้ว่าผลผลิตลำไยของไทยในช่วงก่อนปี 2550 มีปริมาณน้อยกว่า 500,000 ตัน แต่ในปัจจุบันช่วงปี 2560 – 2561 มีปริมาณผลผลิตมากกว่า 1 ล้านตัน โดยมีอัตราการเปลี่ยนแปลงในปี 2549 เทียบกับปี 2561 เพิ่มขึ้นร้อยละ 127.39 หรือ 1.27 เท่า ขณะที่ราคาที่เกษตรกรขายได้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากอดีตที่ผ่านมาแม้ว่าปริมาณผลผลิตจะเพิ่มขึ้นก็ตาม

ผลผลิต และราคาลำไยของไทย



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2561)

ภาพที่ 3.1 ปริมาณผลผลิตและราคาลำไยที่เกษตรกรขายได้เปรียบเทียบอดีตและปัจจุบัน

2) แรงงาน ในอดีตที่ผ่านมาแรงงานในการเก็บเกี่ยวลำไย และในโรงคัดบรรจุลำไยของภาคตะวันออกส่วนใหญ่เป็นแรงงานคนไทยเกือบทั้งหมดส่วนภาคเหนือมีแรงงานคนไทยประมาณร้อยละ 90 ส่วนที่เหลือเป็นแรงงานต่างด้าวจากพม่า และกัมพูชา ซึ่งในปัจจุบันโครงสร้างแรงงานในธุรกิจลำไยได้เปลี่ยนแปลงไป โดยภาคตะวันออกแรงงานที่ใช้ในการเก็บเกี่ยวเกือบทั้งหมดเป็นแรงงานต่างด้าวจากกัมพูชา และแรงงานในโรงคัดบรรจุส่วนใหญ่เป็นแรงงานต่างด้าวประมาณร้อยละ 90 และแรงงานไทยประมาณร้อยละ 10 โดยปกติจะเกิดปัญหาขาดแคลนแรงงานต่างด้าวในช่วงเดือนเมษายนของทุกปี ซึ่งเป็นช่วงเทศกาลสงกรานต์แรงงานต่างด้าวจะเดินทางกลับประเทศและตรงกับช่วงที่ผลผลิตลำไยของไทยออกสู่ตลาดมาก จึงส่งผลให้โรงคัดบรรจุลำไยขาดแคลนแรงงาน และมีการแข่งขันกันขึ้นค่าจ้างแรงงาน รวมทั้งมีปัญหาในการจัดการผลผลิตลำไยเพื่อการส่งออก ดังนั้น ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุจึงต้องมีการวางแผนการผลิตและการส่งออกให้ดีในช่วงดังกล่าว สำหรับแรงงานในภาคเหนือ แบ่งเป็นแรงงานไทย (ไทใหญ่) ประมาณร้อยละ 50 และแรงงานต่างด้าวจากพม่า และกัมพูชา ประมาณร้อยละ 50

3.3.2 โครงสร้างการตลาด

1) รูปแบบการซื้อขาย เป็นการเปรียบเทียบอดีตกับปัจจุบัน โดยรูปแบบในอดีตมีการซื้อขาย ดังนี้

1.1) เกษตรกรเก็บเกี่ยวขายเอง โดยรับผิดชอบเก็บเกี่ยว คัดคุณภาพ บรรจุ และนำผลผลิตไปส่งมอบให้กับผู้รับซื้อด้วยตนเอง

1.2) การขายแบบเหมาสวน ได้แก่ (1) เกษตรกรขายเหมาสวนแบบตกลงราคาซื้อขายครั้งเดียว ตั้งแต่ช่วงที่ลำไยออกดอก หรือช่วงติดผล และเก็บเกี่ยว เป็นการตกลงกันด้วยวาจา โดยการดูแลสวนขึ้นอยู่กับการตกลงกันซึ่งการจ่ายเงินมี 2 รูปแบบ คือ จ่ายเงินสดทั้งหมด และการจ่ายเงินสดครึ่งหนึ่งก่อนหลังจากเก็บเกี่ยวเสร็จแล้วจึงจ่ายอีกครึ่งหนึ่ง (2) การขายเหมาสวนโดยผ่านนายหน้า โดยมีนายหน้าเข้าไปติดต่อซื้อลำไยจากเกษตรกร และวางเงินมัดจำไว้ส่วนหนึ่ง มีการตกลงและระบุวันที่จะจ่ายเงินอีกครึ่งหนึ่ง จากนั้นนายหน้าจะหาคนมาซื้อต่อจากตน เพื่อรับส่วนต่าง ถ้าหากนายหน้าหาผู้มารับซื้อต่อไม่ได้ เกษตรกรจะยึดเงินมัดจำ และขายเองต่อไป และ (3) การซื้อต้นลำไย (ชั่วคราว) เพื่อทำลำไยนอกฤดู ราคาซื้อขายต้นละ 400 – 1,000 บาท เป็นการซื้อเพียงบางต้นเพื่อนำมาทำลำไยนอกฤดู โดยจะตกลงราคากันก่อนราดสารประมาณ 2 - 3 เดือน

สำหรับรูปแบบการซื้อขายในปัจจุบันเกษตรกรได้เปลี่ยนการขายมาเป็นแบบเหมาสวนให้กับโรงคัดบรรจุส่งออกมากขึ้น โดยเฉพาะเกษตรกรภาคตะวันออก ส่วนเกษตรกรภาคเหนือมีทั้งขายให้กับนายหน้า และผู้รวบรวมส่งโรงคัดบรรจุ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเกษตรกรรายย่อยที่มีปริมาณผลผลิตไม่มาก สำหรับเกษตรกรรายใหญ่มีปริมาณผลผลิตมากจะขายให้กับโรงคัดบรรจุโดยตรง ซึ่งในปัจจุบันมีนายหน้าและผู้รวบรวมคนไทยที่รับจ้างจัดหาผลผลิตให้กับโรงคัดบรรจุเข้าไปติดต่อรับซื้อลำไยล่วงหน้าจากเกษตรกร มีการประเมินผลผลิต จากนั้นตกลงราคา แล้วจ่ายเงินมัดจำล่วงหน้าประมาณร้อยละ 10 - 30 ซึ่งปัจจุบันมีแนวโน้มการซื้อขายล่วงหน้าตั้งแต่ลำไยยังไม่ติดผล หรือเรียกว่า “การซื้อใบ” โดยสัญญาซื้อขายจัดทำโดยโรงคัดบรรจุ ในบางครั้งราคาลำไยที่เกษตรกรตกลงกันไว้กับโรงคัดบรรจุตั้งแต่แรกอาจมีการเปลี่ยนแปลงในช่วงเก็บเกี่ยวผลผลิต เนื่องจากเหตุผล 3 กรณี คือ 1) คุณภาพลำไยของเกษตรกรไม่เป็นไปตามที่ตกลงกันไว้กับโรงคัดบรรจุ ซึ่งเกษตรกรบางรายไม่ได้นำเงินมัดจำล่วงหน้าที่ได้รับจากโรงคัดบรรจุมาบำรุงลำไยให้ได้คุณภาพ 2) สถานการณ์ราคาที่ตลาดปลายทางไม่ดี มีปริมาณผลผลิตลำไยเข้าสู่ตลาดมาก ทำให้ราคาปรับตัวลดลง โรงคัดบรรจุจะขอปรับลดราคาลงจากที่ทำสัญญากันไว้ตั้งแต่แรกกับเกษตรกร และ 3) กรณีที่มีปริมาณผลผลิตออกสู่ตลาดพร้อมกันมาก เนื่องจากเกษตรกรมีการราดสารในการผลิตลำไยนอกฤดูพร้อมกัน โรงคัดบรรจุจะมีความเข้มงวดในการคัดคุณภาพมากขึ้น ทำให้เกษตรกรมีความเสี่ยงในการถูกกดราคาจากโรงคัดบรรจุ เนื่องจากมีผลผลิตลำไยให้เลือกมากปัจจุบันถือได้ว่าโรงคัดบรรจุเป็นผู้รับซื้อลำไยรายใหญ่จากเกษตรกรและมีแนวโน้มที่เจ้าของโรงคัดบรรจุต่างชาติเข้าไปติดต่อรับซื้อผลผลิตลำไยจากเกษตรกรด้วยตนเองมากขึ้น โดยไม่ผ่านคนกลาง หรือบางครั้งไปกับล่าม

2) การส่งออกและนำเข้าลำไยของไทย ในอดีตที่ผ่านมาไทยมีการส่งออกไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญหลายประเทศ ซึ่งมีปริมาณการส่งออกไม่มากนัก ได้แก่ ฮ่องกง จีน บรูไน สิงคโปร์ มาเลเซีย แคนาดา ฝรั่งเศส และสหรัฐอเมริกา สำหรับปัจจุบันประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทยมีเพียงไม่กี่ประเทศ ได้แก่ จีน ซึ่งเป็นประเทศ

ผู้นำเข้าลำไยมากที่สุดในโลก รองลงมาเป็นอินโดนีเซีย และเวียดนาม ทั้งนี้ เวียดนามมีการนำเข้าลำไยจากไทยเพื่อบริโภคในประเทศเล็กน้อย และส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าเพื่อส่งออกต่อไปยังจีน (Re-export) ส่วนการนำเข้าในอดีตช่วงก่อนปี 2525 ไทยเคยนำเข้าลำไยจากจีนและไต้หวัน แต่หลังจากนั้นไม่มีการนำเข้าเพราะไทยผลิตได้เพียงพอกับความต้องการบริโภคภายในประเทศ และส่งออกต่างประเทศ

3) จำนวนโรงคัดบรรจุลำไย ปี 2561 ปัจจุบันมีโรงคัดบรรจุรับซื้อลำไยเพื่อการส่งออก แบ่งเป็นผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุลำไยสด และผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก ในแหล่งผลิตที่สำคัญได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และจันทบุรี ประมาณ 212 ราย ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานตามหลักการปฏิบัติที่ดีในการผลิต (Good Manufacturing Practice: GMP) โดยแบ่งเป็นโรงคัดบรรจุลำไยสด 129 ราย และโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก 83 ราย ดังแสดงในตารางที่ 3.9 ซึ่งมีการดำเนินธุรกิจและบริหารจัดการ 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) โรงคัดบรรจุที่เป็นของคนไทย 2) โรงคัดบรรจุที่คนไทยถือหุ้นร่วมกับต่างชาติ และ 3) โรงคัดบรรจุที่เป็นของต่างชาติ ซึ่งผู้ประกอบการต่างชาติส่วนมากเป็นผู้ประกอบการจีน โดยส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบการถือหุ้นร่วมกันกับคนไทยและบริหารจัดการด้านการส่งออกโดยต่างชาติ ซึ่งลักษณะการดำเนินงานของโรงคัดบรรจุจะผ่านนายหน้าหรือตัวแทนที่เป็นคนไทยทำหน้าที่จัดหาผลผลิต/คัดบรรจุ/เตรียมการก่อนการส่งออก โดยเงินทุนเป็นของต่างชาติ ซึ่งการดำเนินงานของโรงคัดบรรจุมีแนวโน้มผูกขาดการรับซื้อมากขึ้น มีการบริหารจัดการเองตั้งแต่ต้นทางจากไทยจนกระทั่งถึงตลาดส่งออกปลายทางที่จีน

ตารางที่ 3.9 จำนวนโรงคัดบรรจุลำไย ปี 2561

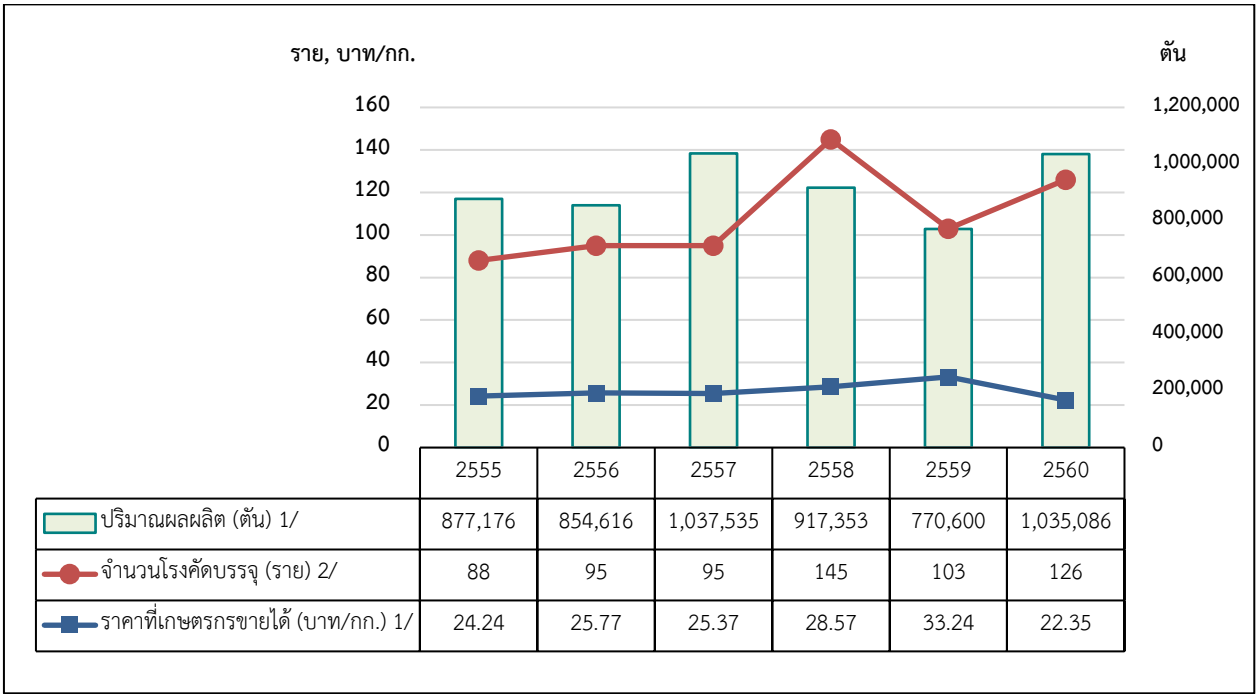
หน่วย: ราย

จังหวัด/รายการ	โรงคัดบรรจุลำไยสด	โรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก
จันทบุรี	58	-
เชียงใหม่	34	59
ลำพูน	37	24
รวม	**129**	**83**

ที่มา: กรมวิชาการเกษตร (2561)

สำหรับจำนวนโรงคัดบรรจุลำไยสด ราคาที่เกษตรกรขายได้ และปริมาณผลผลิตลำไยของไทย ก่อนปี 2550 มีผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุที่รับซื้อลำไยเพื่อการส่งออกในพื้นที่ประมาณ 14 – 15 ราย ราคารับซื้อประมาณกิโลกรัมละ 20 - 25 บาท แต่ในช่วง 6 ปีที่ผ่านมา (2555 - 2560) เริ่มมีผู้ประกอบการต่างชาติมาตั้งโรงคัดบรรจุรับซื้อลำไยในพื้นที่ภาคตะวันออก และภาคเหนือมากขึ้น โดยในปี 2555 มีโรงคัดบรรจุที่ได้การรับรองมาตรฐาน GMP ประมาณ 88 ราย จากนั้นเพิ่มเป็น 126 รายในปี 2560 สำหรับราคาที่เกษตรกรขายได้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยในปี 2559 ราคาที่เกษตรกรขายได้เฉลี่ยทั้งประเทศสูงถึงกิโลกรัมละ 33.24 บาท และปี 2560 ปรับตัวลดลงเป็นกิโลกรัมละ 22.35 บาท เนื่องจากความต้องการของตลาดปลายทางปรับตัวลดลง และมีการแข่งขันกับผลไม้ชนิดอื่นในตลาดจีน เช่น ทุเรียน และมังคุด จึงส่งผลต่อการรับซื้อลำไย ขณะที่ปริมาณ

ผลผลิตลำไยของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากเกษตรกรมีการขยายเนื้อที่ปลูกเพิ่มขึ้น และราคาอยู่ในเกณฑ์ดีมาหลายปี รวมทั้งมีผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุเข้ามารับซื้อเพิ่มขึ้น จึงส่งผลให้ปริมาณผลผลิตเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะเกษตรกรในภาคตะวันออก มีการปรับเปลี่ยนพื้นที่จากพืชไร่ เช่น ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และมันสำปะหลัง มาปลูกลำไยแทน ดังแสดงในภาพที่ 3.2



	2555	2556	2557	2558	2559	2560
ปริมาณผลผลิต (ตัน) 1/	877,176	854,616	1,037,535	917,353	770,600	1,035,086
จำนวนโรงคัดบรรจุ (ราย) 2/	88	95	95	145	103	126
ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/กก.) 1/	24.24	25.77	25.37	28.57	33.24	22.35

ที่มา: 1/ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2561)

2/ กรมวิชาการเกษตร (2561)

ภาพที่ 3.2 แนวโน้มโรงคัดบรรจุลำไยสด ราคาที่เกษตรกรขายได้ และปริมาณผลผลิตลำไยของไทย ปี 2555 - 2560

4) เปรียบเทียบรายได้ของเกษตรกรในช่วงก่อนปี 2550 และ ปี 2560 - 2561

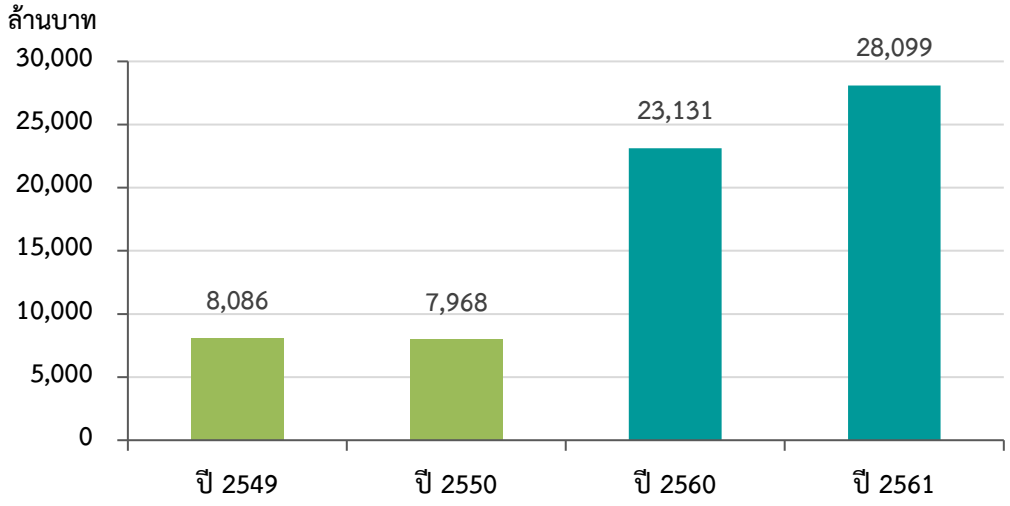
เมื่อเปรียบเทียบรายได้ของเกษตรกรในช่วงก่อนปี 2550 ซึ่งเป็นช่วงที่โรงคัดบรรจุยังเข้ามาดำเนินการจำนวนยังไม่มากนัก และในช่วงปี 2560 - 2561 โดยเป็นช่วงที่มีโรงคัดบรรจุเข้ามารับซื้อลำไยจากเกษตรกรมากขึ้นเกือบ 100 ราย พบว่า ในช่วงก่อนปี 2550 เกษตรกรมีรายได้เฉลี่ย 8,027.04 ล้านบาท จะเห็นว่า ในช่วงดังกล่าวราคาที่เกษตรกรขายได้ขึ้นอยู่กับปริมาณผลผลิต เนื่องจากมีโรงคัดบรรจุเข้ามารับซื้อเพียงไม่กี่รายผลผลิตส่วนใหญ่จำหน่ายภายในประเทศ ส่วนในช่วงปี 2560 – 2561 เกษตรกรมีรายได้เฉลี่ย 25,614.75 ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้นจากช่วงก่อนปี 2550 เป็น 3.19 เท่า เนื่องจากมีโรงคัดบรรจุเข้ามารับซื้อลำไยมากขึ้นจากความต้องการของตลาดจีน จากกระแสนิยมในการบริโภคและเชื่อว่าเป็นผลไม้มงคลที่ใช้ในเทศกาลต่างๆ ส่งผลให้เกิดการแข่งขัน การรับซื้อลำไยล่วงหน้า จึงทำให้ราคาที่เกษตรกรขายได้ปรับตัวเพิ่มขึ้น และส่งผลให้เกษตรกรมีการขยายเนื้อที่ปลูกลำไยเพิ่มขึ้นจากการที่มีตลาดรับซื้อที่แน่นอน ดังแสดงในตารางที่ 3.10 และภาพที่ 3.3

ตารางที่ 3.10 รายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยทั้งประเทศเปรียบเทียบในช่วงปี 2549 - 2550 และปี 2560 - 2561

ปี	ผลผลิต (Q) (ตัน) [1/]	ราคาที่เกษตรกรขายได้ (P) (บาท/กก.) [1/]	รายได้เกษตรกร (Q) x (P) (ล้านบาท) [2/]
2549	471,892	17.14	8,085.97
2550	496,070	16.06	7,968.11
เฉลี่ย	**483,981**	**16.60**	**8,027.04**
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	**5.12**	**-6.26**	**-1.46**
2560	1,035,086	22.35	23,130.53
2561	1,051,552	26.72	28,098.97
เฉลี่ย	**1,043,319**	**24.53**	**25,614.75**
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	**1.59**	**19.58**	**21.48**
อัตราการเปลี่ยนแปลงค่าเฉลี่ยช่วงก่อน-หลัง (ร้อยละ)	**115.57**	**47.77**	**219.11**

ที่มา: [1/] สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2561)

[2/] จากการคำนวณ



ที่มา: จากการคำนวณ

ภาพที่ 3.3 รายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยทั้งประเทศในช่วงปี 2549 - 2550 และปี 2560 - 2561

5) การเข้ามาประกอบธุรกิจของโรงคัดบรรจุต่างชาติ ปัจจุบันมีโรงคัดบรรจุรับซื้อลำไยมากกว่า 100 ราย และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทั้งโรงคัดบรรจุลำไยสด และโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกเพื่อการส่งออก ซึ่งการดำเนินธุรกิจและบริหารจัดการมีทั้งโรงคัดบรรจุที่เป็นของคนไทย โรงคัดบรรจุที่คนไทยถือหุ้นร่วมกับต่างชาติ และโรงคัดบรรจุที่เป็นของต่างชาติ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบการถือหุ้นร่วมกันและบริหารจัดการการส่งออกโดยคนต่างชาติ ซึ่งในปัจจุบันไม่สามารถแบ่งสัดส่วนจำนวนโรงคัดบรรจุไทย และต่างชาติได้อย่างชัดเจนว่ามีจำนวนกี่ราย แต่แนวโน้มที่เป็นโรงคัดบรรจุของต่างชาติมากขึ้น เนื่องจากมีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอในการรับซื้อ และประกอบธุรกิจ จากผลการศึกษาในพื้นที่แหล่งผลิตสามารถแบ่งรูปแบบการดำเนินงานของโรงคัดบรรจุที่รับซื้อลำไยจากเกษตรกร ได้ดังนี้

5.1) โรงคัดบรรจุที่ดำเนินการคัดบรรจุ และส่งออกเอง ซึ่งมีทั้งโรงคัดบรรจุไทย โรงคัดบรรจุจีน และการร่วมทุนระหว่างไทย – จีน การดำเนินงานมีโครงสร้างการจัดการหรือแผนผังองค์กรที่ชัดเจน โดยแบ่งหน้าที่ของพนักงานภายในโรงคัดบรรจุเป็นฝ่ายต่างๆ เช่น มีผู้จัดการโรงงาน หัวหน้าฝ่ายผลิต หัวหน้าฝ่ายบัญชีและการเงิน เจ้าหน้าที่ควบคุมการคัดขนาด เจ้าหน้าที่ควบคุมการบรรจุ และเจ้าหน้าที่ควบคุมการรมก๊ามะถัน หรือรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ เป็นต้น

5.2) โรงคัดบรรจุที่ดำเนินการรับจ้างบรรจุภัณฑ์ (Packing) หรือเรียกว่าโรง Packing ซึ่งมีทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ส่วนมากดำเนินการโดยคนไทยในการจัดหาผลผลิต คัดขนาด บรรจุ จนกระทั่งขึ้นตู้เตรียมส่งออกให้กับโรงคัดบรรจุขนาดใหญ่หรือโรงคัดบรรจุต่างชาติ

5.3) โรงคัดบรรจุที่เข้ามารับซื้อลำไยในช่วงสั้นๆ หรือบางครั้งเรียกว่า “ล้งนินจา” ซึ่งจะเข้ามาดำเนินการรับซื้อ/ทำธุรกิจในช่วงที่ราคาดี ซึ่งรับซื้อผลไม้หลายชนิดในช่วงฤดูกาล บางครั้งเป็นรายใหม่ที่พึ่งเข้ามาทำธุรกิจจะให้ราคาสูง และแข่งขันการรับซื้อ โดยเข้ามาแบบชั่วคราว เมื่อหมดฤดูกาลก็เดินทางกลับไป ซึ่งบางรายเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ที่ขาดประสบการณ์และมีเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอทำให้ประสบปัญหาขาดทุน ไม่สามารถชำระเงินให้กับเกษตรกรได้

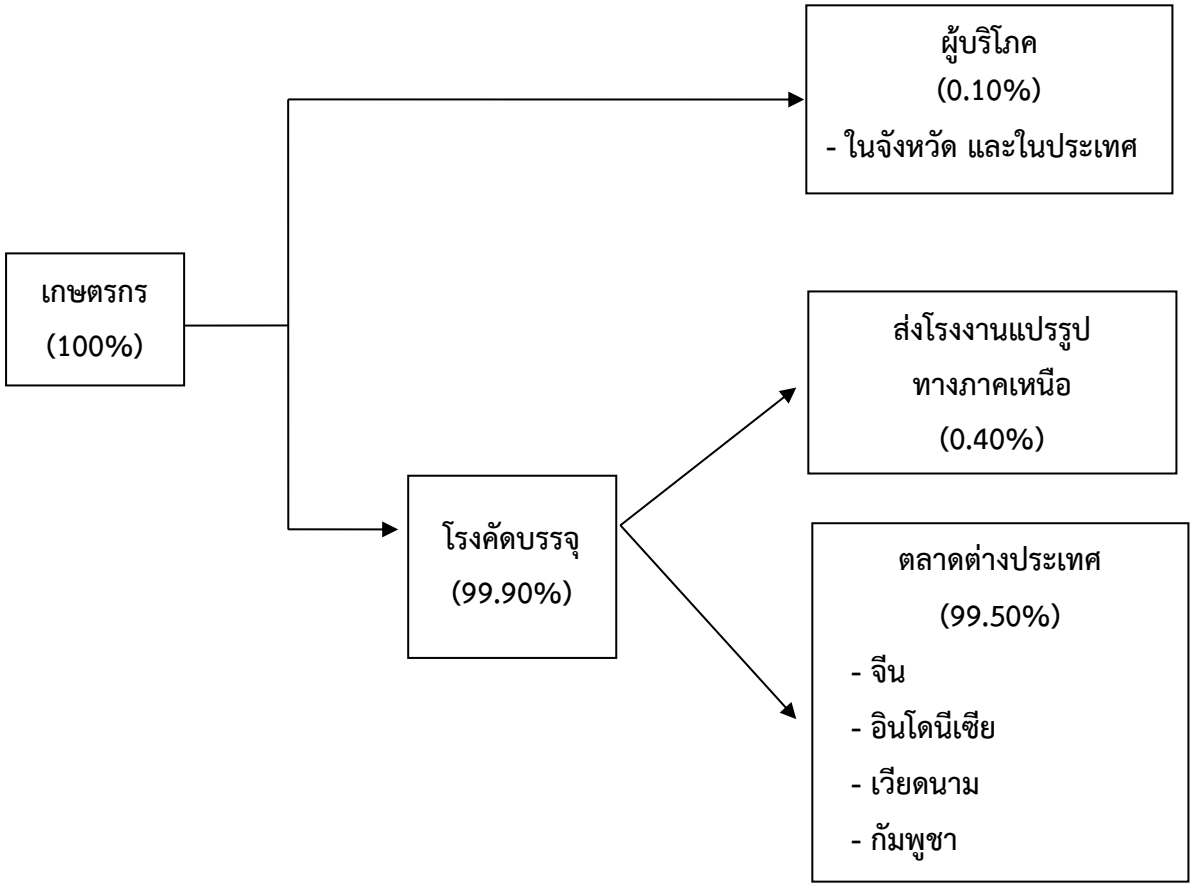
3.4 วิถีการตลาดของลำไย

ประกอบด้วยวิถีการตลาดลำไยภาคตะวันออก และภาคเหนือ ดังนี้

3.4.1 ลักษณะวิถีการตลาดลำไยภาคตะวันออก

ปี 2560 การขายผลผลิตลำไยของเกษตรกรทางภาคตะวันออกอยู่ในรูปลำไยสดช่อ โดยลำไยสดช่อเกือบทั้งหมดจะขายให้กับโรงคัดบรรจุเพื่อส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ เช่น จีน อินโดนีเซีย เวียดนาม กัมพูชา เป็นต้น ทั้งนี้ ลำไยสดช่อส่วนมากจะผ่านกระบวนการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (SO_2) เพื่อให้มีสีผิวสวยและสามารถเก็บไว้ได้นานขึ้น เพื่อส่งออกไปตลาดจีน ส่วนลำไยสดช่อที่เหลือจากการส่งออกจะมีการบริโภคภายในประเทศ ซึ่งมีปริมาณเป็นส่วนน้อย โดยโรงคัดบรรจุส่งออกทำหน้าที่เป็นคนกลางในการรับซื้อผลผลิตลำไยจากเกษตรกรรายใหญ่ที่สุด และเป็นผู้มีบทบาทในการกำหนดราคารับซื้อลำไยจากเกษตรกร โดยอ้างอิงคุณภาพและสถานการณ์ตลาดปลายทางเป็นหลัก

วิถีการตลาดลำไยของภาคตะวันออก พบว่า ผลผลิตลำไยของเกษตรกรจำหน่ายให้กับโรงคัดบรรจุประมาณร้อยละ 99.90 ซึ่งโรงคัดบรรจุลำไยเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการรับซื้อลำไยจากเกษตรกร และส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศประมาณร้อยละ 99.50 ได้แก่ จีน เวียดนาม และผลผลิตเกรดรอง ส่งไปยังอินโดนีเซีย สำหรับผลผลิตตกเกรดหรือลำไยร่วงบางส่วนส่งเข้าโรงงานเพื่อแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งทางภาคเหนือประมาณร้อยละ 0.40 และที่เหลือส่งออกไปยังตลาดชายแดน หรือประเทศเพื่อนบ้าน เช่น กัมพูชา เป็นต้น นอกจากนี้มีผลผลิตลำไยนอกฤดูสำหรับบริโภคภายในจังหวัดและภายในประเทศประมาณร้อยละ 0.10 ดังแสดงในภาพที่ 3.4



ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 3.4 วิถีการตลาดลำไยสดภาคตะวันออก ปี 2560

3.4.2 ลักษณะวิถีการตลาดลำไยภาคเหนือ

ปี 2560 การขายผลผลิตลำไยของเกษตรกรทางภาคเหนืออยู่ในรูปลำไยสดช่อและลำไยร่วง โดยลำไยสดช่อจะขายให้กับโรงคัดบรรจุ เพื่อส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ ทั้งนี้ ลำไยสดช่อส่วนมากจะผ่านกระบวนการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (SO_2) ส่วนลำไยสดช่อที่เหลือจากการส่งออกจะมีการบริโภคภายในประเทศ ซึ่งมีปริมาณเป็นส่วนน้อย สำหรับลำไยร่วงเกือบทั้งหมดจะขายให้กับโรงงานแปรรูปลำไยเพื่อแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งทั้งเปลือกเพื่อส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ ส่วนลำไยร่วงอีกส่วนหนึ่งจะนำไป

แปรรูปเป็นลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อและลำไยกระป๋องเพื่อส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ ซึ่งมีปริมาณเป็นส่วนน้อย โดยตลาดหลักลำไยสดที่สำคัญ ได้แก่ จีน เวียดนาม ฮ่องกง และอินโดนีเซีย และตลาดหลักลำไยอบแห้งทั้งเปลือกที่สำคัญ ได้แก่ จีน และเวียดนาม สำหรับตลาดหลักลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อและลำไยกระป๋องที่สำคัญ ได้แก่ มาเลเซีย และสิงคโปร์

ผู้เกี่ยวข้องในโครงสร้างตลาดของลำไยภาคเหนือ ประกอบด้วย เกษตรกร โรงคัดบรรจุส่งออก สถาบันเกษตรกร (สหกรณ์การเกษตร) ผู้ประกอบการ (โรงงานแปรรูปลำไยกระป๋อง) ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ (Tesco Lotus และ Big C) ผู้รวบรวม/พ่อค้าท้องถิ่น ผู้รวบรวม/พ่อค้าขายส่งในภาคเหนือและภาคอื่นๆ พ่อค้าขายปลีกในภาคเหนือและภาคอื่นๆ และผู้บริโภค ซึ่งมีหน้าที่ดังนี้

1) เกษตรกร เป็นผู้รวบรวมผลผลิตจากสวนลำไยด้วยตนเอง หรือจ้างให้คนงานมาเก็บผลผลิตที่สวนลำไย ผลผลิตลำไยที่ได้จะนำมาขายให้กับพ่อค้ารวบรวมที่เข้าไปรับซื้อผลผลิต แต่ถ้าเป็นกรณีเกษตรกรรายใหญ่จะขายผลผลิตแบบเหมาสวนในช่วงผลผลิตติดยอด (ขายเขียว) โดยพ่อค้ารวบรวมหรือโรงคัดบรรจุเข้ามาต่อรองราคาและซื้อผลผลิตลำไย ทำให้เกษตรกรไม่ต้องเก็บเกี่ยวผลผลิตเองและไม่ต้องแบกรับภาระต้นทุนค่าจ้างแรงงาน ทั้งนี้ การจัดการและการดูแลผลผลิตเป็นหน้าที่ของโรงคัดบรรจุทั้งหมด สำหรับกรณีเกษตรกรรายย่อย เกษตรกรจะขายผลผลิตแบบเหมาสวนในช่วงผลผลิตติดผล ทำให้เกษตรกรต้องเป็นผู้ดูแลและบำรุงรักษาต้นลำไย โดยเกษตรกรต้องแบกรับภาระต้นทุนการผลิตทั้งหมด

2) โรงคัดบรรจุ เป็นผู้รับซื้อผลผลิตลำไยสดช่อที่มีคุณภาพโดยตรงจากเกษตรกร และนำไปเข้าโรงรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (SO_2) ทำให้ลำไยมีสีผิวสวยและสามารถยืดอายุการเก็บไว้ได้นานขึ้น เพื่อส่งไปขายยังตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะจีน เวียดนาม อินโดนีเซีย และฮ่องกง เป็นต้น หรือเป็นผู้รับซื้อผลผลิตลำไยร่วงจากเกษตรกร เพื่อนำไปเข้าโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งที่ส่วนมากใช้เตาอบไอน้ำในการอบลำไย โดยใช้ฟืนเป็นเชื้อเพลิง ทำให้ได้ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก และส่งออกไปตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะจีน และเวียดนาม เป็นต้น

3) สถาบันเกษตรกร (สหกรณ์การเกษตร) เป็นผู้รับซื้อผลผลิตลำไยสดช่อจากเกษตรกร และนำผลผลิตที่รับซื้อทั้งหมดไปขายให้กับผู้บริโภคในภาคเหนือ รวมทั้งผู้บริโภคต่างจังหวัด (ภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

4) ผู้ประกอบการ (โรงงานแปรรูปลำไยกระป๋อง) เป็นผู้รับซื้อลำไยร่วงจากเกษตรกร และนำไปเข้าโรงงานเพื่อแปรรูปเป็นลำไยกระป๋อง ซึ่งส่วนมากส่งออกไปตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะมาเลเซียและสิงคโปร์ เป็นต้น

