

บทที่ 7

สรุปผลวิจัยและข้อเสนอแนะ

7.1 สรุปผลวิจัย

การก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียน (AEC) ในปี 2558 ประเทศสมาชิกในอาเซียนได้ตั้งเป้าหมายหลักของการเป็นประชาคมอาเซียน คือ “การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน” ซึ่งส่งผลให้ตลาดของประเทศต่างๆ ในภูมิภาคอาเซียนกลายเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ แรงงาน และการลงทุนอย่างเสรีมากยิ่งขึ้น และจากข้อตกลงความร่วมมือในส่วนของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ส่งผลให้ข้อจำกัดทางการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศลดลง จึงก่อให้เกิดการขยายตัวทางการค้าระหว่างประเทศ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมการนำเข้า-ส่งออกสินค้าเกษตร ทว่ามิใช่เฉพาะประเทศไทยเท่านั้นที่ได้ประโยชน์จากความร่วมมือนี้อย่างเต็มที่ แต่ยิ่งรวมถึงประเทศสมาชิกในกลุ่มอาเซียน รวมถึงประเทศผู้นำเข้า-ส่งออกผลไม้รายใหญ่อีกด้วย ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาและวิเคราะห์ถึงสถานะและศักยภาพทางการค้า (การนำเข้า-ส่งออก) ในอุตสาหกรรมผลไม้ของไทยในตลาดอาเซียน เพื่อรองรับการเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2558

บทบาททางการค้าของประเทศไทยในด้านการส่งออกสินค้าเกษตรนั้นถือว่ามีความสำคัญในกลุ่มประเทศในอาเซียน จากข้อมูลสถิติของการค้าพบว่า ปัจจุบันประเทศไทยสามารถขยายการส่งออกไปยังตลาดอาเซียนได้มากถึง 21.3% จากมูลค่าส่งออกทั้งหมด ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการส่งเสริมการขยายตลาดส่งออกสู่ประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของผลไม้สดของไทยและรักษาไว้ซึ่งความเป็นผู้นำในด้านการค้าผลไม้เมืองร้อนในตลาดโลก ทั้งนี้จึงมีความจำเป็นที่จะต้องเข้าใจถึงสถานะและศักยภาพทางการค้า (การนำเข้า-ส่งออก) ในอุตสาหกรรมผลไม้สดของไทยอย่างแท้จริงแล้ว รวมถึงต้องมีการวางแผนการรับมือผลกระทบทั้งเชิงบวกและลบที่จะเกิดขึ้นจากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งส่งผลกระทบต่อนักเล่นตลาดโซุ่ปทานสินค้าเกษตรของไทย ทั้งเกษตรกร ผู้ประกอบการ ผู้ส่งออกและนำเข้าผลไม้ ดังนั้นโครงการวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์ เพื่อการศึกษาในด้าน (1) การตลาด/ช่องทางการค้า และโซุ่ปทานของอุตสาหกรรมนำเข้า-ส่งออก ผลไม้สดของไทย กรณีนำเข้า-ส่งออกระหว่างไทย - สหภาพเมียนมาร์-สปป. ลาว (ตอนเหนือ) รวมถึงธุรกิจที่ให้บริการด้านโลจิสติกส์ การค้า และการลงทุน เพื่อรองรับการเป็นประชาคมอาเซียน (2) วิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคในการนำเข้า-ส่งออกผลไม้สดของไทย กรณีการค้าระหว่าง ไทย-สหภาพเมียนมาร์-สปป. ลาว (3) ศึกษากรณีตัวอย่างระบบการจัดการการค้าชายแดนของการนำเข้า-ส่งออกผลไม้สดไทยในกรณีการค้าระหว่าง ไทย-สหภาพเมียนมาร์-สปป. ลาว (ในเส้นทาง R3) (4) คาดการณ์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น ในเชิงคุณภาพ ผลบวกและลบ รวมถึงแนวทางของการพัฒนาหน่วยเศรษฐกิจในโซุ่ปทาน และการวางแผนเพื่อรองรับสิ่งที่คาดการณ์ไม่ได้ในอนาคต

