

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบในเรื่องของทรัพยากรธรรมชาติ และมีศักยภาพในการผลิตพืชผลทางการเกษตร ทำให้มีผลผลิตหมุนเวียนอย่างเพียงพอตลอดทั้งปี ปัจจุบันประเทศไทยไม่ได้มุ่งผลิตเพื่อการบริโภคพืชผลทางการเกษตรภายในประเทศเพียงอย่างเดียว ยังมุ่งส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นเงินจำนวนมาก พืชผลทางการเกษตรที่ส่งออกไปยังต่างประเทศมีทั้งที่ส่งออกแบบผลผลิตสดและแปรรูป เป็นการสร้างมูลค่าของพืชผลทางการเกษตร นอกจากจะสร้างรายได้ให้กับประเทศแล้วยังสามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรส่วนพืชผลที่นำมาแปรรูปเพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศมีมากมายหลายชนิดตามความต้องการของตลาด และมูลค่าการส่งออกพืชผลทางการเกษตรมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และกลุ่มประเทศในอาเซียน เป็นต้น

ลำไยเป็นผลไม้ที่สำคัญทางเศรษฐกิจชนิดหนึ่งของประเทศ ผลผลิตลำไยบริโภคได้ทั้งในรูปแบบผลสดและแปรรูปเป็นลำไยอบแห้ง ลำไยกระป๋อง และลำไยแช่แข็ง ประเทศไทยมีความสามารถผลิตลำไยและผลิตภัณฑ์ลำไยได้มากกว่าความต้องการภายในประเทศ โดยผลผลิตส่วนใหญ่จากข้อมูลปี พ.ศ.2550-2555 ประเทศไทยมีการส่งออกลำไยและผลิตภัณฑ์ลำไยไปจำหน่ายต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ภาพรวมของการส่งออกลำไยและผลิตภัณฑ์ลำไยในปี พ.ศ.2550 มีมูลค่า 4,946 ล้านบาท ปัจจุบันลำไยได้ทำรายได้เข้าประเทศถึง 19,895 ล้านบาท และประเทศไทยเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้ส่งออกลำไยไปต่างประเทศ ทำให้มีสวนแบ่งการตลาดสูงถึงร้อยละ 80 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2556)

ลำไยเป็นผลไม้สำคัญของภาคเหนือ โดยเฉพาะในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน การเพาะปลูกลำไยได้ขยายไปยังจังหวัดต่างๆในเขตภาคเหนือตอนบน เช่น จังหวัดลำปาง เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน และตาก รวมทั้งหมด 8 จังหวัด มีผลผลิตรวมกันทั้งปีประมาณ 625,049 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 73 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ โดยมีผลผลิตลำไยในฤดูรวมกัน 374,378 ตัน และนอกฤดู 141,577 ตัน นอกจากนี้ได้ขยายการเพาะปลูกไปยังภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี สระบุรีและปราจีนบุรี ส่วนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดเลย อุดรธานี มีผลผลิตรวมกันทั้งปีประมาณ 228,489 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 27 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ ทำให้ลำไยเป็นผลไม้ที่มีความสำคัญกับประเทศเพิ่มมากขึ้น แม้ว่าจะมีการกระจายการเพาะปลูกไปยังภูมิภาคอื่นๆของประเทศ จังหวัดเชียงใหม่และลำพูนก็ยังคงเป็นแหล่งผลิตลำไยที่สำคัญที่สุด(สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2556)

ตามสถิติการเพาะปลูกลำไยแสดงให้เห็นว่านับตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 เป็นต้นมาพื้นที่เพาะปลูกลำไยได้ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น โดยในปี พ.ศ.2545 ประเทศไทยมีพื้นที่เพาะปลูกลำไย 712,547 ไร่ พื้นที่เพาะปลูกลำไยได้เพิ่มขึ้นเกือบ 2 เท่า ในช่วง10 ปี โดยเพิ่มขึ้นเป็น 1,035,708 ไร่ ในปี พ.ศ. 2555 ทางด้านผลผลิตลำไยนั้นมีความแปรผันขึ้นลงไม่สอดคล้องกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่เพาะปลูกและพื้นที่เก็บเกี่ยว อันเป็นผลมาจากสภาพอากาศ ธรรมชาติของลำไยและการดูแลรักษา โดยผลผลิตรวมของลำไยในช่วงปี พ.ศ.2545 มีทั้งหมด 429,518 ตัน เพิ่มขึ้น 853,538 ตัน ในปี พ.ศ.2555 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2556)