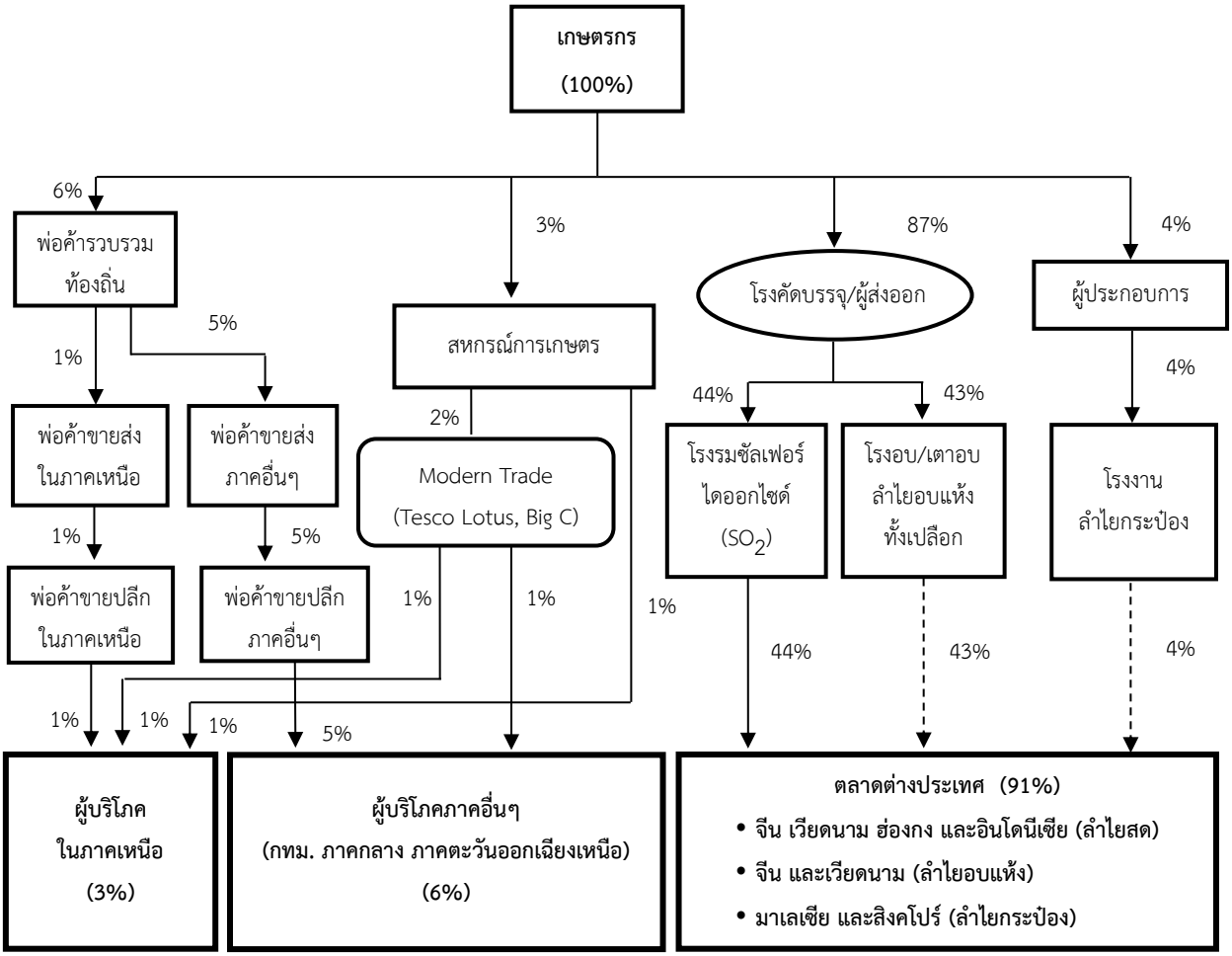
5) ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ (Tesco Lotus และ Big C) เป็นหน่วยงานภาคเอกชนที่เข้าร่วมรับซื้อลำไยสดช่อจากเกษตรกร และนำผลผลิตไปจำหน่ายตามสาขาต่างๆ ที่กระจายอยู่ทั่วประเทศ

6) ผู้รวบรวม/พ่อค้าท้องถิ่น เป็นผู้รวบรวมผลผลิตลำไยจากเกษตรกรในแต่ละท้องถิ่นของภาคเหนือ และกระจายผลผลิตลำไยโดยการขายให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ในตลาด ได้แก่ พ่อค้าขายส่งในภาคเหนือและภาคอื่นๆ เช่น ภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นต้น

7) พ่อค้าขายส่งในภาคเหนือ และภาคอื่นๆ เป็นผู้รวบรวมผลผลิตลำไยจากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น และนำผลผลิตส่งไปขายยังตลาดปลายทางภายในภาคเหนือ และภาคอื่นๆ ที่สำคัญภายในประเทศ โดยตลาดรับซื้อและขายส่งที่สำคัญทั้งในภาคเหนือ และภาคอื่นๆ ได้แก่ ตลาดขายส่งจังหวัดพิษณุโลก ราชบุรี ตลาดดอนเมืองพัฒนา ตลาดปากคลองตลาด ตลาดขายส่งสี่มุมเมือง และตลาดไท เป็นต้น

8) พ่อค้าขายปลีกในภาคเหนือ และภาคอื่นๆ เป็นผู้รับซื้อผลผลิตลำไยจากพ่อค้าขายส่งในภาคเหนือและภาคอื่นๆ และนำไปขายให้กับลูกค้าหรือผู้บริโภคในภาคเหนือ และภาคอื่นๆ ได้แก่ กรุงเทพฯ และปริมณฑล จังหวัดทางภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นต้น

วิถีการตลาดลำไยภาคเหนือปี 2560 ผลผลิตลำไยทั้งหมดของเกษตรกรทางภาคเหนือส่วนมากขายให้กับโรงคัดบรรจุ/ผู้ส่งออกร้อยละ 87 เพื่อส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ โดยลำไยส่งออกอยู่ในรูปลำไยสดช่อที่ผ่านการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ร้อยละ 44 และอยู่ในรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกร้อยละ 43 นอกจากนั้นผลผลิตจะมีการกระจายไปยังคนกลาง 3 ประเภท คือ พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นร้อยละ 6 โดยทำหน้าที่รวบรวมผลผลิตลำไยแล้วนำไปขายให้กับพ่อค้าขายส่งและพ่อค้าขายปลีกทั้งในภาคเหนือและภาคอื่นๆ เช่น ภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อส่งต่อไปยังผู้บริโภคทั้งในภาคเหนือและภาคอื่นๆ ต่อไป สหกรณ์การเกษตรร้อยละ 3 โดยทำหน้าที่รับซื้อและรวบรวมผลผลิตลำไยจากเกษตรกรแล้วนำไปขายให้กับห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern Trade) เช่น Tesco Lotus และ Big C เพื่อกระจายผลผลิตไปยังสาขาต่างๆ ที่มีอยู่ทั่วประเทศ และผู้ประกอบการแปรรูปลำไยกระป๋องร้อยละ 4 โดยทำหน้าที่รับซื้อผลผลิตลำไยร่วงจากเกษตรกรเพื่อนำไปแปรรูปเป็นลำไยกระป๋อง ซึ่งส่วนมากส่งออกไปตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะมาเลเซีย และสิงคโปร์ เป็นต้น ดังแสดงในภาพที่ 3.5



ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 3.5 วิถีการตลาดลำไยสดภาคเหนือ ปี 2560

บทที่ 4
ผลการวิจัย

ผลการศึกษาบทบาทของผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ที่มีต่อผลไม้ไทย กรณีศึกษาลำไย ได้เสนอผลการศึกษาในประเด็นห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจลำไย บทบาทและผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการลำไยที่มีต่อเกษตรกรและต่อธุรกิจลำไยไทย รวมถึงผลการศึกษากฎหมาย และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องที่มีผลกระทบต่อการประกอบการและการค้าลำไยของไทยโดยแบ่งออกเป็น 4 หัวข้อ ดังนี้

4.1 ห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจลำไย

4.2 บทบาทและผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการลำไยที่มีต่อเกษตรกร

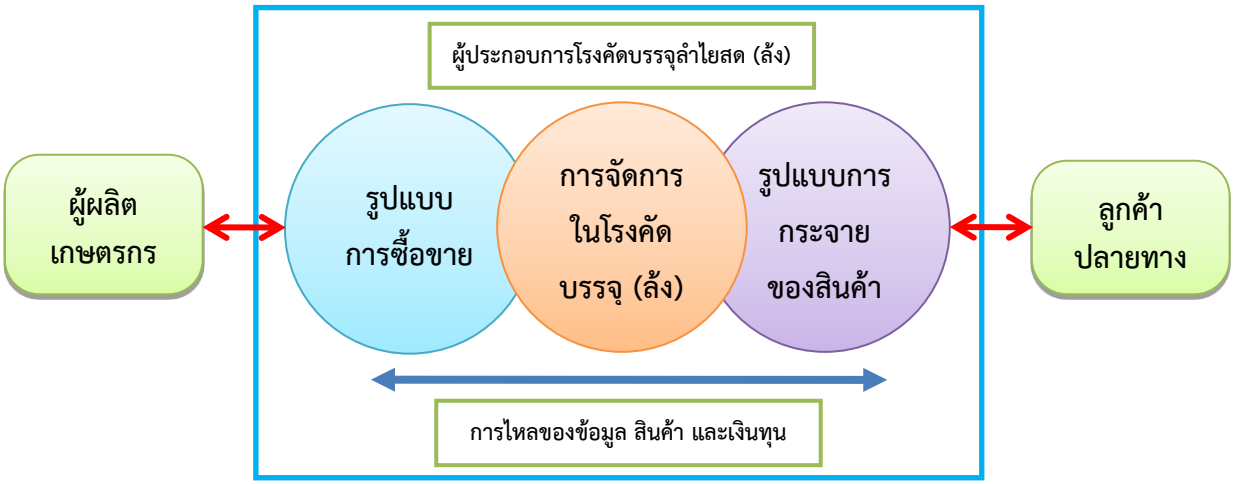
4.3 ผลกระทบจากการทำธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีต่อธุรกิจลำไยไทย

4.4 การศึกษากฎระเบียบ และมาตรการทางภาษีที่เกี่ยวข้องที่มีผลกระทบต่อการประกอบการและการค้าลำไยของไทย

4.1 ห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจลำไย

4.1.1 ห่วงโซ่อุปทานในการประกอบธุรกิจลำไย (Supply Chain) เป็นการศึกษาห่วงโซ่อุปทานในการประกอบธุรกิจลำไย เพื่อทราบรูปแบบการบริหารจัดการ และการดำเนินงาน โดยแบ่งห่วงโซ่อุปทาน ดังนี้

1) ห่วงโซ่อุปทานลำไยสด โดยผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานการประกอบธุรกิจลำไยสดประกอบด้วย เกษตรกร และโรงคัดบรรจุลำไยสดหรือล้งส่งออก และลูกค้าปลายทาง ได้แก่ ผู้บริโภคชาวจีน ดังแสดงในภาพที่ 4.1 ซึ่งผลการศึกษากิจกรรมในแต่ละห่วงโซ่อุปทาน มีดังนี้



ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 4.1 ห่วงโซ่อุปทานการประกอบธุรกิจลำไยสด

1.1) เกษตรกร ซึ่งเป็นผู้ผลิตลำไยในห่วงโซ่อุปทาน โดยเกษตรกรส่วนใหญ่มีการทำสัญญาซื้อขายลำไยกับโรงคัดบรรจุล่วงหน้า และรับเงินมัดจำมาดูแลและบริหารจัดการสวนลำไย เพื่อให้ผลผลิตมีคุณภาพตามที่โรงคัดบรรจุหรือล้งส่งออกต้องการ สำหรับกิจกรรมของเกษตรกรมีหน้าที่ในการราดสาร รดน้ำ

ใส่ปุ๋ยบำรุงต้นลำไยให้เป็นไปตามแผนการผลิต การเก็บเกี่ยว และการส่งออกของโรงคัดบรรจุ เมื่อถึงเวลาเก็บเกี่ยวโรงคัดบรรจุจะนำแรงงานมาเก็บเกี่ยวและขนส่งเอง จากนั้นเกษตรกรจะรับเงินในส่วนที่เหลือตามคุณภาพของผลผลิต โดยผลผลิตลำไยของเกษตรกรที่เหลือจากการเก็บเกี่ยวส่งโรงคัดบรรจุ หรือที่เรียกว่า “ลำไยก้นสวน” เกษตรกรอาจจะขายให้กับผู้รับซื้อหรือพ่อค้าเร่แบบเหมาสวนประมาณ 2 - 3 หมื่นบาท หรือเกษตรกรบางรายอาจจะเก็บขายแบบมัดช่อ เรียกว่า “ลำไยกำปุ๊ก” ซึ่งเป็นลำไยตกเกรด โดยเกษตรกรภาคตะวันออกอาจจะนำไปขายที่ตลาดชายแดนบ้านแหลม จังหวัดจันทบุรี ให้กับชาวกัมพูชา โดยเกษตรกรมีรูปแบบการซื้อขายลำไยสด ดังนี้

(1) รูปแบบการซื้อขายลำไยสดของเกษตรกรภาคภาคตะวันออก ซึ่งมีการติดต่อซื้อขาย และทำสัญญาโดยตรงระหว่างเกษตรกรกับโรงคัดบรรจุ แบ่งเป็น 2 กรณี ได้แก่

กรณีที่ 1 การขายลูก คือการทำสัญญาซื้อขายเมื่อลำไยติดผลแล้ว โดยเกษตรกรจะเข้าไปติดต่อขายลำไยให้กับโรงคัดบรรจุเอง กรณีนี้เกษตรกรมีความเสี่ยงต่ำ สามารถต่อรองราคาได้เพราะเห็นผลผลิตแล้ว และขายได้ราคาดี แต่จะไม่มีเงินมัดจำล่วงหน้ามาดูแลบำรุงสวนลำไย ซึ่งจะมีปัญหากับเกษตรกรรายย่อยที่ขาดเงินทุนในการดูแลสวนลำไย

กรณีที่ 2 การขายใบ/ขายดอก เป็นการทำสัญญาซื้อขายลำไยล่วงหน้าตั้งแต่ลำไยติดดอกหรือยังไม่ออกผล โดยมีนายหน้าคนไทยพาคนจีนไปติดต่อซื้อลำไยที่สวนของเกษตรกร หรือคนจีนไปกับล่ามโดยมีการประเมินผลผลิต ตกลงราคา ทำสัญญาล่วงหน้า ตกลงช่วงเวลาที่จะเก็บเกี่ยว ซึ่งปัจจุบันมีคนจีนเข้าไปกับล่ามเพิ่มมากขึ้น ซึ่งในกรณีนี้เกษตรกรมีความเสี่ยงสูงต่อการติดหนี้ค่ามัดจำ หากผลผลิตไม่ได้คุณภาพตามที่โรงคัดบรรจุต้องการ แต่เกษตรกรจะมีเงินทุนจากค่ามัดจำมาบำรุงดูแลจัดการสวนลำไยของตัวเองก่อนล่วงหน้า

(2) รูปแบบการซื้อขายลำไยสดของเกษตรกรภาคเหนือ การซื้อขายลำไยสดของเกษตรกร มี 2 กรณี ดังนี้

กรณีที่ 1 เกษตรกรรวบรวมผลผลิตและนำไปขายเองในรูปของลำไยสดช่อ โดยเกษตรกรทำการคัดเกรดเองและบรรจุลำไยลงในตะกร้าขาวที่มีน้ำหนักรวมประมาณ 11.50 กิโลกรัม เพื่อส่งให้กับผู้รวบรวม/สถาบันเกษตรกร และนำไปส่งให้กับโรงคัดบรรจุ เพื่อส่งออกไปต่างประเทศ นอกจากนี้ มีการรวบรวมผลผลิตและนำไปขายเองในรูปของลำไยรูดร่วง โดยบรรจุลงในตะกร้าหูเหล็กที่มีน้ำหนักประมาณ 25 กิโลกรัม และนำไปคัดแยกเกรดที่โรงร่อนรับซื้อ ซึ่งราคารับซื้อต่ำกว่าที่โรงงานแปรรูปกำหนดกิโลกรัมละ 1 บาท เพื่อส่งให้กับผู้ประกอบการแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก ลำไยอบแห้งเนื้อสีทอง และผลิตภัณฑ์ลำไยต่างๆ

ทั้งนี้ เกษตรกรที่มีการซื้อขายลำไยผ่านนายหน้า โดยนายหน้าเข้าไปรับซื้อผลผลิตลำไยที่สวนแล้วนำไปส่งให้กับโรงคัดบรรจุ ซึ่งนายหน้าได้รับค่าตอบแทนร้อยละ 1 เช่น กรณีรับซื้อผลผลิตลำไยมาในราคา 100,000 บาท นายหน้าจะได้รับค่าตอบแทน 1,000 บาท หรือเกษตรกรนำลำไยไปขายโดยตรงที่โรงคัดบรรจุโดยไม่ผ่านนายหน้า ซึ่งส่วนมากเป็นเกษตรกรที่ไม่มีสัญญาซื้อขายกับโรงคัดบรรจุ ยกเว้นกรณีที่มีปริมาณการซื้อขายลำไยมาก และมีมูลค่าการซื้อขายในราคาสูงเกิน 1 ล้านบาทขึ้นไปจะมีการทำสัญญาซื้อขายระหว่างกัน

กรณีที่ 2 เกษตรกรขายผลผลิตแบบเหมาสวน โดยแบ่งเป็น 2 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ช่วงที่ผลผลิตติดยอดหรือเรียกว่า “การขายเขียว”การขายลักษณะนี้ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายใหญ่ โดยพ่อค้าขายส่งหรือตัวแทนโรงคัดบรรจุเข้ามาต่อรองราคา และรับซื้อผลผลิตลำไย ซึ่งเกษตรกรไม่ต้องเก็บเกี่ยวผลผลิตเองและไม่ต้องแบกรับภาระต้นทุนค่าจ้างแรงงาน ทั้งนี้การจัดการและการดูแลผลผลิตเป็นหน้าที่ของโรงคัดบรรจุทั้งหมด

ระยะที่ 2 ช่วงผลผลิตติดผล การขายลักษณะนี้ส่วนใหญ่เป็นสำหรับเกษตรกรรายย่อย โดยเกษตรกรจะเป็นผู้ดูแลและบำรุงรักษาต้นลำไย รวมทั้งเก็บเกี่ยวผลผลิตเอง ซึ่งเกษตรกรต้องแบกรับภาระต้นทุนการผลิตทั้งหมด

1.2) โรงคัดบรรจุหรือล้งส่งออก การดำเนินกิจกรรมของโรงคัดบรรจุลำไยสดมีวิธีการ ดังนี้

(1) การดำเนินการจัดซื้อผลผลิตลำไยสด ซึ่งการดำเนินการจัดหาผลผลิตของโรงคัดบรรจุภาคตะวันออก และภาคเหนือจะคล้ายคลึงกัน แต่ทั้งนี้การจัดหาผลผลิตของภาคตะวันออกโดยเฉพาะโรงคัดบรรจุขนาดใหญ่จะมีการจัดหาที่ค่อนข้างเป็นระบบ ดังแสดงในภาพที่ 4.2

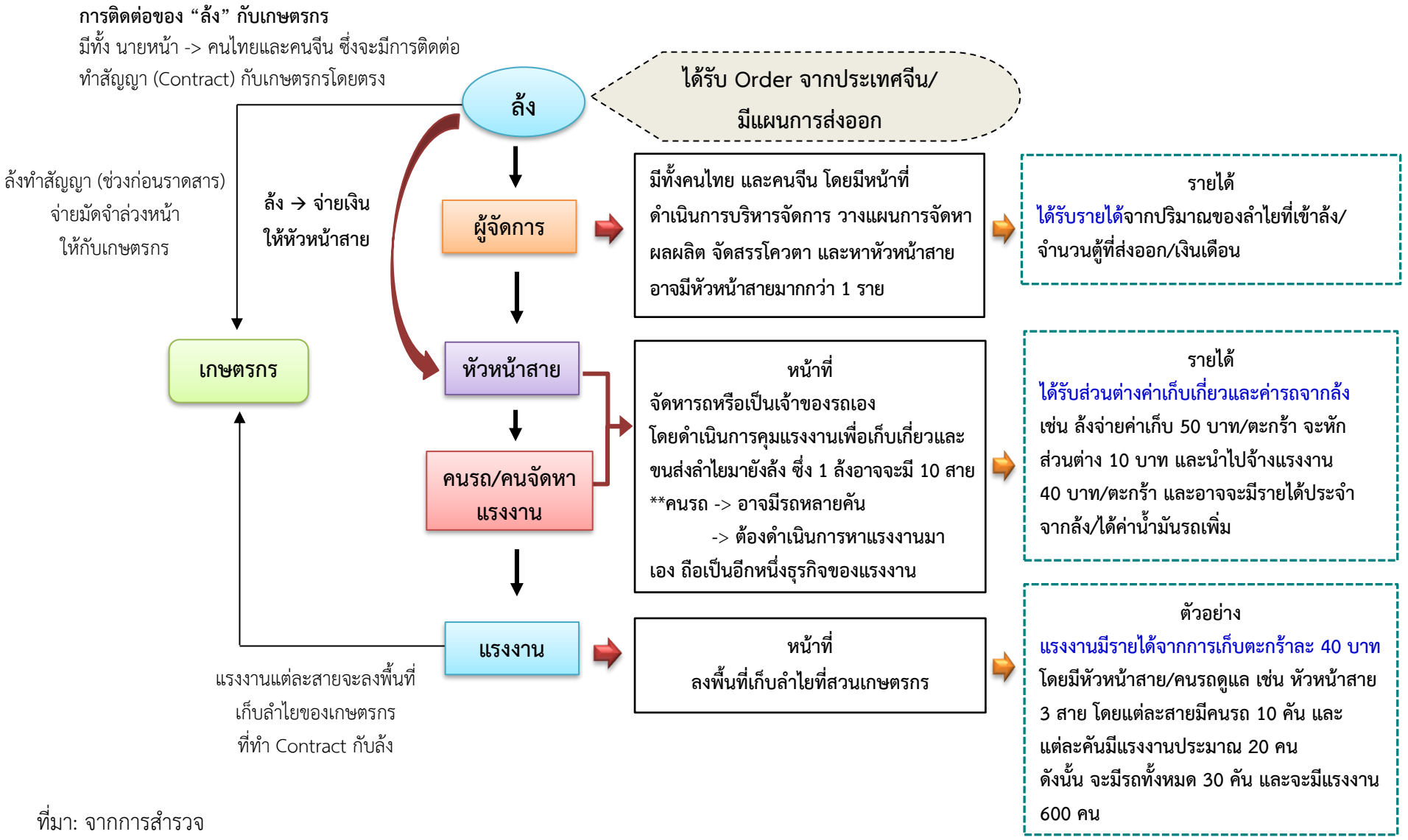
(1.1) เมื่อโรงคัดบรรจุ หรือล้ง ได้รับคำสั่งซื้อล่วงหน้าจากตลาดปลายทางคือ จีน ซึ่งจะมีการวางแผนการส่งออกกันล่วงหน้า หากเป็นผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุที่ร่วมทุนกันระหว่างไทย – จีน ผู้ที่ทำหน้าที่วางแผนในการส่งออกส่วนมากเป็นผู้จัดการคนจีน จากนั้นจึงส่งคำสั่งซื้อมายังผู้จัดการไทยเพื่อจัดหาผลผลิต และวางแผนการเก็บเกี่ยว การจัดส่งผลผลิตในแต่ละเดือนเป็นไปตามคำสั่งซื้อของลูกค้าปลายทาง

(1.2) ผู้จัดการไทย หรือนายหน้าคนไทย มีหน้าที่ในการจัดหาผลผลิตลำไยจากเกษตรกร ตามแผนการส่งออก โดยผู้จัดการต้องวางแผนการจัดซื้อผลผลิตในแต่ละเดือน วางแผนการราดสารและการเก็บเกี่ยวของเกษตรกร โดยให้คำแนะนำการบำรุงรักษาสวนลำไย เพื่อให้ได้คุณภาพตามที่ตลาดปลายทางต้องการ และจัดสรรปริมาณผลผลิตที่เข้าโรงคัดบรรจุในแต่ละวัน โดยผู้จัดการเป็นผู้เข้าไปติดต่อสวนของเกษตรกร จัดหาผลผลิต ประเมินผลผลิต ตกลงราคา ทำสัญญา และจ่ายเงินมัดจำล่วงหน้าให้กับเกษตรกร ซึ่งผู้จัดการมีรายได้จากเงินเดือน หรือตามปริมาณผลผลิตลำไยที่เข้าสู่โรงคัดบรรจุ หรือจำนวนตู้คอนเทนเนอร์ที่ส่งออก ซึ่งแล้วแต่ตกลงกัน

(1.3) หัวหน้าสายของโรงคัดบรรจุ อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของผู้จัดการโรงคัดบรรจุ แต่ละโรงคัดบรรจุอาจจะมีจำนวนของหัวหน้าสายแตกต่างกันไปแล้วแต่ขนาด ขนาดใหญ่อาจจะมีหัวหน้าสายแบ่งเป็น 10 สาย แต่ละสายอาจจะมีรถ 10 คัน หรือมากกว่า เป็นต้น เพื่อทำหน้าที่ในการจัดหาแรงงาน และดูแลแรงงาน หัวหน้าสายส่วนใหญ่เป็นเจ้าของรถกระบะ 4 ล้อ ที่ใช้รับส่งแรงงานเก็บเกี่ยวลำไย และมีรถขนผลผลิตลำไยส่งโรงคัดบรรจุ การจัดหาแรงงานของหัวหน้าสาย บางครั้งเรียกว่า “คนรถ” โดยการจัดหาแรงงานถือว่าเป็นอีกหนึ่งธุรกิจภายใต้การดำเนินงานของโรงคัดบรรจุ ซึ่งคนรถหรือคนจัดหาแรงงานจะมีรายได้จากส่วนต่างค่าจ้างเก็บเกี่ยวของแรงงาน เช่น โรงคัดบรรจุจ่ายค่าจ้างเก็บเกี่ยวของแรงงานตะกร้าละ 50 บาท คนขับรถจะหักส่วนต่างตะกร้าละ 10 บาท ก็จะเหลือค่าจ้างแรงงานเก็บเกี่ยวตะกร้าละ 40 บาท และอาจจะได้รับค่าจ้างรถ หรือค่าน้ำมันเพิ่มจากโรงคัดบรรจุเป็นรายวันด้วยโดยรถ 1 คัน มีแรงงานประมาณ 20 คน อย่างไรก็ตาม

หัวหน้าสายหรือคนรถต้องดูแลและรับผิดชอบแรงงาน รวมถึงที่พักของแรงงานด้วย ซึ่งก่อนที่หัวหน้าสายจะนำแรงงานไปเก็บเกี่ยวจะมีการเข้าไปเบิกตะกร้าจากโรงคัดบรรจุในช่วงเช้า และหากตะกร้าหายหัวหน้าสายต้องรับผิดชอบตามราคาตะกร้า รวมทั้งหัวหน้าสายแต่ละสายต้องจับสลากหมายเลขสวนลำไยก่อนที่จะไปเก็บเกี่ยวเพื่อให้เกิดความยุติธรรมและไม่มีการเลือกเก็บเฉพาะสวนที่มีลำไยผลใหญ่ น้ำหนักดี

(1.4) แรงงาน อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของหัวหน้าสาย หรือคนรถ แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ 1) แรงงานเก็บเกี่ยว ทำหน้าที่เก็บเกี่ยวลำไยตามที่หัวหน้าสายพาไป และคัดคุณภาพ แยกเกรดบรรจุตะกร้าพลาสติกสีขาวตะกร้าละ 11.50 กิโลกรัม จากสวนของเกษตรกรก่อนส่งเข้าโรงคัดบรรจุ โดยได้รับค่าจ้างตะกร้าละ 40 – 50 บาท ในช่วงปกติ แต่หากในกรณีที่มีผลผลิตออกสู่ตลาดมาก เก็บเกี่ยวไม่ทัน เนื่องจากมีแรงงานไม่เพียงพอ โรงคัดบรรจุอาจมีการขึ้นค่าจ้างแรงงานสูงถึงตะกร้าละ 80 บาท จึงส่งผลให้มีการโยกย้ายแรงงาน โดยก่อนที่แรงงานจะเก็บเกี่ยวต้องมีการจับสลากแถวที่จะทำการเก็บเกี่ยวก่อน เพื่อไม่ให้มีการเลือกเก็บเฉพาะแถวที่มีลำไยผลโต และน้ำหนักดี ซึ่งตะกร้าที่แรงงานใช้เก็บเกี่ยวจะมีหมายเลขสาย และรหัสคนเก็บติดอยู่ ดังนั้น หากแรงงานคัดคุณภาพไม่ดี มีการยัดไส้ ทำให้ผลผลิตเสียหายจะถูกหักค่าจ้างเก็บเกี่ยว และเมื่อเก็บเกี่ยวเสร็จแล้วรถทอย หรือรถกระบะ 4 ล้อ จะขนส่งไปยังโรงคัดบรรจุ เพื่อดำเนินการในขั้นตอนต่อไป ดังแสดงในภาพที่ 4.2 และภาพที่ 4.3



ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 4.2 รูปแบบการจัดหาวัตถุดิบของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุลำไยสดภาคตะวันออก

แรงงานเก็บเกี่ยวคัดเกรดคุณภาพลำไยเบื้องต้นบรรจุตะกร้าละ 11.50 กก. ด้านข้างตะกร้ามีรหัสคนเก็บติดอยู่

เมื่อเก็บเกี่ยวเสร็จแล้วขนขึ้นรถกระบะ 4 ล้อ หรือเรียกว่า “รถทอย” เพื่อขนส่งไปยังโรงคัดบรรจุ

ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 4.3 แรงงานเก็บเกี่ยวลำไย

(2) กระบวนการบริหารจัดการลำไยสดภายในโรงคัดบรรจุ โดยมีกระบวนการจัดการลำไยสดภายในโรงคัดบรรจุ ดังแสดงในภาพที่ 4.4 ดังนี้

(2.1) หลังจากเก็บเกี่ยวลำไยที่สวนของเกษตรกรเสร็จเรียบร้อย คนรถขนลำไยจากสวนของเกษตรกรมาที่โรงคัดบรรจุ จากนั้นนำใบลำไยที่ปิดหน้าตะกร้าด้านบนออก

(2.2) พนักงานคัดเกรดและคุณภาพลำไยตามขนาด หรือเรียกว่า “การตีเกรด” โดยหากเป็นภาคตะวันออกจะแบ่งเกรดเป็น 4 เกรด ได้แก่ เกรด 1 เกรด 2 เกรด 3 และเกรด 4 และหากเป็นภาคเหนือจะแบ่งเกรดเป็น 4 เกรดตามเบอร์ ได้แก่ เบอร์ 1 เบอร์ 2 เบอร์ 3 และเบอร์ 4

(2.3) หลังจากคัดเกรดเสร็จแล้ว นำพลาสติกกันกระแทกวางด้านบนตะกร้าก่อนปิดฝา แล้วติดสติ๊กเกอร์สีตามเกรดที่ด้านข้างของตะกร้า โดยแยกตามสี เช่น สีทอง เกรด 1 หรือเบอร์ 1 สีน้ำเงิน เกรด 2 หรือเบอร์ 2 สีแดง เกรด 3 หรือเบอร์ 3 และสีเขียว เกรด 4 หรือเบอร์ 4 ตามลำดับ และเกรดร่วง ซึ่งการติดสติ๊กเกอร์สี เพื่อแยกเกรดของแต่ละตะกร้าขึ้นอยู่กับการกำหนดสีของโรงคัดบรรจุแต่ละแห่ง บางแห่งอาจติดสีสติ๊กเกอร์ต่างจากที่อื่นของเกรด 2 และเกรด 3 เป็นต้น

(2.4) จากนั้นนำบรรจุภัณฑ์ (Packaging) หรือตะกร้าลำไยมารัดสายคาดพลาสติก ซึ่งแบ่งสีตามเกรดเช่นเดียวกับสีสติ๊กเกอร์ โดยใช้เครื่องคาดสายพลาสติกบนตะกร้าลำไยที่มีน้ำหนักลำไยตะกร้าละ 11.50 กิโลกรัม หากรวมน้ำหนักตะกร้าและลำไยด้วยจะมีน้ำหนักตะกร้าละ 12.50 กิโลกรัม

(2.5) จากนั้นนำตะกร้าเข้าตู้เพื่อรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ประมาณ 1 ชั่วโมง แล้วนำออกจากตู้รมซัลเฟอร์ไดร์ออกไซด์ เพื่อผึ่งลมประมาณ 30 - 40 นาที ซึ่งเวลาที่ใช้ในขั้นตอนนี้แล้วแต่เทคนิค และประสบการณ์ของแต่ละโรงคัดบรรจุ

(2.6) นำตะกร้าลำไยยกขึ้นตู้คอนเทนเนอร์ปรับอุณหภูมิขนาด 40 ฟุต โดยตั้งอุณหภูมิเริ่มต้นที่ 2 องศาเซลเซียส และรักษาอุณหภูมิภายในตู้ประมาณ 12 - 13 องศาเซลเซียส แล้วรอการสุ่มตรวจตัวอย่าง เพื่อตรวจรับรองจากสำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตร (สวพ.) ของกรมวิชาการเกษตรในพื้นที่ เพื่อออกใบรับรองสุขอนามัยพืชก่อนการส่งออก ซึ่งปัจจุบันการตรวจรับรองอยู่ระหว่างการถ่ายโอนภารกิจให้กับบริษัทเอกชน หรือ Central Lap ที่จะเข้ามาตรวจรับรองแทนต่อไป

ทั้งนี้ กระบวนการดำเนินการจัดหาผลผลิตของโรงคัดบรรจุที่บริหารจัดการเองกับโรงคัดบรรจุที่รับจ้างบรรจุ หรือ Packing ซึ่งทั้ง 2 รูปแบบมีกระบวนการดำเนินการเหมือนกัน แต่จำนวนแรงงานของแต่ละแห่งอาจจะแตกต่างกันไปตามขนาดของโรงคัดบรรจุ

(3) กระบวนการบริหารจัดการส่งออกลำไยสด เพื่อกระจายผลผลิตไปยังตลาดจีน

(3.1) หลังจากดำเนินการภายในโรงคัดบรรจุเสร็จแล้ว นำตะกร้าลำไยยกขึ้นตู้คอนเทนเนอร์ปรับอุณหภูมิ ขนาด 40 ฟุต

(3.2) ขนส่งสินค้าเพื่อส่งออกไปยังตลาดปลายทาง ได้แก่ จีน โดยการขนส่งทางเรือผ่านท่าเรือแหลมฉบัง ใช้เวลาขนส่งทางเรือประมาณ 7 - 10 วัน และทางบกผ่านเส้นทาง R9 และ R12 ใช้เวลาประมาณ 3 - 4 วัน เข้าสู่ตลาดเจียงหนาน นครกว่างโจว แล้วจึงกระจายต่อไปยัง พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก และมณฑลต่างๆ ของจีน ซึ่งการเลือกว่าจะส่งออกเส้นทางไหนขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาด หากต้องการความรวดเร็ว เพราะตลาดมีความต้องการมากจะใช้การขนส่งทางบกโดยใช้รถ แต่หากตลาดมีความอิ่มตัว ราคาตลาดปลายทางไม่ค่อยดี ผู้ส่งออกจะใช้การขนส่งทางเรือ เนื่องจากสามารถเช่าตู้ลอยทะเล รอราคาปรับตัวสูงขึ้น แล้วจึงนำเข้าสู่ตลาดวางจำหน่ายได้ นอกจากนี้ โรงคัดบรรจุบางแห่งมีการส่งออกลำไยเกรดรองผิวอาจจะไม่สวยมากนัก โดยเน้นราคาไม่แพงส่งไปตลาดในอาเซียน เช่น อินโดนีเซีย เวียดนาม และกัมพูชา เป็นต้น รวมทั้งส่งออกไปยังตลาดยุโรปบรรจุลำไยตะกร้าละ 3 กิโลกรัม เพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยตรง โดยส่งออกผ่านจีนไปยังฝรั่งเศส จากนั้นกระจายผลผลิตต่อไปยังเยอรมนี สเปน อิตาลี ใช้เวลาประมาณ 21 วัน

1. นำลำไยลงจากรถ แล้วนำใบกันกระแทกด้านบนออกจากตะกร้า

2. คัดเกรดคุณภาพตามขนาด ติดสติกเกอร์สีตามเกรด แล้วนำตะกร้าไปคาดสายรัดพลาสติก

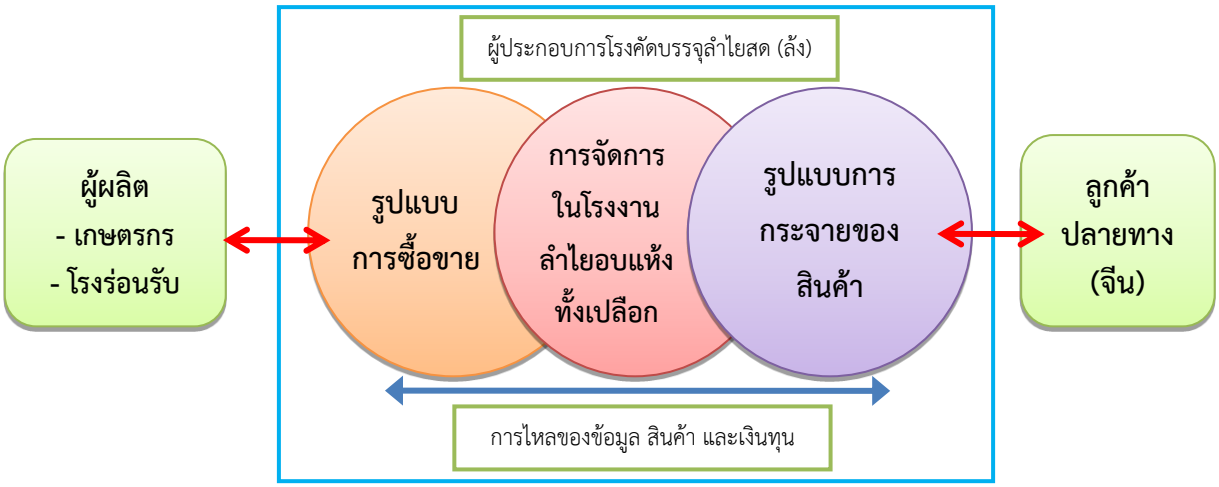
3. นำตะกร้าลำไยเข้าตู้รมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ประมาณ 1 ชั่วโมง จากนั้นนำมาพึ่งลมประมาณ 30 – 40 นาที

4. นำตะกร้าลำไย ขึ้นตู้คอนเทนเนอร์ปรับอุณหภูมิขนาด 40 ฟุต ขนส่งทางบก และทางเรือส่งออกไปยังจีน

ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 4.4 กระบวนการบริหารจัดการลำไยสดในโรงคัดบรรจุ