ผลการศึกษาสถานการณ์การค้า การตลาด ระหว่างไทยและสหภาพเมียนมาร์พบว่า สหภาพเมียนมาร์เป็นคู่ค้าของประเทศไทยในอันดับที่ 6 ในตลาดอาเซียน และคิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 7 ของตลาดอาเซียนของประเทศไทย โดยในปี 2555 ประเทศไทยมีมูลค่าการค้ารวมกับสหภาพเมียนมาร์ประมาณ 204,030 ล้านบาท ซึ่งแบ่งเป็นมูลค่าการส่งออกสินค้าไปสหภาพเมียนมาร์ 93,810 ล้านบาท และมูลค่าการนำเข้าสินค้าจากสหภาพเมียนมาร์ 110,220 ล้านบาท

ด้านสถานการณ์การค้าระหว่างไทยและสปป. ลาว ซึ่งเป็นคู่ค้าของประเทศไทยในอันดับที่ 7 ของตลาดอาเซียน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5 ของตลาดอาเซียนในประเทศไทย โดยในปี 2555 ประเทศไทยมีมูลค่าการค้ารวมกับสปป. ลาว เท่ากับ 150,290 ล้านบาท ซึ่งแบ่งเป็นมูลค่าการส่งออกสินค้าไปสปป. ลาว เท่ากับ 111,903 ล้านบาท และมูลค่าการนำเข้าสินค้า เท่ากับ 38,387 ล้านบาท

สำหรับสถานการณ์การค้าผลไม้สดระหว่างไทยและสหภาพเมียนมาร์นั้น ในปัจจุบัน สหภาพเมียนมาร์ได้มีการนำเข้าผลไม้จากไทยหลายชนิด ได้แก่ ลำไย แอปเปิ้ล ทุเรียน เงาะ มังคุด มะม่วง และมะขามเป็นต้น แต่แนวโน้มมูลค่าการส่งออกผลไม้สดให้สหภาพเมียนมาร์ มีมูลค่าลดลงในผลไม้บางชนิด แต่บางชนิดกลับมีมูลค่าที่เพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี ตรงกันข้ามกับสปป. ลาว ที่ในปี 2555 มีมูลค่าการนำเข้าผลไม้จากประเทศไทยเพิ่มขึ้นโดยมีมูลค่าเท่ากับ 114 ล้านบาท ส่วนการส่งออกสินค้าประเภทผลไม้ของสปป. ลาว

มาไทย มีมูลค่าเท่ากับ 354 ล้านบาท โดยจากสถิติแล้ว การค้าผลไม้ระหว่างไทยและสปป. ลาว มีแนวโน้มที่เพิ่มมากขึ้นและมีช่องทางการค้าที่น่าสนใจ

ทั้งนี้หากพิจารณาถึงแนวโน้มการค้าผลไม้สดของไทย ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ได้ทำการศึกษาถึงผลไม้ 4 ชนิด ได้แก่ ทูเรียน มังคุด เงาะ และกล้วยไข่ ในสหภาพเมียนมาร์และสปป.ลาว พบว่า การส่งออกทูเรียนจากประเทศไทยไปทั้งสองประเทศมีแนวโน้มปริมาณและมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น แต่ในทางกลับกันแนวโน้มการส่งออกมังคุดและเงาะกลับมีปริมาณการส่งออกลดน้อยลง จึงต้องหาช่องทางในการปรับปรุง รวมถึงวางแผนแนวทางการปรับกลยุทธ์ใหม่ เพื่อเพิ่มมูลค่าการค้าของมังคุดและเงาะให้เพิ่มมากขึ้น ส่วนการค้ากล้วยไข่ ทั้งสหภาพเมียนมาร์ และสปป. ลาว ยังไม่สามารถสรุปเป็นแนวโน้มได้อย่างชัดเจน แต่ทั้งนี้ยังถือว่าเป็นผลไม้ที่มีโอกาสเนื่องจากเป็นผลไม้ที่ชาวจีนนิยมรับประทาน จึงอาจมีช่องทางการค้าที่สหภาพเมียนมาร์ และสปป. ลาวมองเห็นโอกาสในการ Re-export