ตารางที่ 1.1 แหล่งพื้นที่ปลูกและผลผลิตลำไยในประเทศไทย ปี พ.ศ.2545 -2555

ปี	พื้นที่เพาะปลูก (ไร่)	พื้นที่ให้ผลผลิต (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม/ไร่)
2545	712,547	545,450	429,518	787
2546	853,976	619,430	369,323	596
2547	930,822	680,294	597,272	878
2548	1,012,932	820,985	712,178	867
2549	1,008,070	870,125	471,892	542
2550	1,009,894	939,029	495,457	528
2551	1,035,556	966,831	476,930	493
2552	1,044,359	968,717	598,872	618
2553	1,034,906	954,574	525,230	550
2554	1,026,796	966,589	772,099	799
2555	1,035,708	1,013,329	853,538	842

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555)

ตารางที่ 1.2 แหล่งพื้นที่ปลูกลำไยในประเทศไทยเป็นรายภาค ปี พ.ศ.2545 – 2555

ปี	ภาคเหนือ		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคกลาง	
	พื้นที่ เพาะปลูก (ไร่)	พื้นที่ให้ผล (ไร่)	พื้นที่ เพาะปลูก (ไร่)	พื้นที่ให้ผล (ไร่)	พื้นที่ เพาะปลูก (ไร่)	พื้นที่ให้ผล (ไร่)
2545	634,785	485,481	45,139	39,151	32,623	20,818
2546	771,910	550,956	47,321	42,083	34,745	26,391
2547	841,832	604,782	50,157	44,034	38,833	31,478
2548	922,391	740,020	50,932	46,799	39,609	34,166
2549	914,941	781,872	51,576	49,840	41,553	38,413
2550	920,834	806,943	52,432	48,683	48,634	40,346
2551	927,684	874,442	54,834	51,105	53,038	41,284
2552	922,804	876,385	53,738	50,197	67,817	42,135
2553	904,484	852,442	51,898	50,621	78,524	51,511
2554	892,512	852,691	49,108	47,895	85,176	66,003
2555	885,585	869,227	46,004	45,561	133,173	98,541

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555)

ปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน มีพื้นที่เพาะปลูกลำไยที่ให้ผลผลิตรวมกันมากที่สุด ซึ่งในปี พ.ศ.2555 มีพื้นที่เพาะปลูกรวม 586,031 ไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 57 ของพื้นที่รวมทั้งหมดทั่วประเทศ โดยในจังหวัดเชียงใหม่จะปลูกมากที่อำเภอจอมทอง อำเภอพร้าว และอำเภอสารภี ส่วนในจังหวัดลำพูนจะปลูกมากที่อำเภอลี้ อำเภอป่าซาง และอำเภอเมือง ให้ผลผลิตต่อปีรวมกัน 479,821 ตัน พันธุ์ที่นิยมปลูก คือ พันธุ์ฮั้วค้อ เพราะสามารถส่งออกไปจำหน่ายและแปรรูปได้ เนื่องจากผลผลิตมีคุณภาพดี ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ปริมาณการส่งออกและมูลค่าการส่งออกเพิ่มมากขึ้น มาจากการขยายพื้นที่เพาะปลูกลำไยในประเทศทั้งในฤดูกาลผลิตและนอกฤดูกาลผลิต รวมถึงมาตรการ

ช่วยเหลือและสนับสนุนต่างๆ ของรัฐบาล (สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูน, 2556)

ตารางที่ 1.3 แหล่งพื้นที่ปลูกลำไยของจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน ปี พ.ศ.2545-2555

ปี	พื้นที่เพาะปลูก			สัดส่วน(ร้อยละ)	
	ทั่วประเทศ	เชียงใหม่	ลำพูน	เชียงใหม่	ลำพูน
2545	712,547	212,814	195,027	29.87	27.37
2546	853,976	250,226	244,474	29.30	28.63
2547	930,822	289,891	250,177	31.14	26.88
2548	1,012,932	334,506	261,292	33.02	25.80
2549	1,008,070	304,824	267,259	30.24	26.51
2550	1,009,894	319,303	276,000	31.62	27.33
2551	1,035,556	317,557	274,308	30.66	26.49
2552	1,044,359	318,760	270,465	30.52	25.90
2553	1,034,906	315,331	271,964	30.47	26.28
2554	1,026,796	309,438	272,255	30.14	26.52
2555	1,035,708	315,458	270,573	30.46	26.12