2) ห่วงโซ่อุปทานลำไยอบแห้งทั้งเปลือก การดำเนินการแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกส่วนมากเป็นการแปรรูปลำไยร่วงของภาคเหนือ ซึ่งมีโรงงานแปรรูปตั้งอยู่หลายแห่ง โดยภาคเหนือมีการผลิตทั้งลำไยในฤดูและลำไยนอกฤดู ส่วนลำไยภาคตะวันออกเป็นการผลิตลำไยนอกฤดูผลผลิตเกือบทั้งหมดส่งออกในรูปผลสด จึงมีผลผลิตลำไยร่วงเหลือส่วนน้อยที่ส่งไปแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งที่ภาคเหนือ สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานการประกอบธุรกิจลำไยอบแห้งทั้งเปลือก ประกอบด้วย เกษตรกร จุดร่อนรับซื้อ และผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก ซึ่งผลการศึกษากิจกรรมในแต่ละห่วงโซ่อุปทาน ดังแสดงในภาพที่ 4.5



ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 4.5 ห่วงโซ่อุปทานลำไยอบแห้งทั้งเปลือก

2.1) เกษตรกร จะนำลำไยร่วง หรือตกเกรด ไปขายให้กับจุดร่อนรับซื้อที่มีการซื้อขายกันเป็นประจำ

2.2) จุดร่อนรับซื้อ หรือโรงร่อนรับซื้อลำไยร่วงจากเกษตรกรส่งผลผลิตให้กับโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก ตามปริมาณโควตาที่ทำไว้ในแต่ละปี มีกระบวนการจัดการ ดังนี้

(1) การคัดเกรด จุดร่อนรับซื้อจะมีเครื่องคัดเกรดไว้สำหรับแยกผลผลิตลำไยตามขนาด แบ่งเป็น เกรด AA ซึ่งเป็นเกรดใหญ่สุด รองลงมาเป็นเกรด A เกรด B และเกรด C ตามลำดับ

(2) การกำหนดราคา โดยราคารับซื้อจะแตกต่างกันไปตามที่โรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกเป็นผู้กำหนด โดยจุดร่อนรับซื้อจะกำหนดราคาลำไยร่วงต่ำกว่าโรงงานแปรรูปกำหนดประมาณกิโลกรัมละ 1 บาท ซึ่งจะทำให้มีกำไรกิโลกรัมละ 0.60 บาท และอีก 0.40 บาท เป็นค่าบริหารจัดการ ซึ่งหากจุดร่อนรับซื้อส่งลำไยได้ตามที่โรงงานแปรรูปกำหนดอาจได้รับราคาเพิ่มขึ้นกิโลกรัมละ 0.20 บาท ในส่วนของลำไยที่เกษตรกรนำมาขาย หากไม่ได้ขนาดที่จุดร่อนรับซื้อต้องการก็จะนำไปทำเป็นปุ๋ย

(3) การจ่ายเงินให้กับเกษตรกร จุดร่อนรับซื้อจะจ่ายเงินให้กับเกษตรกรตามน้ำหนักลำไยในแต่ละเกรด โดยมีน้ำหนักตะกร้าละ 30 กิโลกรัม (รวมน้ำหนักตะกร้าและลำไย) แบ่งเป็น น้ำหนักตะกร้า 3 กิโลกรัม และน้ำหนักลำไย 27 กิโลกรัม

(4) หลังจากรับซื้อลำไยร่วงจากเกษตรกรแล้ว จุดร่อนรับซื้อจะขนส่งลำไยร่วงด้วยรถ บรรทุก 4 ล้อ ปริมาณ 130 ตะกร้า ค่าขนส่งประมาณเที่ยวละ 800 บาท หรือรถบรรทุก 6 ล้อ ปริมาณ 350 ตะกร้า ค่าขนส่งประมาณเที่ยวละ 2,500 บาท ซึ่งค่าขนส่งแตกต่างกันไปตามระยะทาง และประเภทรถที่ใช้ โดยจุดร่อนรับซื้อเป็นผู้รับผิดชอบค่าขนส่งเอง

2.3) โรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก โดยมากเป็นผู้ประกอบการที่รับจ้างแปรรูปและบรรจุภัณฑ์ส่งให้กับพ่อค้าจีน รวมถึงผู้ประกอบการไทยที่ไม่ได้ดำเนินการส่งออกด้วยตนเอง โดยมีกระบวนการจัดการลำไยร่วง ดังนี้

(1) เมื่อรถขนส่งลำไยร่วงจากจุดร่อนรับซื้อมายังโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกแล้ว จากนั้นพนักงานทำการคัดเกรดและคุณภาพลำไยร่วงตามขนาด โดยใช้เครื่องร่อนคัดเกรดอีกครั้ง แบ่งเป็น 4 เกรด ได้แก่ เกรด AA เกรด A เกรด B และเกรด C

(2) จากนั้นนำลำไยร่วงที่คัดเกรดแล้วเทลงตะแกรงเหล็กเพื่อเตรียมเข้าห้องอบลำไยที่มีขนาดความจุตู้ละ 8 - 12 ตัน

(3) ทำการอบแห้งลำไยที่อุณหภูมิ 60 - 70 องศาเซลเซียส เป็นระยะเวลา 50 - 60 ชั่วโมง หลังจากนั้นนำลำไยอบแห้งออกจากตู้อบเพื่อมาพักที่อุณหภูมิห้องประมาณครึ่งวัน

(4) เมื่อลำไยอบแห้งมีอุณหภูมิลดลง ให้นำมาล้างเพื่อเอาฝุ่นออกและอบลำไยให้แห้งอีกรอบ ซึ่งใช้เวลาประมาณ 5 นาที

(5) นำลำไยอบแห้งเข้าเครื่องร่อนเพื่อคัดเกรดอีกครั้ง โดยคัดเอาลูกที่แตกและไม่ได้คุณภาพออก หลังจากนั้นบรรจุลงกล่อง (Packaging) ซึ่งแต่ละกล่องมีน้ำหนัก 10 กิโลกรัม

(6) พ่อค้าคนจีนมารับซื้อลำไยอบแห้งทั้งเปลือก เพื่อส่งออกไปประเทศจีน โดยราคาลำไยอบแห้งขึ้นอยู่กับคุณภาพและยี่ห้อ (Brand) ทั้งนี้ ลำไยอบแห้งที่รอการส่งออก (Stock) จะเก็บไว้ในห้องเย็นเพื่อรักษาคุณภาพที่อุณหภูมิ 2 องศาเซลเซียส

4.1.2 ห่วงโซ่คุณค่าในการประกอบธุรกิจลำไยสด

จากผลการศึกษาห่วงโซ่คุณค่าในการประกอบธุรกิจลำไยสด พบว่า แต่ละกิจกรรมภายใต้ห่วงโซ่อุปทานต้องมีความรวดเร็ว และการบริหารจัดการที่ดี ซึ่งจะส่งผลต่อราคาที่ขายได้ในตลาดปลายทาง การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และผลกำไรของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุลำไยสดเพื่อการส่งออก โดยกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่า แบ่งเป็นกิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) ดังแสดงในภาพที่ 4.6 ดังนี้

1) กิจกรรมหลัก ประกอบด้วย

1.1) โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) เป็นกิจกรรมในการจัดหาและนำวัตถุดิบที่เป็นปัจจัยการผลิตเข้าสู่กิจการ โดยเป็นขั้นตอนในการวางแผนการจัดหาลำไยคุณภาพดีเข้าสู่โรงคัดบรรจุเพื่อส่งออกและตอบสนองความต้องการของตลาดปลายทาง ซึ่งจะส่งผลต่อราคาจำหน่าย และผลกำไรที่ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุลำไยสดได้รับ

1.2) การปฏิบัติการ (Operations) เป็นกิจกรรมที่เปลี่ยนปัจจัยการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สุดท้าย นำไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีขึ้น ซึ่งเป็นขั้นตอนการดำเนินการคัดคุณภาพ และบรรจุภัณฑ์ เพื่อเตรียมผลผลิตก่อนการส่งออกภายในโรงคัดบรรจุ ประกอบด้วยกิจกรรม การคัดเกรด การบรรจุภัณฑ์ และการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ เป็นต้น ซึ่งแต่ละกิจกรรมต้องอาศัยแรงงานที่มีทักษะและความชำนาญในการคัดเกรดคุณภาพ และเป็นผู้มีความรู้ เทคนิควิธีการในการบริหารจัดการ การรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ใน การยืดอายุ และรักษาคุณภาพของลำไยให้ได้ตามมาตรฐานที่ตลาดปลายทางกำหนด

1.3) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) เป็นการจัดส่งสินค้าออกสู่ตลาด ซึ่งเป็นขั้นตอนการส่งออกลำไยไปยังตลาดจีน โดยการวางแผนและเลือกเส้นทางการขนส่งทางบก หรือทางเรือ และช่วงเวลาในการวางจำหน่าย ซึ่งส่งผลต่อราคาและผลกำไรที่ผู้ส่งออกได้รับ จึงต้องอาศัยประสบการณ์ และความสะดวกรวดเร็วในการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ โดยส่วนใหญ่การบริหารจัดการในส่วนนี้เป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการต่างชาติชาวจีน เนื่องจากเป็นการส่งออกไปตลาดจีนเอง จึงทำให้การส่งออกมีความคล่องตัวยิ่งขึ้น และการดำเนินการส่งออกส่วนใหญ่จ้างบริษัทชิปปิ้งดำเนินการแทน

1.4) การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) การส่งออกลำไยของไทยไปยังตลาดจีน หากเป็นผู้ส่งออกไทยส่งออกไปเองยังคงเป็นระบบฝากขาย (Consignment) ที่จีน โดยเป็นวิธีการค้าที่มีมาแต่ดั้งเดิมและต้องอาศัยความไว้เนื้อเชื่อใจระหว่างผู้ส่งออกไทยและผู้นำเข้าจีน จากนั้นผู้นำเข้าจะนำผลไม้ไปขายต่อให้กับพ่อค้าจีนตามเมืองต่างๆ ในลักษณะเงินเชื่อ การค้ารูปแบบดังกล่าวมีข้อดีคือ ผลไม้ไทยมีเครือข่ายของคนกลางชาวจีนในการเข้าสู่ตลาดจีนโดยไม่ต้องสร้างเครือข่ายเอง แต่ก็มีข้อจำกัดคือ ผลไม้ไทย อาจจะอยู่ภายใต้กลไกที่ผู้ประกอบการจีนเป็นผู้กำหนดไม่ว่าจะเป็นราคาซื้อขาย ปริมาณ และประเภทผลไม้ที่นำเข้า ซึ่งผู้ส่งออกจะมีการรับคำสั่งซื้อจากตลาดปลายทางที่จีนล่วงหน้าเป็นปี เพื่อนำมาวางแผนในการจัดหาผลผลิตและวางแผนการส่งออกในแต่ละเดือน

1.5) การบริการ (Services) ซึ่งต้องให้ความสำคัญในการบริการลูกค้า โดยการให้บริการของโรงคัดบรรจุ หรือผู้ส่งออกในการพาลูกค้าชาวจีนมาดูผลผลิตลำไยถึงสวนของเกษตรกร และโรงคัดบรรจุที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน GMP ที่ไทย และการจัดการกับผลผลิตที่ถูกตีกลับหากคุณภาพไม่เป็นไปตามที่ตกลงกันไว้

2) กิจกรรมสนับสนุน ประกอบด้วย

2.1) การจัดการ หรือการจัดหาปัจจัยมาใช้ในกิจกรรมหลัก (Procurement) เช่น การจัดการด้านวัตถุดิบ วัสดุ ปัจจัยการผลิต ที่ใช้ในกระบวนการผลิต รวมถึงเครื่องจักร อาคาร เป็นต้น ซึ่งเป็นการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตภายในโรงคัดบรรจุ อาทิ ตะกร้าพลาสติก สติ๊กเกอร์ สายคาดพลาสติก ห้องรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ และสายพานเลื่อนตะกร้า เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำงาน ช่วยให้ประหยัดเวลาแรงงาน และมีความสะดวกรวดเร็วในการบริหารจัดการและการส่งออกมากยิ่งขึ้น

2.2) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) เป็นกิจกรรมการสร้างคุณค่าในองค์กรและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยโรงคัดบรรจุลำไยสดมีการจัดการเทคโนโลยี เครื่องจักร ห้องรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ ให้เหมาะสมกับวัตถุดิบ (ลำไยสด) ก่อนการส่งออก ซึ่งการจัดการที่ดีจะทำให้เกิดผลผลิตที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของผู้รับซื้อปลายทาง

2.3) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) ได้แก่ กิจกรรมการสรรหา คัดเลือก ฝึกอบรมให้ความรู้กับแรงงาน รวมถึงการคัดเลือกแรงงานให้มีความเหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่นั้นๆ เพื่อเป็นการลดต้นทุน และเกิดความคล่องตัวในการทำงานให้มากที่สุด และการใช้แรงงานให้มีความเหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่

2.4) โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Infrastructure) ได้แก่ กิจกรรมต่างๆ เช่น การเงิน บัญชี การจัดการทั่วไป เป็นต้น โดยผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุลำไยสด มีการจัดหาแรงงานเพื่อใช้ในการจัดการผลผลิตทั้งในกิจกรรมเก็บเกี่ยว และกิจกรรมดำเนินการในโรงคัดบรรจุ ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้แรงงานต่างด้าว เป็นแรงงานที่มีทักษะในการทำงาน เช่น การคัดเกรด และการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ โดยผู้ประกอบการจะมีการฝึกอบรมและให้ความรู้ก่อนการทำงาน

ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 4.6 ห่วงโซ่คุณค่าการประกอบธุรกิจลำไยสด

4.2 บทบาทและผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการลำไยที่มีต่อเกษตรกร

จากการจัดสัมมนาระดมความคิดเห็นจากเกษตรกรผู้ปลูกลำไย ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐในภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี และภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ และลำพูน (Focus Group) เกี่ยวกับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการลำไยที่มีต่อเกษตรกร รวมทั้งสถานการณ์การผลิตและการตลาด โดยแบ่งผลกระทบต่อเกษตรกรภาคตะวันออกและภาคเหนือ ดังนี้

4.2.1 ผลกระทบต่อเกษตรกรภาคตะวันออก

ผลผลิตลำไยปี 2560 ของภาคตะวันออกปลูกมากที่จังหวัดจันทบุรีในพื้นที่อำเภอสอยดาวและโป่งน้ำร้อน โดยมีพื้นที่ปลูกใหม่เพิ่มขึ้นจากเดิม 30,000 – 40,000 ไร่ ทั้งนี้ เนื้อที่ส่วนใหญ่ถือครองโดยเกษตรกรรายย่อยที่มีพื้นที่ประมาณ 20 - 30 ไร่ต่อครัวเรือน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นลำไยนอกฤดูเกือบทั้งหมด ยังไม่มีการนำผลผลิตมาแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตลำไย นอกจากนี้ ผลผลิตลำไยนอกฤดูบางส่วนของภาคตะวันออกออกสู่ตลาดพร้อมกับผลผลิตภาคเหนือในช่วงเดือนมกราคม กุมภาพันธ์ เมษายน และพฤษภาคม เป็นต้น ปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาสนับสนุนการผลิตลำไยเพื่อลดต้นทุนในการผลิต โดยบริษัทจากจีนนำอากาศยานไร้คนขับ (โดรน) เข้ามาให้บริการพ่นสาร แต่ยังไม่ได้ผลเท่าที่ควร เนื่องจากสารที่ใช้พ่นโดนเฉพาะใบด้านบนซึ่งยังไม่ทั่วถึง ดังนั้น โดรนจึงมีความเหมาะสมกับพืชไร่มากกว่า นอกจากนี้ ยังมีการนำเทคโนโลยีในด้านอื่นๆ มาใช้ เช่น การพัฒนาติดตั้งเซ็นเซอร์ (Sensor) ตรวจวัดความชื้นเพื่อควบคุมการรดน้ำ ซึ่งช่วยในการประหยัดน้ำและแรงงานในการรดน้ำ และตรวจจับแมลงเพื่อป้องกันศัตรูพืช ผ่านสมาร์ทโฟน (Smart Phone) รวมทั้ง เทคนิควิธีการในการตัดแต่งทรงพุ่มเพื่อให้ได้ขนาดผลและคุณภาพตรงตามความต้องการของตลาด นอกจากการรับซื้อลำไยในจังหวัดจันทบุรีแล้ว ยังมีการรับซื้อจากจังหวัดสระแก้วประมาณ 70,000 – 80,000 ตัน รวมถึงผลผลิตลำไยจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น กัมพูชา เข้ามาจำหน่ายด้วย

ผลผลิตลำไยมีการบริโภคภายในประเทศไม่เกินร้อยละ 10 ส่วนมากเป็นการรับซื้อโดยมีการเหมาสวนจากนายหน้าหรือโรงคัดบรรจุ โดยทำให้ราคาลำไยเพิ่มสูงขึ้น และส่วนใหญ่รับซื้อผลผลิตเพื่อส่งออกไปตลาดต่างประเทศ เช่น จีน เวียดนาม และอินโดนีเซีย ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาตลาดจีน พบว่า พฤติกรรมการบริโภคของชาวจีนเปลี่ยนแปลงไป โดยนิยมบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพมากขึ้น และมีความชอบสินค้าที่แตกต่างหลากหลายมากขึ้น โดยนิยมบริโภคลำไยที่บรรจุกล่องละประมาณ 20 - 30 ลูก และพร้อมรับประทานได้ทันที ทั้งนี้ ไทยยังสามารถขยายตลาดในจีนได้อีก โดยเฉพาะทางตอนใต้ของจีน เช่น เมืองหนานหนิง มณฑลกวางสีชายแดนจีน ซึ่งมีระยะทางที่ใกล้กับไทย สำหรับตลาดอื่นๆ เช่น เวียดนาม แนวโน้มตลาดลำไยมีทิศทางที่ดีขึ้น อินโดนีเซีย แนวโน้มตลาดมีความต้องการลำไยจากไทยเพิ่มขึ้น และฮ่องกง การส่งออกลำไยจากไทยยังคงที่เหมือนกับ 5 ปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ อินเดีย เป็นตลาดใหม่ที่มีโอกาสสำหรับลำไย และเป็นคู่ค้าที่สำคัญของไทย เนื่องจากมีการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า ทำให้ความต้องการผลผลิตลำไยเพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัว

เมื่อพิจารณาผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของโรงคัดบรรจุลำไย พบว่า

1) การมีโรงคัดบรรจุเข้ามารับซื้อผลผลิตลำไยในพื้นที่เป็นจำนวนมากส่งผลดีต่อเกษตรกร เนื่องจากเกษตรกรมีทางเลือกในการขายผลผลิตได้สะดวกขึ้น มีตลาดรับซื้อที่แน่นอน โดยมีการแข่งขันกันรับซื้อผลผลิตมากขึ้น ส่งผลให้ราคารับซื้อเพิ่มขึ้นและมีแรงงานเก็บเกี่ยว รวมถึงไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง

2) ราคาผลผลิตลำไยขึ้นอยู่กับโรงคัดบรรจุเป็นผู้กำหนดราคา ทั้งนี้ เกษตรกรบางรายยังไม่มีการรวมกลุ่มกันในการขายผลผลิตลำไย ทำให้ไม่มีอำนาจในการต่อรองราคากับโรงคัดบรรจุ ส่งผลให้เกษตรกรถูกกดราคารับซื้อผลผลิต และโรงคัดบรรจุตีราคาผลผลิตเป็นเกรดต่ำกว่า โดยเฉพาะในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมาก

3) การผิดสัญญาในการรับซื้อผลผลิตลำไยของโรงคัดบรรจุและเกษตรกร โดยโรงคัดบรรจุรับซื้อลำไยเฉพาะลูกใหญ่ เกรดดี และไม่รับซื้อลำไยลูกเล็กที่ไม่ได้ขนาด ตามที่ตกลงกันไว้ในสัญญา ส่วนเกษตรกรขายผลผลิตให้กับโรงคัดบรรจุรายอื่นที่ไม่ได้ทำสัญญากัน ซึ่งไม่เป็นไปตามที่ตกลงกันไว้ในสัญญาซื้อขาย

4.2.2 ผลกระทบต่อเกษตรกรภาคเหนือ

ไทยเป็นแหล่งผลิตลำไยที่สำคัญในภูมิภาคอาเซียน และยังมีประเทศเพื่อนบ้าน เช่น กัมพูชาที่มีเนื้อที่ปลูกลำไยเป็นแสนไร่ในจังหวัดไพลิน ซึ่งมีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดชายแดนของไทย และมีการปลูกลำไยในเมียนมาด้วย รวมทั้งจีนที่มีการปลูกลำไย แต่คุณภาพของลำไยไม่เป็นที่ต้องการของตลาด เนื่องจากรสชาติไม่อร่อย กลิ่นไม่หอม และไม่หวาน จึงนำไปอบแห้งเพื่อทำเป็นยาจีนมากกว่าทำการตลาดผลสด ทั้งนี้ คนจีนมีความเชื่อเกี่ยวกับลำไยว่าเป็นดวงตามังกร เมื่อบริโภคแล้วจะโชคดี และเจริญรุ่งเรือง จึงนิยมในการบริโภค

ผลผลิตลำไยปี 2560 ที่สำคัญของภาคเหนือปลูกมากที่จังหวัดเชียงใหม่ ในพื้นที่อำเภอจอมทองและอำเภอสันป่าตอง และจังหวัดลำพูนในพื้นที่อำเภอเวียงหนองล่อง และอำเภอบ้านโฮ่ง สำหรับผลผลิตลำไยภาคเหนือประกอบด้วยลำไยในฤดูและลำไยนอกฤดู ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน ทั้งนี้ ลำไยทางภาคตะวันออกโดยเฉพาะจังหวัดจันทบุรีจะมีคุณภาพดีกว่าลำไยทางภาคเหนือ เนื่องจากมีการบริหารจัดการและดูแลรักษาอย่างเป็นระบบ อย่างไรก็ตาม ลำไยในพื้นที่อำเภอเวียงหนองล่อง และอำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน เป็นลำไยที่มีคุณภาพดี โดยมีขนาดลูกใหญ่และมีสีผิวสวย สำหรับการผลิตลำไยคุณภาพ ต้องมีการตัดแต่งช่อดอกเพื่อไม่ให้มีจำนวนช่อติดกันมากเกินไป ซึ่งทำให้ลำไยมีคุณภาพดีขึ้น โดยทำให้ผลลำไยไม่แตกและมีขนาดใหญ่ขึ้น ส่งผลให้ขายได้ในราคาสูงขึ้นตามความต้องการของตลาด ซึ่งเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร ทั้งนี้ ผลผลิตลำไยส่วนมากส่งออกไปตลาดต่างประเทศ เช่น จีนและอินโดนีเซีย โดยตลาดจีนในเมืองที่สำคัญต่างๆ เช่น ปักกิ่ง หนานหนิง ฉงชิ่ง กวางเจา และเซี่ยงไฮ้ ยังมีความต้องการบริโภคลำไยที่มีขนาดลูกใหญ่ และมีสีผิวสวยจากการรมด้วยก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (SO_2) ซึ่งกำหนดให้มีปริมาณไม่เกิน 50 PPM ทำให้สามารถเก็บลำไยไว้ได้นานเมื่อขนส่งเป็นระยะทางไกล ทั้งนี้ ปัจจุบันในการส่งออกลำไยไปจีน ต้องมีการตรวจรับรองมาตรฐานการผลิตพืช (Good Agricultural Practices: GAP) และโรงคัดบรรจุได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP ส่วนตลาดอินโดนีเซียมีความต้องการลำไยเกรดรองที่มีขนาดลูกเล็กกว่า ซึ่งมีราคาถูกกว่าและสีผิวไม่สวย นอกจากนี้ สามารถส่งออกลำไยไปตลาดยุโรปได้ภายใน 15 วัน เช่น โปแลนด์ และเยอรมนี โดยใช้เส้นทางสายไหม ส่วนตลาดอเมริกาและญี่ปุ่นมีความเข้มงวดในเรื่องกฎระเบียบการนำเข้าทำให้นำเข้าลำไยได้ยาก สำหรับตลาดสิงคโปร์มีข้อกำหนดในเรื่องปริมาณซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (SO_2) โดยต้องไม่มีสารดังกล่าวในผลลำไย (0 PPM) ทำให้ขนส่งเป็นระยะทางไกลไม่ได้

เมื่อพิจารณาผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของโรงคัดบรรจุลำไย พบว่า

1) การมีโรงคัดบรรจุเข้ามารับซื้อผลผลิตลำไยในพื้นที่เป็นจำนวนมากส่งผลดีต่อเกษตรกร เนื่องจากเกษตรกรมีทางเลือกในการขายผลผลิตได้สะดวกขึ้น มีตลาดรับซื้อที่แน่นอน โดยมีการแข่งขันกันรับซื้อผลผลิตมากขึ้น ส่งผลให้ราคารับซื้อเพิ่มขึ้น และมีแรงงานเก็บเกี่ยว รวมถึงไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง

2) ปัจจุบันโรงคัดบรรจุจีนเข้ามาควบคุมระบบซื้อขายลำไยไว้ทั้งหมด ตั้งแต่การเข้าไปติดต่อถึงสวนเพื่อทำสัญญาซื้อขายลำไยกับเกษตรกรจนถึงการส่งออกลำไยไปยังตลาดปลายทางที่จีน โดยเป็นผู้กำหนดราคารับซื้อลำไย ทำให้เกิดการผูกขาดด้านราคา และผลผลิตถูกกดราคา ตีราคาผลผลิตเป็นเกรดต่ำกว่าโดยเฉพาะในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมาก ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อเกษตรกรผู้ปลูกลำไย

3) การมีผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งในพื้นที่ส่งผลดีต่อเกษตรกร เนื่องจากเกษตรกรมีที่ขายลำไยได้สะดวกขึ้น เดินทางใกล้ และไม่ต้องขนส่งไปขายไกล ทำให้ขายผลผลิตลำไยได้มากขึ้น และได้ราคาดีขึ้น แต่ขณะเดียวกันได้ส่งผลกระทบต่อเกษตรกร เนื่องจากต้องรอประกาศราคาตอนเย็น จึงจะจำหน่ายผลผลิตลำไยได้ ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพของลำไย ทำให้ผลผลิตเสียหาย และทำให้เกิดปัญหามลภาวะจากการเน่าเสีย

4.3 ผลกระทบจากการทำธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีต่อธุรกิจลำไยไทย

การศึกษาผลกระทบจากการทำธุรกิจของผู้ประกอบการลำไย โดยในการวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจของการศึกษาครั้งนี้ ใช้เพียงเครื่องมือส่วนเหลื่อมการตลาด ในการวิเคราะห์ผลประกอบการหรือผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจลำไย ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลแบบไม่ต่อเนื่อง (Discrete) จึงเป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นในปีที่ศึกษาเท่านั้น ทำให้ไม่สามารถบอกผลกระทบจากปัจจัยหรือตัวแปรอื่นๆ ที่มีอยู่อีกมากมายในลักษณะที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Continuous) ได้ สำหรับผลการศึกษาส่วนเหลื่อมการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ต้นทุนการตลาด และกำไร โดยคำนวณจากส่วนต่างของราคาในแต่ละขั้นของคนกลางที่รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร ทั้งนี้ ต้นทุนการตลาด เช่น ค่าบริหารจัดการหรือค่าการตลาด ค่าบรรจุภัณฑ์ ค่าแรงงาน ค่าขนส่ง และค่าใช้จ่ายในการฝากขาย เป็นต้น

สำหรับข้อมูลที่ใช้วิเคราะห์มูลค่าการส่งออกเพื่อสะท้อนมูลค่าทางเศรษฐกิจของโรงคัดบรรจุจะใช้ข้อมูลสถิติของปริมาณการส่งออกลำไยสด และลำไยอบแห้งทั้งเปลือกของไทยปี 2560 จากกรมศุลกากร โดยคิดจากปริมาณการส่งออกลำไยสด และลำไยอบแห้งทั้งเปลือกที่ส่งออกไปจีนซึ่งเป็นตลาดหลัก ทั้งนี้ ปริมาณการส่งออกไปจีนทั้งหมด ได้รวมปริมาณการส่งออกของฮ่องกง และเวียดนามเข้าไปด้วย เนื่องจากทั้งสองประเทศมีการนำเข้าลำไยจากไทย เพื่อส่งออกต่อไปยังจีน (Re-export) ซึ่งแบ่งการคำนวณเป็นสองภาค ได้แก่ ส่วนเหลื่อมการตลาดลำไยสดภาคตะวันออก และส่วนเหลื่อมการตลาดลำไยสดและลำไยอบแห้งทั้งเปลือกภาคเหนือ โดยสัดส่วนปริมาณการส่งออกลำไยสดของแต่ละภาคอ้างอิงจากสัดส่วนของปริมาณผลผลิตที่ออกสู่ตลาด ซึ่งปริมาณผลผลิตของภาคเหนือส่วนใหญ่เป็นลำไยในฤดูประมาณร้อยละ 60 จะออกสู่ตลาดมากในช่วงเดือนมิถุนายน – กันยายน 2560 และมีลำไยนอกฤดูออกสู่ตลาดร้อยละ 40 ในช่วงเดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ และเมษายน – พฤษภาคม 2560 สำหรับลำไยภาคตะวันออกส่วนใหญ่เป็นลำไยนอกฤดูออกสู่ตลาดมากในช่วงเดือนมกราคม 2560 และเดือนตุลาคม – ธันวาคม 2560 โดยแบ่งปริมาณการส่งออกของแต่ละภาค ดังนี้

- ปริมาณการส่งออกลำไยสดภาคตะวันออก 303,524,935 กิโลกรัม
- ปริมาณการส่งออกลำไยสดภาคเหนือ 296,350,484 กิโลกรัม
- ปริมาณการส่งออกลำไยอบแห้งภาคเหนือ 177,579,981 กิโลกรัม

4.3.1 ส่วนเหลื่อมการตลาด ต้นทุน และกำไรจากการส่งออกลำไยสดภาคตะวันออก ปี 2560

จากผลการศึกษาส่วนเหลื่อมการตลาด ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนการตลาด และกำไรของผู้ที่เกี่ยวข้องในตลาด ดังแสดงในตารางที่ 4.1 ดังนี้

1) เกษตรกร พบว่า เกษตรกรได้รับราคาจำหน่ายลำไยสดเฉลี่ยกิโลกรัมละ 22.35 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.59 ของราคาขายปลีกขั้นสุดท้าย ณ นครกว่างโจว ขณะที่มีต้นทุนการผลิตกิโลกรัมละ 11.22 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 9.83 ของราคาขายปลีก ทั้งนี้ เกษตรกรไม่มีต้นทุนค่าขนส่งเพราะส่วนใหญ่เกษตรกรมีการขายผลผลิตแบบเหมาสวนล่วงหน้า ดังนั้น เกษตรกรภาคตะวันออกมีกำไรสุทธิจากการขายลำไยสดให้กับโรงคัดบรรจุลำไยสด/พ่อค้าส่ง กิโลกรัมละ 11.13 บาท

2) โรงคัดบรรจุลำไยสด/พ่อค้าส่ง พบว่า มีส่วนเหลื่อมการตลาดในการจำหน่ายลำไยสดให้กับพ่อค้าปลีก ณ นครกว่างโจว กิโลกรัมละ 45.47 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.85 ของราคาขายปลีก โดยได้รับราคาจำหน่ายกิโลกรัมละ 67.82 บาท คิดเป็นร้อยละ 59.44 ของราคาขายปลีก ขณะที่มีต้นทุนการตลาดกิโลกรัมละ 27.71 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.29 ของราคาขายปลีก ดังนั้น โรงคัดบรรจุลำไยสด/พ่อค้าส่งมีกำไรสุทธิกิโลกรัมละ 17.76 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.57 ของราคาขายปลีก โดยในส่วนของต้นทุนการตลาดคิดเป็นค่าจ้างแรงงานมากที่สุดกิโลกรัมละ 11.39 บาท รองลงมาเป็นค่าขนส่งกิโลกรัมละ 10.24 บาท และค่าบริหารจัดการกิโลกรัมละ 3.91 บาท

3) พ่อค้าปลีก ณ นครกว่างโจว พบว่า มีส่วนเหลื่อมการตลาดจากจำหน่ายลำไยสดให้กับผู้บริโภคที่ห้างสรรพสินค้า ณ นครกว่างโจว กิโลกรัมละ 46.28 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.56 ของราคาขายปลีก โดยรับราคาจำหน่ายลำไยสดให้กับผู้บริโภคกิโลกรัมละ 114.10 บาท ขณะที่มีต้นทุนการตลาดไม่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจากพ่อค้าปลีกได้ ดังนั้น จึงไม่สามารถคำนวณกำไรสุทธิในส่วนของพ่อค้าปลีกลำไยสดได้ จึงเป็นข้อจำกัดของงานวิจัยฉบับนี้

ทั้งนี้ จากผลการศึกษา พบว่า ล้งส่งออก/พ่อค้าส่ง/พ่อค้าปลีกอาจเป็นบุคคลเดียวกัน เนื่องจากแนวโน้มผู้ส่งออกส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าจีนที่มีเงินทุนหมุนเวียนสามารถบริหารจัดการและดำเนินการส่งออกได้เองเกือบตลอดห่วงโซ่อุปทาน ส่วนพ่อค้าไทยหรือโรงคัดบรรจุลำไยสดขนาดเล็กเป็นเพียงผู้จัดหาผลผลิตและรับจ้างบรรจุภัณฑ์ (Packing)

ตารางที่ 4.1 ส่วนเหลื่อมและค่าใช้จ่ายทางการตลาดของการจำหน่ายลำไยสดภาคตะวันออก ปี 2560

หน่วย: บาท/กก.

รายการ	ราคา/ค่าใช้จ่าย	ร้อยละ
1. ต้นทุนการผลิตของเกษตรกร	11.22	9.83
2. ราคาลำไยที่เกษตรกรขายได้เกรดคละเฉลี่ย ปี 2560	**22.35**	**19.59**
3. กำไรของเกษตรกร (2) - (1)	11.13	9.75
4. ต้นทุนการตลาดของโรงคัดบรรจุ	27.71	24.29
- ค่าแรงงาน	11.39	9.98
- ค่าบริหารจัดการ และค่าวัสดุอุปกรณ์ (ค่าไฟฟ้า ค่ารมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ ค่าสุ่มตรวจคุณภาพ ค่าตะกร้า สติกเกอร์ สายคาดตะกร้า เป็นต้น)	3.91	3.43
- ค่าขนส่งในการส่งออกจากไทยไปจีน (รวมถึงค่าระวางเรือ ค่าชิปปิ้ง)	10.24	8.97
- ค่าใช้จ่ายในการฝากขายที่จีน	2.17	1.90
5. ราคาเฉลี่ยที่โรงคัดบรรจุ/พ่อค้าส่งได้รับจากการขายส่ง ณ ตลาดเจียงหนาน	**67.82**	**59.44**
6. กำไรของโรงคัดบรรจุ (5) – [(4) + (2)]	17.76	15.57
ส่วนเหลื่อมการตลาด (4) + (6)	45.47	39.85
7. ต้นทุนการตลาดของพ่อค้าปลีก ณ นครกว่างโจว	Na	Na
8. ราคาเฉลี่ยที่พ่อค้าปลีกได้รับจากการขายที่ห้างสรรพสินค้า ณ นครกว่างโจว	**114.10**	**100.00**
9. กำไรของพ่อค้าปลีก (8) – [(5) + (7)]	Na	Na
ส่วนเหลื่อมการตลาด (7) + (9)	46.28	40.56

ที่มา: 1. ข้อมูลราคาที่เกษตรกรขายได้เฉลี่ยจากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2560)
2. ต้นทุนการผลิตจากการสำรวจข้อมูลภาคตะวันออก (2560)
3. ราคาขายส่ง ณ ตลาดเจียงหนาน และราคาขายปลีกห้างสรรพสินค้า ณ นครกว่างโจวจากฝ่ายการเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว (2560)

หมายเหตุ: 1. การศึกษานี้ไม่สามารถหาต้นทุนการตลาดของพ่อค้าปลีกที่จีนได้
2. ร้อยละเทียบจากราคาขายปลีกห้างสรรพสินค้า ณ นครกว่างโจว (114.10 บาท/กก.)