ต่อมาเพื่อเป็นการตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ถึงโอกาสและอุปสรรคในการนำเข้า-ส่งออกผลไม้สดของไทยทั้ง 4 ชนิด (ทูเรียน มังคุด เงาะ และกล้วยไข่) โดยจากการวิเคราะห์ใช้อุปทานผลไม้สดเพื่อการส่งออกในบทที่ 4 และโอกาสและอุปสรรคของผลไม้สดในบทที่ 5 นั้น สามารถจำแนกปัญหาและอุปสรรคในโซ่อุปทานผลไม้สด 3 ระดับ คือ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ดังตารางที่ 7.1

ตารางที่ 7.1 สรุปประเด็นปัญหาและอุปสรรคของการจัดการโซ่อุปทานการส่งออกผลไม้สดของไทย

ประเด็นปัญหา	ทูเรียน	เงาะ	มังคุด	กล้วยไข่
ต้นน้ำ				
แรงงานขาดแคลน	✓	✓	✓	✓
การเก็บเกี่ยว			✓	✓
ต้นทุนการเพาะปลูก	✓		✓	
ข้อมูลข่าวสาร	✓	✓	✓	✓
ราคาผลผลิตผันผวน	✓	✓	✓	
การจัดการโลจิสติกส์เข้า	✓	✓	✓	✓
การเข้าถึงตลาดใหม่	✓	✓	✓	✓
กลางน้ำ				
เทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว				
แรงงานขาดแคลน	✓	✓	✓	✓
การใช้เครื่องจักรไม่เต็มอัตรา	✓		✓	
ข้อมูลข่าวสาร	✓	✓	✓	✓
การวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์				
การจัดการโลจิสติกส์ขาออก	✓	✓	✓	✓
ปลายน้ำ				
การกีดกันทางการค้า	✓		✓	✓
การปลอมปน	✓	✓	✓	
การจัดการโลจิสติกส์ขาออก	✓	✓	✓	✓

หมายเหตุ เส้นสีแดง หมายถึงปัญหาร่วมในส่วนของ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ
 เส้นสีน้ำเงิน หมายถึง มีปัญหาร่วมในส่วนของต้นน้ำและกลางน้ำ
 เส้นสีเขียว หมายถึง มีปัญหาในส่วนนั้น

ในระดับต้นน้ำ พบว่าเกษตรกรต้องเผชิญกับปัญหาด้านการขาดแคลนแรงงานในการเก็บเกี่ยว และการขาดข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลด้านพฤติกรรมตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคจากต่างประเทศ

การขาดประสิทธิภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์ รวมถึงโอกาสการเข้าสู่ตลาดใหม่ๆ เนื่องจากปัจจุบันเกษตรกรส่วนใหญ่ยังยึดติดกับตลาดเก่าอยู่ เหล่านี้ยังเป็นปัญหาหลักที่ส่งผลกระทบต่อผลไม้มากที่สุดที่ผู้วิจัยได้คัดเลือกมา จึง นับว่าเป็นอุปสรรคต้นน้ำที่สำคัญที่จะต้องรีบแก้ปัญหาโดยเร็ว เพื่อปรับปรุงการค้าทั้งภายในและตลาดต่างประเทศให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ด้านระดับกลางน้ำ ยังคงพบปัญหาขาดแคลนแรงงานในกระบวนการผลิต อาทิ การคัดผลไม้ม ไปจนถึงการบรรจุผลไม้ลงบรรจุภัณฑ์ อีกทั้งปัญหาด้านข้อมูลโอกาสทางด้านตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ไม่เพียงพอ และ ปัญหาการโลจิสติกส์ขาออกไปยังตลาดประเทศต่างๆ ที่จะส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตของกลางน้ำที่เป็นตัวหลักสำคัญในการเชื่อมโยงกันระหว่างต้นน้ำและปลายน้ำได้