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555)

ผลผลิตลำไยตามฤดูจะมีปริมาณผลผลิตออกสู่ตลาดมากในช่วงเดือนกรกฎาคมถึงต้นเดือนกันยายน ทำให้เกิดปัญหาการขาดตลาด ขาดแรงงานในช่วงการเก็บเกี่ยว ส่วนการผลิตรายนอกฤดูในช่วงเดือนตุลาคมถึงเดือนมิถุนายน มีปริมาณผลผลิตน้อย ถึงแม้ว่าจะมีการส่งเสริมให้มีการผลิตนอกฤดูแต่ก็ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดต่างประเทศที่มีความต้องการในการบริโภคสูง โดยเฉพาะ จีน อินโดนีเซีย ฮ่องกง เวียดนาม และมาเลเซีย ภายหลังที่ประเทศไทยได้จัดทำข้อตกลงเปิดเขตการค้าเสรี (Free Trade Area: FTA) กับหลายประเทศ ได้แก่ จีน อินเดีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ส่งผลให้ลำไยได้กลายเป็นสินค้าเกษตรที่มีแนวโน้มในการ

ขยายตัวสามารถผลักดันส่งออกได้เพิ่มสูงขึ้น รวมทั้งเปิดตลาดใหม่ในประเทศที่ผู้บริโภคมักกำลังซื้อสูง ได้แก่ สหรัฐอเมริกา กลุ่มตะวันออกกลาง สหภาพยุโรป และกลุ่มอาเซียน เป็นต้น มูลค่าการส่งออกลำไยไปต่างประเทศในปี พ.ศ.2555 มีมูลค่า 18,294.6 ล้านบาท ทำให้มียอดการส่งออกเพิ่มขึ้นเกือบสี่เท่าของมูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ.2550 ดังแสดงในตารางที่ 1.4 และปริมาณการบริโภคภายในประเทศก็มีแนวโน้มลดลงจาก 55,000 ตัน ในปี พ.ศ.2550 เป็น 20,000 ตันในปี พ.ศ. 2555 เนื่องมาจากการมาตรการของรัฐที่ต้องการขยายตลาดส่งออกโดยเฉพาะตลาดในต่างประเทศ และมาตรการในการส่งเสริมการแปรรูปผลผลิตลำไย (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2556)

ตารางที่ 1.4 การบริโภคภายในประเทศและการส่งออกลำไยสดและผลิตภัณฑ์ ปี พ.ศ.2550 - 2555

ปี	ปริมาณการบริโภคภายในประเทศ (ตัน)	การส่งออก	
		ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
2550	55,000	286,627	4,946
2551	50,000	286,329	5,051
2552	45,000	409,952	6,825
2553	35,000	303,477	6,148
2554	20,000	483,844	13,408
2555*	20,000	490,000	14,000

หมายเหตุ : * ปริมาณการ

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร (2555)

ผลผลิตลำไยออกสู่ตลาด แบ่งออกเป็น 5 ช่องทาง คือ ส่งออกในรูปลำไยสด ลำไยกระป๋อง ลำไยแห้ง ลำไยแช่แข็ง และบริโภคในประเทศ จากการวิเคราะห์สถิติข้อมูลตามตารางที่ 1.5 พบว่า โดยเฉลี่ยในปี พ.ศ. 2555 ประมาณร้อยละ 74, 20.6, และ 1.8 ถูกส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ในรูปลำไยสด ลำไยอบแห้ง และลำไยกระป๋อง ตามลำดับ ส่วนที่เหลือบริโภคภายในประเทศในรูปของผลสดและผลิตภัณฑ์ลำไยแปรรูปชนิดต่างๆ การส่งออกลำไยสดและลำไยอบแห้งได้เพิ่มสูงขึ้น

ทุกปี โดยเฉพาะการส่งออกลำไยอบแห้งในปี พ.ศ.2555 มีสัดส่วนเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่การส่งออก ลำไยกระป๋องและลำไยแช่แข็งมีปริมาณการส่งออกน้อยลง