4.3.2 มูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาด ต้นทุนการตลาด และกำไรทั้งหมดของการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยภาคตะวันออก ปี 2560

จากตารางที่ 4.1 เมื่อนำส่วนเหลื่อมการตลาด ต้นทุนการตลาด และกำไรมาคูณกับปริมาณการส่งออกลำไยสดทั้งหมดของภาคตะวันออกปี 2560 ซึ่งมีปริมาณ 303,524,935 กิโลกรัม เพื่อวัดมูลค่าทางเศรษฐกิจในการส่งออกลำไยสด ดังแสดงในตารางที่ 4.2 ดังนี้

1) เกษตรกร พบว่า ปี 2560 เกษตรกรได้รับราคาจำหน่ายลำไยให้กับโรงคัดบรรจุ/พ่อค้าส่ง กิโลกรัมละ 22.35 บาท คิดเป็นมูลค่า 6,783.78 ล้านบาท ขณะที่มีมูลค่าการผลิต 3,405.55 ล้านบาท ดังนั้น เกษตรกรมีกำไรสุทธิ 3,378.23 ล้านบาท

2) โรงคัดบรรจุลำไยสด/พ่อค้าส่ง พบว่า มูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาดของโรงคัดบรรจุ/พ่อค้าส่งลำไยสดที่ได้จากการจำหน่ายลำไยให้กับพ่อค้าปลีก ณ นครกว่างโจว 13,801.28 ล้านบาท โดยได้รับราคาจำหน่ายลำไยเฉลี่ยให้กับพ่อค้าปลีก 20,585.06 ล้านบาท ขณะที่มีต้นทุนการตลาด 8,410.68 ล้านบาท ดังนั้น โรงคัดบรรจุ/พ่อค้าส่งได้รับกำไรสุทธิเท่ากับ 5,390.60 ล้านบาท

3) พ่อค้าปลีก ณ นครกว่างโจว พบว่า มูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาดของพ่อค้าปลีกที่ได้รับจากการขายให้กับผู้บริโภคที่ห้างสรรพสินค้า ณ นครกว่างโจว เท่ากับ 14,047.13 ล้านบาท โดยพ่อค้าปลีกมีมูลค่าจากการจำหน่ายลำไยสดให้กับผู้บริโภค 34,632.19 ล้านบาท ขณะที่ต้นทุนการตลาดไม่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจากพ่อค้าปลีกได้ ดังนั้น จึงไม่สามารถคำนวณกำไรสุทธิในส่วนของพ่อค้าปลีกลำไยสดได้

ตารางที่ 4.2 มูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาด ต้นทุน และกำไรทั้งหมดของการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยภาคตะวันออก ปี 2560

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

รายการ	ราคา/ค่าใช้จ่าย	มูลค่า
1. ต้นทุนการผลิตของเกษตรกร	11.22	3,405.55
2. ราคาลำไยที่เกษตรกรขายได้เฉลี่ย ปี 2560	**22.35**	**6,783.78**
3. กำไรของเกษตรกร (2) - (1)	11.13	3,378.23
4. ต้นทุนการตลาดของโรงคัดบรรจุ	27.71	8,410.68
- ค่าแรงงาน	11.39	3,457.15
- ค่าบริหารจัดการ และค่าวัสดุอุปกรณ์ (ค่าไฟฟ้า ค่ารมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ ค่าสุ่มตรวจคุณภาพ ค่าตะกร้า สติกเกอร์ สายคาดตะกร้า เป็นต้น)	3.91	1,186.78
- ค่าขนส่งในการส่งออกจากไทยไปจีน (รวมถึงค่าระวางเรือ ค่าชิปปิ้ง)	10.24	3,108.10
- ค่าใช้จ่ายในการฝากขายที่จีน	2.17	658.65

ตารางที่ 4.2 มูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาด ต้นทุน และกำไรทั้งหมดของการประกอบธุรกิจส่งออกลำไย ภาคตะวันออก ปี 2560 (ต่อ)

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

รายการ	ราคา/ค่าใช้จ่าย	มูลค่า
5. ราคาเฉลี่ยที่โรงคัดบรรจุ/พ่อค้าส่งได้รับจากการขายส่ง ณ ตลาดเจียงหนาน	**67.82**	**20,585.06**
6. กำไรของโรงคัดบรรจุ (5) – [(4) + (2)]	17.76	5,390.60
ส่วนเหลื่อมการตลาด (4) + (6)	45.47	13,801.28
7. ต้นทุนการตลาดของพ่อค้าปลีก ณ นครกว่างโจว	Na	Na
8. ราคาเฉลี่ยที่พ่อค้าปลีกได้รับจากการขายที่ห้างสรรพสินค้า ณ นครกว่างโจว	**114.10**	**34,632.19**
9. กำไรของพ่อค้าปลีก (8) – [(5) + (7)]	Na	Na
ส่วนเหลื่อมการตลาด (7) + (9)	46.28	14,047.13

ที่มา: จากการคำนวณ

4.3.3 ส่วนแบ่งมูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาดของโรงคัดบรรจุภาคตะวันออก ปี 2560

จากส่วนแบ่งมูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาดของโรงคัดบรรจุภาคตะวันออก ซึ่งประกอบด้วย มูลค่าต้นทุนการตลาด และมูลค่ากำไรของโรงคัดบรรจุ เมื่อพิจารณาเฉพาะมูลค่ากำไรของโรงคัดบรรจุ/พ่อค้าส่ง ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการรับซื้อลำไยสดจากเกษตรกร โดยมีแนวโน้มเป็นผู้ประกอบการต่างชาติ โดยเฉพาะโรงคัดบรรจุจีนมากที่สุดทั้งในรูปแบบดำเนินการรับซื้อ บริหารจัดการ และส่งออกเอง และรูปแบบนอมินี อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาไม่สามารถแบ่งสัดส่วนจำนวนของโรงคัดบรรจุไทย และโรงคัดบรรจุต่างชาติได้อย่างชัดเจนว่ามีสัดส่วนเท่าใด จึงได้กำหนดสัดส่วนจำนวนโรงคัดบรรจุของไทยและต่างชาติที่คาดว่าจะมีจากการสำรวจข้อมูลในพื้นที่ ดังแสดงในตารางที่ 4.3 เพื่อหาส่วนแบ่งของผลกำไรทั้งหมดในการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยสดของโรงคัดบรรจุ/พ่อค้าส่ง พบว่า มีมูลค่า 5,390.60 ล้านบาท ซึ่งหากมีจำนวนโรงคัดบรรจุต่างชาติในการประกอบธุรกิจร้อยละ 80 และมีโรงคัดบรรจุไทยร้อยละ 20 จะทำให้ส่วนแบ่งของกำไรทั้งหมดเป็นของโรงคัดบรรจุต่างชาติคิดเป็น 4,312.48 ล้านบาท และโรงคัดบรรจุไทยคิดเป็น 1,078.12 ล้านบาท ดังนั้น จะเห็นได้ว่ายิ่งมีจำนวนโรงคัดบรรจุต่างชาติมากเท่าใดก็จะทำให้มีส่วนแบ่งของกำไรในการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยสดมากเท่านั้น และหากโรงคัดบรรจุสามารถดำเนินการได้เองตลอดห่วงโซ่อุปทานยิ่งทำให้มีผลกำไรมากขึ้นไปอีก

ตารางที่ 4.3 ส่วนแบ่งมูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาดของโรงคัดบรรจุภาคตะวันออก

หน่วย: ล้านบาท

จำนวนโรงคัดบรรจุ	ร้อยละ	ส่วนแบ่งมูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาด	ส่วนแบ่งมูลค่าต้นทุนการตลาด	ส่วนแบ่งมูลค่ากำไรของโรงคัดบรรจุ
รวม	**100**	**13,801.28**	**8,410.68**	**5,390.60**
ต่างชาติ	80	11,041.02	6,728.54	4,312.48
ไทย	20	2,760.26	1,682.14	1,078.12
รวม	**100**	**13,801.28**	**8,410.68**	**5,390.60**
ต่างชาติ	70	9,660.90	5,887.48	3,773.42
ไทย	30	4,140.38	2,523.20	1,617.18
รวม	**100**	**13,801.28**	**8,410.68**	**5,390.60**
ต่างชาติ	60	8,280.77	5,046.41	3,234.36
ไทย	40	5,520.51	3,364.27	2,156.24

ที่มา: จากการคำนวณ

4.3.4 ส่วนเหลื่อมการตลาด ต้นทุน และกำไรจากการส่งออกลำไยสดภาคเหนือ ปี 2560

จากผลการศึกษาส่วนเหลื่อมการตลาด ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนการตลาด และกำไรของผู้ที่เกี่ยวข้องในตลาด ดังแสดงในตารางที่ 4.4 ดังนี้

1) เกษตรกร พบว่า เกษตรกรได้รับราคาจำหน่ายลำไยสดเฉลี่ยกิโลกรัมละ 21.45 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.80 ของราคาขายปลีกขั้นสุดท้าย ณ นครกว่างโจว ขณะที่มีต้นทุนการผลิตกิโลกรัมละ 11.03 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 9.67 ของราคาขายปลีก ทั้งนี้ เกษตรกรไม่มีต้นทุนค่าขนส่งเพราะส่วนใหญ่เกษตรกรมีการขายผลผลิตแบบเหมาสวนล่วงหน้า ดังนั้น เกษตรกรภาคเหนือมีกำไรสุทธิจากการขายลำไยสดให้กับโรงคัดบรรจุลำไยสด/พ่อค้าส่ง กิโลกรัมละ 10.42 บาท

2) โรงคัดบรรจุลำไยสด/พ่อค้าส่ง พบว่า มีส่วนเหลื่อมการตลาดในการจำหน่ายลำไยสดให้กับพ่อค้าปลีก ณ นครกว่างโจว กิโลกรัมละ 46.37 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.64 ของราคาขายปลีก โดยได้รับราคาจำหน่ายกิโลกรัมละ 67.82 บาท คิดเป็นร้อยละ 59.44 ของราคาขายปลีก ขณะที่มีต้นทุนการตลาดกิโลกรัมละ 28.74 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.19 ของราคาขายปลีก ดังนั้น โรงคัดบรรจุลำไยสด/พ่อค้าส่งมีกำไรสุทธิกิโลกรัมละ 17.63 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.45 ของราคาขายปลีก โดยในส่วนของต้นทุนการตลาดคิดเป็นค่าขนส่งมากที่สุด กิโลกรัมละ 10.00 บาท รองลงมาเป็นค่าจ้างแรงงานกิโลกรัมละ 9.00 บาท และค่าบริหารจัดการกิโลกรัมละ 7.57 บาท

3) พ่อค้าปลีก ณ นครกว่างโจว พบว่า มีส่วนเหลื่อมการตลาดจากจำหน่ายลำไยสดให้กับผู้บริโภคที่ห้างสรรพสินค้า ณ นครกว่างโจว กิโลกรัมละ 46.28 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.56 ของราคาขายปลีก โดยรับราคาจำหน่ายลำไยสดให้กับผู้บริโภคกิโลกรัมละ 114.10 บาท ขณะที่มีต้นทุนการตลาดไม่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจากพ่อค้าปลีกได้ ดังนั้น จึงไม่สามารถคำนวณกำไรสุทธิในส่วนของพ่อค้าปลีกลำไยสดได้จึงเป็นข้อจำกัดของงานวิจัยฉบับนี้

ทั้งนี้ จากผลการศึกษา พบว่า ล้งส่งออก/พ่อค้าส่ง/พ่อค้าปลีกอาจเป็นบุคคลเดียวกัน เนื่องจากแนวโน้มผู้ส่งออกส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าจีนที่มีเงินทุนหมุนเวียนสามารถบริหารจัดการและดำเนินการส่งออกได้เองเกือบตลอดห่วงโซ่อุปทาน ส่วนพ่อค้าไทยหรือโรงคัดบรรจุลำไยสดขนาดเล็กเป็นเพียงผู้จัดหาผลผลิตและรับจ้างบรรจุภัณฑ์ (Packing)

ตารางที่ 4.4 ส่วนเหลื่อมและค่าใช้จ่ายทางการตลาดของการจำหน่ายลำไยสดภาคเหนือ ปี 2560

หน่วย: บาท/กก.

รายการ	ราคา/ค่าใช้จ่าย	ร้อยละ
1. ต้นทุนการผลิตของเกษตรกร	11.03	9.67
2. ราคาลำไยที่เกษตรกรขายได้เกรดคละเฉลี่ย ปี 2560	**21.45**	**18.80**
3. กำไรของเกษตรกร (2) - (1)	10.42	9.13
4. ต้นทุนการตลาดของโรงคัดบรรจุ	28.74	25.19
- ค่าแรงงาน	9.00	7.89
- ค่าบริหารจัดการ และค่าวัสดุอุปกรณ์ (ค่าไฟฟ้า ค่ารมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ ค่าสุ่มตรวจคุณภาพ ค่าตะกร้า สติกเกอร์ สายคาดตะกร้า เป็นต้น)	7.57	6.63
- ค่าขนส่งในการส่งออกจากไทยไปจีน (รวมถึงค่าระวางเรือ ค่าชิปปิ้ง)	10.00	8.76
- ค่าใช้จ่ายในการฝากขายที่จีน	2.17	1.90
5. ราคาเฉลี่ยที่โรงคัดบรรจุ/พ่อค้าส่งได้รับจากการขายส่ง ณ ตลาดเจียงหนาน	**67.82**	**59.44**
6. กำไรของโรงคัดบรรจุ (5) – [(4) + (2)]	17.63	15.45
ส่วนเหลื่อมการตลาด (4) + (6)	46.37	40.64

ตารางที่ 4.4 ส่วนเหลื่อมและค่าใช้จ่ายทางการตลาดของการจำหน่ายลำไยสดภาคเหนือ ปี 2560 (ต่อ)

หน่วย: บาท/กก.

รายการ	ราคา/ค่าใช้จ่าย	ร้อยละ
7. ต้นทุนการตลาดของพ่อค้าปลีก ณ นครกว่างโจว	Na	Na
8. ราคาเฉลี่ยที่พ่อค้าปลีกได้รับจากการขาย ที่ห้างสรรพสินค้า ณ นครกว่างโจว	**114.10**	**100.00**
9. กำไรของพ่อค้าปลีก (8) – [(5) + (7)]	Na	Na
ส่วนเหลื่อมการตลาด (7) + (9)	46.28	40.56

ที่มา: 1. ข้อมูลราคาที่เกษตรกรขายได้เฉลี่ย และต้นทุนจากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2560)
2. ราคาขายส่ง ณ ตลาดเจียงหนาน และราคาขายปลีกห้างสรรพสินค้า ณ นครกว่างโจว จากฝ่ายการเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว (2560)

หมายเหตุ: 1. การศึกษานี้ไม่สามารถหาต้นทุนการตลาดของพ่อค้าปลีกที่จีนได้
2. ร้อยละเทียบจากราคาขายปลีกห้างสรรพสินค้า ณ นครกว่างโจว (114.10 บาท/กก.)

4.3.5 มูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาด ต้นทุนการตลาด และกำไรสุทธิทั้งหมดของการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยสดภาคเหนือ ปี 2560

จากตารางที่ 4.4 เมื่อนำส่วนเหลื่อมการตลาด ต้นทุนการตลาด และกำไรมาคูณกับปริมาณการส่งออกลำไยสดทั้งหมดของภาคเหนือ ปี 2560 ซึ่งมีปริมาณ 296,350,484 กิโลกรัม เพื่อวัดมูลค่าทางเศรษฐกิจในการส่งออกลำไยสด ดังแสดงในตารางที่ 4.5 ดังนี้

1) เกษตรกร พบว่า ปี 2560 เกษตรกรได้รับราคาจำหน่ายลำไยให้กับโรงคัดบรรจุ/พ่อค้าส่ง กิโลกรัมละ 21.45 บาท คิดเป็นมูลค่า 6,356.72 ล้านบาท ขณะที่มีมูลค่าการผลิต 3,268.75 ล้านบาท ดังนั้น เกษตรกรมีกำไรสุทธิ 3,087.97 ล้านบาท

2) โรงคัดบรรจุลำไยสด/พ่อค้าส่ง พบว่า มูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาดของโรงคัดบรรจุ/พ่อค้าส่งลำไยสดที่ได้จากการจำหน่ายลำไยให้กับพ่อค้าปลีก ณ นครกว่างโจว 13,741.77 ล้านบาท โดยได้รับราคาจำหน่ายลำไยเฉลี่ยให้กับพ่อค้าปลีก 20,098.49 ล้านบาท ขณะที่มีต้นทุนการตลาด 8,517.11 ล้านบาท ดังนั้น โรงคัดบรรจุ/พ่อค้าส่งได้รับกำไรสุทธิเท่ากับ 5,224.66 ล้านบาท

3) พ่อค้าปลีก ณ นครกว่างโจว พบว่า มูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาดของพ่อค้าปลีกที่ได้รับจากการขายให้กับผู้บริโภคที่ห้างสรรพสินค้า ณ นครกว่างโจว เท่ากับ 13,715.10 ล้านบาท โดยพ่อค้าปลีกมีมูลค่าจากการจำหน่ายลำไยสดให้กับผู้บริโภค 33,813.59 ล้านบาท ขณะที่ต้นทุนการตลาดไม่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจากพ่อค้าปลีกได้ ดังนั้น จึงไม่สามารถคำนวณกำไรสุทธิในส่วนของพ่อค้าปลีกลำไยสดได้

ตารางที่ 4.5 มูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาด ต้นทุน และกำไรทั้งหมดของการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยสด ภาคเหนือ ปี 2560

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

รายการ	ราคา/ค่าใช้จ่าย	มูลค่า
1. ต้นทุนการผลิตของเกษตรกร	11.03	3,268.75
2. ราคาลำไยที่เกษตรกรขายได้เฉลี่ย ปี 2560	**21.45**	**6,356.72**
3. กำไรของเกษตรกร (2) - (1)	10.42	3,087.97
4. ต้นทุนการตลาดของโรงคัดบรรจุ	28.74	8,517.11
- ค่าแรงงาน	9.00	2,667.15
- ค่าบริหารจัดการ และค่าวัสดุอุปกรณ์ (ค่าไฟฟ้า ค่ารมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ ค่าสุ่มตรวจคุณภาพ ค่าตะกร้า สติกเกอร์ สายคาดตะกร้า เป็นต้น)	7.57	2,243.37
- ค่าขนส่งในการส่งออกจากไทยไปจีน (รวมถึงค่าระวางเรือ ค่าชิปปิ้ง)	10.00	2,963.50
- ค่าใช้จ่ายในการฝากขายที่จีน	2.17	643.08
5. ราคาเฉลี่ยที่โรงคัดบรรจุ/พ่อค้าส่งได้รับจากการขายส่ง ณ ตลาดเจียงหนาน	**67.82**	**20,098.49**
6. กำไรของโรงคัดบรรจุ (ล้ง) (5) – [(4) + (2)]	17.63	5,224.66
ส่วนเหลื่อมการตลาด (4) + (6)	46.37	13,741.77
7. ต้นทุนการตลาดของพ่อค้าปลีก ณ นครกว่างโจว	Na	Na
8. ราคาเฉลี่ยที่พ่อค้าปลีกได้รับจากการขายที่ห้างสรรพสินค้า ณ นครกว่างโจว	**114.10**	**33,813.59**
9. กำไรของพ่อค้าปลีก (8) – [(5) + (7)]	Na	Na
ส่วนเหลื่อมการตลาด (7) + (9)	46.28	13,715.10

ที่มา: จากการคำนวณ

4.3.6 ส่วนแบ่งมูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาดของโรงคัดบรรจุภาคเหนือ ปี 2560

จากส่วนแบ่งมูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาดของโรงคัดบรรจุภาคเหนือ ซึ่งประกอบด้วย มูลค่าต้นทุนการตลาด และมูลค่ากำไรของโรงคัดบรรจุ เมื่อพิจารณาเฉพาะมูลค่ากำไรของโรงคัดบรรจุ/พ่อค้าส่ง ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการรับซื้อลำไยสดจากเกษตรกร โดยมีแนวโน้มเป็นผู้ประกอบการต่างชาติ โดยเฉพาะโรงคัดบรรจุจีนมากที่สุดทั้งในรูปแบบดำเนินการรับซื้อ บริหารจัดการ และส่งออกเอง และรูปแบบนอมินี อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาไม่สามารถแบ่งสัดส่วนจำนวนของโรงคัดบรรจุไทย และโรงคัดบรรจุต่างชาติได้อย่างชัดเจนว่ามีสัดส่วนจำนวนเท่าใด จึงได้กำหนดสัดส่วนจำนวนโรงคัดบรรจุของไทยและต่างชาติที่คาดว่าจะมีจากการสำรวจข้อมูลในพื้นที่ ดังแสดงในตารางที่ 4.6 ซึ่งจะต่างจากภาคตะวันออก เนื่องจากภาคเหนือมีแนวโน้มของผู้ประกอบการต่างชาติเข้ามาดำเนินธุรกิจมากกว่า โดยส่วนแบ่งของผลกำไรทั้งหมดในการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยสดของโรงคัดบรรจุ/พ่อค้าส่งภาคเหนือมีมูลค่า 5,224.66 ล้านบาท ซึ่งหากมีจำนวนโรงคัดบรรจุต่างชาติในการประกอบธุรกิจร้อยละ 90 และโรงคัดบรรจุไทยร้อยละ 10 จะทำให้ส่วนแบ่งจากกำไรทั้งหมดเป็นของโรงคัดบรรจุต่างชาติคิดเป็น 4,702.19 ล้านบาท และโรงคัดบรรจุไทยคิดเป็น 522.47 ล้านบาท เป็นต้น ดังนั้น จะเห็นได้ว่ายิ่งมีจำนวนโรงคัดบรรจุของต่างชาติเข้ามาดำเนินธุรกิจมากเท่าใดก็จะทำให้มีส่วนแบ่งของกำไรในการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยสดมากเท่านั้น และหากสามารถดำเนินการได้เองตลอดห่วงโซ่อุปทานยิ่งทำให้มีผลกำไรมากขึ้นไปอีก

ตารางที่ 4.6 ส่วนแบ่งมูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาดของโรงคัดบรรจุภาคเหนือ

หน่วย: ล้านบาท

จำนวนโรงคัดบรรจุ	ร้อยละ	ส่วนแบ่งมูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาด	ส่วนแบ่งมูลค่าต้นทุนการตลาด	ส่วนแบ่งมูลค่ากำไรของโรงคัดบรรจุ
รวม	**100**	**13,741.77**	**8,517.11**	**5,224.66**
ต่างชาติ	90	12,367.59	7,665.40	4,702.19
ไทย	10	1,374.18	851.71	522.47
รวม	**100**	**13,741.77**	**8,517.11**	**5,224.66**
ต่างชาติ	80	10,993.42	6,813.69	4,179.73
ไทย	20	2,748.35	1,703.42	1,044.93
รวม	**100**	**13,741.77**	**8,517.11**	**5,224.66**
ต่างชาติ	70	9,619.24	5,961.98	3,657.26
ไทย	30	4,122.53	2,555.13	1,567.40

ที่มา: จากการคำนวณ

4.3.7 ส่วนเหลื่อมการตลาดและมูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาดลำไยอบแห้งทั้งเปลือกภาคเหนือ ปี 2560

จากผลการศึกษาส่วนเหลื่อมการตลาด ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนการตลาด และกำไรของผู้ที่เกี่ยวข้องในตลาด ดังแสดงในตารางที่ 4.7 ดังนี้

1) เกษตรกร พบว่า เกษตรกรได้รับราคาจำหน่ายลำไยร่วงเฉลี่ยกิโลกรัมละ 39.39 บาท (กิโลกรัมแห้ง) คิดเป็นร้อยละ 33.16 ของราคาขายปลีกขั้นสุดท้ายที่ประเทศจีน ขณะที่มีต้นทุนการผลิตกิโลกรัมละ 33.42 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 28.14 ของราคาขายปลีก ดังนั้น เกษตรกรมีกำไรสุทธิจากการขายลำไยร่วงให้กับผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกกิโลกรัมละ 5.97 บาท

2) โรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก/พ่อค้าส่ง พบว่า มีส่วนเหลื่อมการตลาดในการจำหน่ายลำไยอบแห้งทั้งเปลือกให้กับพ่อค้าปลีก ณ ตลาดยี่อู่ กิโลกรัมละ 35.61 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.98 ของราคาขายปลีก โดยได้รับราคาจำหน่ายกิโลกรัมละ 75.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 63.14 ของราคาขายปลีก ขณะที่มีต้นทุนการตลาดกิโลกรัมละ 18.83 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.85 ของราคาขายปลีก ดังนั้น โรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกมีกำไรสุทธิกิโลกรัมละ 16.78 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.13 ของราคาขายปลีก โดยในส่วนของต้นทุนการตลาดคิดเป็นค่าขนส่งมากที่สุดกิโลกรัมละ 7.75 บาท รองลงมาเป็นค่าฝากขายที่จีนกิโลกรัมละ 4.58 บาท และค่าบริหารจัดการกิโลกรัมละ 3.50 บาท

3) พ่อค้าปลีก ณ ตลาดยี่อู่ พบว่า มีส่วนเหลื่อมการตลาดจากการจำหน่ายลำไยอบแห้งทั้งเปลือกให้กับผู้บริโภคที่จีนกิโลกรัมละ 43.78 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.86 ของราคาขายปลีก โดยได้รับราคาจำหน่ายลำไยอบแห้งทั้งเปลือกให้กับผู้บริโภคกิโลกรัมละ 118.78 บาท ขณะที่มีต้นทุนการตลาดไม่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการค้าปลีกได้ ดังนั้น จึงไม่สามารถคำนวณกำไรสุทธิในส่วนของผู้ประกอบการค้าปลีกลำไยอบแห้งทั้งเปลือกได้จึงเป็นข้อจำกัดของงานวิจัยฉบับนี้

ทั้งนี้ โดยส่วนใหญ่โรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกจะดำเนินการรับซื้อลำไยร่วงจากเกษตรกร และจุดร่อนรับซื้อหรือโรงร่อนรับซื้อที่เป็นเครือข่ายของโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกเพื่อนำมาแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งทั้งเปลือกพร้อมบรรจุภัณฑ์ให้กับผู้ประกอบการจีนที่มาจ้างแปรรูป ซึ่งอาจมีมากกว่าหนึ่งบริษัท โดยผู้ประกอบการจีนจะมารับสินค้าที่โรงงานแปรรูปและดำเนินการในขั้นตอนการส่งออกเอง ขณะที่ผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่ทำหน้าที่เพียงจัดหาวัตถุดิบ แปรรูปอบแห้ง บรรจุภัณฑ์ และบริหารจัดการก่อนการส่งออก จากการสำรวจข้อมูลพบว่า ผู้ประกอบการจีนจะมีต้นทุนในการส่งออกต่ำกว่าผู้ประกอบการไทยประมาณกิโลกรัมละ 2 - 3 บาท ซึ่งบางครั้งบริษัทชิปปิ้งจะคิดราคาต่างกัน โดยผู้ประกอบการไทยคิดราคาต่อกล่อง ส่วนผู้ประกอบการจีนคิดเหมาต่อตู้คอนเทนเนอร์ เป็นต้น ขณะที่ราคาจำหน่ายของผู้ประกอบการไทยจะถูกกว่าผู้ประกอบการจีนประมาณกิโลกรัมละ 5 - 10 บาท

ตารางที่ 4.7 ส่วนเหลื่อมและค่าใช้จ่ายทางการตลาดของการจำหน่ายลำไยอบแห้งทั้งเปลือกภาคเหนือ ปี 2560

หน่วย: บาท/กก. แห้ง

รายการ	ราคา/ค่าใช้จ่าย	ร้อยละ
1. ต้นทุนการผลิตของเกษตรกร	33.42	28.14
2. ราคาลำไยร่วงที่เกษตรกรขายได้เฉลี่ย (13 บาท/กก.)	**39.39**	**33.16**
3. กำไรของเกษตรกร (2) - (1)	5.97	5.03
4. ต้นทุนการตลาดของโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้ง	18.83	15.85
- ค่าแรงงาน	3.00	2.53
- ค่าบริหารจัดการอบแห้ง ค่าวัสดุอุปกรณ์ ค่าไฟฟ้า	3.50	2.95
- ค่าขนส่งในการส่งออกจากไทยไปจีน (รวมถึงค่าระวางเรือ ค่าชิปปิ้ง)	7.75	6.52
- ค่าใช้จ่ายในการฝากขายที่จีน	4.58	3.86
5. ราคาเฉลี่ยที่โรงงานแปรรูปลำไยอบแห้ง/พ่อค้าส่งได้รับจากการขายที่จีน	**75.00**	**63.14**
6. กำไรของโรงคัดบรรจุ (ล้ง) (5) – [(4) + (2)]	16.78	14.13
ส่วนเหลื่อมการตลาด (4) + (6)	35.61	29.98
7. ต้นทุนการตลาดของพ่อค้าปลีก ณ นครกว่างโจว	Na	Na
8. ราคาเฉลี่ยที่พ่อค้าปลีกได้รับจากการขาย ณ ตลาดยี่อู่	**118.78**	**100.00**
9. กำไรของพ่อค้าปลีก (8) – [(5) + (7)]	Na	Na
ส่วนเหลื่อมการตลาด (7) + (9)	43.78	36.86

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: อัตราแปลงปริมาณลำไยสด : ปริมาณลำไยอบแห้งเป็น 1 : 0.33

4.3.8 มูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาด ต้นทุนการตลาด และกำไรสุทธิทั้งหมดของการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยอบแห้งทั้งเปลือกภาคเหนือ ปี 2560

จากตารางที่ 4.7 เมื่อนำส่วนเหลื่อมการตลาด ต้นทุนการตลาด และกำไรมาคูณกับปริมาณการส่งออกลำไยอบแห้งทั้งเปลือกของภาคเหนือทั้งหมด ปี 2560 ซึ่งมีปริมาณ 177,579,981 กิโลกรัม เพื่อวัดมูลค่าทางเศรษฐกิจในการส่งออกลำไยอบแห้งทั้งเปลือก ดังแสดงในตารางที่ 4.8 ดังนี้

1) เกษตรกร พบว่า ปี 2560 เกษตรกรได้รับราคาจำหน่ายลำไยให้กับโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก/พ่อค้าส่งกิโลกรัมละ 39.39 บาท คิดเป็นมูลค่า 6,994.88 ล้านบาท ขณะที่มีมูลค่าการผลิต 5,934.72 ล้านบาท ดังนั้น เกษตรกรมีกำไรสุทธิ 1,060.15 ล้านบาท

2) โรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก/พ่อค้าส่ง พบว่า มูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาดของโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก/พ่อค้าส่งมีมูลค่าจากการจำหน่ายให้กับพ่อค้าปลีก ณ ตลาดยี่อู่ 6,323.62 ล้านบาท โดยได้รับราคาจำหน่ายเฉลี่ยให้กับผู้ประกอบการค้าปลีก 13,318.50 ล้านบาท ขณะที่มีต้นทุนการตลาด 3,343.83 ล้านบาท ดังนั้น โรงงานแปรรูปลำไยอบแห้ง/พ่อค้าส่งได้รับกำไรสุทธิเท่ากับ 2,979.79 ล้านบาท

3) พ่อค้าปลีก ณ ตลาดยี่อู่ พบว่า มูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาดของพ่อค้าปลีกที่ได้รับจากการขายให้กับผู้บริโภคที่ ณ ตลาดยี่อู่ เท่ากับ 7,774.45 ล้านบาท โดยพ่อค้าปลีกมีมูลค่าจากการจำหน่ายลำไยอบแห้งทั้งเปลือกให้กับผู้บริโภค 21,092.95 ล้านบาท ขณะที่ต้นทุนการตลาดไม่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจากพ่อค้าปลีกได้ ดังนั้น จึงไม่สามารถคำนวณกำไรสุทธิในส่วนของพ่อค้าปลีกลำไยอบแห้งทั้งเปลือกได้

ตารางที่ 4.8 มูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาด ต้นทุน และกำไรทั้งหมดของการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยอบแห้งทั้งเปลือกภาคเหนือ ปี 2560

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

รายการ	ราคา/ค่าใช้จ่าย	มูลค่า
1. ต้นทุนการผลิตของเกษตรกร	33.42	5,934.72
2. ราคาลำไยร่วงที่เกษตรกรขายได้เฉลี่ย ปี 2560	**39.39**	**6,994.88**
3. กำไรของเกษตรกร (2) - (1)	5.97	1,060.15
4. ต้นทุนการตลาดของโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้ง	18.83	3,343.83
3 - ค่าแรงงาน	3.00	532.74
- ค่าบริหารจัดการ และค่าวัสดุอุปกรณ์ (ค่าไฟฟ้า ค่ารมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ ค่าสุ่มตรวจคุณภาพ ค่าตะกร้าสติกเกอร์ สายคาดตะกร้า เป็นต้น)	3.50	621.53
- ค่าขนส่งในการส่งออกจากไทยไปจีน (รวมถึงค่าระวางเรือ ค่าชิปปิ้ง)	7.75	1,376.24
- ค่าใช้จ่ายในการฝากขายที่ประเทศจีน	4.58	813.32
5. ราคาเฉลี่ยที่โรงงานแปรรูปลำไยอบแห้ง/พ่อค้าส่งได้รับจากการขายที่จีน	**75.00**	**13,318.50**
6. กำไรของล้ง (5) – [(4) + (2)]	16.78	2,979.79
ส่วนเหลื่อมการตลาด (4) + (6)	35.61	6,323.62
7. ต้นทุนการตลาดของพ่อค้าปลีก ณ นครกว่างโจว	Na	Na
8. ราคาเฉลี่ยที่พ่อค้าปลีกได้รับจากการขาย ณ ตลาดยี่อู่	**118.78**	**21,092.95**
9. กำไรของพ่อค้าปลีก (8) – [(5) + (7)]	Na	Na
ส่วนเหลื่อมการตลาด (7) + (9)	43.78	7,774.45

ที่มา: จากการคำนวณ

4.3.9 ส่วนแบ่งมูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาดลำไยอบแห้งทั้งเปลือกของภาคเหนือ ปี 2560

จากส่วนแบ่งมูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาดลำไยอบแห้งทั้งเปลือกของภาคเหนือ ซึ่งประกอบด้วยมูลค่าต้นทุนการตลาดและมูลค่ากำไรของผู้ประกอบการ เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งมูลค่ากำไรจากการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยอบแห้งทั้งเปลือกภาคเหนือ ซึ่งมีทั้งผู้ประกอบการไทย ผู้ประกอบการต่างชาติ และการร่วมทุนกันระหว่างไทยและต่างชาติในการดำเนินธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการต่างชาติส่วนใหญ่เป็นชาวจีน ซึ่งส่วนมากมีการลงทุนโรงงานแปรรูปขนาดใหญ่ ส่วนผู้ประกอบการไทยเป็นโรงงานแปรรูปขนาดเล็ก โดยแบ่งขนาดโรงงานแปรรูปตามจำนวนห้องอบลำไย ดังนี้ 1) ขนาดเล็กมีจำนวน 8 - 12 ห้อง 2) ขนาดกลางมีจำนวน 24 - 36 ห้อง และ 3) ขนาดใหญ่มีจำนวน 40 ห้องขึ้นไป อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาไม่สามารถแบ่งสัดส่วนทุนที่เป็นของผู้ประกอบการไทย และของผู้ประกอบการต่างชาติได้อย่างชัดเจน จึงได้กำหนดสัดส่วนทุนของผู้ประกอบการไทยและต่างชาติ ดังแสดงในตารางที่ 4.9 ซึ่งผลการศึกษาพบว่า กำไรทั้งหมดในการส่งออกลำไยอบแห้งทั้งเปลือกมีมูลค่า 2,979.79 ล้านบาท หากผู้ประกอบการต่างชาติมีสัดส่วนทุนในการประกอบธุรกิจร้อยละ 90 และผู้ประกอบการไทยมีสัดส่วนทุนในการประกอบธุรกิจร้อยละ 10 จะทำให้ผู้ประกอบการต่างชาติมีส่วนแบ่งจากกำไรทั้งหมดคิดเป็น 2,681.81 ล้านบาท และผู้ประกอบการไทยมีส่วนแบ่งของกำไร 297.98 ล้านบาท เป็นต้น ดังนั้น จะเห็นได้ว่ายิ่งมีจำนวนโรงงานแปรรูปของต่างชาติมากเท่าใดก็จะทำให้มีส่วนแบ่งของกำไรในการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยอบแห้งทั้งเปลือกมากเท่านั้น และหากโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกสามารถดำเนินการได้เองตลอดห่วงโซ่อุปทานยิ่งทำให้มีผลกำไรมากขึ้นไปอีก

ตารางที่ 4.9 ส่วนแบ่งมูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาดของลำไยอบแห้งทั้งเปลือกภาคเหนือ

หน่วย: ล้านบาท

จำนวนโรงงานฯ	ร้อยละ	ส่วนแบ่งมูลค่าส่วนเหลื่อมการตลาด	ส่วนแบ่งมูลค่าต้นทุนการตลาด	ส่วนแบ่งมูลค่ากำไรของโรงงานแปรรูป
รวม	**100**	**6,323.62**	**3,343.83**	**2,979.79**
ต่างชาติ	90	5,691.26	3,009.45	2,681.81
ไทย	10	632.36	334.38	297.98
รวม	**100**	**6,323.62**	**3,343.83**	**2,979.79**
ต่างชาติ	80	5,058.90	2,675.06	2,383.83
ไทย	20	1,264.72	668.77	595.96
รวม	**100**	**6,323.62**	**3,343.83**	**2,979.79**
ต่างชาติ	70	4,426.53	2,340.68	2,085.85
ไทย	30	1,897.09	1,003.15	893.94

ที่มา: จากการคำนวณ

จากผลการศึกษาในการประกอบธุรกิจลำไยสด และลำไยอบแห้งทั้งเปลือกที่ผ่านมา เมื่อเทียบสัดส่วนของกำไรสุทธิต่อต้นทุนทั้งหมดแล้ว พบว่า ในการประกอบธุรกิจลำไยสดเกษตรกรยังคงมีสัดส่วนของกำไรสุทธิต่อต้นทุนมากกว่าผู้ประกอบการ ส่วนการประกอบธุรกิจลำไยอบแห้งทั้งเปลือกเกษตรกรมีสัดส่วนของกำไรสุทธิต่อต้นทุนน้อยกว่าผู้ประกอบการ แสดงให้เห็นว่า หากเกษตรกรจำหน่ายลำไยร่วง หรือมีการรูดร่วงทั้งต้น โดยไม่มีการแบ่งแยกเกรดคุณภาพ รวมทั้งไม่มีการจัดการสวนที่ดี เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพยิ่งทำให้เกษตรกรได้รับกำไรน้อยลง แต่หากเกษตรกรขายลำไยสดคุณภาพดีได้ ยิ่งทำให้ได้รับรายได้และกำไรมากขึ้น ดังแสดงในตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 มูลค่ากำไรสุทธิ และร้อยละของกำไรสุทธิเมื่อเทียบกับต้นทุนทั้งหมดของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในแต่ละระดับตั้งแต่เกษตรกรถึงผู้ประกอบการค้าส่ง/ค้าปลีก