ส่วนในระดับปลายน้ำ ปัญหาที่พบ ได้แก่ ปัญหาการจัดการโลจิสติกส์ขาออก โดยเฉพาะการกระจายสินค้า ที่มักจะก่อให้เกิดความเสียหายกับผลไม้ในปลายทาง รวมถึงปัญหาสินค้าเกรดไม่ดีปลอมปนในผลไม้ดี เป็นต้น

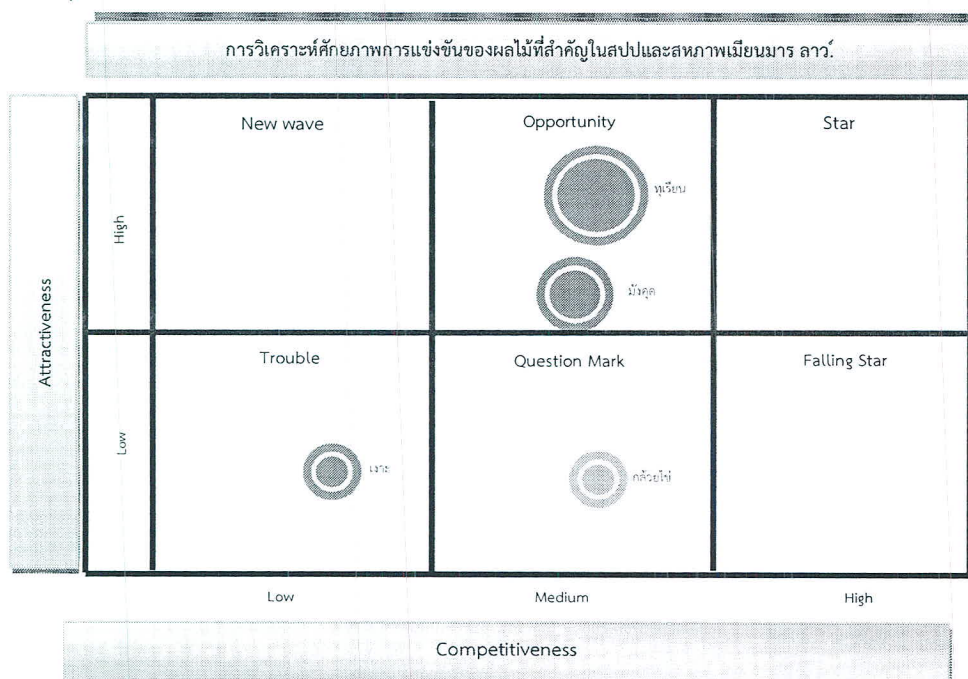
ทั้งนี้จากการศึกษาถึงการค้าผลไม้สดในตลาดเมียนมาร์และสปป. ลาวยังทำให้พบประเด็นปัญหาและอุปสรรคทางการค้าของผลไม้สดของไทยกับเมียนมาร์และลาว รวมถึงข้อน่าสังเกตบางประการที่น่าสนใจ ซึ่งสามารถแยกเป็นประเด็นสำคัญดังนี้ ประเด็นปัญหาด้านการผลิต การตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค นโยบายภาครัฐ การจัดการโลจิสติกส์ และข้อตกลงทางการค้า โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 7.2

ตารางที่ 7.2 สรุปประเด็นปัญหาและอุปสรรคทางการค้าของผลไม้สดของไทยกับเมียนมาร์และลาว