โครงสร้างตลาดลำไยของประเทศไทย ปี พ.ศ.2555 ประกอบด้วยตลาดต่างประเทศ คิดเป็น ร้อยละ 96 ของผลผลิตลำไยทั้งหมด โดยแบ่งออกเป็นลำไยสด ลำไยอบแห้งและลำไยกระป๋อง ซึ่ง ส่วนตลาดภายในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 4 ของผลผลิตลำไยทั้งหมด ในอดีตการบริโภคลำไยสด ภายในประเทศเคยเป็นตลาดใหญ่ที่มีขนาดใหญ่และรองรับผลผลิตในสัดส่วนสูงที่สุด แต่ในระยะ หลังตลาดส่งออกลำไยสดและลำไยแปรรูปได้ขยายตัวเพิ่มขึ้น ทำให้ตลาดในประเทศมีสัดส่วน ลดลง ผลผลิตลำไยสดและผลิตภัณฑ์แปรรูปที่บริโภคภายในประเทศลดลงจากประมาณ 55,000 ตัน ในปี พ.ศ.2550 เหลือประมาณ 20,000 ตัน ในปี พ.ศ.2555 ส่วนลำไยสดและผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปเพื่อ ส่งออกได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นจาก 286,627 ตัน ในปี พ.ศ.2550 เป็น 490,000 ตัน ในปี พ.ศ.2555 การ ส่งออกลำไยสดส่วนใหญ่อยู่ในช่วงเดือนกรกฎาคมถึงสิงหาคม ตลาดส่งออกที่สำคัญมีดังนี้ ตลาด ส่งออกเดิม คือ จีน ฮองกง มาเลเซีย สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย ตลาดส่งออกใหม่ ได้แก่ แคนาดา และยุโรป ส่วนการส่งออกลำไยอบแห้งอยู่ระหว่างเดือนสิงหาคมถึงพฤศจิกายนของทุกปี ตลาดที่ สำคัญ ได้แก่ จีน มีการนำเข้าร้อยละ 90 ของปริมาณการส่งออกลำไยแห้งทั้งหมดรองลงมา คือ ฮองกง มาเลเซีย สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย การส่งออกลำไยกระป๋องอยู่ระหว่างเดือนสิงหาคมถึง เดือนพฤศจิกายนของทุกปี ตลาดที่สำคัญได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย ฮองกง และสหรัฐอเมริกา ส่วน การส่งออกลำไยแช่แข็งอยู่ระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงตุลาคมของทุกปี ตลาดลำไยแช่แข็งเป็นตลาด ขนาดเล็ก มีปริมาณการส่งออกไม่มากนักเมื่อเทียบกับปริมาณผลผลิตลำไยทั้งหมด ตลาดส่งออกที่ สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา ฮองกง และญี่ปุ่น

การแปรรูปลำไยอบแห้งส่วนใหญ่ทำการแปรรูปลำไยอบแห้งเพียงชนิดเดียว โดยแบ่งเป็น การแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกอบแห้งเฉพาะเนื้อ และอบแห้งทั้งเปลือกที่นำมาแกะเนื้อ และมี ผู้ประกอบการบางรายที่ทำการแปรรูปมากกว่า 1 ชนิด โดยแบ่งเป็นผู้ประกอบการที่ทำการแปรรูป ลำไยอบแห้งทั้งเปลือกและเฉพาะเนื้อ และผู้ประกอบการที่ทำการแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกและอบแห้งทั้ง เปลือกแล้วนำมาแกะเนื้อ การที่ผู้ประกอบการทำการแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้เนื่องจากกรรมวิธีในการแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกง่ายกว่าการแปรรูปลำไยอบแห้งเฉพาะ เนื้อ และตลาดลำไยอบแห้งทั้งเปลือกมีขนาดกว้างกว่า เพราะตลาดส่งออกหลัก คือ ประเทศจีน มี

ความต้องการลำไยอบแห้งทั้งเปลือกมากกว่า เนื่องจากพฤติกรรมและวัฒนธรรมการบริโภคของประชาชนจีนที่นิยมบริโภคลำไยอบแห้งทั้งเปลือก จึงพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือก อาจกล่าวได้ว่า การที่ผู้ประกอบการเลือกจะทำการแปรรูปลำไยอบแห้งชนิดใด ขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาดเป็นสำคัญ หากตลาดส่งออกยังคงเป็นประเทศจีน การผลิตจะยังคงเป็นลำไยอบแห้งทั้งเปลือก แต่ถ้าหากตลาดเปลี่ยนเป็นประเทศอื่น เช่น ญี่ปุ่น เกาหลี ไต้หวัน ฯลฯ ซึ่งประเทศเหล่านี้ต้องการลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อ ลักษณะการผลิตก็จะเปลี่ยนไปตามความต้องการของตลาด

จากภาพรวมผลผลิตลำไยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากปริมาณการส่งออกลำไยสด และผลิตภัณฑ์ลำไยแปรรูป เนื่องจากจีนเป็นตลาดหลักมีความต้องการบริโภคอยู่มาก ประกอบกับการขยายตลาดผลผลิตลำไยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียน ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และสิงคโปร์ จากตารางที่ 1.5 ช่วงปี พ.ศ.2545-2553 ลำไยสดมีมูลค่าการส่งออกมากที่สุด รองลงมาคือ ลำไยอบแห้ง ลำไยกระป๋องและลำไยแช่แข็งตามลำดับ แต่ในปี พ.ศ.2554-2555 ลำไยอบแห้งมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มมากขึ้นคิดเป็นร้อยละ 55.3 เนื่องจากตลาดต่างประเทศมีความต้องการผลผลิตลำไยอบแห้งเพิ่มขึ้นทุกปี โดยตลาดคู่ค้าลำไยอบแห้งที่สำคัญ ประกอบด้วย ประเทศจีน ฮองกง พม่า และลาว ข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2554) ได้รายงานว่าผลไม้ไทยครองสัดส่วนตลาดในจีนด้วยส่วนแบ่งร้อยละ 23.2 ของการนำเข้าผลไม้ของจีน ซึ่งผลไม้เมืองร้อนของไทยหลายรายการ อาทิ ลำไยทุเรียน มังคุด ครองส่วนแบ่งตลาดเมื่อเทียบกับคู่แข่งอื่นๆ โดยเฉพาะในแถบอาเซียน อันได้แก่ พม่า เวียดนาม อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ เป็นต้น นอกจากนี้ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (ปี พ.ศ.2549-2553) อัตราการนำเข้าผลไม้ของจีนจากตลาดโลกก็เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเฉลี่ยร้อยละ 27 ต่อปี ความต้องการดังกล่าวเป็นสิ่งที่สนับสนุนให้ผลไม้ไทยมีโอกาสดิบโตในตลาดจีนเพิ่มสูงขึ้น เป็นการสะท้อนถึงการเปิดตลาดผลไม้ในจีนที่กว้างขวางขึ้น อาจทำให้ผลไม้ของไทยต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันในจีนที่รุนแรง แม้ว่าในปัจจุบันไทยจะยังสามารถครองตลาดจีนได้ด้วยสัดส่วนเกือบทั้งหมดของการนำเข้าผลไม้ของจีน เพราะหากประเทศสมาชิกในอาเซียนสามารถผลิตผลไม้ได้ตรงกับความต้องการบริโภคของจีน มีความเป็นไปได้ที่ต้องเสียส่วนแบ่งตลาดผลไม้ไป ผู้ผลิตไทยจึงต้องปรับตัวเพื่อสร้างโอกาสในการรุกตลาดจีน โดยการใช้ประโยชน์จากการเปิดเสรีการค้ากับจีนให้เต็มที่มากขึ้น เพื่อบรรเทาภาวะการขาดดุลการค้าผลไม้ของไทยกับจีน ขณะเดียวกันก็เร่งพัฒนา

ปรับปรุงทั้งในส่วนของการเพิ่มผลผลิตต่อไร่ การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า การขยายช่องทางการจำหน่าย และการแสวงหาพันธมิตรในจีน เป็นต้น เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดในจีนให้ได้มากที่สุด ภายใต้สถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นในอนาคต เนื่องจากจีนพยายามแสวงหาแหล่งนำเข้าใหม่ เพื่อรองรับกับความต้องการภายในประเทศ