หน่วย: ล้านบาท

ผู้เกี่ยวข้อง	รายได้ทั้งหมด	ต้นทุนทั้งหมด	กำไรสุทธิ	ร้อยละของกำไรสุทธิต่อต้นทุน	ส่วนเหลื่อมการตลาดทั้งหมด
ลำไยสดภาคตะวันออก					
1. เกษตรกร	6,783.78	3,405.55	3,378.23	99.20	-
2. โรงคัดบรรจุ/พ่อค้าส่ง	20,585.06	8,410.68	5,390.60	64.09	13,801.28
3. พ่อค้าปลีก	34,632.19	Na	Na	-	14,047.13
ลำไยสดภาคเหนือ					
1. เกษตรกร	6,356.72	3,268.75	3,087.97	94.47	-
2. โรงคัดบรรจุ/พ่อค้าส่ง	20,098.49	8,517.11	5,224.66	61.34	13,741.77
3. พ่อค้าปลีก	33,813.59	Na	Na	-	13,715.10
ลำไยอบแห้งภาคเหนือ					
1. เกษตรกร	6,994.88	5,934.72	1,060.15	17.86	-
2. ผู้ประกอบการโรงงานแปรรูป/พ่อค้าส่ง	13,318.50	3,343.83	2,979.79	89.11	6,323.62
3. พ่อค้าปลีก	21,092.95	Na	Na	-	7,774.45

ที่มา: จากการคำนวณ

4.3.10 มูลค่าของค่าจ้างแรงงานในการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยสด และลำไยอบแห้งทั้งเปลือก

1) มูลค่าของค่าจ้างแรงงานในการประกอบธุรกิจของโรงคัดบรรจุลำไยสดภาคตะวันออก

เมื่อพิจารณาโครงสร้างแรงงานในโรงคัดบรรจุลำไยสดของภาคตะวันออก ซึ่งประกอบด้วยแรงงานคนไทยและแรงงานต่างด้าว โดยมีสัดส่วนแรงงานไทยประมาณร้อยละ 10 และแรงงานต่างด้าวประมาณร้อยละ 90 ทั้งนี้ เมื่อแยกตามกิจกรรมในการจ้างงาน พบว่า แรงงานที่ใช้ในการเก็บเกี่ยวลำไยเป็นแรงงานต่างด้าวเกือบทั้งหมด สำหรับแรงงานในโรงคัดบรรจุลำไยสดมีทั้งแรงงานไทยและแรงงานต่างด้าวที่ใช้ในการคัดเกรดซึ่งต้องอาศัยความชำนาญ และประสบการณ์ในการคัดเกรดหรือตีเกรด และตรวจสอบคุณภาพ (QC) ของลำไยที่มีการคัดเกรดเบื้องต้นมาจากสวนของเกษตรกร ส่วนแรงงานที่ติดสติกเกอร์ คาดเชือกตะกร้า เป็นแรงงานต่างด้าว และแรงงานที่ใช้ในการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (SO_2) เป็นแรงงานที่ต้องอาศัยทักษะ ประสบการณ์และความชำนาญ สำหรับแรงงานในการจัดทำบัญชีและการจัดซื้อผลผลิต ส่วนมากเป็นแรงงานไทย ซึ่งต้องอาศัยทักษะและความชำนาญเฉพาะด้าน อย่างไรก็ตาม ในช่วงที่ผลผลิตออกมาก เนื่องจากเกษตรกรมีการราดสารทำลำไยนอกฤดูพร้อมกัน ทำให้ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุประสบปัญหาด้านการจัดการแรงงาน เนื่องจากแรงงานมีไม่เพียงพอ เกิดการขึ้นค่าจ้างแรงงานแข่งกันของโรงคัดบรรจุ และมีปัญหาการโยกย้ายของแรงงาน

สำหรับมูลค่าของค่าจ้างแรงงานในการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยสดภาคตะวันออก ซึ่งแบ่งเป็นสองส่วนคือ แรงงานเก็บเกี่ยว และแรงงานภายในโรงคัดบรรจุ เมื่อคำนวณหาค่าจ้างแรงงานทั้งหมดในการเก็บเกี่ยวลำไยจากจำนวนแรงงานทั้งหมดประมาณ 30,000 ราย และมีแรงงานในโรงคัดบรรจุประมาณ 20,000 ราย (อ้างอิงข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ) โดยค่าจ้างแรงงานเก็บเกี่ยวในช่วงปกติจ้างตะกร้าละ 45 - 50 บาท และในช่วงที่ขาดแคลนแรงงานค่าจ้างจะเพิ่มขึ้นถึงตะกร้าละ 80 บาท ดังนั้น เมื่อคิดมูลค่าของค่าจ้างแรงงานในการเก็บเกี่ยว พบว่า มีมูลค่า 1,320 ล้านบาท (โดยคิดจากปริมาณการส่งออกทั้งหมด 303,524,935 กิโลกรัม บรรจุตะกร้าละ 11.50 กิโลกรัม คิดเป็น 26,393,473 ตะกร้า คูณกับค่าจ้างเก็บเกี่ยวในช่วงปกติตะกร้าละ 50 บาท) สำหรับค่าจ้างแรงงานในโรงคัดบรรจุซึ่งมีจำนวนแรงงานทั้งหมดประมาณ 20,000 ราย โดยคิดจากค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำวันละ 300 บาท ซึ่งโรงคัดบรรจุจะเปิดทำงานประมาณ 8 เดือนต่อปี ซึ่งคิดวันทำงาน 22 วันต่อเดือน เนื่องจากมีวันหยุดพัก และอาจจะไม่มีผลผลิตเข้าโรงคัดบรรจุทุกวัน ดังนั้น เมื่อคำนวณค่าจ้างแรงงานต่อปีของแรงงานในโรงคัดบรรจุมีมูลค่า 1,056 ล้านบาท ดังแสดงในตารางที่ 4.11

จากตารางที่ 4.11 เมื่อแบ่งสัดส่วนค่าจ้างแรงงานทั้งหมดของแรงงานไทย และแรงงานต่างด้าวตามประเภทแรงงานที่ใช้ในการเก็บเกี่ยว และแรงงานที่ใช้ภายในโรงคัดบรรจุ พบว่า มีมูลค่าของค่าจ้างแรงงานเก็บเกี่ยวทั้งหมด 2,376 ล้านบาทต่อปี หากสัดส่วนของแรงงานเก็บเกี่ยวไทยมีร้อยละ 10 จะได้รับค่าจ้าง 132 ล้านบาทต่อปี และแรงงานต่างด้าวมีร้อยละ 90 จะได้รับค่าจ้าง 1,188 ล้านบาทต่อปี สำหรับค่าจ้างแรงงานทั้งหมดในโรงคัดบรรจุมีมูลค่า 1,320 ล้านบาทต่อปี เมื่อแบ่งสัดส่วนของแรงงานไทยร้อยละ 10 จะได้ค่าจ้างแรงงาน 106 ล้านบาท และแรงงานต่างด้าวร้อยละ 90 จะทำให้ได้รับค่าจ้างแรงงาน 950 ล้านบาทต่อปี ดังนั้น เมื่อนำค่าจ้างแรงงานที่ใช้ในการเก็บเกี่ยวและแรงงานที่ใช้ภายในโรงคัดบรรจุมารวมกัน พบว่า ภาคตะวันออกมีมูลค่าของค่าจ้างแรงงานทั้งหมดในการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยสดมูลค่า 2,376 ล้านบาทต่อปี แบ่งเป็นค่าจ้างแรงงานไทย 238 ล้านบาทต่อปี และค่าจ้างแรงงานต่างด้าว 2,138 ล้านบาทต่อปี

ตารางที่ 4.11 มูลค่าการจ้างแรงงานในการประกอบธุรกิจของโรงคัดบรรจุลำไยสดภาคตะวันออก

หน่วย: ล้านบาท

ประเภทแรงงาน	ค่าจ้าง	แรงงานไทย (ร้อยละ 10)	แรงงานต่างด้าว (ร้อยละ 90)	รวมค่าจ้างแรงงานต่อปี
แรงงานเก็บเกี่ยว (26,393,473 ตะกร้า) [1/]	50 บาท/ตะกร้า	132	1,188	**1,320**
แรงงานในโรงคัดบรรจุ (20,000 ราย) [2/]	ทำงาน 22 วัน/เดือน	106	950	**1,056**
รวม		**238**	**2,138**	**2,376**

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: [1/] ปริมาณการส่งออกลำไยสดของภาคตะวันออกจากกรมศุลกากร (2560) บรรจุตะกร้าละ 11.50 กิโลกรัม

[2/] ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และสมาคมการค้าและการท่องเที่ยวชายแดนไทย-กัมพูชา จันทบุรี

2) มูลค่าของค่าจ้างแรงงานในการประกอบธุรกิจของโรงคัดบรรจุลำไยสดภาคเหนือ

เมื่อพิจารณาโครงสร้างแรงงานในโรงคัดบรรจุลำไยสดของภาคเหนือประกอบด้วยแรงงานไทยและแรงงานต่างด้าว โดยมีสัดส่วนแรงงานไทยประมาณร้อยละ 50 และแรงงานต่างด้าวประมาณร้อยละ 50 ทั้งนี้ เมื่อแบ่งแรงงานตามกิจกรรมที่ใช้ พบว่า แรงงานเก็บเกี่ยวส่วนใหญ่เป็นแรงงานต่างด้าว ซึ่งมาจากพม่า และกัมพูชา โดยแรงงานที่ใช้ในการเก็บเกี่ยวลำไยเป็นแรงงานที่ไม่ต้องอาศัยความชำนาญมากนัก สำหรับแรงงานที่ใช้ในโรงคัดบรรจุเป็นแรงงานไทย ซึ่งเป็นแรงงานที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพ (QC) ของลำไย และใช้ในการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (SO_2) รวมทั้งใช้ในการจัดทำบัญชีในโรงคัดบรรจุ ซึ่งต้องอาศัยทักษะและความชำนาญเฉพาะด้าน

สำหรับมูลค่าของค่าจ้างแรงงานในการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยสดภาคเหนือ ซึ่งแบ่งเป็นสองส่วน คือ ค่าจ้างแรงงานเก็บเกี่ยว และค่าจ้างแรงงานภายในโรงคัดบรรจุ พบว่า มูลค่าของค่าจ้างแรงงานเก็บเกี่ยวทั้งหมด 1,546 ล้านบาทต่อปี (โดยคิดจากปริมาณการส่งออกทั้งหมด 296,350,484 กิโลกรัม บรรจุตะกร้าละ 11.50 กิโลกรัม คิดเป็น 25,769,607 ตะกร้า คูณด้วยค่าจ้างแรงงานเก็บเกี่ยวตะกร้าละ 60 บาท) สำหรับค่าจ้างแรงงานในโรงคัดบรรจุไม่สามารถคำนวณได้ เนื่องจากไม่สามารถหาข้อมูลจำนวนแรงงานได้ อย่างไรก็ตาม จากการศึกษา พบว่าค่าจ้างแรงงานที่ใช้ในโรงคัดบรรจุเฉลี่ยตั้งแต่ 400 – 1,000 บาทต่อวัน ซึ่งแตกต่างกันตามหน้าที่ ทักษะ และความชำนาญในการทำงาน ดังแสดงในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 มูลค่าการจ้างแรงงานในการประกอบธุรกิจของโรงคัดบรรจุลำไยสดภาคเหนือ

หน่วย: ล้านบาท

ประเภทแรงงาน	ค่าจ้าง	แรงงานไทย	แรงงานต่างด้าว (ร้อยละ 100)	รวมค่าจ้างแรงงานต่อปี
แรงงานเก็บเกี่ยว (25,769,607 ตะกร้า)	60 บาท/ตะกร้า	-	1,546	**1,546**

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: ปริมาณการส่งออกลำไยสดของภาคเหนือจากกรมศุลกากร (2560) บรรจุตะกร้าละ 11.50 กิโลกรัม

3) มูลค่าของค่าจ้างแรงงานในการประกอบธุรกิจของโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกภาคเหนือ

เมื่อพิจารณาโครงสร้างแรงงานในการแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกภาคเหนือ ประกอบด้วยแรงงานไทยและแรงงานต่างด้าว แบ่งเป็นสัดส่วนแรงงานไทยประมาณร้อยละ 40 และแรงงานต่างด้าวประมาณร้อยละ 60 โดยแรงงานต่างด้าวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เนื่องจากแรงงานไทยหันไปทำงานในนิคมอุตสาหกรรมมากขึ้น ซึ่งได้รับค่าตอบแทนที่สูงกว่า ทำให้ผู้ประกอบการต้องพึ่งพาแรงงานต่างด้าว ทั้งนี้ แรงงานต่างด้าวในโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกเป็นแรงงานที่ใช้ในการเทลำไยอบแห้งขึ้นไซโลสำหรับเก็บลำไย และโยนฟืนเพื่อใช้เป็นเชื้อเพลิงสำหรับหม้อต้มน้ำ (Boiler) ซึ่งเป็นแรงงานที่ไม่ต้องใช้ความชำนาญมากนัก โดยมีค่าจ้างประมาณวันละ 400 บาท ซึ่งต่างจากแรงงานไทยที่ใช้ในการคัดเกรดลำไยร่วงและเทลงตะกร้า ซึ่งเป็นแรงงานที่ต้องใช้ความชำนาญมากกว่า ซึ่งเป็นแรงงานเหมาหรือได้รับค่าจ้างกล่องละ 4 - 6 บาท ดังนั้น มูลค่าการจ้างงานของโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งคิดเป็น 89 ล้านบาทต่อปี โดยเป็นค่าจ้างแรงงานเฉพาะการคัดเกรด ดังแสดงในตารางที่ 4.13 ทั้งนี้ สำหรับค่าจ้างแรงงานในการเทลำไยขึ้นไซโล/การโยนฟืน/หน้าที่อื่นๆ ไม่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวนแรงงานที่ทำงานในโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกได้ จึงทำให้ไม่สามารถคำนวณหามูลค่าการจ้างงานทั้งหมดของโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกได้

ตารางที่ 4.13 มูลค่าการจ้างแรงงานในการประกอบธุรกิจของโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกภาคเหนือ

หน่วย: ล้านบาท

ประเภทแรงงาน	ค่าจ้าง	แรงงานไทย	แรงงานต่างด้าว (ร้อยละ 100)	รวมค่าจ้างแรงงานต่อปี
แรงงานคัดเกรด (17,757,998 กล่อง)	5 บาท/กล่อง	89	-	**89**

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: ปริมาณการส่งออกลำไยอบแห้งทั้งเปลือกของภาคเหนือจากกรมศุลกากร (2560) บรรจุกล่องละ 10 กิโลกรัม

4.3.11 สรุปมูลค่าของค่าจ้างแรงงานในการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยสด และลำไยอบแห้งทั้งเปลือก

เมื่อพิจารณามูลค่าของค่าจ้างแรงงานในการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยสด และลำไยอบแห้งทั้งเปลือกของภาคตะวันออก และภาคเหนือ พบว่า การดำเนินกิจกรรมในการส่งออกลำไย ส่วนใหญ่ใช้แรงงานต่างด้าวประมาณร้อยละ 90 และแรงงานไทยประมาณร้อยละ 10 เนื่องจากแรงงานไทยมีการเคลื่อนย้ายไปทำงานในนิคมอุตสาหกรรมมากขึ้น เพราะได้รับค่าตอบแทนที่สูงกว่า ดังนั้น เมื่อคิดมูลค่าการจ้างงานทั้งสิ้นพบว่ามีมูลค่า 4,011 ล้านบาทต่อปี โดยแบ่งเป็นค่าจ้างแรงงานในกิจกรรมเก็บเกี่ยว และในโรงคัดบรรจุของแรงงานไทยคิดเป็น 327 ล้านบาทต่อปี หรือประมาณร้อยละ 8 ของค่าจ้างแรงงานทั้งหมด และค่าจ้างแรงงานต่างด้าว 3,684 ล้านบาทต่อปี คิดเป็นร้อยละ 92 ของค่าจ้างแรงงานทั้งหมด เมื่อแยกตามกิจกรรมในการดำเนินธุรกิจส่งออกลำไยสด พบว่า แรงงานที่ใช้ในการเก็บเกี่ยวลำไยส่วนใหญ่เป็นแรงงานต่างด้าวเกือบทั้งหมดมีมูลค่า 2,866 ล้านบาท และแรงงานในโรงคัดบรรจุลำไยสด ซึ่งมีทั้งแรงงานไทย และต่างด้าวคิดเป็น 1,056 ล้านบาท ส่วนมูลค่าการจ้างแรงงานในการประกอบธุรกิจลำไยอบแห้งทั้งเปลือกคำนวณได้เฉพาะค่าจ้างแรงงานในการคัดเกรด ซึ่งส่วนใหญ่ใช้แรงงานไทยคิดเป็นมูลค่าการจ้างงาน 89 ล้านบาท ส่วนค่าจ้างแรงงานด้านอื่นๆ ไม่สามารถคำนวณได้ ดังนั้น คาดว่ามูลค่าการจ้างแรงงานที่แท้จริงอาจมีมากกว่าผลการศึกษาฉบับนี้ เนื่องจากมีบางกิจกรรมที่ไม่สามารถหาข้อมูลมาคำนวณได้ และไม่ทราบจำนวนแรงงานที่แท้จริง จึงเป็นข้อจำกัดของงานวิจัยฉบับนี้ ดังแสดงในตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 มูลค่าของค่าจ้างแรงงานในการประกอบธุรกิจของโรงคัดบรรจุลำไยสดภาคตะวันออก ภาคเหนือ และลำไยอบแห้งทั้งเปลือกภาคเหนือ

หน่วย: ล้านบาท

ประเภทแรงงาน	ค่าจ้าง	แรงงานไทย	แรงงานต่างด้าว	รวมค่าจ้างแรงงานต่อปี
ลำไยสดภาคตะวันออก		**(ร้อยละ 10)**	**(ร้อยละ 90)**	
แรงงานเก็บเกี่ยว	50 บาท/ตะกร้า	132	1,188	**1,320**
แรงงานในโรงคัดบรรจุ	300 บาท/วัน	106	950	**1,056**
ลำไยสดภาคเหนือ		**-**	**(ร้อยละ 100)**	
แรงงานเก็บเกี่ยว	60 บาท/ตะกร้า	-	1,546	**1,546**
รวมลำไยสด (ตะวันออก+เหนือ)		**238**	**3,684**	**3,922**
ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก		**(ร้อยละ 100)**		
แรงงานคัดเกรด	5 บาท/กล่อง	89	-	89
รวมมูลค่าการจ้างงาน		**327**	**3,684**	**4,011**

ที่มา: จากการคำนวณ

4.3.12 สรุปผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยสด และลำไยอบแห้งทั้งเปลือก

จากผลการศึกษาส่วนเหลื่อมการตลาด และกำไรจากการประกอบธุรกิจลำไยทั้งหมด ซึ่งรวมเฉพาะในส่วนของโรงคัดบรรจุลำไยสด และโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก โดยในการดำเนินธุรกิจได้ส่งผลกระทบต่อเกษตรกรและเศรษฐกิจลำไยไทยโดยตรง รวมทั้งการจ้างงานในการดำเนินธุรกิจส่งออกลำไย เมื่อนำมาวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจ ดังตารางที่ 4.15 พบว่า มีผลกำไรในการดำเนินธุรกิจทั้งหมดคิดเป็นมูลค่า 17,607 ล้านบาท (หรือร้อยละ 54 ของมูลค่าการส่งออกลำไยสดและผลิตภัณฑ์ทั้งหมด) เนื่องจากความต้องการของตลาดปลายทาง ประกอบกับผู้บริโภคชาวจีนมีความเชื่อว่าลำไยเป็นผลไม้ดวงตามังกร เมื่อบริโภคแล้วจะโชคดี เจริญรุ่งเรือง รวมถึงค่านิยมในการบริโภค ความเชื่อและวัฒนธรรมการดื่มพร้อมกับชา จึงดึงดูดให้ผู้ประกอบการโดยเฉพาะชาวต่างชาติ โดยเฉพาะผู้ประกอบการจีนเข้ามาลงทุนในธุรกิจส่งออกลำไยมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งโรงคัดบรรจุลำไยสด และโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก เนื่องจากมองเห็นโอกาสในการทำตลาด โดยสัดส่วนของผลกำไรส่วนใหญ่เป็นของผู้ประกอบการต่างชาติ ขณะที่ผู้ประกอบการไทยมีส่วนแบ่งของกำไรค่อนข้างน้อย และมีแนวโน้มปรับเปลี่ยนไปรับจ้างบรรจุภัณฑ์ (Packing) มากขึ้น เนื่องจากมีเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ และโอกาสในการเข้าถึงสถาบันการเงินและขอสินเชื่อในอัตราดอกเบี้ยต่ำน้อย รวมทั้งการเข้าไปดำเนินธุรกิจที่ตลาดจีนด้วยตนเองทำได้ค่อนข้างยาก ทำให้ผู้ประกอบการไทยต้องใช้ระบบฝากขาย ที่ตลาดจีน (Consignment) ขณะที่ผู้ประกอบการจีนสามารถทำการตลาดได้ง่ายกว่า เนื่องจากมีหน้าร้านเป็นของตนเอง สามารถขายตรงและต่อรองราคาได้ ทำให้ผู้ประกอบการจีนจำหน่ายได้ราคาสูงกว่าผู้ประกอบการไทยประมาณกิโลกรัมละ 5 – 10 บาท ขณะที่มีต้นทุนต่ำกว่าผู้ประกอบการไทยกิโลกรัมละ 2 - 3 บาท เป็นต้น

นอกจากนี้ มูลค่าของการจ้างงานในการประกอบธุรกิจลำไยมีมูลค่า 4,011 ล้านบาทต่อปี ซึ่งค่าจ้างแรงงานส่วนใหญ่เป็นของต่างด้าวทั้งในกิจกรรมการเก็บเกี่ยว การทำงานในโรงคัดบรรจุลำไยสด และกิจกรรมในโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกภายใต้เงินทุนของผู้ประกอบการจีน และการบริหารจัดการภายในโรงคัดบรรจุและในโรงงานโดยคนไทย ดังนั้น จากผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ผลกำไรและค่าจ้างแรงงานส่วนใหญ่ในการประกอบธุรกิจลำไยเป็นของต่างชาติ และมีแนวโน้มดำเนินธุรกิจโดยผู้ประกอบการต่างชาติมากขึ้น เนื่องจากมีเงินทุนในการบริหารจัดการได้ตลอดห่วงโซ่อุปทาน อย่างไรก็ตาม การมีผู้รับซื้อหรือโรงคัดบรรจุลำไยสดส่งผลดีต่อเกษตรกร ทำให้สามารถจำหน่ายได้ราคาที่สูงขึ้น เนื่องจากเกิดการแข่งขันแย่งกันซื้อผลผลิต แต่ต้องเป็นลำไยที่มีคุณภาพซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาด จึงทำให้เกษตรกรยังคงมีสัดส่วนของกำไรสุทธิต่อต้นทุนทั้งหมดมากกว่าผู้ประกอบการ แต่หากเกษตรกรจำหน่ายเกรดร่วง หรือไม่มีการบริหารจัดการสวนที่ดี ทำให้ผลผลิตไม่มีคุณภาพยิ่งทำให้เกษตรกรมีสัดส่วนของกำไรสุทธิต่อต้นทุนลดลง และหากในอนาคตตลาดลำไยถึงจุดอิ่มตัว สถานการณ์ตลาดปลายทางไม่แน่นอน อาจทำให้ผู้ประกอบการจีนนำเข้าลำไยจากประเทศเพื่อนบ้านแทนลำไยของไทยโดยเฉพาะกัมพูชาที่มีแนวโน้มปลูกมากขึ้น หรือผู้ประกอบการมีการปรับเปลี่ยนไปดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ชนิดอื่นมากขึ้น เช่น ทุเรียน เนื่องจากมีความพร้อมในการปรับเปลี่ยนการดำเนินธุรกิจ และมีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอ ดังนั้นเกษตรกรจึงควรปรับปรุงคุณภาพ เพื่อลดต้นทุนการผลิต และเตรียมความพร้อมในการปรับตัวตามสถานการณ์ตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

ตารางที่ 4.15 มูลค่าทางเศรษฐกิจรวมในการประกอบธุรกิจลำไย

รายการ	มูลค่า (ล้านบาท)
มูลค่ากำไรของโรงคัดบรรจุ	**13,596**
- ลำไยสดภาคตะวันออก	5,391
- ลำไยสดภาคเหนือ	5,225
- ลำไยอบแห้งภาคเหนือ	2,980
มูลค่าการจ้างงาน	**4,011**
- ภาคตะวันออก	2,376
- ภาคเหนือ	1,635
รวมมูลค่ากำไรและการจ้างงาน	**17,607**

ที่มา: จากการคำนวณ

4.4 การศึกษากฎระเบียบ และมาตรการทางภาษีที่เกี่ยวข้องที่มีผลกระทบต่อการประกอบการ และการค้าลำไยของไทย

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบทบาทของผู้ประกอบการธุรกิจชาวต่างชาติที่มีผลต่อผลไม้ลำไยในประเทศไทยมีรายละเอียดดังนี้

4.4.1 พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542

พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 มีบทบาทในการกำหนดหลักเกณฑ์และข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าวในประเทศไทย โดยให้คำจำกัดความของคำว่า “คนต่างด้าว” ไว้ดังนี้

1) บุคคลธรรมดาที่ไม่มีสัญชาติไทย

2) นิติบุคคลที่ไม่ได้จดทะเบียนในประเทศไทย

3) นิติบุคคลที่จดทะเบียนในประเทศไทย และมีลักษณะดังต่อไปนี้

(ก) นิติบุคคลที่มีหุ้นส่วนตั้งแต่กึ่งหนึ่งของนิติบุคคลนั้นถือโดยบุคคลตาม 1) หรือ 2) หรือมีมูลค่าการลงทุนตั้งแต่กึ่งหนึ่งของทุนทั้งหมดในนิติบุคคลนั้น

(ข) ห้างหุ้นส่วนจำกัดหรือห้างหุ้นส่วนสามัญที่จดทะเบียน ซึ่งหุ้นส่วนผู้จัดการหรือผู้จัดการเป็นบุคคลตามข้อ 1)

4) นิติบุคคลที่จดทะเบียนในประเทศไทย ที่มีหุ้นส่วนตั้งแต่กึ่งหนึ่งของนิติบุคคลนั้นโดยบุคคลตามข้อ 1) 2) หรือ 3) หรือมีมูลค่าการลงทุนตั้งแต่กึ่งหนึ่งของทุนทั้งหมดในนิติบุคคลนั้น

การอนุญาตให้คนต่างด้าวเข้ามาประกอบธุรกิจในประเทศไทยจะต้องคำนึงถึงผลดีและผลเสียต่อความปลอดภัยและความมั่นคงของประเทศ การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน ศิลปวัฒนธรรมและจารีตประเพณีของประเทศ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

การพลังงานและการรักษาสิ่งแวดล้อม การคุ้มครองผู้บริโภค ขนาดของกิจการ การจ้างแรงงาน การวิจัยและพัฒนาและการถ่ายทอดเทคโนโลยี โดยคนต่างด้าวที่จะได้รับอนุญาตให้เข้ามาประกอบธุรกิจต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

1) อายุไม่ต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

2) มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทยหรือได้รับอนุญาตให้เข้ามาในประเทศไทยเป็นการชั่วคราวตามกฎหมายว่าด้วยคนเข้าเมือง

3) ไม่เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ

4) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

5) ไม่เคยต้องโทษตามคำพิพากษาหรือถูกเปรียบเทียบปรับในความผิดตามพระราชบัญญัตินี้

6) ไม่เคยต้องโทษจำคุกตามคำพิพากษาในฐานความผิดฉ้อโกง โกงเจ้าหนี้ ยักยอก ความผิดเกี่ยวกับการค้า หรือความผิดตามกฎหมายว่าด้วยคนเข้าเมือง

7) ไม่เคยถูกเพิกถอนใบอนุญาตตามพระราชบัญญัตินี้ในระยะเวลา 5 ปี

การกำหนดประเภทธุรกิจตามพระราชบัญญัตินี้ จะกำหนดบัญชีธุรกิจท้ายพระราชบัญญัติที่คนต่างด้าวไม่สามารถประกอบได้ และสามารถประกอบได้โดยมีข้อยกเว้น ได้แก่ บัญชีหนึ่งว่าด้วยธุรกิจที่ไม่อนุญาตให้คนต่างด้าวประกอบกิจการด้วยเหตุผลพิเศษ บัญชีสองว่าด้วยธุรกิจที่เกี่ยวกับความปลอดภัยหรือความมั่นคงของประเทศหรือมีผลกระทบต่อศิลปวัฒนธรรม จารีตประเพณี หัตถกรรมพื้นบ้าน หรือทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และบัญชีสามว่าด้วยธุรกิจที่คนไทยยังไม่มีความพร้อมที่จะแข่งขันในการประกอบกิจการกับคนต่างด้าว ทั้งนี้คนต่างด้าวจะสามารถประกอบธุรกิจตามบัญชีหนึ่ง สอง หรือสามได้หากได้รับอนุญาตจากรัฐบาลไทยเป็นการเฉพาะกาล หรือประเทศไทยเป็นภาคีหรือมีความผูกพันตามพันธกรณีและสามารถประกอบธุรกิจตามบัญชีสองหรือสามได้ หากได้รับการส่งเสริมการลงทุน หรือได้รับอนุญาตเป็นหนังสือให้ประกอบอุตสาหกรรมหรือประกอบการค้าเพื่อส่งออกตามกฎหมายว่าด้วยการนิคมอุตสาหกรรม บัญชีธุรกิจดังกล่าวมีรายละเอียดดังนี้

บัญชีหนึ่ง

ธุรกิจที่ไม่อนุญาตให้คนต่างด้าวประกอบกิจการด้วยเหตุผลพิเศษ มีดังนี้

(1) การทำกิจการหนังสือพิมพ์ การทำกิจการสถานีวิทยุกระจายเสียง หรือสถานีวิทยุโทรทัศน์

(2) การทำนา ทำไร่ หรือทำสวน

(3) การเลี้ยงสัตว์

(4) การทำป่าไม้และการแปรรูปไม้จากป่าธรรมชาติ

(5) การทำการประมงเฉพาะการจับสัตว์น้ำในน่านน้ำไทยและในเขตเศรษฐกิจจำเพาะของประเทศไทย

(6) การสกัดสมุนไพรไทย

(7) การค้าและการขายทอดตลาดโบราณวัตถุของไทย หรือที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ของประเทศ

(8) การทำหรือหล่อพระพุทธรูป และการทำบาตร

(9) การค้าที่ดิน

บัญชีสอง

ธุรกิจที่ไม่อนุญาตให้คนต่างด้าวประกอบกิจการ ด้วยเหตุผลที่เกี่ยวกับความปลอดภัยหรือความมั่นคงของประเทศหรือมีผลกระทบต่อศิลปวัฒนธรรม จารีตประเพณี หัตถกรรมพื้นบ้าน หรือทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ดังนี้

หมวด 1 ธุรกิจที่เกี่ยวกับความปลอดภัยหรือความมั่นคงของประเทศ

(1) การผลิต การจำหน่าย และการซ่อมบำรุง

(ก) อาวุธปืน เครื่องกระสุนปืน ดินปืน วัตถุระเบิด

(ข) ส่วนประกอบของอาวุธปืน เครื่องกระสุนปืน และวัตถุระเบิด

(ค) อาวุธยุทโธปกรณ์ เรือ อากาศยาน หรือยานพาหนะทางการทหาร

(ง) อุปกรณ์หรือส่วนประกอบของอุปกรณ์สงครามทุกประเภท

(2) การขนส่งทางบก ทางน้ำ หรือทางอากาศในประเทศ รวมถึงกิจการการบินในประเทศ

หมวด 2 ธุรกิจที่มีผลกระทบต่อศิลปวัฒนธรรม จารีตประเพณี และหัตถกรรมพื้นบ้าน

(1) การค้าของเก่า หรือศิลปวัตถุ ซึ่งเป็นงานศิลปกรรม หัตถกรรมของไทย

(2) การผลิตเครื่องไม้แกะสลัก

(3) การเลี้ยงไหม การผลิตเส้นไหมไทย การทอผ้าไหมไทย หรือการพิมพ์ลวดลายผ้าไหมไทย

(4) การผลิตเครื่องดนตรีไทย

(5) การผลิตเครื่องทอง เครื่องเงิน เครื่องถม เครื่องทองลงหิน หรือเครื่องเขิน

(6) การผลิตถ้วยชามหรือเครื่องปั้นดินเผาที่เป็นศิลปวัฒนธรรมไทย

หมวด 3 ธุรกิจที่มีผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อม

(1) การผลิตน้ำตาลจากอ้อย

(2) การทำนาเกลือ รวมทั้งการทำนาสินเธาว์

(3) การทำเกลือหิน

(4) การทำเหมือง รวมทั้งการระเบิดหรือย่อยหิน

(5) การแปรรูปไม้เพื่อทำเครื่องเรือนและเครื่องใช้สอย

บัญชีสาม

ธุรกิจที่คนไทยยังไม่มีความพร้อมที่จะแข่งขันในการประกอบกิจการกับคนต่างด้าว ดังนี้

การสีข้าว และการผลิตแป้งจากข้าวและพืชไร่

(1) การทำการประมง เฉพาะการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ

(2) การทำป่าไม้จากป่าปลูก

(3) การผลิตไม้อัด แผ่นไม้วีเนียร์ ชิปบอร์ด หรือฮาร์ดบอร์ด

(4) การผลิตปูนขาว

(5) การทำกิจการบริการทางบัญชี

(6) การทำกิจการบริการทางกฎหมาย

(7) การทำกิจการบริการทางสถาปัตยกรรม

(8) การทำกิจการบริการทางวิศวกรรม

(9) การก่อสร้าง ยกเว้น

(ก) การก่อสร้างสิ่งซึ่งเป็นการให้บริการพื้นฐานแก่ประชาชนด้านการสาธารณูปโภคหรือการคมนาคมที่ต้องใช้เครื่องมือเครื่องจักร เทคโนโลยีหรือความชำนาญในการก่อสร้างเป็นพิเศษ โดยมีทุนขั้นต่ำของคนต่างด้าวตั้งแต่ห้าร้อยล้านบาทขึ้นไป

(ข) การก่อสร้างประเภทอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

(10) การทำกิจการนายหน้าหรือตัวแทน ยกเว้น

(ก) การเป็นนายหน้าหรือตัวแทนซื้อขายหลักทรัพย์หรือการบริการที่เกี่ยวกับการซื้อขายล่วงหน้าซึ่งสินค้าเกษตรหรือตราสารทางการเงินหรือหลักทรัพย์

(ข) การเป็นนายหน้าหรือตัวแทนซื้อขายหรือจัดหาสินค้าหรือบริการที่จำเป็นต่อการผลิตหรือการให้บริการของวิสาหกิจในเครือเดียวกัน

(ค) การเป็นนายหน้าหรือตัวแทนซื้อขาย จัดซื้อหรือจัดจำหน่ายหรือจัดหาตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อการจำหน่าย ซึ่งสินค้าที่ผลิตในประเทศหรือนำเข้ามาจากต่างประเทศอันมีลักษณะเป็นการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ โดยมีทุนขั้นต่ำของคนต่างด้าวตั้งแต่หนึ่งร้อยล้านบาทขึ้นไป

(ง) การเป็นนายหน้าหรือตัวแทนประเภทอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

(11) การขายทอดตลาด ยกเว้น

(ก) การขายทอดตลาดที่มีลักษณะเป็นการประมูลซื้อขายระหว่างประเทศที่มิใช่การประมูลซื้อขายของเก่า วัตถุโบราณ หรือศิลปวัตถุซึ่งเป็นงานศิลปกรรม หัตถกรรม หรือโบราณวัตถุของไทย หรือที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ของประเทศ

(ข) การขายทอดตลาดประเภทอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

(12) การค้าภายในเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือผลิตผลทางการเกษตรพื้นเมืองที่ยังไม่มีกฎหมายห้ามไว้

(13) การค้าปลีกสินค้าทุกประเภทที่มีทุนขั้นต่ำรวมทั้งสิ้นน้อยกว่าหนึ่งร้อยล้านบาท หรือที่มีทุนขั้นต่ำของแต่ละร้านค้าน้อยกว่ายี่สิบล้านบาท

(14) การค้าส่งสินค้าทุกประเภทที่มีทุนขั้นต่ำของแต่ละร้านค้าน้อยกว่าหนึ่งร้อยล้านบาท

(15) การทำกิจการโฆษณา

(16) การทำกิจการโรงแรม เว้นแต่บริการจัดการโรงแรม

(17) การนำเที่ยว

(18) การขายอาหารหรือเครื่องดื่ม

(19) การทำกิจการเพาะขยายหรือปรับปรุงพันธุ์พืช

(20) การทำธุรกิจบริการอื่น ยกเว้นธุรกิจบริการที่กำหนดในกฎกระทรวง

การพิจารณาโทษสำหรับผู้ที่ฝ่าฝืนบทบัญญัตินี้ ในกรณีที่ผู้มีสัญชาติไทยให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน หรือร่วมประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว จะต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับตั้งแต่หนึ่งแสนบาท ถึงหนึ่งล้านบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และในกรณีที่คนต่างด้าวฝ่าฝืนข้อห้ามในการประกอบธุรกิจตามบัญชีธุรกิจท้ายพระราชบัญญัติ บัญชีหนึ่ง บัญชีสอง และบัญชีสาม จะต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับตั้งแต่หนึ่งแสนบาทถึงหนึ่งล้านบาท หรือทั้งจำทั้งปรับและให้ศาลสั่งให้เลิกการให้ความช่วยเหลือ หรือสนับสนุน หรือสั่งให้เลิกการประกอบกิจการ หรือเลิกกิจการ หรือสั่งให้เลิกการเป็นผู้ถือหุ้นนั้นเสีย

4.4.2 พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560

นิยามของคำว่า “ผู้ประกอบธุรกิจ” ตามพระราชบัญญัตินี้ มีความหมายว่า ผู้จำหน่าย ผู้ผลิตเพื่อจำหน่าย ผู้สั่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อจำหน่าย ผู้ซื้อเพื่อผลิตหรือจำหน่ายต่อซึ่งสินค้า หรือผู้ให้บริการในธุรกิจ โดยการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยของคนต่างชาติหรือนอมินีในประเทศไทยมีลักษณะซื้อมาขายไป นั่นคือ ซื้อผลผลิตลำไยจากเกษตรกรไทยแล้วนำไปจำหน่ายต่อในประเทศตนเอง จึงมีฐานะเป็น “ผู้ประกอบธุรกิจ” ตามความหมายในพระราชบัญญัตินี้

การค้าลำไยของเกษตรไทยมีลักษณะเป็นการทำความตกลงซื้อขายในสัญญาของผู้ประกอบการชาวต่างชาติ โดยเกษตรไทยมีหน้าที่ผลิตลำไยให้ได้คุณภาพ ขนาด และปริมาณให้เป็นไปตามข้อตกลง ขณะที่ผู้ประกอบการชาวต่างชาติเป็นผู้ให้เงินทุนในการเพาะปลูก เก็บเกี่ยวผลผลิตโดยใช้แรงงานของตนเอง และส่งออกผลผลิตไปยังประเทศตนเอง ในข้อตกลงเหล่านี้ทำให้ผู้ประกอบการชาวต่างชาติมีอำนาจในการกำหนดคุณภาพ ขนาด ปริมาณ และราคารับซื้อให้เป็นไปตามความต้องการของตนเองได้ เนื่องจากไม่มีการกำหนดระดับคุณภาพและขนาดของลำไยที่เป็นมาตรฐานแน่ชัดในการรับซื้อ อีกทั้งยังมีการเก็บเกี่ยวผลผลิตที่ไม่เป็นธรรมด้วยการเขย่าลำต้นให้ผลร่วงหลุดออกจากช่อ และตัดเกรดให้เป็นสินค้าไม่มีคุณภาพ ถึงแม้ว่าผลผลิตของต้นนั้นจะมีขนาดใหญ่เป็นที่ต้องการของตลาดก็ตาม การกระทำดังกล่าวถือเป็นการทำลายผลผลิตให้ได้รับความเสียหาย และลดปริมาณสินค้าคุณภาพให้น้อยลง ทำให้ผู้ประกอบการชาวต่างชาติสามารถกำหนดราคาและปริมาณรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรไทยได้ต่ำลง

พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 มีบทบาทควบคุมการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ เพื่อไม่ให้มีอำนาจเหนือตลาดหรือดำเนินธุรกิจในลักษณะผูกขาด รวมถึงจำกัดสิทธิในการประกอบการของผู้ประกอบการอื่น อันจะก่อให้เกิดการค้าอย่างไม่เป็นธรรมในระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยมาตรา 50 มีบทบัญญัติไม่ให้ผู้ประกอบธุรกิจที่มีอำนาจเหนือตลาดกระทำการในลักษณะดังต่อไปนี้

1) กำหนดหรือรักษาระดับราคาซื้อขายสินค้าหรือค่าบริการอย่างไม่เป็นธรรม

2) กำหนดเงื่อนไขในลักษณะที่ไม่เป็นธรรมให้ผู้ประกอบธุรกิจอื่นซึ่งเป็นคู่ค้าของตนต้องจำกัดการบริการ การผลิต การซื้อ หรือการจำหน่ายสินค้า หรือต้องจำกัดโอกาสในการเลือกซื้อหรือขายสินค้า การได้รับหรือให้บริการ หรือในการจัดหาสินเชื่อจากผู้ประกอบธุรกิจอื่น

3) ระงับ ลด หรือจำกัดการบริการ การผลิต การซื้อ การจำหน่าย การส่งมอบ การนำเข้ามาในราชอาณาจักรโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร ทำลายหรือทำให้เสียหายซึ่งสินค้า ทั้งนี้ เพื่อลดปริมาณให้ต่ำกว่าความต้องการของตลาด

4) แทรกแซงการประกอบธุรกิจของผู้อื่นโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร

หากผู้ใดฝ่าฝืนจะต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินร้อยละสิบของรายได้ในปีที่กระทำความผิด หรือทั้งจำทั้งปรับ ในกรณีที่เป็นการกระทำความผิดในปีแรกของการประกอบธุรกิจต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งล้านบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

4.4.3 พระราชบัญญัติว่าข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540

พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 มีบทบาทในการคุ้มครองคู่สัญญาฝ่ายที่จะเสียเปรียบจากความเหลื่อมล้ำด้านความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ และด้านเศรษฐกิจ นำมาซึ่งการเอารัดเอาเปรียบทางการค้าจากข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม ทั้งนี้สัญญาที่ใช้ในระบบเศรษฐกิจทุนนิยมส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็น “สัญญาสำเร็จรูป” นั่นคือเป็นสัญญาที่ทำเป็นลายลักษณ์อักษร โดยมีการกำหนดข้อสัญญาที่เป็นสาระสำคัญไว้ล่วงหน้า ไม่ว่าจะทำในรูปแบบใด ซึ่งคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดนำมาใช้ในการประกอบกิจการของตน หากคู่สัญญาที่เข้าทำสัญญาไม่มีอำนาจต่อรองในการเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขข้อตกลงในสัญญา คู่สัญญาดังกล่าวจะกระทำได้เพียงตกลงหรือไม่ตกลงที่จะทำสัญญานั้น

ความมุ่งหมายของพระราชบัญญัตินี้เป็นไปเพื่อการคุ้มครองคู่สัญญาที่จะเป็นฝ่ายเสียเปรียบในสัญญาระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบธุรกิจ มีลักษณะเป็นกฎหมายที่ผ่อนคลายหลักความศักดิ์สิทธิ์แห่งการแสดงเจตนา จึงถือได้ว่าเป็นกฎหมายประเภทบังคับ เพราะมีบทบัญญัติในการยกเว้นหรือจำกัดสภาพบังคับของสัญญาได้ ไม่ว่าสัญญาประเภทนั้นจะเป็นสัญญาระหว่างรัฐบาลกับบุคคลใด หรือระหว่างเอกชนกับบุคคลใดก็ตาม ทั้งนี้หากข้อสัญญาใดไม่ให้นำบทบัญญัติตามพระราชบัญญัตินี้ไปบังคับใช้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน จะถือว่าข้อสัญญานั้นเป็นโมฆะ อนึ่งพระราชบัญญัตินี้ไม่ได้มีความมุ่งหมายเพื่อยกเลิกสัญญาระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบธุรกิจ แต่ช่วยให้การปฏิบัติตามเจตนาของสัญญา มีสภาพบังคับที่เป็นธรรมและพอสมควรตามกรณี ในกรณีที่มีข้อสงสัย ให้ตีความไปในทางที่เป็นคุณแก่ฝ่ายที่ไม่ได้เป็นผู้กำหนดสัญญา การพิจารณาว่ามีสภาพบังคับที่เป็นธรรมและพอสมควรหรือไม่นั้น ให้พิจารณาพฤติการณ์ดังต่อไปนี้

1) ความสุจริต อำนาจต่อรอง ฐานะทางเศรษฐกิจ ความรู้ความเข้าใจ ความสันทัดจัดเจน ความคาดหมาย แนวทางที่เคยปฏิบัติ ทางเลือกอย่างอื่น และทางได้เสียทุกอย่างของคู่สัญญาตามสภาพที่เป็นจริง

2) ปกติประเพณีของสัญญาชนิดนั้น

3) เวลาและสถานที่ในการทำสัญญาหรือในการปฏิบัติตามสัญญา

4) การรับภาระที่หนักกว่ามากของคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง

ทั้งนี้ การชำระหนี้ด้วยการส่งมอบทรัพย์สินให้แก่ผู้บริโภค หากทรัพย์สินดังกล่าวมีความชำรุดบกพร่อง จะมีข้อตกลงยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดของผู้ประกอบธุรกิจไม่ได้ เว้นแต่ผู้บริโภครับรู้ถึงความชำรุดบกพร่องนั้นอยู่แล้วในขณะทำสัญญา

4.4.4 ประมวลรัษฎากร

การเก็บภาษีจากบริษัทและห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลของคนต่างด้าว มีบทบัญญัติปรากฏอยู่ในประมวลรัษฎากรว่าด้วยเรื่องของการเก็บภาษีจากบริษัท และห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล โดยนิติบุคคลดังกล่าวจะต้องมีหน้าที่เสียภาษีอย่างใดอย่างหนึ่งในกรณีดังต่อไปนี้

1) บริษัทต่างประเทศที่มีฐานะเป็นผู้ประกอบกิจการในประเทศไทย และให้หมายความรวมถึงบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลซึ่งตั้งขึ้นตามกฎหมายของต่างประเทศมีลูกจ้าง หรือผู้ทำการแทน หรือผู้ทำการติดต่อในการประกอบกิจการในประเทศไทย ซึ่งเป็นเหตุให้ได้รับเงินได้หรือผลกำไรในประเทศไทย โดยให้เสียภาษีเงินได้นิติบุคคลจากกำไรสุทธิในอัตราร้อยละ 30 รวมทั้งเสียภาษีมูลค่าเพิ่มอีกร้อยละ 7 และหากมีการจำหน่ายเงินกำไรออกไปจากประเทศไทยแล้ว ก็ยังต้องเสียภาษีอีกร้อยละ 10 ตามมาตรา 70 ทวิ ของเงินกำไรที่จำหน่ายออกไปอีกด้วย

2) บริษัทต่างประเทศที่ไม่ได้ประกอบกิจการในประเทศไทย แต่มีเงินได้ที่รับจากหรือในประเทศไทย ซึ่งโดยปกติแล้ว ผู้จ่ายมีหน้าที่หักภาษี ณ ที่จ่าย 10 – 15% เพื่อนำส่งกรมสรรพากรต่อไป

4.4.5 ความคิดเห็นด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการธุรกิจลำไยและผู้ผลิตลำไย

1) ผลการศึกษากลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจลำไย ที่ได้ให้ความเห็นที่เกี่ยวข้องด้านกฎหมาย ดังนี้

1.1) ลักษณะทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลกลุ่มผู้ประกอบการ เมื่อพิจารณา จำนวน ร้อยละของประเภทกิจการของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นบริษัท จำกัด คิดเป็นร้อยละ 54.55 รองลงมาเป็นเจ้าของกิจการเพียงคนเดียว ร้อยละ 31.82 ห้างหุ้นส่วนจำกัด ร้อยละ 9.09 และอื่นๆ ร้อยละ 4.54 ดังแสดงในตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ประเภทกิจการ

หน่วย: คน/ร้อยละ

ประเภทกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
1. เป็นเจ้าของกิจการเพียงคนเดียว	14	31.82
2. ห้างหุ้นส่วนจำกัด	4	9.09
3. บริษัท จำกัด	24	54.55
4. บริษัท (มหาชน) จำกัด	1	2.27
5. อื่นๆ	1	2.27
รวม	**44**	**100.00**

ที่มา : จากการสำรวจ

เมื่อพิจารณาจำนวน และร้อยละของประเภทธุรกิจของผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบธุรกิจแปรรูปลำไยอบแห้ง ร้อยละ 56.81 รองลงมาเป็นผู้ประกอบการธุรกิจลำไยสด คิดเป็นร้อยละ 38.64 ดังแสดงในตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 ประเภทธุรกิจของผู้ประกอบการ

หน่วย: คน/ร้อยละ

ประเภทกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
1. ลำไยสด	17	38.64
2. แปรรูปลำไยอบแห้ง	25	56.81
3. ไม่ระบุ	2	4.55
รวม	**44**	**100.00**

ที่มา: จากการสำรวจ

เมื่อพิจารณาจำนวน และร้อยละของที่ตั้งของกิจการของผู้ประกอบธุรกิจลำไย พบว่า ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในจังหวัดลำพูน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงไปตั้งอยู่ที่จังหวัดจันทบุรี ร้อยละ 29.55 และจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 18.18 เมื่อจำแนกตามภูมิภาคสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ประกอบการ มีกิจการอยู่ในภาคเหนือส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 68.18 และในภาคตะวันออกร้อยละ 29.55 ดังแสดงในตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 จังหวัดที่ตั้งของกิจการ

หน่วย : คน/ร้อยละ

จังหวัด	จำนวน	ร้อยละ
1. จันทบุรี	13	29.55
2. เชียงใหม่	8	18.18
3. ลำพูน	22	50.00
4. ไม่ระบุ	1	2.27
รวม	**44**	**100.00**

ที่มา : จากการสำรวจ

เมื่อพิจารณาจำนวน และร้อยละของระยะเวลาดำเนินกิจการของกลุ่มผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจมีระยะเวลาการดำเนินกิจการ 10 ปี ขึ้นไป มากที่สุดถึงร้อยละ 56.82 รองลงมาเป็นระยะสั้นถึงปานกลาง คือ ตั้งแต่ 4 – 6 ปี และ 7 – 9 ปี ร้อยละ 18.18 และ 11.36 ตามลำดับ นอกจากนั้นเป็นกิจการที่เพิ่งเริ่มดำเนินการระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี ร้อยละ 2.27 ดังแสดงในตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 ระยะเวลาดำเนินกิจการ

หน่วย: คน/ร้อยละ

ระยะเวลาดำเนินกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่า 1 ปี	1	2.27
2. 1 – 3 ปี	5	11.36
3. 4 – 6 ปี	8	18.18
4. 7 – 9 ปี	5	11.36
5. 10 ปีขึ้นไป	25	56.82
รวม	**44**	**100.00**

ที่มา : จากการสำรวจ

เมื่อพิจารณาจำนวน และร้อยละของเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่มผู้ประกอบกิจการ สรุปได้ว่าเป็นบริษัทใหญ่ที่มีเงินทุนหมุนเวียนมากกว่า 20 ล้านบาท มากที่สุดถึงร้อยละ 36.36 รองลงมาเป็นบริษัทขนาดเล็กมีทุนน้อยกว่า 5 ล้านบาท ร้อยละ 27.27 ที่เหลือเป็นบริษัทขนาดกลางมีทุนหมุนเวียนมากกว่า 10 ล้านบาทแต่ไม่เกิน 20 ล้านบาทต่อปี คิดเป็นร้อยละ 11.37 ดังแสดงในตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 เงินทุนหมุนเวียนในการประกอบกิจการ

หน่วย: คน/ร้อยละ

เงินทุนหมุนเวียนในการประกอบกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่า 1 ล้านบาท/ปี	5	11.36
2. มากกว่า 1 ล้านบาท – 5 ล้านบาท/ปี	7	15.91
3. มากกว่า 5 ล้านบาท – 10 ล้านบาท/ปี	4	9.09
4. มากกว่า 10 ล้านบาท – 15 ล้านบาท/ปี	3	6.82
5. มากกว่า 15 ล้านบาท – 20 ล้านบาท/ปี	2	4.55
6. มากกว่า 20 ล้านบาท/ปี	16	36.36
7. ไม่ระบุ	7	15.91
รวม	**44**	**100.00**

ที่มา : จากการสำรวจ

สรุปกลุ่มตัวอย่างโรงคัดบรรจุลำไยส่วนใหญ่มีประเภทกิจการเป็นบริษัท ดำเนินธุรกิจแปรรูปลำไยอบแห้งมากที่สุด โดยส่วนใหญ่ตั้งอยู่ที่จังหวัดลำพูน ระยะเวลาดำเนินกิจการ 10 ปีขึ้นไป และมีเงินทุนหมุนเวียนมากกว่า 20 ล้านบาทต่อปี

1.2) ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุ

เมื่อพิจารณาการยอมรับต่อการมีตัวแทนอำพรางในธุรกิจของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุ พบว่า ผู้ประกอบการให้การยอมรับ และไม่ยอมรับในการมีตัวแทนอำพราง ในระดับเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50 สาเหตุที่ยอมรับได้เนื่องจากผู้ผลิตผลไม้ของไทยจะได้รับประโยชน์จากการที่ผู้ลงทุนชาวต่างชาติเข้ามารับซื้อผลไม้ของไทย และเป็นการจูงใจให้ชาวต่างชาติมาลงทุนเพิ่มขึ้น และผู้ประกอบการอีกส่วนหนึ่งเห็นว่าเป็นเรื่องปกติในการมีตัวแทนอำพรางในธุรกิจ ในส่วนของผู้ที่ยอมรับไม่ได้ เนื่องจากเห็นว่าที่ดินในการทำเกษตรกรรมจะไปตกอยู่ในมือของชาวต่างชาติ รองลงมามีความเห็นว่าทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจชาวไทยเสียเปรียบในการประกอบธุรกิจ และสร้างความเสียหายต่อเศรษฐกิจของประเทศ ดังแสดงในตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 การยอมรับในตัวแทนอำพราง (Nominee) ของผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้

หน่วย: คน/ร้อยละ

การยอมรับใน Nominee/เหตุผล	จำนวน	ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด
1. ยอมรับได้	**22**	**50.00**
เหตุผล		
1.1 ผู้ผลิตผลไม้ชาวไทยจะได้ประโยชน์จากการที่นักลงทุนชาวต่างชาติเข้ามารับซื้อผลไม้	18	40.91
1.2 เป็นการจูงใจให้ชาวต่างชาติมาลงทุนเพิ่มขึ้น	11	25.00
1.3 เป็นเรื่องปกติของสังคมไทย	9	20.45
1.4 กฎหมายที่มีอยู่มีช่องว่างให้สามารถกระทำได้	8	18.18
1.5 เป็นเรื่องไกลตัว ไม่น่าจะเสียหาย	3	6.82
2. ยอมรับไม่ได้	**22**	**50.00**
เหตุผล		
2.1 ทำให้ที่ดินตกอยู่ในมือคนต่างชาติ	17	38.64
2.2 ทำให้ชาวสวนผลไม้ชาวไทยเสียเปรียบในการประกอบธุรกิจ	16	36.36
2.3 สร้างความเสียหายต่อเศรษฐกิจของประเทศ	14	31.82
2.4 เป็นการทำผิดกฎหมาย	8	18.18
รวม	**44**	**100.00**

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ: 1 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 เหตุผล

จากตารางที่ 4.22 เมื่อพิจารณาความคิดเห็นต่อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบธุรกิจผลไม้ของชาวต่างชาติ พบว่า ผู้ประกอบการมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด ว่าประเทศไทยควรมีกฎหมายควบคุมการประกอบธุรกิจผลไม้ของชาวต่างชาติ นอกเหนือจากการมีพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 โดยมีค่าเฉลี่ยของคะแนนในระดับ 4.10 และยังเห็นด้วยอย่างมากกับการที่เจ้าของกิจการชาวไทยมีอำนาจในการบริหารหรือดำเนินการ ที่ค่าเฉลี่ยคะแนนระดับ 3.57 เนื่องจากมีข้อได้เปรียบในด้านราคาผลผลิตในประเทศที่ต่ำกว่าราคาผลผลิตต่างประเทศ แต่อย่างไรก็ตาม ก็ยังคงมีความเห็นด้วยอย่างมากกับ พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 ว่าจะสามารถช่วยรักษาเสถียรภาพตลาดและก่อให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมที่ระดับคะแนน 3.32 อย่างไรก็ดี ผู้ประกอบการมีความเห็นในระดับปานกลางคะแนนระดับ 2.95 ว่ากฎหมายที่มีอยู่สามารถควบคุมการประกอบธุรกิจของชาวต่างชาติ สร้างความเป็นธรรมให้กับผู้ประกอบธุรกิจผลไม้ชาวไทย และรักษาผลประโยชน์ของประเทศ นั่นแสดงว่า กลุ่มผู้ประกอบการยังมีความไม่แน่ใจว่ากฎหมายที่มีอยู่จะรักษาผลประโยชน์ของประเทศได้ ซึ่งสอดคล้องกับข้อคิดเห็นว่าประเทศไทยควรมีกฎหมายควบคุมการประกอบกิจการของคนต่างด้าว และมีการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง

ตารางที่ 4.22 ความคิดเห็นต่อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบธุรกิจผลไม้ของชาวต่างชาติ

ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น
1. ประเทศไทยควรมีกฎหมายควบคุมการประกอบธุรกิจผลไม้ของชาวต่างชาตินอกจาก พ.ร.บ.การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าน พ.ศ. 2542	4.10	มากที่สุด
2. เจ้าของกิจการซึ่งเป็นชาวไทยมีอำนาจในการบริหารหรือดำเนินกิจการ	3.57	มาก
3. พ.ร.บ.การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 สามารถช่วยรักษาเสถียรภาพตลาดและก่อให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม	3.32	มาก
4. ตัวแทนอำพราง (Nominee) การประกอบธุรกิจผลไม้สร้างความเสียหายให้แก่ประเทศ	3.24	มาก
5. พ.ร.บ.ประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 สามารถคุ้มครองผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ชาวไทยให้สามารถแข่งขันในธุรกิจผลไม้ต่อไปได้	3.05	ปานกลาง

ตารางที่ 4.22 ความคิดเห็นต่อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบธุรกิจผลไม้ของชาวต่างชาติ (ต่อ)

ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น
6. มีผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ชาวไทยเป็นตัวแทนอำพราง (Nominee) ให้กับชาวต่างชาติ	3.00	ปานกลาง
7. กฎหมายที่มีอยู่สามารถควบคุมการประกอบธุรกิจของชาวต่างชาติ สร้างความเป็นธรรมให้กับผู้ประกอบธุรกิจผลไม้ชาวไทย และรักษาผลประโยชน์ของประเทศ	2.95	ปานกลาง
8.ผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ชาวต่างชาติจำหน่ายผลไม้ภายในประเทศ	2.54	ปานกลาง

ที่มา : จากการสำรวจ

2) ผลการศึกษากลุ่มผู้ผลิตลำไย (เกษตรกร) จากการสำรวจข้อมูลความคิดเห็นด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการชาวต่างชาติ จากเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และจันทบุรี ได้ให้ความเห็นที่เกี่ยวข้องด้านกฎหมาย ดังนี้

2.1) ลักษณะทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลกลุ่มผู้ผลิตลำไย (เกษตรกร) เมื่อพิจารณาจำนวนร้อยละเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปด้านเพศของกลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตลำไย พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 65.62 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 34.38 ดังแสดงในตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 เพศของกลุ่มตัวอย่าง

หน่วย: คน/ร้อยละ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
1. ชาย	42	65.62
2. หญิง	22	34.38
รวม	**64**	**100.00**

ที่มา : จากการสำรวจ

2.2) การผลิต เกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถามมีการปลูกพืชในลักษณะเป็นการปลูกพืชหลายชนิด และปลูกเฉพาะลำไยชนิดเดียว โดยมีค่าเฉลี่ยของพื้นที่ปลูกผลไม้ เท่ากับ 17.87 ไร่ต่อราย และจำนวนพื้นที่ปลูกลำไยเฉลี่ย เท่ากับ 10.50 ไร่ต่อราย โดยมีปริมาณผลผลิตเฉลี่ยในปีที่ผ่านมา เท่ากับ 7,082.81 กิโลกรัมต่อราย และจากตารางที่ 4.24 เมื่อพิจารณาจำนวน และร้อยละของระยะเวลาการทำอาชีพปลูกผลไม้

ของเกษตรกร พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ทำอาชีพปลูกผลไม้มาเป็นระยะเวลายาวนานตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 76.56 รองลงมา อยู่ในอาชีพระยะปานกลาง คือตั้งแต่ 4 – 9 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.07 ที่เหลือเพิ่งเริ่มอยู่ในอาชีพระยะสั้นไม่เกิน 3 ปี ร้อยละ 9.37

ตารางที่ 4.24 ระยะเวลาการทำอาชีพปลูกผลไม้

หน่วย: คน/ร้อยละ

ระยะเวลาการทำอาชีพปลูกผลไม้	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่า 1 ปี	2	3.12
2. 1 – 3 ปี	4	6.25
3. 4 – 6 ปี	6	9.38
4. 7 – 9 ปี	3	4.69
5. 10 ปีขึ้นไป	49	76.56
รวม	**64**	**100.00**

ที่มา : จากการสำรวจ

เมื่อพิจารณาจำนวน และร้อยละของระยะเวลาการทำอาชีพปลูกลำไยของเกษตรกร พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 67.19 มีระยะเวลาในการทำอาชีพปลูกลำไยมาเป็นระยะเวลายาวนาน ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป รองลงมาเป็นระยะปานกลาง คือตั้งแต่ 4 – 6 ปี และ 7 – 9 ปี ร้อยละ 18.75 และ 7.81 ตามลำดับ ซึ่งมีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกับระยะเวลาการอยู่ในอาชีพปลูกผลไม้หลายชนิดในพื้นที่ ดังแสดงในตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25 ระยะเวลาการทำอาชีพปลูกลำไย

หน่วย: คน/ร้อยละ

ระยะเวลาดำเนินกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่า 1 ปี	1	1.56
2. 1 – 3 ปี	3	4.69
3. 4 – 6 ปี	12	18.75
4. 7 – 9 ปี	5	7.81
5. 10 ปีขึ้นไป	43	67.19
รวม	**64**	**100.00**

ที่มา : จากการสำรวจ

เมื่อพิจารณาจำนวน ร้อยละของจำนวนเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายภูมิภาค พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในภาคเหนือร้อยละ 76.56 รองลงมาอยู่ในภาคตะวันออกร้อยละ 23.44 ดังแสดงในตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 จำนวนเกษตรกรจำแนกรายภูมิภาค

หน่วย: คน/ร้อยละ

ภูมิภาค	จำนวน	ร้อยละ
1. ภาคตะวันออก	15	23.44
2. ภาคเหนือ	49	76.56
รวม	**64**	**100.00**

ที่มา : จากการสำรวจ

2.3) การตลาด ลักษณะการจำหน่ายผลผลิตลำไยของเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถามในปีที่ผ่านมา พบว่าเกษตรกรจำหน่ายผลผลิตลำไยไปใน 4 ช่องทาง เรียงตามปริมาณผลผลิตได้ ดังนี้

(1) จำหน่ายให้กับผู้รวบรวมท้องถิ่น เฉลี่ย 2,117 กิโลกรัมต่อราย เป็นการจำหน่ายให้กับผู้รวบรวมผลผลิตชาวไทยเฉลี่ย 1,077 กิโลกรัมต่อราย และจำหน่ายให้ผู้รวบรวมผลผลิตชาวต่างชาติเฉลี่ย 1,109.38 กิโลกรัมต่อราย

(2) จำหน่ายให้โรงคัดบรรจุเฉลี่ย 1,515 กิโลกรัมต่อราย เป็นการจำหน่ายให้โรงคัดบรรจุของชาวไทยเฉลี่ย 765 กิโลกรัมต่อราย และจำหน่ายให้โรงคัดบรรจุของชาวต่างชาติเฉลี่ย 750 กิโลกรัมต่อราย

(3) จำหน่ายเองตามท้องตลาด เฉลี่ย 2,603 กิโลกรัมต่อราย

(4) จำหน่ายให้สหกรณ์การเกษตร/กลุ่มเกษตรกร เฉลี่ย 846 กิโลกรัมต่อราย

สรุปกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรผู้ปลูกลำไยส่วนใหญ่ปลูกลำไยมามากกว่า 10 ปีขึ้นไป มีพื้นที่ปลูกเฉลี่ย 10.50 ไร่ต่อราย และส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรที่อยู่ทางภาคเหนือ โดยมีการขายผลผลิตเอง

2.4) ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ผลิตลำไย เมื่อพิจารณาจำนวนร้อยละของความเชื่อต่อการมีตัวแทนอำพรางในธุรกิจผลไม้ในความคิดเห็นของเกษตรกร พบว่า มากกว่ากึ่งหนึ่งของเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 78.12 เชื่อว่ามีตัวแทนอำพราง (Nominee) อยู่ในธุรกิจ และมีอีกส่วนหนึ่งคิดเป็นร้อยละ 18.75 ไม่เชื่อว่ามีตัวแทนอำพรางในธุรกิจ ดังแสดงในตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 ความเชื่อต่อการมีตัวแทนอำพรางในธุรกิจผลไม้ของเกษตรกร

หน่วย: คน/ร้อยละ

ความเชื่อใน Nominee	จำนวน	ร้อยละ
1. เชื่อว่ามี	50	78.13
2. ไม่เชื่อว่ามี	2	3.12
3. ไม่แน่ใจ	12	18.75
รวม	**64**	**100.0**

ที่มา : จากการสำรวจ

เมื่อพิจารณา จำนวน ร้อยละ ของการยอมรับต่อการมีตัวแทนอำพรางในผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ในความคิดเห็นของเกษตรกร พบว่า มากกว่ากึ่งหนึ่งของเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 53.13 ยอมรับได้ในการมีตัวแทนอำพราง (Nominee) ในธุรกิจ แต่ก็ยังมีเกษตรกรอีกเกือบครึ่งที่ยังไม่ยอมรับในการมีตัวแทนอำพรางในธุรกิจลำไย ถึงร้อยละ 46.87 เนื่องจากเห็นว่าทำให้ที่ดินตกอยู่ในมือคนต่างชาติ ทำให้ชาวสวนผลไม้ที่เป็นคนไทยเสียเปรียบในการประกอบธุรกิจ และสร้างความเสียหายต่อเศรษฐกิจไทย ดังแสดงในตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 การยอมรับต่อการมีตัวแทนอำพราง (Nominee) ในผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้

หน่วย: คน/ร้อยละ

การยอมรับ Nominee	จำนวน	ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด
1. ยอมรับได้	**34**	**53.13**
เหตุผล		
1.1 ผู้ผลิตผลไม้ชาวไทยจะได้ประโยชน์จากการที่นักลงทุนชาวต่างชาติเข้ามารับซื้อผลไม้	19	29.69
1.2 เป็นเรื่องปกติของสังคมไทย	14	21.88
1.3 ทำให้การประกอบธุรกิจของชาวต่างชาติทำได้ง่าย จูงใจให้ชาวต่างชาติเข้ามาลงทุน	11	17.19
1.4 กฎหมายที่มีอยู่มีช่องว่างให้สามารถกระทำได้	11	17.19
1.5 เป็นเรื่องไกลตัว ไม่น่าจะเสียหาย	4	6.25
2. ยอมรับไม่ได้	**30**	**46.87**
เหตุผล		
2.1 ทำให้ที่ดินตกอยู่ในมือคนต่างชาติ	21	32.81
2.2 ทำให้ชาวสวนผลไม้ชาวไทยเสียเปรียบในการประกอบธุรกิจ	18	28.13
2.3 สร้างความเสียหายต่อเศรษฐกิจของประเทศ	18	28.13
2.4 เป็นการทำผิดกฎหมาย	10	15.63
รวม	**64**	**100.00**

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: 1 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 เหตุผล

4.4.6 ข้อคิดเห็นต่อการมีผู้ประกอบการชาวต่างชาติเข้ามาประกอบธุรกิจลำไยด้านทัศนคติของผู้ผลิตลำไย (เกษตรกร) ดังนี้

ข้อดี เป็นการช่วยเปิดตลาดในต่างประเทศ เพิ่มช่องทางในการจำหน่ายผลผลิตลำไย เนื่องจากผู้บริโภคลำไยในต่างประเทศมีมากกว่าในไทย เป็นช่องทางการระบายผลผลิตของเกษตรกรได้อีกทางหนึ่ง จึงจำเป็นต้องมีการรับซื้อผลผลิตลำไยโดยผู้ประกอบการชาวต่างชาติ

ข้อเสีย

1. ราคารับซื้อลำไย ขึ้นอยู่กับผู้รับซื้อผลผลิต ราคารับซื้อผลผลิตมักมีความผันผวน ราคาไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการชาวต่างชาติเป็นผู้กำหนด ถ้าราคาไม่ดีก็อาจไม่รับซื้อ

2. การมีตัวแทนนายหน้า (Nominee) ให้กับชาวต่างชาติ เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้การซื้อขายลำไยของชาวสวนเสียเปรียบ

จากตารางที่ 4.29 เมื่อพิจารณาความคิดเห็นต่อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบธุรกิจผลไม้ชาวต่างชาติ ในความคิดเห็นของเกษตรกร มีความสอดคล้องในแนวทางเดียวกับผู้ประกอบการ คือ เกษตรกรมีความเห็นด้วยมากที่สุดที่ควรมีกฎหมายควบคุมการประกอบธุรกิจผลไม้ของชาวต่างชาตินอกเหนือจาก พ.ร.บ.ประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.33 และยังเห็นด้วยในระดับมากที่การประกอบธุรกิจผลไม้ของชาวต่างชาติอาจสร้างความเสียหายให้แก่ประเทศชาติได้ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.84 จากการที่ราคาลำไยบางปีผันผวน อาจเกิดจากการรวมตัวกันของผู้รับซื้อชาวต่างชาติเพื่อกดราคาก็เป็นไปได้ นอกจากนี้ยังเห็นด้วยอย่างมากที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.82 ที่ว่ามีเกษตรกรที่เคยถูกเอาเปรียบโดยผู้ประกอบการชาวต่างชาติ เช่น ระยะเวลาและราคารับซื้อไม่เป็นไปตามที่ตกลงกันไว้ และถูกกดราคารับซื้อ เป็นต้น

ตารางที่ 4.29 ความคิดเห็นต่อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบธุรกิจผลไม้ชาวต่างชาติ

ความคิดเห็นของเกษตรกร	ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น
1. ประเทศไทยควรมีกฎหมายควบคุมการประกอบธุรกิจผลไม้ของชาวต่างชาตินอกจาก พ.ร.บ.การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542	4.33	มากที่สุด
2. การประกอบธุรกิจผลไม้ของชาวต่างชาติอาจสร้างความเสียหายให้แก่เศรษฐกิจของประเทศ	3.84	มาก
3. เกษตรกรเคยถูกเอาเปรียบโดยผู้ประกอบการชาวต่างชาติ	3.82	มาก

ตารางที่ 4.29 ความคิดเห็นต่อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบธุรกิจผลไม้ชาวต่างชาติ (ต่อ)

ความคิดเห็นของเกษตรกร	ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น
4. พ.ร.บ. ว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 สามารถช่วยให้เกิดความเป็นธรรมในการจำหน่ายผลผลิต	3.77	มาก
5. การจำหน่ายผลผลิตให้กับผู้ประกอบธุรกิจผลไม้ชาวไทยดีกว่าการจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการชาวต่างชาติ	3.44	มาก
6. ผู้ประกอบธุรกิจผลไม้ชาวไทยเป็นตัวแทนอำพราง (Nominee) ให้กับชาวต่างชาติ	3.43	มาก
7. กฎหมายที่มีอยู่สามารถควบคุมการประกอบธุรกิจของชาวต่างชาติ สร้างความเป็นธรรมให้กับผู้ประกอบธุรกิจผลไม้ชาวไทย และรักษาผลประโยชน์ของประเทศ	3.40	มาก

ที่มา : จากการสำรวจ

4.4.7 การวิเคราะห์มาตรการทางภาษีของไทยต่อผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้

มาตรการทางภาษีของประเทศไทย ยึดถือปฏิบัติตามพระราชบัญญัติให้ใช้บทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร พ.ศ. 2481 และพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ทุกฉบับ) โดยมีสาระสำคัญเพื่อการควบคุมและสร้างความเป็นธรรมให้ทุกคนที่มีเงินได้จากประเทศไทย ชำระภาษีตามหลักเกณฑ์และอัตราที่กฎหมายกำหนด โดยไม่ได้แบ่งแยกหลักเกณฑ์ปฏิบัติและอัตราภาษีแตกต่างกันระหว่างผู้มีเงินได้ที่เป็นคนไทยกับผู้มีเงินได้คนต่างด้าว เนื่องด้วยประเทศไทยได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์กรการค้าระหว่างประเทศ (World Trade Organization: WTO) ซึ่งต้องถือปฏิบัติภายใต้สนธิสัญญาการลงทุนระหว่างประเทศ (BITs) โดยยึดหลักปฏิบัติเยี่ยงชาติที่ได้รับการอนุเคราะห์ยิ่ง (Most-Favored Nation: MFN) ซึ่งจะต้องควบคุม ดูแล และคุ้มครองสำหรับการลงทุนข้ามชาติไม่ด้อยไปกว่าการลงทุนของคนในชาติ

ดังนั้น การที่ประเทศไทยไม่ได้กำหนดมาตรการทางภาษีที่แตกต่างกันระหว่างผู้ประกอบการชาวไทยและผู้ประกอบการชาวต่างด้าว จึงทำให้มาตรการทางภาษีมีความเท่าเทียมกันทุกคน ไม่เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบในการแข่งขันประกอบธุรกิจของคนไทยและคนต่างด้าว

4.4.8 การวิเคราะห์ผลกระทบของกฎ ระเบียบที่มีต่อผู้ประกอบการและการค้าลำไยของไทย

ประเทศไทยมีกฎหมายเกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการของคนต่างด้าว 4 ฉบับ ประกอบด้วย 1) พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 2) พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 3) พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 และ 4) ประมวลรัษฎากร จะเห็นได้ว่ากฎหมายบางฉบับใช้บังคับมานานกว่า 20 ปี ซึ่งในช่วงปี 2555 - 2561 ตลาดจีนมีความต้องการลำไยเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้มีโรงคัดบรรจุเพิ่มขึ้นจาก 88 ราย ในปี 2555 เป็น 129 ราย ในปี 2561 โดยการดำเนินธุรกิจและการบริหารจัดการมีทั้งผู้ประกอบการที่เป็นคนไทยเพียงคนเดียว และผู้ประกอบการคนไทยถือหุ้นร่วมกับคนต่างด้าว ซึ่งเป็นไปตามข้อบังคับของ พ.ร.บ. ประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 ผู้วิจัยเห็นว่าหากไม่มีข้อบังคับของกฎหมายเป็นไปได้มากว่าผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุลำไยเกือบทั้งหมดจะเป็นของชาวต่างชาติ เนื่องจากมีเงินทุนจำนวนมาก และมีเครือข่ายการค้าในตลาดจีนซึ่งเป็นเรื่องที่ยากลำบากสำหรับผู้ประกอบการไทยในการส่งลำไยไปขายในตลาดจีน