ตารางที่ 1.5 มูลค่าการส่งออกผลไม้ของประเทศไทย ปี พ.ศ.2545-2555

ปี	ลำไยสด		ลำไยอบแห้ง		ลำไยกระป๋อง		ลำไยแช่แข็ง	
	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
2545	1,941	52.10	1,326	35.60	412	11.06	46	1.23
2546	1,697	35.92	2,513	53.18	495	10.48	20	0.42
2547	2,164	52.42	1,534	37.16	403	9.76	27	0.65
2548	2,134	43.67	2,277	46.60	442	9.05	33	0.67
2549	2,099	50.88	1,604	38.88	402	9.75	20	0.48
2550	2,429	49.12	2,017	40.78	477	9.65	22	0.44
2551	2,613	51.73	1,833	36.29	588	11.64	17	0.34
2552	3,633	53.23	2,590	37.95	589	8.63	13	0.19
2553	3,513	57.14	2,109	34.30	510	8.30	16	0.26
2554	6,209	41.33	8,231	54.79	579	3.85	3.2	0.02
2555	8,454	42.50	10,836	54.46	602	3.02	3.7	0.02

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555)

ปัจจุบันการส่งออกลำไยอบแห้งเกิดการแข่งขันระหว่างผู้ค้าโดยเฉพาะประเทศจีน และ เวียดนาม แต่เมื่อเปรียบเทียบคุณภาพลำไย ประเทศไทยมีคุณภาพลำไยดีที่สุด ลำไยเป็นหนึ่งใน สินค้าเสรี ที่เป็นไปตามข้อตกลงภายใต้การรวมกลุ่มของสมาชิกในอาเซียน ที่มีการยกเลิกภาษีเหลือ ร้อยละศูนย์ในปี พ.ศ.2553 และขจัดมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี ซึ่งข้อตกลงดังกล่าวมีผลบังคับใช้แล้วใน ปี พ.ศ.2551 ในกลุ่มสมาชิกอาเซียนเดิม 6 ประเทศ และสมาชิกอาเซียนใหม่อีก 4 ประเทศจะมีผล บังคับใช้ในปี พ.ศ.2558 (สุทธิณี เจริญยิ่งและคณะ, 2554) จากตารางที่ 1.6 ตลาดลำไยอบแห้งที่สำคัญ ของประเทศไทยได้แก่ ประเทศจีน เนื่องจากประเทศจีนเป็นตลาดนำเข้าลำไยอบแห้งรายใหญ่ คิด เป็นร้อยละ 90.32 ของปี พ.ศ.2554 แต่ในปี พ.ศ.2555 ประเทศจีนลดการนำเข้าลำไยอบแห้งจากไทย ลงเหลือร้อยละ 29.1 และพบว่าประเทศเวียดนามนำเข้าลำไยอบแห้งจากไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อย ละ 67.53 รองลงมาเป็นจีน พม่า และฮ่องกง ตามลำดับ

ตารางที่ 1.6 มูลค่าการส่งออกลำไยอบแห้งของประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ.2550-2555 จำแนกตาม ประเทศ

หน่วย : ล้านบาท

ประเทศ	มูลค่าการส่งออก						สัดส่วน (ร้อยละ)					
	2550	2551	2552	2553	2554	2555	2550	2551	2552	2553	2554	2555
จีน	1,356.8	1,604.5	2,280.4	1,672.1	7,435.2	3,154.4	67.2	87.5	88.1	79.3	90.3	29.1
เวียดนาม	4.0	1.3	14.9	32.2	519.9	7,318.5	0.2	0.1	0.6	1.5	6.3	67.5
พม่า	170.1	-	0.0	148.4	86.6	91.4	8.4	-	0.0	1.0	1.0	0.8
ฮ่องกง	201.7	104	142.6	136.4	67.7	81.9	10.0	5.6	5.5	7.0	0.8	0.7
ลาว	206.5	74.1	43.5	29.7	24.8	58.3	10.2	4.0	1.6	6.5	0.3	0.5
สิงคโปร์	17.3	17.1	33.2	34.4	36.5	25.1	0.8	9.3	1.3	1.6	0.4	0.2
เกาหลีใต้	7.0	6.4	22.3	23.6	14.9	21.6	0.3	0.3	0.8	1.1	0.2	0.2
สหรัฐฯ	11.5	6.8	17.1	10.1	21.3	20.8	0.6	0.4	0.6	0.5	0.3	0.2
อินโดนีเซีย	1.3	1.6	0.3	-	0.7	16.2	0.1	0.1	0.0	0.0	8.5	0.2
อื่นๆ	41.2	16.7	35.3	22.5	24.2	48.3	2.0	0.9	1.4	1.1	0.3	0.4
รวม	2,017	1,832.6	2,589.6	2,109.3	8,231.8	10,836	100	100	100	100	100	100