อย่างไรก็ดี จะเห็นได้ว่ากฎหมายที่มีอยู่มีส่วนช่วยปกป้องการประกอบธุรกิจของคนไทย แม้ว่าจะไม่สามารถป้องกันได้ทั้งหมดแต่ก็มีส่วนที่ทำให้เกิดข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าวในไทย และจากข้อบังคับตามกฎหมายทำให้เกิดตัวแทนอำพราง (Nominee) ของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุลำไยของชาวต่างชาติ แม้ว่าไม่สามารถชี้ชัดได้ว่ามีผู้ประกอบการที่เป็น Nominee จำนวนเท่าใดหรือผู้ประกอบการรายใดเป็น Nominee แต่จากการสำรวจความคิดเห็นเกษตรกรร้อยละ 78.13 เชื่อว่ามีผู้ประกอบการที่เป็น Nominee ประกอบกับข้อคิดเห็นของผู้ประกอบการเชื่อว่า มีผู้ประกอบการชาวไทยที่เป็นตัวแทนอำพรางให้กับชาวต่างชาติ ในระดับปานกลาง ซึ่งการหลีกเลี่ยงกฎหมายโดยการมีตัวแทนอำพราง ส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อเศรษฐกิจเนื่องจากรายได้ที่ควรเป็นของคนไทย แต่กลับเป็นของคนต่างด้าว ซึ่งการมี Nominee ชี้ให้เห็นว่ากฎหมายของไทยยังต้องมีการปรับปรุง อาจเป็นปัญหาในทางปฏิบัติหรือเป็นช่องว่างของกฎหมาย

ทั้งนี้ จากผลการสอบถามผู้ประกอบการผลไม้ เกี่ยวกับข้อคิดเห็นที่มีต่อกฎหมายของไทย พบว่าผู้ประกอบธุรกิจผลไม้ เห็นด้วยในระดับปานกลางว่า พ.ร.บ. ประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 สามารถคุ้มครองผู้ประกอบการผลไม้ชาวไทยให้สามารถแข่งขันในธุรกิจผลไม้ต่อไปได้ และกฎหมายที่มีอยู่สามารถควบคุมการประกอบธุรกิจของชาวต่างชาติ สร้างความเป็นธรรมให้กับผู้ประกอบธุรกิจผลไม้ชาวไทยและรักษาผลประโยชน์ของประเทศ แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการคิดว่ากฎระเบียบของไทย ไม่ได้เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุต่างชาติ

บทที่ 5
สรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป

5.1.1 ห่วงโซ่อุปทาน ห่วงโซ่คุณค่า และรูปแบบการดำเนินการของผู้ประกอบการธุรกิจลำไย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานประกอบด้วย เกษตรกร โรงคัดบรรจุลำไยสด และโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก ปัจจุบันมีโรงคัดบรรจุลำไยเพื่อการส่งออกในแหล่งผลิตที่สำคัญที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP ได้แก่ เชียงใหม่ ลำพูน และจันทบุรี ประมาณ 212 ราย โดยแบ่งเป็นโรงคัดบรรจุลำไยสด 129 ราย และโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก 83 ราย ซึ่งมีการดำเนินธุรกิจและบริหารจัดการ 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) โรงคัดบรรจุของไทย 2) โรงคัดบรรจุที่ไทยถือหุ้นร่วมกับต่างชาติ และ 3) โรงคัดบรรจุที่เป็นของต่างชาติ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบการถือหุ้นร่วมกัน และบริหารจัดการด้านการส่งออกโดยต่างชาติ ซึ่งลักษณะการดำเนินงานของโรงคัดบรรจุจะผ่านนายหน้าหรือตัวแทนล้งที่เป็นคนไทยทำหน้าที่จัดหาผลผลิต/คัดบรรจุ/เตรียมการก่อนการส่งออก โดยเงินทุนเป็นของต่างชาติ ซึ่งการดำเนินงานมีแนวโน้มผูกขาดการรับซื้อลำไยจากเกษตรกรมากขึ้น มีการไปติดต่อสวนเพื่อทำสัญญาซื้อลำไยกับเกษตรกรด้วยตนเอง โดยไม่ต้องผ่านคนกลางหรือนายหน้า มีการบริหารจัดการเองตั้งแต่ต้นทางจากไทยจนกระทั่งถึงตลาดส่งออกปลายทางที่จีน สำหรับการศึกษาภายใต้กิจกรรมห่วงโซ่คุณค่า พบว่า ต้องมีความรวดเร็ว และการบริหารจัดการที่ดี ซึ่งจะส่งผลต่อราคาจำหน่ายที่ตลาดปลายทาง การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และผลกำไรของผู้ประกอบการ โดยกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าแบ่งเป็นกิจกรรมหลัก (Primary Activities) ในการจัดหาผลผลิต การดำเนินการภายในโรงคัดบรรจุ การส่งออก การตลาดและการจำหน่าย และการบริการ สำหรับกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) เกี่ยวข้องกับการจัดหาปัจจัยการผลิต วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ภายในโรงคัดบรรจุ การพัฒนาเทคโนโลยี การจัดการด้านแรงงาน และโครงสร้างพื้นฐานในการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ของลำไย

5.1.2 ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการลำไยที่มีต่อเกษตรกร

จากผลการศึกษาผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการลำไยที่มีต่อเกษตรกรทั้งภาคตะวันออกและภาคเหนือจะคล้ายคลึงกัน ซึ่งในด้านดีการมีโรงคัดบรรจุเข้ามารับซื้อผลผลิตลำไยในพื้นที่เป็นจำนวนมากส่งผลให้เกษตรกรมีทางเลือกในการขายผลผลิตได้สะดวกขึ้น มีตลาดรับซื้อที่แน่นอน โดยมีการแข่งขันกันรับซื้อผลผลิตมากขึ้น ส่งผลให้ราคารับซื้อเพิ่มขึ้นและมีแรงงานเก็บเกี่ยว รวมถึง ไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง สำหรับผลกระทบ พบว่า ราคาผลผลิตลำไยขึ้นอยู่กับโรงคัดบรรจุเป็นผู้กำหนดราคา ทั้งนี้ เกษตรกรบางรายยังไม่มีการรวมกลุ่มกันในการขายผลผลิตลำไย ทำให้ไม่มีอำนาจต่อรองราคากับโรงคัดบรรจุ ส่งผลให้เกษตรกรถูกกดราคารับซื้อ และโรงคัดบรรจุตีราคาผลผลิตเป็นเกรดต่ำกว่า โดยเฉพาะในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมาก รวมถึงการผิดสัญญาในการรับซื้อผลผลิตลำไยของโรงคัดบรรจุและเกษตรกร โดยโรงคัดบรรจุรับซื้อลำไยเฉพาะลูกใหญ่ เกรดดี และไม่รับซื้อลำไยลูกเล็กที่ไม่ได้ขนาด ตามที่ตกลงกันไว้ในสัญญา ส่วนเกษตรกรจำหน่ายผลผลิตให้กับโรงคัดบรรจุอื่นที่ไม่ได้ทำสัญญากัน ซึ่งไม่เป็นไปตามที่ตกลงกันไว้ในสัญญาซื้อขาย นอกจากนี้

การมีโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งในพื้นที่ส่งผลดีต่อเกษตรกร เนื่องจากเกษตรกรมีที่ขายลำไยได้สะดวกขึ้น เดินทางใกล้ และไม่ต้องขนส่งไปขายไกล ทำให้ขายผลผลิตลำไยได้มากขึ้น และได้ราคาดีขึ้น แต่ขณะเดียวกันได้ส่งผลกระทบต่อเกษตรกร เนื่องจากต้องรอประกาศราคาช่วงเย็น จึงจะจำหน่ายผลผลิตลำไยได้ ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพของลำไย ทำให้ผลผลิตเสียหาย และทำให้เกิดปัญหามลภาวะจากการเน่าเสีย

5.1.3 ผลกระทบจากการทำธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีต่อธุรกิจลำไยไทย

1) ส่วนเหลื่อมการตลาดและมูลค่าทางเศรษฐกิจธุรกิจส่งออกลำไยสด ผลการวิเคราะห์ส่วนเหลื่อมการตลาดของการส่งออกลำไยสด ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนการตลาดและกำไร พบว่า โรงคัดบรรจุภาคตะวันออก/พ่อค้าส่งมีส่วนเหลื่อมการตลาดกิโลกรัมละ 45.47 บาท แบ่งเป็น ต้นทุนการตลาดกิโลกรัมละ 27.71 บาท และกำไรสุทธิกิโลกรัมละ 17.76 บาท สำหรับโรงคัดบรรจุภาคเหนือมีส่วนเหลื่อมการตลาดกิโลกรัมละ 46.37 บาท แบ่งเป็นต้นทุนการตลาดกิโลกรัมละ 28.74 บาท และกำไรกิโลกรัมละ 17.63 บาท และเมื่อนำมาวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจ พบว่า การประกอบธุรกิจส่งออกลำไยสดมีกำไรทั้งสิ้น 10,616 ล้านบาท เมื่อแยกรายภาค พบว่า การส่งออกลำไยสดของภาคตะวันออกมีกำไร 5,391 ล้านบาท และการส่งออกลำไยสดของภาคเหนือมีกำไร 5,225 ล้านบาท

2) ส่วนเหลื่อมการตลาดและมูลค่าทางเศรษฐกิจธุรกิจส่งออกลำไยอบแห้งทั้งเปลือก สำหรับผลการวิเคราะห์ส่วนเหลื่อมการตลาดของการส่งออกลำไยอบแห้งทั้งเปลือก โดยมีการประกอบธุรกิจเฉพาะทางภาคเหนือ ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนการตลาดและกำไร พบว่า ผู้ประกอบการแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกมีส่วนเหลื่อมการตลาดกิโลกรัมละ 35.61 บาท แบ่งเป็นต้นทุนการตลาดกิโลกรัมละ 18.83 บาท และกำไรสุทธิกิโลกรัมละ 16.78 บาท และเมื่อนำมาวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจ พบว่า การประกอบธุรกิจส่งออกลำไยอบแห้งทั้งเปลือกมีกำไรทั้งสิ้น 2,980 ล้านบาท

3) ส่วนแบ่งมูลค่ากำไรจากการประกอบธุรกิจลำไย โดยสัดส่วนมูลค่ากำไรของโรงคัดบรรจุส่วนใหญ่เป็นของผู้ประกอบการต่างชาติ ขณะที่ผู้ประกอบการไทยมีส่วนแบ่งของกำไรค่อนข้างน้อย และมีแนวโน้มปรับเปลี่ยนไปรับจ้างบรรจุภัณฑ์ (Packing) มากขึ้น เนื่องจากมีเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ และโอกาสในการเข้าถึงสถาบันการเงินและขอสินเชื่อในอัตราดอกเบี้ยต่ำน้อย รวมทั้งการเข้าไปดำเนินธุรกิจที่ตลาดจีนด้วยตนเองทำได้ค่อนข้างยาก ทำให้ผู้ประกอบการไทยต้องใช้ระบบฝากขายที่ตลาดจีน (Consignment) ขณะที่ผู้ประกอบการจีนสามารถทำการตลาดได้ง่ายกว่า รวมถึงราคาขายที่ตลาดปลายทางหากเป็นผู้ประกอบการจีนมีแนวโน้มที่จะขายได้ราคาสูงกว่าผู้ประกอบการไทย จึงกล่าวได้ว่า ในการประกอบธุรกิจส่งออกลำไยยิ่งมีสัดส่วนจำนวนโรงคัดบรรจุของต่างชาติเข้ามาประกอบธุรกิจมากเท่าไรก็จะทำให้มีส่วนแบ่งของกำไรในการส่งออกมากเท่านั้น และหากโรงคัดบรรจุมีเงินทุนที่สามารถดำเนินการได้เองตลอดห่วงโซ่อุปทานยิ่งทำให้มีผลกำไรมากขึ้นไปอีก

4) มูลค่าทางเศรษฐกิจของการจ้างแรงงาน เมื่อพิจารณาผลกระทบทางเศรษฐกิจของการจ้างแรงงาน พบว่า ส่วนใหญ่จะจ้างแรงงานต่างด้าวประมาณร้อยละ 90 และแรงงานไทยประมาณร้อยละ 10 เนื่องจากแรงงานไทยมีการเคลื่อนย้ายไปทำงานในนิคมอุตสาหกรรมมากขึ้น เพราะได้รับค่าตอบแทนที่สูงกว่า ทั้งนี้ ในการประกอบธุรกิจลำไยมีมูลค่าการจ้างงานทั้งสิ้น 4,011 ล้านบาทต่อปี โดยแบ่งเป็นค่าจ้างแรงงานไทย

327 ล้านบาทต่อปี หรือประมาณร้อยละ 8 ของค่าจ้างแรงงานทั้งหมด และค่าจ้างแรงงานต่างด้าว 3,684 ล้านบาทต่อปี คิดเป็นร้อยละ 92 ของค่าจ้างแรงงานทั้งหมด เมื่อแยกตามกิจกรรมในการดำเนินธุรกิจส่งออกลำไยสด พบว่า แรงงานที่ใช้ในการเก็บเกี่ยวลำไยมีมูลค่า 2,866 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นแรงงานต่างด้าว สำหรับแรงงานในโรงคัดบรรจุลำไยคิดเป็นมูลค่า 1,056 ล้านบาท โดยมีทั้งแรงงานไทย และแรงงานต่างด้าว ส่วนค่าจ้างแรงงานของโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก ซึ่งคำนวณได้เฉพาะค่าจ้างในการคัดเกรด โดยส่วนใหญ่เป็นแรงงานไทย เนื่องจากต้องใช้ความชำนาญและประสบการณ์ในการคัดเกรด คิดเป็นมูลค่า 89 ล้านบาท ส่วนค่าจ้างด้านอื่นๆ ไม่สามารถคำนวณได้ เนื่องจากไม่ทราบข้อมูลของจำนวนแรงงานทั้งหมด อย่างไรก็ตาม ในช่วงที่ผลผลิตออกมากโรงคัดบรรจุประสบปัญหาแรงงานมีไม่เพียงพอ มีการขึ้นค่าจ้างแรงงานแข่งกัน และทำให้เกิดการโยกย้ายแรงงาน

5) สรุปผลกระทบทางเศรษฐกิจในการส่งออกลำไยและการจ้างงาน การประกอบธุรกิจลำไยของโรงคัดบรรจุได้ส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจและการจ้างงาน โดยมีสัดส่วนของกำไรจากการส่งออกทั้งหมดคิดเป็นมูลค่า 17,607 ล้านบาท หรือร้อยละ 54 ของมูลค่าการส่งออกลำไยสดและผลิตภัณฑ์ทั้งหมด เนื่องจากความต้องการของตลาดปลายทาง ประกอบกับผู้บริโภคชาวจีนมีความเชื่อว่าลำไยเป็นผลไม้ดวงตามังกร เมื่อบริโภคแล้วจะโชคดี เจริญรุ่งเรือง จึงดึงดูดให้ผู้ประกอบการเข้ามาลงทุนในธุรกิจส่งออกลำไยมากขึ้นเรื่อยๆ นับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะผู้ประกอบการต่างชาติ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ส่งออกชาวจีนที่มีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอในการดำเนินธุรกิจ และมีความสะดวกในการจำหน่ายที่ตลาดปลายทางได้เป็นอย่างดี จึงส่งผลให้เกิดการแข่งขันการรับซื้อลำไยจากเกษตรกรไทย โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลปีใหม่ ตรุษจีน ซึ่งตลาดปลายทางมีความต้องการมาก จึงมีการสั่งจองและรับซื้อผลผลิตล่วงหน้าตั้งแต่ยังไม่เห็นผลผลิต โดยราคาที่เกษตรกรขายได้ในช่วงที่ทำสัญญาตกลงซื้อขายล่วงหน้ากับราคาที่ขายได้ในช่วงเก็บเกี่ยวอาจมีการเปลี่ยนแปลง หากผลผลิตไม่ได้คุณภาพหรือไม่เป็นไปตามที่ตกลงกันไว้ ก่อให้เกิดปัญหาการผิดสัญญาระหว่างกัน รวมถึงการอ้างอิงสถานการณ์ราคาที่ตลาดปลายทางของผู้ส่งออกเพื่อขอปรับลดราคารับซื้อ เกษตรกรจึงเป็นผู้รับความเสี่ยงในการผลิต และการตลาดของลำไย นอกจากนี้ มูลค่าของการจ้างงานในการประกอบธุรกิจลำไย พบว่า ค่าจ้างแรงงานส่วนใหญ่เป็นของต่างด้าวทั้งในกิจกรรมการเก็บเกี่ยว การทำงานในโรงคัดบรรจุลำไยสด และในโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกภายใต้เงินทุนของผู้ประกอบการต่างชาติ และการบริหารจัดการภายในโรงคัดบรรจุและในโรงงานโดยคนไทย ดังนั้น จากผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ผลกำไรและค่าจ้างแรงงานส่วนใหญ่ในการประกอบธุรกิจลำไยมากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นของต่างชาติ รวมถึงการประกอบธุรกิจลำไยมีแนวโน้มผูกขาดการรับซื้อโดยโรงคัดบรรจุ และการดำเนินธุรกิจโดยผู้ประกอบการต่างชาติมากขึ้น

5.1.4 กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจลำไย

สำหรับผลการศึกษาด้านกฎหมาย และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจลำไย ประกอบด้วยพระราชบัญญัติ 4 ฉบับ ได้แก่ 1) พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 มีบทบาทในการกำหนดหลักเกณฑ์และข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าวในประเทศไทย ซึ่งมีการกำหนดสัดส่วนความเป็นเจ้าของของนิติบุคคลและประเภทธุรกิจที่ไม่อนุญาตให้คนต่างด้าวประกอบกิจการ เช่น การทำนา ทำไร่ ทำสวน และการค้าผลผลิตทางการเกษตรภายในประเทศ เพื่อให้ความคุ้มครองแก่เกษตรกรและผู้ประกอบการชาวไทย 2) พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 มีบทบาทในการควบคุมการค้า

ให้เกิดความเป็นธรรมและป้องกันการมีอำนาจเหนือตลาด เช่น การกำหนดคุณภาพ ขนาด ปริมาณ และราคารับซื้อให้เป็นไปตามความต้องการของผู้ซื้อ โดยไม่มีหลักเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐาน การเขย่าลำต้นให้ผลร่วงหลุดออกจากช่อและการตัดเกรดให้เป็นสินค้าไม่มีคุณภาพ 3) พระราชบัญญัติว่าข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 มีบทบาทในการคุ้มครองคู่สัญญาฝ่ายที่จะเสียเปรียบจากข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม โดยให้ข้อตกลงในสัญญามีสภาพบังคับที่เป็นธรรมและพอสมควรตามกรณี เช่น หากในสัญญาระบุไว้ว่า ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุกำหนดให้ชาวสวนห้ามขายลำไยให้กับผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุรายอื่น หากผิดสัญญาจะต้องเสียค่าปรับและดอกเบี้ยสูงกว่าที่กฎหมายกำหนดหรือสูงเกินจริงในอัตราร้อยละ 5 ต่อเดือน หรือคิดเป็นร้อยละ 60 ต่อปี ซึ่งในกรณีนี้จะต้องมีการปรับข้อตกลงหรือให้ชาวสวนเสียค่าปรับและดอกเบี้ยตามอัตราที่กฎหมายกำหนด และ 4) พระราชบัญญัติให้ใช้บทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร พ.ศ. 2481 นิติบุคคลต่างด้าวที่ประกอบกิจการหรือมีเงินได้จากประเทศไทยจะต้องเสียภาษีตามบทบัญญัตินี้ โดยให้เสียภาษีเงินได้นิติบุคคลจากกำไรสุทธิในอัตราร้อยละ 30 รวมทั้งเสียภาษีมูลค่าเพิ่มอีกร้อยละ 7 และหากมีการจำหน่ายเงินกำไรออกไปจากประเทศไทยแล้วจะต้องเสียภาษีอีกร้อยละ 10 ของเงินกำไรที่จำหน่ายออกไปอีกด้วย ในกรณีที่นิติบุคคลต่างด้าวไม่ได้ประกอบกิจการในประเทศไทยแต่มีเงินได้ที่รับจากหรือในประเทศไทย จะต้องหักภาษี ณ ที่จ่ายร้อยละ 10 – 15 เพื่อนำส่งกรมสรรพากรต่อไป ซึ่งพระราชบัญญัติทั้ง 4 ฉบับ สามารถช่วยในการควบคุมให้ผู้ประกอบการดำเนินการอย่างถูกต้องได้ในระดับหนึ่ง แต่อย่างไรก็ตาม ยังมีผู้ประกอบการอีกส่วนหนึ่งที่ยังไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดในพระราชบัญญัติ ซึ่งอาจจะต้องทำการศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาในระยะต่อไป

5.2 ข้อค้นพบจากการศึกษาและข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อค้นพบจากการศึกษาผลกระทบจากการทำธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีต่อลำไยไทย

1) ปัญหา อุปสรรค และผลกระทบของการประกอบธุรกิจลำไยสด

จากการศึกษาวิจัยพบว่า ปัญหา อุปสรรค และผลกระทบจากการประกอบธุรกิจลำไยสดที่มีต่อเกษตรกร และโรงคัดบรรจุของภาคตะวันออกและภาคเหนือที่มีความคล้ายคลึงกัน เนื่องจากผู้ประกอบการที่รับซื้อลำไยทั้งจากภาคตะวันออกและภาคเหนือส่วนใหญ่เป็นโรงคัดบรรจุเดียวกัน ดังนี้

(1) สัดส่วนกำไรจากการประกอบธุรกิจลำไยหรือมูลค่าทางเศรษฐกิจส่วนใหญ่เป็นของผู้ประกอบการต่างชาติเนื่องจากมีเงินทุนหมุนเวียนในการบริหารจัดการเกือบทั้งระบบ ส่วนผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่รับจ้างจัดหาผลผลิต และบรรจุภัณฑ์ (Packing) เพื่อเตรียมการก่อนการส่งออก

(2) การผิดสัญญาซื้อขายระหว่างเกษตรกรกับโรงคัดบรรจุ เกษตรกรมากกว่าร้อยละ 90 โดยเฉพาะในภาคตะวันออกมีการทำสัญญาซื้อขายลำไยล่วงหน้าก่อนเห็นผล หรือเรียกว่า “ซื้อใบ หรือ ขายใบ” เมื่อถึงเวลาเก็บเกี่ยวคุณภาพไม่เป็นไปตามที่ตกลงกันไว้ตามสัญญา ส่งผลให้เกิดการผิดสัญญา มีปัญหาฟ้องร้องระหว่างกัน และเมื่อถึงวันเก็บเกี่ยวโรงคัดบรรจุอาจมาขอปรับลดราคาลงจากที่ทำสัญญากันไว้กับเกษตรกร เนื่องจากสถานการณ์ราคาที่ตลาดปลายทางไม่ดี หรือคุณภาพไม่ได้ตามที่ต้องการ

(3) ปัญหาคุณภาพของผลผลิต

(3.1) เกษตรกรบางรายไม่ได้นำเงินมัดจำมาดูแลสวนลำไย ทำให้ผลผลิตไม่ได้คุณภาพตามสัญญาที่ตกลงไว้

(3.2) การคัดเกรดหรือตีเกรดที่ไม่มีมาตรฐานที่ชัดเจนของโรงคัดบรรจุ เนื่องจากอาศัยประสบการณ์ของพนักงานคัดเกรด ซึ่งราคาที่เกษตรกรได้รับแต่ละเกรดจะแตกต่างกัน โดยเฉพาะในช่วงที่มีผลผลิตออกมาก โรงคัดบรรจุจะมีความเข้มงวดในการคัดเกรดมากยิ่งขึ้น

(3.3) เกษตรกรบางรายนำผลผลิตยัดไส้มาขายให้กับโรงคัดบรรจุ เช่น นำลำไยเกรด 3 เกรด 4 มาคละรวมกับเกรด 1 เกรด 2 ซึ่งปัญหานี้จะพบในภาคเหนือ ส่งผลให้ตลาดเสียหาย

(3.4) ผลผลิตลำไยมีคุณภาพลดลง เนื่องจากมีการราดสารพร้อมกันมากในช่วงปี 2560 ซึ่งเป็นผลจากภัยแล้งในช่วงปี 2559 ส่งผลให้ผลผลิตลำไยมีเบอร์ 4 – 5 ซึ่งมีขนาดเล็กเป็นจำนวนมาก ประกอบกับฝนตกชุกในช่วงผลผลิตลำไยออกสู่ตลาด ทำให้ผลลำไยมีผิวไม่สวย เป็นฝ้าสีดำ

(4) ปัญหาแรงงาน

(4.1) การขาดแคลนแรงงานในการเก็บเกี่ยวในช่วงที่ผลผลิตลำไยออกสู่ตลาดมาก เช่น ช่วงตรุษจีน ซึ่งเป็นช่วงที่มีความต้องการบริโภคลำไยจากตลาดจีนสูง ดังนั้น จึงต้องอาศัยแรงงานต่างด้าวจากประเทศกัมพูชา เนื่องจากมีอาณาเขตติดต่อกับชายแดนไทยและแรงงานกัมพูชาสามารถเดินทางไปกลับได้ รวมทั้งมีต้นทุนค่าแรงงานต่ำ อย่างไรก็ตาม ปัญหาการขาดแคลนแรงงานในการตัดแต่งกิ่งต้นลำไยและเก็บเกี่ยวผลผลิตมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีการสร้างโรงงานอุตสาหกรรมในประเทศกัมพูชามากขึ้น แรงงานกัมพูชาจึงมีแนวโน้มในการกลับไปทำงานในประเทศตนเองมากขึ้น

(4.2) การขาดแคลนแรงงานในโรงคัดบรรจุ เนื่องจากแรงงานหันไปทำงานในนิคมอุตสาหกรรมมากขึ้น ซึ่งได้รับค่าตอบแทนสูงกว่า ทำให้ต้องใช้แรงงานต่างด้าวเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้ ในช่วงที่มีผลผลิตออกสู่ตลาดมากทำให้แรงงานมีไม่เพียงพอ โดยเฉพาะในช่วงเดือนธันวาคม – มกราคม ซึ่งเป็นช่วงที่ผลผลิตของภาคตะวันออกออกสู่ตลาดมาก ทำให้เกิดการแย่งแรงงาน และขึ้นค่าแรงงาน

(4.3) แรงงานต่างด้าวส่วนใหญ่จะกลับประเทศ/กลับบ้านช่วงเทศกาลสงกรานต์ ทำให้ช่วงเดือนเมษายนเกิดการขาดแคลนแรงงานประมาณ 1 เดือน

(5) ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการเพิ่มขึ้น เนื่องจากการออกใบรับรองการใช้โรงคัดบรรจุสินค้าตามหลักการปฏิบัติที่ดีในการผลิต หรือ GMP (Good Manufacturing Practice) และการปฏิบัติที่ดีสำหรับการรมผลลำไยสดด้วยก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ หรือ GFP (Good Fumigation Practice) ทางภาครัฐโดยกรมวิชาการเกษตรได้ว่าจ้างให้บริษัทเอกชนทำการตรวจสอบมาตรฐาน เพื่อออกใบรับรองแทน ทำให้มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

2) ปัญหา อุปสรรค และผลกระทบของการดำเนินธุรกิจลำไยอบแห้งทั้งเปลือกภาคเหนือ

(1) สัดส่วนกำไรจากการประกอบธุรกิจลำไยหรือมูลค่าทางเศรษฐกิจส่วนใหญ่เป็นของผู้ประกอบการต่างชาติ เนื่องจากมีเงินทุนหมุนเวียนในการบริหารจัดการเกือบทั้งระบบ ส่วนผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่รับจ้างจัดหาผลผลิตและบรรจุภัณฑ์ (Packing) เพื่อเตรียมการก่อนการส่งออก

(2) ผู้ประกอบการไทยขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียน เนื่องจากมีปริมาณผลผลิตและเงินทุนน้อยกว่าผู้ประกอบการจีน ทำให้ขาดเงินทุนหมุนเวียนสำหรับค่าใช้จ่าย และประสบปัญหาอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูง ทำให้ไม่สามารถกู้เงินจากธนาคารได้ และเมื่อเวลากู้ยืมเงินจากธนาคาร ธนาคารจะคิดอัตราดอกเบี้ยจากผู้ประกอบการไทยในอัตราที่สูงกว่าผู้ประกอบการจีน ทำให้ผู้ประกอบการไทยขาดเงินทุน และโอกาสในการดำเนินกิจการรับซื้อลำไยมาแปรรูป ส่งผลให้ผู้ประกอบการจีนที่มีเงินทุนมากกว่าเข้าไปซื้อกิจการขนาดเล็กของคนไทย จึงทำให้จำนวนโรงคัดบรรจุของไทยลดลง และมีจำนวนโรงคัดบรรจุของจีนมากขึ้น ปัจจุบันมีโรงคัดบรรจุลำไยอบแห้งที่มีคนจีนเป็นเจ้าของกว่าร้อยละ 80 ซึ่งส่วนมากเป็นโรงคัดบรรจุ Nominee เกือบทั้งสิ้น

(3) ในการดำเนินธุรกิจส่งออกลำไยอบแห้งทั้งเปลือกไปยังตลาดจีนผู้ประกอบการจีนมีความคล่องตัวและกำลังซื้อมากกว่าผู้ประกอบการไทย สามารถขายตรงและต่อรองราคาที่ตลาดจีนได้เนื่องจากมีหน้าร้านเป็นของตนเอง ส่วนผู้ประกอบการไทยเป็นเพียงคนกลางในการบริหารจัดการผลผลิตให้ผู้ประกอบการจีนเพื่อส่งออก โดยผู้ประกอบการไทยจะมีต้นทุนการตลาดสูงกว่าประมาณกิโลกรัมละ 2 - 3 บาท ขณะที่จำหน่ายได้ในราคาที่ต่ำกว่าประมาณกิโลกรัมละ 5 - 10 บาท

(4) การขาดแคลนแรงงานคนไทย

(4.1) การขาดแคลนแรงงานคนไทย เนื่องจากแรงงานไทยหันไปทำงานในนิคมอุตสาหกรรมมากขึ้น ซึ่งได้รับค่าตอบแทนสูงกว่า ทำให้ต้องพึ่งพาแรงงานต่างด้าว

(4.2) การพึ่งพาแรงงานต่างด้าวก่อให้เกิดปัญหาค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นในการขึ้นทะเบียนของแรงงาน และจุดอำนวยความสะดวกมีไม่เพียงพอในการให้บริการ นอกจากนี้แรงงานต่างด้าวบางส่วนไม่ได้แจ้งต่ออายุใบอนุญาต ทำให้ผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก และผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุลำไยสดต้องรับความเสี่ยงเพิ่มขึ้น

5.2.2 ข้อเสนอแนะ

แนวทางในการลดความเสี่ยงของเกษตรกร เพื่อให้เกษตรกรสามารถประกอบอาชีพการทำสวนลำไยได้อย่างยั่งยืน มีดังนี้

1) เกษตรกรภาคตะวันออก

1.1) เกษตรกรควรเน้นการผลิตลำไยคุณภาพ และขายลำไยเมื่อเห็นผลผลิตแล้วแทนการขายใบหรือการขายล่วงหน้า และเห็นควรให้มีการรวมกลุ่มในการขายผลผลิตลำไย เพื่อสร้างอำนาจต่อรองด้านราคา และลดปัญหาการผิดสัญญากับโรงคัดบรรจุ

1.2) ภาครัฐควรสนับสนุนให้มีการนำสัญญากลางที่ร่วมกันจัดทำระหว่างเกษตรกรผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาใช้ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่ทั้งสองฝ่าย เพื่อป้องกันการผิดสัญญาระหว่างกัน

1.3) ภาครัฐควรสนับสนุนให้นำระบบตรวจสอบย้อนกลับ หรือ QR Code มาใช้กับผลผลิตลำไยก่อนส่งเข้าโรงคัดบรรจุ เพื่อระบุแหล่งที่มาของผลผลิตลำไยแต่ละจังหวัด เพื่อให้เกิดการแข่งขันการผลิตลำไยคุณภาพภายในประเทศ

1.4) ภาครัฐควรให้ความช่วยเหลือในการลดต้นทุนการผลิตให้กับเกษตรกร โดยเฉพาะรายย่อยที่ขาดเงินทุนหมุนเวียน เช่น การสนับสนุนปัจจัยการผลิต การหาแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ และแหล่งน้ำ เป็นต้น

2) เกษตรกรภาคเหนือ

2.1) ภาครัฐควรส่งเสริมและสนับสนุนเกษตรกรผลิตลำไยคุณภาพตรงกับความต้องการของตลาด และสร้างจิตสำนึกให้เกษตรกรมีความซื่อสัตย์ในการขายผลผลิตตามเกรดที่ตกลงกันไว้กับโรงคัดบรรจุ เพื่อป้องกันปัญหาการยัดไส้ ซึ่งส่งผลให้โรงคัดบรรจุกดราคารับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรได้

2.2) ภาครัฐควรกำกับดูแลในด้านคุณภาพและราคาของผลผลิตลำไยให้ได้ตามความต้องการของตลาด โดยควรเข้าไปให้ความช่วยเหลือในเรื่องการกำหนดราคารับซื้อกับเกษตรกร และเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารเรื่องการตลาด เช่น ราคาที่ตลาดปลายทางให้เกษตรกรได้รับรู้ รวมทั้งการกำหนดมาตรฐานกลางในการคัดเกรดที่ชัดเจนของแต่ละโรงคัดบรรจุ

2.3) ภาครัฐควรสนับสนุนให้นำเทคนิควิธีการตัดแต่งกิ่งลำไยมาใช้ เพื่อให้ได้ผลลำไยที่มีขนาดใหญ่และมีคุณภาพดี เนื่องจากผลลำไยที่มีจำนวนมากและมีขนาดเล็กในแต่ละช่อทำให้ผลลำไยแตกได้ง่าย

2.4) ภาครัฐควรสนับสนุนการวางแผนการผลิตลำไยของเกษตรกรร่วมกับภาคเอกชนหรือผู้ส่งออกเพื่อให้ผลผลิตกระจายตัวออกสู่ตลาด รวมทั้งการสนับสนุนแหล่งน้ำในการทำการเกษตร เนื่องจากน้ำเป็นปัจจัยสำคัญในการเพาะปลูก และทำให้ผลผลิตออกสู่ตลาดพร้อมกัน ซึ่งจะช่วยให้ราคาที่เกษตรกรขายได้ไม่ตกต่ำมากนัก

2.5) ภาครัฐควรให้ความช่วยเหลือในการลดต้นทุนการผลิตให้กับเกษตรกร โดยเฉพาะเกษตรกรรายย่อยที่ขาดเงินทุนหมุนเวียน เช่น การสนับสนุนปัจจัยการผลิต การหาแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ เป็นต้น

แนวทางในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการลำไยสดและลำไยอบแห้งทั้งเปลือก เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคงและถูกต้องตามกฎหมายการค้าของไทย มีดังนี้

3) โรงคัดบรรจุลำไยสดภาคตะวันออกและภาคเหนือ

3.1) ภาครัฐควรกำหนดเกณฑ์มาตรฐานกลางในการคัดเกรดลำไยอย่างชัดเจน และจัดอบรมพนักงานคัดเกรดของโรงคัดบรรจุ เพื่อป้องกันปัญหาการกดราคา และการผิดสัญญาเรื่องคุณภาพของโรงคัดบรรจุกับเกษตรกร

3.2) สนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนให้กับผู้ประกอบการไทยในการดำเนินธุรกิจลำไย เพื่อให้มีเงินทุนหมุนเวียนอยู่ในประเทศไทยมากขึ้น และส่งเสริมการลงทุนร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการไทยและผู้ประกอบการจีน โดยอยู่ภายใต้ระเบียบทางการค้าที่เป็นธรรมแก่ทั้งสองฝ่าย

3.3) สร้างความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและผู้ประกอบการในการบริหารจัดการวางแผนด้านแรงงานไทยและแรงงานต่างด้าว เพื่อให้เกิดความสมดุลของแรงงานและทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้

3.4) มีความเข้มงวดในการตรวจสอบผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจเพื่อลดความเสี่ยงของเกษตรกร และการจัดระเบียบทางการค้าของโรงคัดบรรจุที่เข้ามาดำเนินธุรกิจลำไยให้อยู่ภายใต้กฎหมายทางการค้าของไทย

4) โรงงานแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกภาคเหนือ

4.1) สนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนให้กับผู้ประกอบการไทยในการดำเนินธุรกิจลำไย เพื่อให้มีเงินทุนหมุนเวียนอยู่ในประเทศไทยมากขึ้น

4.2) สร้างความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและผู้ประกอบการในการบริหารจัดการวางแผนด้านแรงงานไทยและแรงงานต่างด้าว เพื่อให้เกิดความสมดุลของแรงงานและทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ รวมทั้งมีความเข้มงวดในการตรวจสอบผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจ เพื่อลดความเสี่ยงของเกษตรกร

4.3) มีความเข้มงวดในการตรวจสอบผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจ เพื่อลดความเสี่ยงของเกษตรกร และการจัดระเบียบทางการค้าของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุที่เข้ามาดำเนินธุรกิจลำไยให้อยู่ภายใต้กฎหมายทางการค้าของไทย

5) กฎหมายหรือกฎระเบียบในการประกอบธุรกิจผลไม้

5.1) ประเทศไทยควรมีกฎหมายที่ใช้ควบคุมการประกอบธุรกิจผลไม้ที่เป็นตัวแทนอำพราง (Nominee) ให้กับชาวต่างชาติ เช่น การเก็บภาษีในอัตราที่มากกว่าผู้ประกอบการผลไม้ชาวไทย และลดความเข้มงวดในการส่งออกให้กับผู้ประกอบการชาวไทย และควรมีข้อกำหนดให้ชาวต่างชาติที่เข้ามาประกอบธุรกิจผลไม้ต้องมีการนำเงินทุนของตนเองมาลงทุน เนื่องจากเงินลงทุนของชาวต่างชาติมักมาจากการกู้สถาบันการเงินของไทยในอัตราดอกเบี้ยต่ำ

5.2) ประเทศไทยควรมีกฎหมายใช้บังคับอย่างจริงจัง เจ้าหน้าที่ภาครัฐควรใช้กฎหมายที่มีอยู่ได้แก่ พระราชบัญญัติประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 ให้มีผลบังคับใช้อย่างจริงจัง เนื่องจากที่ผ่านมายังไม่มีการบังคับใช้กฎหมายได้อย่างเคร่งครัด

5.3) เกษตรกรไทยควรมีการรวมกลุ่มกันในการประกอบธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้มีอำนาจต่อรองมากขึ้น รวมทั้งเพื่อให้มีประสบการณ์ที่หลากหลาย และมีเงินทุนเป็นของตัวเอง นำไปสู่การลดต้นทุนในการผลิต ลดการพึ่งพาเงินทุนจากแหล่งภายนอก และมีความสามารถในการพึ่งพาตนเองในระยะยาว

5.4) พระราชบัญญัติทั้ง 4 ฉบับ ได้แก่ 1) พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 2) พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 3) พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 และ 4) ประมวลรัษฎากร สามารถช่วยในการควบคุมให้ผู้ประกอบการดำเนินการอย่างถูกต้องได้ในระดับหนึ่ง แต่อย่างไรก็ตาม ก็มีผู้ประกอบการอีกส่วนหนึ่งที่ยังไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดในพระราชบัญญัติ ซึ่งอาจจะต้องทำการศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาในระยะต่อไป

5.5) จากการสำรวจความคิดเห็นด้านกฎหมายจากเกษตรกรร้อยละ 78.13 เชื่อว่ามีผู้ประกอบการที่เป็น Nominee ประกอบกับข้อคิดเห็นของผู้ประกอบการเชื่อว่า มีผู้ประกอบการชาวไทยที่เป็นตัวแทนอำพรางให้กับชาวต่างชาติ ในระดับปานกลาง ซึ่งการหลีกเลี่ยงกฎหมายโดยการมีตัวแทนอำพรางส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อเศรษฐกิจเนื่องจากรายได้ที่ควรเป็นของคนไทย แต่กลับเป็นของคนต่างด้าว ซึ่งการมี Nominee ชี้ให้เห็นว่ากฎหมายของไทยยังต้องมีการปรับปรุง อาจเป็นปัญหาในทางปฏิบัติหรือเป็นช่องว่างของกฎหมาย

บรรณานุกรม

กรมวิชาการเกษตร. (2561). *จำนวนโรงคัดบรรจุที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP.* สำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 6 และเขตที่ 1. กรมวิชาการเกษตร.