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความ ร่วมมือจากกรมศุลกากร (2555)

ประเทศไทยมีการทำการค้ากับต่างประเทศมากขึ้น เนื่องจากเศรษฐกิจของประเทศพึ่งพาการค้าระหว่างประเทศถึง 86% ของผลผลิตมวลรวมของประเทศ จึงได้มีการรวมกลุ่มประเทศสมาชิกในอาเซียนขึ้น เพื่อลดการกีดกันทางด้านภาษีและยกเลิกมาตรการที่มีใช้ภาษี ซึ่งจะช่วยเพิ่มสัดส่วนการค้าระหว่างประเทศของไทยกับประเทศในอาเซียนมากขึ้น โดยสัดส่วนการส่งออกของไทยไปยังอาเซียนเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.30 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของไทย ในปี พ.ศ.2552 มาเป็นร้อยละ 24.28 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของไทย ในปี พ.ศ.2554 ส่งผลให้อาเซียนเป็นตลาดส่งออกอันดับหนึ่งของไทย ขณะที่สัดส่วนการนำเข้าจากอาเซียนของไทยลดลงจากร้อยละ 18.49 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด ในปี พ.ศ.2552 มาเป็นร้อยละ 16.24 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด ในปี พ.ศ.2554 โดยอาเซียนเป็นแหล่งนำเข้าอันดับสองรองจากญี่ปุ่น (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร, 2556) ดังนั้นเมื่อเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะทำให้มีสินค้าที่ส่งออกและนำเข้ามาภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น

ตารางที่ 1.7 มูลค่าการส่งออกสินค้าของไทยไปยังต่างประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 -2555

หน่วย : ล้านบาท

อันดับ	ประเทศ	2552	2553	2554 (ม.ค. - พ.ย.)	2555 (ม.ค. - พ.ย.)
	รวมทุกประเทศ	5,194,596.7	6,113,335.52	6,216,243.0	6,539,750.6
1	อาเซียน(9)	1,106,492.5	1,403,105.43	1,503,804.80	1,612,421.0
2	ญี่ปุ่น	535,880.3	641,910.1	667,082.8	672,186.0
3	สหรัฐอเมริกา	567,699.0	638,820.1	604,545.8	650,071.2
4	สหภาพยุโรป	618,758.7	690,082.2	676,316.9	621,294.3

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2555)

อาเซียน เป็นกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจ ที่มีความสำคัญกับประเทศไทยมากที่สุด ประเทศสมาชิกอาเซียนหลายประเทศมีความเชื่อมโยงกันทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม มาเป็นระยะเวลานาน รัฐบาลไทยได้ให้ความสำคัญกับอาเซียน ในฐานะมิตรประเทศที่มีความสัมพันธ์กับประเทศไทย ทั้งในด้านสภาพภูมิศาสตร์ ตลอดจนการเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจที่

สำคัญ เมื่ออาเซียนกลายเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ในปี พ.ศ.2558 จะส่งผลให้อาเซียนเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวที่แข็งแกร่ง และมีศักยภาพที่จะดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศเข้ามาในภูมิภาคได้มากขึ้น เนื่องจากประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับนักลงทุนต่างชาติว่าจะทำให้อาเซียนกลายเป็นภูมิภาคที่มีการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจที่เข้มแข็งไม่มีอุปสรรคทางการค้าและการลงทุนระหว่างกัน จะช่วยเพิ่มอำนาจต่อรองของอาเซียนในเวทีการค้าโลกและส่งเสริมบทบาทของไทยในเวทีระหว่างประเทศให้โดดเด่นมากขึ้น การจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีวัตถุประสงค์มุ่งให้อาเซียนเกิดการรวมตัวกันทางเศรษฐกิจ และการอำนวยความสะดวกในการติดต่อค้าขายระหว่างกัน ส่งเสริมให้อาเซียนเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน การเคลื่อนย้ายเสรีด้านเงินทุน สินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมือ เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอาเซียน การลดช่องว่างระดับการพัฒนาของประเทศสมาชิกอาเซียน ส่งเสริมให้อาเซียนสามารถรวมตัวเข้ากับประชาคมโลกได้ การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของอาเซียนจะทำให้เกิดการหลั่งไหลกันและอุปสรรคทั้งหลายระหว่างประเทศสมาชิกส่งผลให้การค้าระหว่างประเทศสมาชิกขยายตัวมากขึ้น มีการขยายตลาดภายในภูมิภาคและขยายฐานการตลาดไปสู่ประเทศนอกภูมิภาค ทำให้ปริมาณการค้าในภูมิภาคเพิ่มขึ้น และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ตลอดจนทำให้อาเซียนสามารถเพิ่มอำนาจการต่อรองกับประเทศนอกกลุ่มได้เป็นอย่างดี ผลจากการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศสมาชิกในอาเซียน 10 ประเทศ ทำให้ประเทศต่างๆต้องปรับตัวในโครงสร้างการผลิต การวางแผนการผลิต ต้นทุนในการผลิต การตลาด การส่งออก ทั้งการปรับตัวระยะสั้นและระยะยาวตามประสิทธิภาพการผลิตและต้นทุนการผลิต ซึ่งในอนาคตการค้าภายในตลาดอาเซียนจะปรับตัวไปตามความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage)

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับค้าขายในด้านของแหล่งเพาะปลูก ปริมาณการผลิต มูลค่าการส่งออก ตลาดการส่งออก ถ้าได้ถือว่าเป็นพืชเศรษฐกิจหลักที่มีความสำคัญสำหรับภาคเหนือตอนบน และเป็นผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกใน 10 อันดับของผลไม้ไทยที่ทำรายได้หลักให้กับประเทศและเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน อีกทั้งมีแนวโน้มที่จะมีการพัฒนาทางด้านการผลิตและการแปรรูปจากปริมาณของความต้องการที่เพิ่มขึ้นทุกปี ตลอดจนการขยายตลาดไปยังตลาดต่างประเทศมากขึ้น จึงทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และในปี พ.ศ.2558 จะมีการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ประกอบการค้าขายอบแห้งในเขตจังหวัดเชียงใหม่และลำพูนต่อการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการ หากเกิดมีเหตุการณ์

เปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น ควรมีแนวทางในการปรับตัวของกิจการอย่างไร จึงจะทำให้การดำเนินงานการค้า
ลำไยอบแห้งของประเทศไทยมีประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

1) เพื่อศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ประกอบการลำไยอบแห้งในจังหวัดเชียงใหม่และ
จังหวัดลำพูนต่อการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ทำให้ทราบถึงทัศนคติของผู้ประกอบการลำไยอบแห้งที่มีต่อการเปิดประชาคมเศรษฐกิจ
อาเซียนในปี 2558
- 2) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการลำไยอบแห้งในประเทศไทย
- 3) เป็นแนวทางการบริหารจัดการของภาครัฐในการแก้ปัญหา และเพิ่มประสิทธิภาพในการ
แข่งขันของธุรกิจลำไยในประเทศไทย

1.4 ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ประกอบการลำไยอบแห้งในจังหวัด
เชียงใหม่และจังหวัดลำพูนต่อการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 โดยทำการเก็บ
รวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการลำไยอบแห้งในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูนจากรายชื่อที่จด
ทะเบียนในกรมโรงงานอุตสาหกรรมปี พ.ศ.2555

1.5 นิยามศัพท์

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจ ความคิดเห็น และพฤติกรรมของผู้ประกอบการลำไย
อบแห้งที่มีต่อการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 โดยโครงสร้างของทัศนคติ
ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนของความเข้าใจ ส่วนของความรู้สึก และส่วนของพฤติกรรม

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หมายถึง การรวมตัวกันของประเทศสมาชิกในอาเซียน 10
ประเทศ โดยมี ไทย พม่า ลาว เวียดนาม มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ กัมพูชา และ

บริบูรณ์ เพื่อให้มีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจร่วมกัน เพิ่มอำนาจต่อรองและขีดความสามารถในการแข่งขันของอาเซียนในเวทีการค้าระหว่างประเทศกับประเทศคู่ค้าได้มากขึ้น

ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่นำผลผลิตลำไยสดมาแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งเพื่อจำหน่าย ซึ่งมีรายชื่ออยู่ในทะเบียนรายชื่อของกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ปี พ.ศ.2555

ลำไยอบแห้ง หมายถึง ผลผลิตลำไยสดที่นำมาแปรรูปเป็นลำไยอบแห้ง โดยใช้วิธีการอบแห้งด้วยความร้อนจากเครื่องอบ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก และลำไยอบแห้งเนื้อสีทอง