กรมศุลกากร. (2561). *รายงานสถิติ* [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: http://www.customs.go.th/statistic_report.php (วันที่สืบค้นข้อมูล: 15 ตุลาคม 2560).

กรมสรรพากร. *ประมวลรัษฎากรฉบับอิเล็กทรอนิกส์* [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: http://www.rd.go.th/publish/315.0.html (วันที่สืบค้นข้อมูล: 19 พฤศจิกายน 2561).

คณะกรรมาธิการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน สภานิติบัญญัติแห่งชาติ. (2559). *รายงานผลการศึกษาเรื่องการตั้งโรงคัดบรรจุผลไม้ (ล้ง) ของผู้ประกอบการชาวต่างชาติในจังหวัดจันทบุรี*.

พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560. (2560, 7 กรกฎาคม). *ราชกิจจานุเบกษา.* หน้า 22-45

พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542. (2542, 4 ธันวาคม). *ราชกิจจานุเบกษา.* หน้า 1-15

พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540. (2540, 16 พฤศจิกายน). *ราชกิจจานุเบกษา.* หน้า 32-36

พนิดา บุญฤทธิ์ธงไชย และคณะ. (2556). *โลจิสติกส์ของลำไยในภาคตะวันออกของประเทศไทย.* คณะทรัพยากรชีวภาพและเทคโนโลยี. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระเจ้าเกล้าธนบุรี. กรุงเทพฯ.

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2555). *รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาการขยายตลาดผลไม้ไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ภายใต้การเปิดเขตการค้าเสรีไทย-จีน*. ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ เสนอต่อ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. กรุงเทพฯ.

ยรรยง ศรีสม. (2553). *ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในงานโลจิสติกส์: การเชื่อมโยงของกิจกรรมในโซ่อุปทานเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับปัจจัยการผลิต กิจกรรมเชื่อมโยงโซ่อุปทานสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับปัจจัยการผลิต*. Technology Management, April-May 2553, vol.37 No.210.

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2553). รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของสินค้าเกษตร ภายใต้โครงการการศึกษาวิจัยตลอดจนติดตามประเมินผลเพื่อเสนอแนวทางนโยบายการปรับโครงสร้างภาคการผลิต การค้า และการลงทุน. เสนอต่อสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

สมคิด ทักษิณาวิสุทธิ์. (2548). *หลักการตลาดสินค้าเกษตร*. คณะเศรษฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ.

สมพร อิศวิลานนท์. (2546). *การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของราคา: กรณีผลไม้ลำไย.* เอกสารงานวิจัย. กรุงเทพฯ.

สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. (2561). *สถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย.* เข้าถึงได้จาก: http://tradereport.moc.go.th. (วันที่สืบค้นข้อมูล: 15 พฤศจิกายน 2560).

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2558). *ยุทธศาสตร์การพัฒนาโลจิสติกส์และโซ่อุปทานภาคการเกษตร พ.ศ. 2556 - 2559*. คณะอนุกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์การเกษตร ภายใต้คณะกรรมการพัฒนาระบบการบริหารจัดการขนส่งสินค้าและบริการของประเทศ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2560). *สถิติการเกษตรของประเทศไทย ปี 2560*.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2561). *ข้อมูลเนื้อที่ให้ผล ผลผลิต และราคาที่เกษตรกรขายได้.* ศูนย์สารสนเทศการเกษตร.

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเซี่ยเหมิน. (2560). รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ: สถานการณ์ตลาดผลไม้นำเข้าในจีน [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: http://www.ditp.go.th/ contents_ attach/168157/168157.pdf. (วันที่สืบค้นข้อมูล: 22 พฤศจิกายน 2560).

Likert, R. (1932). *A Technique for the Measurement of Attitudes*. New York: Archives of Psychology, 22(140), 55.

Porter, M. E. (1985). *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance.* NY: Free Press.

TRADE MAP. (2561). *ข้อมูลนำเข้าส่งออก* [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: https://www.trademap.org/Index.aspx (วันที่สืบค้นข้อมูล: 20 มีนาคม 2561).

ภาคผนวก

ตารางผนวกที่ 1.1 ปริมาณผลผลิตลำไยสดที่ออกสู่ตลาดรายเดือน ปี 2560

ภาค	ปริมาณการขายผลผลิตรายเดือน ปี 2560 (ตัน)												รวม (ตัน)
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	
ทั้งประเทศ	**144,760**	**58,765**	**57,754**	**25,994**	**13,419**	**13,396**	**105,718**	**245,035**	**54,373**	**67,568**	**121,529**	**126,775**	**1,035,086**
รวมทั้ง 2 ภาค	**141,867**	**55,095**	**57,455**	**25,827**	**12,653**	**9,280**	**98,967**	**237,875**	**53,953**	**67,500**	**121,181**	**125,582**	**1,007,235**
ภาคเหนือ 8 จังหวัด	58,238	39,828	20,302	14,583	12,178	9,280	98,967	237,472	38,423	16,310	25,069	49,186	**619,836**
ภาคตะวันออก	83,629	15,267	37,153	11,244	475	-	-	403	15,530	51,190	96,112	76,396	**387,399**

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2560)

ตารางผนวกที่ 1.2 ปริมาณการส่งออกสำไยสดไปจีน ฮ่องกง เวียดนาม รายเดือน แยกตามภาค ปี 2560

ภาค	ปริมาณการส่งออกลำไยสดรายเดือน ปี 2560 (ตัน)												รวม (ตัน)
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	
ภาคเหนือ 8 จังหวัด	54,407	33,459	15,687	11,242	7,319	5,653	35,668	45,336	26,051	11,245	22,356	27,927	**296,350**
ภาคตะวันออก	78,128	12,826	28,707	8,668	285	-	-	-	10,530	35,293	85,712	43,376	**303,525**
รวม	**132,535**	**46,285**	**44,393**	**19,910**	**7,604**	**5,653**	**35,668**	**45,336**	**36,581**	**46,538**	**108,068**	**71,303**	**599,875**

ที่มา: ข้อมูลการส่งออก จากกรมศุลกากร รวบรวมและคำนวณโดยผู้วิจัย

หมายเหตุ: ปริมาณการส่งออกรายเดือน คำนวณจากสัดส่วนผลผลิตที่ออกสู่ตลาดของแต่ละภาค

ภาคผนวกที่ 2

บัญชีท้ายพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542

<u>บัญชีหนึ่ง</u>

ธุรกิจที่ไม่อนุญาตให้คนต่างด้าวประกอบกิจการด้วยเหตุผลพิเศษ ดังนี้

(1) การทำกิจการหนังสือพิมพ์ การทำกิจการสถานีวิทยุกระจายเสียง หรือสถานีวิทยุโทรทัศน์

(2) การทำนา ทำไร่ หรือทำสวน

(3) การเลี้ยงสัตว์

(4) การทำป่าไม้และการแปรรูปไม้จากป่าธรรมชาติ

(5) การทำการประมงเฉพาะการจับสัตว์น้ำในน่านน้ำไทยและในเขตเศรษฐกิจจำเพาะของประเทศไทย

(6) การสกัดสมุนไพรไทย

(7) การค้าและการขายทอดตลาดโบราณวัตถุของไทย หรือที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ของประเทศ

(8) การทำหรือหล่อพระพุทธรูป และการทำบาตร

(9) การค้าที่ดิน

<u>บัญชีสอง</u>

ธุรกิจที่ไม่อนุญาตให้คนต่างด้าวประกอบกิจการ ด้วยเหตุผลที่เกี่ยวกับความปลอดภัยหรือความมั่นคงของประเทศหรือมีผลกระทบต่อศิลปวัฒนธรรม จารีตประเพณี หัตถกรรมพื้นบ้าน หรือทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ดังนี้

<u>หมวด 1 ธุรกิจที่เกี่ยวกับความปลอดภัยหรือความมั่นคงของประเทศ</u>

(1) การผลิต การจำหน่าย และการซ่อมบำรุง

(ก) อาวุธปืน เครื่องกระสุนปืน ดินปืน วัตถุระเบิด

(ข) ส่วนประกอบของอาวุธปืน เครื่องกระสุนปืน และวัตถุระเบิด

(ค) อาวุธยุทโธปกรณ์ เรือ อากาศยาน หรือยานพาหนะทางการทหาร

(ง) อุปกรณ์หรือส่วนประกอบของอุปกรณ์สงครามทุกประเภท

(2) การขนส่งทางบก ทางน้ำ หรือทางอากาศในประเทศ รวมถึงกิจการการบินในประเทศ

<u>หมวด 2 ธุรกิจที่มีผลกระทบต่อศิลปวัฒนธรรม จารีตประเพณี และหัตถกรรมพื้นบ้าน</u>

(1) การค้าของเก่า หรือศิลปวัตถุ ซึ่งเป็นงานศิลปกรรม หัตถกรรมของไทย

(2) การผลิตเครื่องไม้แกะสลัก

(3) การเลี้ยงไหม การผลิตเส้นไหมไทย การทอผ้าไหมไทย หรือการพิมพ์ลวดลายผ้าไหมไทย

(4) การผลิตเครื่องดนตรีไทย

(5) การผลิตเครื่องทอง เครื่องเงิน เครื่องถม เครื่องทองลงหิน หรือเครื่องเขิน

(6) การผลิตถ้วยชามหรือเครื่องปั้นดินเผาที่เป็นศิลปวัฒนธรรมไทย

หมวด 3 ธุรกิจที่มีผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อม

(1) การผลิตน้ำตาลจากอ้อย

(2) การทำนาเกลือ รวมทั้งการทำนาสินเธาว์

(3) การทำเกลือหิน

(4) การทำเหมือง รวมทั้งการระเบิดหรือย่อยหิน

(5) การแปรรูปไม้เพื่อทำเครื่องเรือนและเครื่องใช้สอย

บัญชีสาม

ธุรกิจที่คนไทยยังไม่มีความพร้อมที่จะแข่งขันในการประกอบกิจการกับคนต่างด้าว ดังนี้

(1) การสีข้าว และการผลิตแป้งจากข้าวและพืชไร่

(2) การทำการประมง เฉพาะการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ

(3) การทำป่าไม้จากป่าปลูก

(4) การผลิตไม้อัด แผ่นไม้วีเนียร์ ชิปบอร์ด หรือฮาร์ดบอร์ด

(5) การผลิตปูนขาว

(6) การทำกิจการบริการทางบัญชี

(7) การทำกิจการบริการทางกฎหมาย

(8) การทำกิจการบริการทางสถาปัตยกรรม

(9) การทำกิจการบริการทางวิศวกรรม

(10) การก่อสร้าง ยกเว้น

(ก) การก่อสร้างสิ่งซึ่งเป็นการให้บริการพื้นฐานแก่ประชาชนด้านการสาธารณูปโภคหรือการคมนาคมที่ต้องใช้เครื่องมือเครื่องจักร เทคโนโลยีหรือความชำนาญในการก่อสร้างเป็นพิเศษ โดยมีทุนขั้นต่ำของคนต่างด้าวตั้งแต่ห้าร้อยล้านบาทขึ้นไป

(ข) การก่อสร้างประเภทอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

(11) การทำกิจการนายหน้าหรือตัวแทน ยกเว้น

(ก) การเป็นนายหน้าหรือตัวแทนซื้อขายหลักทรัพย์หรือการบริการที่เกี่ยวกับการซื้อขายล่วงหน้าซึ่งสินค้าเกษตรหรือตราสารทางการเงินหรือหลักทรัพย์

(ข) การเป็นนายหน้าหรือตัวแทนซื้อขายหรือจัดหาสินค้าหรือบริการที่จำเป็นต่อการผลิตหรือการให้บริการของวิสาหกิจในเครือเดียวกัน

(ค) การเป็นนายหน้าหรือตัวแทนซื้อขาย จัดซื้อหรือจัดจำหน่ายหรือจัดหาตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อการจำหน่าย ซึ่งสินค้าที่ผลิตในประเทศหรือนำเข้ามาจากต่างประเทศอันมีลักษณะ เป็นการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ โดยมีทุนขั้นต่ำของคนต่างด้าวตั้งแต่หนึ่งร้อยล้านบาทขึ้นไป

(ง) การเป็นนายหน้าหรือตัวแทนประเภทอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

(12) การขายทอดตลาด ยกเว้น

(ก) การขายทอดตลาดที่มีลักษณะเป็นการประมูลซื้อขายระหว่างประเทศที่มิใช่การประมูลซื้อขายของเก่า วัตถุโบราณ หรือศิลปวัตถุซึ่งเป็นงานศิลปกรรม หัตถกรรม หรือโบราณวัตถุของไทย หรือที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ของประเทศ

(ข) การขายทอดตลาดประเภทอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

(13) การค้าภายในเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือผลิตผลทางการเกษตรพื้นเมืองที่ยังไม่มีกฎหมายห้ามไว้

(14) การค้าปลีกสินค้าทุกประเภทที่มีทุนขั้นต่ำรวมทั้งสิ้นน้อยกว่าหนึ่งร้อยล้านบาท หรือที่มีทุนขั้นต่ำของแต่ละร้านค้าน้อยกว่ายี่สิบล้านบาท

(15) การค้าส่งสินค้าทุกประเภทที่มีทุนขั้นต่ำของแต่ละร้านค้าน้อยกว่าหนึ่งร้อยล้านบาท

(16) การทำกิจการโฆษณา

(17) การทำกิจการโรงแรม เว้นแต่บริการจัดการโรงแรม

(18) การนำเที่ยว

(19) การขายอาหารหรือเครื่องดื่ม

(20) การทำกิจการเพาะขยายหรือปรับปรุงพันธุ์พืช

(21) การทำธุรกิจบริการอื่น ยกเว้นธุรกิจบริการที่กำหนดในกฎกระทรวง

ภาคผนวกที่ 3

แบบสอบถาม

สำหรับผู้ประกอบการในส่วนของการบริหารจัดการ และห่วงโซ่อุปทาน

แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุลำไย

ข้อมูลที่ถูกบันทึกในแบบสอบถามนี้ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับอย่างเคร่งครัด โดยจะนำไปประมวลและนำเสนอในลักษณะภาพรวมเท่านั้น และไม่เกี่ยวข้องกับการเรียกเก็บภาษีใดๆ

โครงการศึกษาบทบาทของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ที่มีต่อผลไม้ไทย (ลำไย)

ส่วนการบริหารจัดการลำไยในโรงคัดบรรจุลำไยสด (ล้ง)

กิจกรรมหลัก Primary Activity

1. ด้านโลจิสติกส์ขาเข้า

1.1 ล้งมีวิธีการบริหารจัดการการรับซื้อลำไยจากเกษตรกรอย่างไรบ้าง

.....

.....

1.2 บริษัทมีเกณฑ์ในการกำหนดปริมาณและคุณภาพในการรับซื้ออย่างไร

.....

.....

1.3 ล้งมีผู้จัดซื้อทั้งหมดกี่คน และแบ่งการดำเนินงานอย่างไร มีจำนวนแรงงานกี่คน และแต่ละคนมีบทบาทหน้าที่อย่างไรบ้าง

.....

.....

1.4 ขั้นตอนการทำสัญญา ซื้อ-ขาย ลำไยกับเกษตรกร มีวิธีการอย่างไร และกระบวนการชำระเงินให้เกษตรกรเป็นอย่างไร

.....

.....

2. ด้านการปฏิบัติการผลผลิต

2.1 หลังจากรับซื้อลำไยมาถึงโรงคัดบรรจุมีขั้นตอน หรือ กระบวนการจัดการอย่างไรบ้าง เช่น การคัดเกรด การบรรจุภัณฑ์ จำนวนแรงงานในการบริหารจัดการภายในโรงคัดบรรจุ เป็นต้น

.....

.....

2.2 ในกรณีพบสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานตามเกณฑ์ที่ต้องการมีวิธีการดำเนินการอย่างไร

.....

.....

2.3 มีขั้นตอนในการรมก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์อย่างไร และมีการเตรียมการก่อนและหลังขั้นตอนนี้อย่างไร

.....

.....

2.4 มีขั้นตอนการตรวจสอบก่อนการส่งออก และการขอใบรับรองสุขอนามัยพืชก่อนการส่งออกอย่างไร

.....

.....

3. ด้านโลจิสติกส์ขาออก

3.1 มีการบรรจุภัณฑ์ก่อนการส่งออกอย่างไร

.....

.....

3.2 มีขั้นตอนในการขนของขึ้นตู้คอนเทนเนอร์ รวมถึงกระบวนการส่งออกลำไยไปตลาดปลายทางอย่างไร และส่งออกไปประเทศใดบ้าง

.....

.....

3.3 ท่านส่งออกลำไยสดไปต่างประเทศด้วยเส้นทางไหน (ทางเรือ หรือ ทางรถ) และใช้เส้นทางใดมากกว่ากัน เพราะเหตุใด

.....

.....

4. ด้านการตลาดและการขาย

4.1 ตลาดปลายทางมีการกระจายลำไยต่อไปยังตลาดอื่นๆ อย่างไร และรูปแบบการขายเป็นอย่างไร

.....

.....

4.2 การตอบสนองของลูกค้า แนวโน้มของตลาด และการตอบรับของตลาดปลายทางเป็นอย่างไรบ้าง

.....

.....

5. ปัญหาและอุปสรรคอื่นๆ

.....

.....

6. ข้อเสนอแนะ

.....

.....

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านกรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามด้านค่าใช้จ่าย

แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุลำไย

ข้อมูลที่ถูกบันทึกในแบบสอบถามนี้ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับอย่างเคร่งครัด โดยจะนำไปประมวลและนำเสนอในลักษณะภาพรวมเท่านั้น และไม่เกี่ยวข้องกับการเรียกเก็บภาษีใดๆ

โครงการศึกษาบทบาทของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุผลไม้ที่มีต่อผลไม้ไทย (ลำไย)

ชื่อสถานประกอบการ ..... **หมายเลขโทรศัพท์**.....

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

<u>ส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการภายในโรงคัดบรรจุ</u>

1. ลักษณะของการรับซื้อลำไย

วันที่เปิดดำเนินการรับซื้อลำไย.....วันที่ปิดรับซื้อลำไย.....

( ) รับซื้อแบบเหมาสวน ล้งเป็นผู้ขนส่งลำไยมาที่โรงคัดบรรจุเอง

( ) เกษตรกรเป็นผู้ขนส่งลำไยมาขายที่จุดรับซื้อ

2. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการรับซื้อ

รายการ	**ค่าใช้จ่าย**
1. ค่าใช้จ่ายในการเก็บเกี่ยวลำไย และขนส่งมายังล้ง/โรงคัดบรรจุ	
1.1 ล้งมีผู้รวบรวมผลผลิตทั้งหมดกี่คน/แบ่งเป็นกี่สาย	.....คน
1.2 ปริมาณรับซื้อทั้งหมด/วัน หรือปริมาณส่งออกทั้งหมด/ปี	.....ตัน .....ตู้
1.3 จำนวนแรงงานที่ใช้ในการเก็บเกี่ยวลำไยและขนขึ้นรถ แบ่งเป็น ชาย หญิง	.....คน .....คน
1.4 ค่าจ้างแรงงาน แบ่งเป็น ชาย หญิง	.....บาท/วัน/ตะกร้า .....บาท/วัน/ตะกร้า
1.5 ภาชนะที่ใช้บรรจุลำไยจากสวน.....ปริมาณบรรจุ ค่าตะกร้าที่ใช้บรรจุ	.....กก./ตะกร้า .....บาท/ชิ้น
1.6 จำนวนวันที่ใช้ในการเก็บเกี่ยว/สวน - จำนวนรอบเก็บเกี่ยว	.....วัน .....รอบ
1.7 ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บเกี่ยว	.....ชั่วโมง/วัน
1.8 ยานพาหนะที่ใช้ขนส่งลำไยไปที่โรงคัดบรรจุ - ขนาดบรรทุก	....ตัน/คัน
1.9 จำนวนรถที่ใช้	..... คัน
1.10 ค่าจ้างรถขนส่งลำไยไปที่โรงคัดบรรจุ	..... บาท/เที่ยว .....บาท/ตะกร้า

2.ค่าใช้จ่ายในการขนลำไยเข้าล้าง คัดเกรด รมก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์และบรรจุกล่อง	**ค่าใช้จ่าย**
2.1 จำนวนแรงงานที่ใช้ขนลำไยลงจากรถ	.....คน
2.2 ค่าจ้างแรงงานในการขนลำไย	.....บาท/วัน
2.3 ระยะเวลาที่ใช้ในการขนลำไยลง	..... ชั่วโมง/วัน
2.4 จำนวนแรงงานที่ใช้คัดเกรดลำไย แบ่งเป็น ชาย	.....คน
หญิง	.....คน
2.5 ค่าจ้างแรงงานในการคัดเกรด แบ่งเป็น ชาย	.....บาท/วัน
หญิง	.....บาท/วัน
2.6 ระยะเวลาที่ใช้ในการคัดเกรดลำไย	..... ชั่วโมง/วัน
2.7 จำนวนแรงงานที่ใช้บรรจุลำไยลงตะกร้า แบ่งเป็น ชาย	.....คน
หญิง	.....คน
2.8 ค่าจ้างแรงงานในการบรรจุลงตะกร้า แบ่งเป็น ชาย	.....บาท/วัน
หญิง	.....บาท/วัน
2.9 จำนวนแรงงานในการคาดเชือกตะกร้าลำไย	.....บาท/วัน
2.10 ค่าจ้างแรงงานในการคาดเชือกลำไย	.....บาท/วัน
2.11 จำนวนแรงงานที่ใช้ในการรมก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ แบ่งเป็น ชาย	.....คน
หญิง	.....คน
2.12 ค่าจ้างแรงงานในการรมก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ แบ่งเป็น ชาย	.....บาท/วัน
หญิง	.....บาท/วัน
2.13 ระยะเวลาที่ใช้ในการรมก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์	..... ชั่วโมง/วัน
2.14 ค่าก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์	.....บาท/ถัง
2.15 ค่าเชื้อเพลิงในการรมก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์	.....บาท/ครั้ง
- จำนวนครั้งการรมก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์	.....ครั้ง/วัน/รอบผลิต
- ปริมาณการอบต่อครั้ง	.....กก./ตัน/ตู้อบ
2.16 จำนวนแรงงานที่ใช้บรรจุลำไยลงตะกร้า แบ่งเป็น ชาย	.....คน
หญิง	.....บาท/วัน
2.17 ค่าจ้างแรงงานในการบรรจุลงตะกร้า แบ่งเป็น ชาย	.....บาท/วัน
หญิง	.....คน
2.18 ขนาดบรรจุลำไย/ตะกร้า	.....กก./ตะกร้า
- ราคาตะกร้าที่ใช้บรรจุ	.....บาท/ชิ้น
- ราคาค่าสติ๊กเกอร์	.....บาท/ชิ้น
2.19 ระยะเวลาที่ใช้ในการบรรจุลำไยลงตะกร้า	..... ชั่วโมง/วัน

3. ค่าใช้จ่ายในการส่งออกลำไยสด	
3.1 จำนวนแรงงานยกลำไยขึ้นตู้คอนเทนเนอร์ แบ่งเป็น ชาย	.....คน
หญิง	.....คน
3.2 ค่าจ้างแรงงาน แบ่งเป็น ชาย	.....บาท/วัน
หญิง	.....บาท/วัน
3.3 ปริมาณลำไย/ตู้คอนเทนเนอร์ขนาด.....ฟุต	.....กก./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 เส้นทางการขนส่ง	.....
6. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	
6.1 ค่าฝากขายที่จีน	..... บาท/.....
6.2 ค่าภาษีนำเข้าของจีน	..... บาท/.....
6.3 ค่ารถขนส่งไปตลาดอื่นๆ ในจีน	..... บาท/.....
6.4 ค่าอื่นๆ ระบุ.....	..... บาท/.....
6.5 ค่าอื่นๆ ระบุ.....	..... บาท/.....

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านกรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามผู้ผลิตผลไม้ : ลำไย

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้ทำขึ้นเพื่อสำรวจข้อมูลบทบาทผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ที่มีต่อผลไม้ไทย : กรณีศึกษาลำไย โดยแบบสอบถามฉบับนี้มีสองตอน ส่วนที่หนึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ตอบ ส่วนที่สอง เป็นความคิดเห็นเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ ผู้วิจัยขอความร่วมมือให้ท่านโปรดให้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง ทั้งนี้ ข้อมูลที่ท่านให้ความอนุเคราะห์จะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ของงานวิจัยฉบับนี้เท่านั้น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1.1 ชื่อ-สกุล (หากท่านไม่มีความประสงค์จะปกปิด).....

เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง

1.2 จำนวนพื้นที่ปลูกไม้ผล.....ไร่/ราย จำนวนพื้นที่ปลูกลำไย.....ไร่/ราย

1.3 ปริมาณผลผลิตปีที่ผ่านมา.....กก./ราย

1.4 ระยะเวลาการทำอาชีพปลูกผลไม้

☐ น้อยกว่า 1 ปี ☐ 1-3 ปี ☐ 4-6 ปี

☐ 7-9 ปี ☐ 10 ปี ขึ้นไป

1.5 ระยะเวลาการทำอาชีพปลูกลำไย

☐ น้อยกว่า 1 ปี ☐ 1-3 ปี ☐ 4-6 ปี

☐ 7-9 ปี ☐ 10 ปี ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบธุรกิจผลไม้

2.1 ปีที่ผ่านมาท่านจำหน่ายผลผลิตลำไยผ่านช่องทางใดบ้าง จำนวนเท่าไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ จำหน่ายเองตามท้องตลาด ปริมาณ.....กก.

☐ สหกรณ์การเกษตร /กลุ่มเกษตรกร ปริมาณ.....กก.

☐ ผู้รวบรวมท้องถิ่น ปริมาณ.....กก.

☐ ชาวไทย ปริมาณ.....กก. ☐ ชาวต่างชาติ ปริมาณ.....กก.

☐ โรงคัดบรรจุ ปริมาณ.....กก.

☐ ชาวไทย ปริมาณ.....กก. ☐ ชาวต่างชาติ ปริมาณ.....กก.

☐ อื่นๆ (ระบุ) .....ปริมาณ.....กก.

2.2 ท่านเชื่อหรือไม่ว่ามีชาวไทยเป็นตัวแทนอำพราง (Nominee) ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ชาวต่างชาติ

☐ เชื่อว่ามี ☐ ไม่เชื่อว่ามี ☐ ไม่แน่ใจ

2.3 ท่านคิดอย่างไรต่อการมีตัวแทนอำพราง (Nominee) ในผู้ประกอบธุรกิจผลไม้

☐ **ยอมรับได้** เนื่องจาก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ เป็นเรื่องปกติของสังคมไทย

☐ กฎหมายที่มีอยู่มีช่องว่างให้สามารถกระทำได้

☐ ทำให้การประกอบธุรกิจของชาวต่างชาติทำได้ง่าย จูงใจให้ชาวต่างชาติเข้ามาลงทุน

☐ **ยอมรับไม่ได้** เนื่องจาก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

☐ เป็นการทำผิดกฎหมาย

☐ สร้างความเสียหายต่อเศรษฐกิจของประเทศ

☐ ประเทศเสียประโยชน์ทางเศรษฐกิจ

☐ ทำให้ที่ดินตกอยู่ในมือคนต่างชาติ

☐ ผู้ผลิตผลไม้ชาวไทยจะได้ประโยชน์จากการที่นักลงทุนชาวต่างชาติเข้ามารับซื้อผลไม้
☐ เป็นเรื่องไกลตัว ไม่เห็นจะเสียหายอะไร
☐ ทำให้ชาวสวนผลไม้ชาวไทยเสียเปรียบในการประกอบธุรกิจ
☐ อื่นๆ (ระบุ) .....

2.4 ท่านเคยประสบปัญหาการจำหน่ายผลผลิตลำไยให้กับผู้ประกอบการชาวต่างชาติหรือไม่ อย่างไร

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

2.5 ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับซื้อผลผลิตลำไยของผู้ประกอบการชาวต่างชาติอย่างไร

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

2.6 ขอให้ท่านแสดงความคิดเห็นในประเด็นคำถามต่อไปนี้

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น						ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
	ไม่ทราบ	น้อยมาก	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
1. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่ามีผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ชาวไทยเป็นตัวแทนอำพราง (Nominee) ให้กับชาวต่างชาติ							
2. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า การจำหน่ายผลผลิตให้กับผู้ประกอบธุรกิจผลไม้ชาวไทย ดีกว่าการจำหน่ายให้ผู้ประกอบการชาวต่างชาติ							
3. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า ท่านเคยถูกเอาเปรียบโดยผู้ประกอบการชาวต่างชาติ							
4. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า พ.ร.บ.ว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 สามารถช่วยให้เกิดความเป็นธรรมในการจำหน่ายผลผลิต							
5. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า ประเทศไทยควรมีกฎหมายควบคุมการประกอบธุรกิจผลไม้ของชาวต่างชาตินอกเหนือจาก พ.ร.บ.ประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542							

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น						ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
	ไม่ทราบ	น้อยมาก	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
6. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า การประกอบธุรกิจผลไม้ของชาวต่างชาติ อาจสร้างความเสียหายให้แก่เศรษฐกิจของประเทศ							
7. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า กฎหมายที่มีอยู่สามารถควบคุมการประกอบธุรกิจชาวต่างชาติ สามารถสร้างความเป็นธรรมให้กับผู้ประกอบธุรกิจผลไม้ชาวไทยและรักษาไว้ซึ่งประโยชน์ของประเทศ							

3. ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือ

สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร

โทร. 02-561-4727 โทรสาร 02-5614726

แบบสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจลำไย

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้ทำขึ้นเพื่อสำรวจข้อมูลบทบาทผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ที่มีต่อผลไม้ไทย : กรณีศึกษาลำไย โดยแบบสอบถามฉบับนี้มีสองตอน ส่วนที่หนึ่ง เป็นข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ตอบ ส่วนที่สอง เป็นความคิดเห็นเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ ผู้วิจัยขอความร่วมมือให้ท่านโปรดให้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง ทั้งนี้ ข้อมูลที่ท่านให้ความอนุเคราะห์จะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ของงานวิจัยฉบับนี้เท่านั้น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1.1 ชื่อ-สกุล (หากท่านไม่มีความประสงค์จะปกปิด).....

เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง

1.2 ประเภทกิจการ

☐ เป็นเจ้าของเพียงคนเดียว ☐ ห้างหุ้นส่วน

☐ บริษัท จำกัด ☐ บริษัท (มหาชน) จำกัด ☐ อื่นๆ .....

1) กิจการของท่าน เป็นกิจการลำไยประเภท

ประเภทธุรกิจ ☐ ลำไยสด ☐ แปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก ☐ แปรรูปลำไยอบแห้งเนื้อสีทอง

2) กิจการของท่าน ตั้งอยู่ที่จังหวัดใด

จังหวัด ☐ จันทบุรี ☐ เชียงใหม่ ☐ ลำพูน ☐ อื่น ๆ (ระบุ).....

1.3 สัดส่วนการถือหุ้นของชาวต่างชาติ.....เปอร์เซ็นต์ ถือหุ้นโดยคนไทย..... เปอร์เซ็นต์

1.4 ระยะเวลาการดำเนินกิจการ

☐ น้อยกว่า 1 ปี ☐ 1-3 ปี ☐ 4-6 ปี

☐ 7-9 ปี ☐ 10 ปี ขึ้นไป

1.5 กิจการของท่านมีเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบกิจการเท่าใด

☐ น้อยกว่า 1,00,000 บาท/ปี ☐ 1,000,000 – 5,000,000 บาท/ปี

☐ 5,000,001 – 10,000,000 บาท/ปี ☐ 10,000,001 – 15,000,000 บาท/ปี

☐ 15,000,001 – 20,000,000 บาท/ปี ☐ มากกว่า 20 ล้านบาท/ปี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบธุรกิจผลไม้

2.1 ท่านคิดอย่างไรต่อการมีตัวแทนอำพราง (Nominee) ในผู้ประกอบธุรกิจผลไม้

☐ **ยอมรับได้** เนื่องจาก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ เป็นเรื่องปกติของสังคมไทย
- ☐ กฎหมายที่มีอยู่มีช่องว่างให้สามารถกระทำได้
- ☐ ทำให้การประกอบธุรกิจของชาวต่างชาติทำได้ง่าย จูงใจให้ชาวต่างชาติเข้ามาลงทุน
- ☐ ผู้ผลิตผลไม้ชาวไทยจะได้ประโยชน์จากการที่นักลงทุนชาวต่างชาติเข้ามารับซื้อผลไม้
- ☐ เป็นเรื่องไกลตัว ไม่เห็นจะเสียหายอะไร

☐ **ยอมรับไม่ได้** เนื่องจาก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

- ☐ เป็นการทำผิดกฎหมาย
- ☐ สร้างความเสียหายต่อเศรษฐกิจของประเทศ
- ☐ ประเทศเสียประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ทำให้ที่ดินตกอยู่ในมือคนต่างชาติ
- ☐ ทำให้ผู้ประกอบการผลไม้ชาวไทยเสียเปรียบในการประกอบธุรกิจ
- ☐ อื่นๆ (ระบุ) .....

2.2 ขอให้ท่านแสดงความคิดเห็นในประเด็นคำถามต่อไปนี้

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น						ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
	ไม่ทราบ	น้อยมาก	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
1. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า ท่านซึ่งเป็นเจ้าของกิจการชาวไทย มีอำนาจในการบริหารหรือดำเนินกิจการ							
2. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่ามีผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ชาวไทย เป็นตัวแทนอำพราง (Nominee) ให้กับชาวต่างชาติ							
3. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่ามีผู้ประกอบธุรกิจผลไม้ชาวต่างชาติ จำหน่ายผลไม้ภายในประเทศ							
4. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า พ.ร.บ.ประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 สามารถคุ้มครองผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ชาวไทยให้สามารถแข่งขันในธุรกิจผลไม้ต่อไปได้							
5. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า พ.ร.บ.การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 สามารถช่วยรักษาเสถียรภาพตลาดและก่อให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม							
6. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า ประเทศไทยควรมีกฎหมายควบคุมการประกอบธุรกิจผลไม้ของชาวต่างชาตินอกเหนือจาก พ.ร.บ.ประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542							
7. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่าตัวแทนอำพราง (Nominee) ในการประกอบธุรกิจผลไม้สร้างความเสียหายให้แก่ประเทศ							
8. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่ากฎหมายที่มีอยู่สามารถควบคุมการประกอบธุรกิจชาวต่างชาติ สามารถสร้างความเป็นธรรมให้กับผู้ประกอบธุรกิจผลไม้ชาวไทยและรักษาไว้ซึ่งประโยชน์ของประเทศ							

3. ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือ

สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร

โทร. 02-561-4727 โทรสาร 02-5614726