ปัญหาและอุปสรรคทางการค้าของผลไม้สดของไทยกับเมียนมาร์และลาว		
ประเด็นปัญหา	อุปสรรค	หมายเหตุ
การผลิต Production	-ขาดข้อมูลด้านความต้องการ (demand) ของลูกค้า ในสปป. ลาวและสหภาพเมียนมาร์ -ขาดการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าไทย อาทิ การสร้างตราสินค้า หรือเอกลักษณ์ของสินค้าไทย	-การสั่งซื้อของลูกค้าสปป. ลาวและสหภาพเมียนมาร์เพื่อบริโภคภายในประเทศส่วนมากจะมีปริมาณไม่มาก และเป็นการนำเข้าโดยสั่งซื้อจากพ่อค้าขายส่ง / ขายปลีกตามจุดขายแดนต่างๆ (การค้าขายแดน) -การนำเข้าผลไม้ของลาวและสหภาพเมียนมาร์นั้นส่วนใหญ่ (ซึ่งเป็นการนำเข้าในปริมาณมาก) ยังเป็นการนำเข้าเพื่อส่งออกไปยังประเทศจีน
การตลาด Marketing	-ขาดข้อมูลด้านความต้องการของลูกค้า ในสปป. ลาวและสหภาพเมียนมาร์ รวมถึง ลูกค้าสปป. ลาวที่ส่งออกต่อไปจีน -มีการแข่งขันของผลไม้จากประเทศคู่แข่ง อาทิ ผลไม้จากจีน ซึ่งมีราคาต่ำกว่าผลไม้ไทย	-อย่างไรก็ตามผลไม้ที่สปป. ลาวและสหภาพเมียนมาร์นำเข้าจากจีนนั้นเป็นคนละชนิดกับผลไม้ไทย
พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior	-ขาดข้อมูลด้านพฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior) ของลูกค้าในลาวและสหภาพเมียนมาร์	-ผลกระทบจากการตีตลาดของสินค้าจีนในตลาดผลไม้ลาวและสหภาพเมียนมาร์ ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่สามารถจดจำสินค้าจากจีนได้ดีกว่าของไทย

นโยบายภาครัฐ Government Policy	-การอุดหนุนและสนับสนุนจากภาครัฐ ของสปป. ลาวและสหภาพเมียนมาร์ทำ ให้เกิดการบิดเบือนตลาด	-รัฐบาลลาวและสหภาพเมียนมาร์ได้รับความ ช่วยเหลือและร่วมมือกับ ภาครัฐและเอกชน อาทิ จีนในการส่งเสริมและสนับสนุนภาค การเกษตรของสปป. ลาวและสหภาพเมียน มาร์มากขึ้น
Logistics	-ระบบการจัดการโลจิสติกส์ของไทยไปยัง ตลาดสปป. ลาวและสหภาพเมียนมาร์ยัง มีประสิทธิภาพที่ไม่ดี การค้าส่วนใหญ่จะ เป็นการค้าชายแดน โดยการขนส่งแบบ ดั้งเดิม	-มีข้อจำกัดด้าน Logistics โดยเฉพาะการ ขนส่งด้วยรถยนต์
Free Trade Agreement / Barrier	-มีอุปสรรคจากปัจจัยทางการเมือง และ การกีดกันทางการค้า เช่น นโยบาย ส่งเสริมการบริโภคสินค้าของตน	-มีการเปลี่ยนแปลงระเบียบทางการค้า ภายในประเทศ บ่อยครั้ง จึงทำให้ไม่สามารถใช้ประโยชน์จากข้อตกลง ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตามถึงแม้ผลไม้ไทยจะมีปัญหาและอุปสรรคด้านการค้าในตลาดเมียนมาร์และสปป. ลาวอยู่บ้าง แต่ก็ถือว่าผลไม้ไทยนั้นยังมีโอกาสในการทำการค้าและขยายตลาดผลไม้สดกับสหภาพเมียนมาร์และสปป. ลาว ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ทุเรียน และมังคุดอยู่ในเกณฑ์ที่มีโอกาสอันดีทางการค้า ส่วนเงาะ เป็นผลไม้ที่มีโอกาสเสี่ยงที่จะเกิดปัญหา ส่วนกล้วยไข่ ยังมีข้อมูลสถิติที่ยังไม่แน่นอน รายละเอียดดังรูปที่ 7.1 จึงควรที่จะต้องทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลในโอกาสต่อไป



รูปที่ 7.1 การวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันของผลไม้ที่สำคัญในสปป.ลาว และสหภาพเมียนมาร์

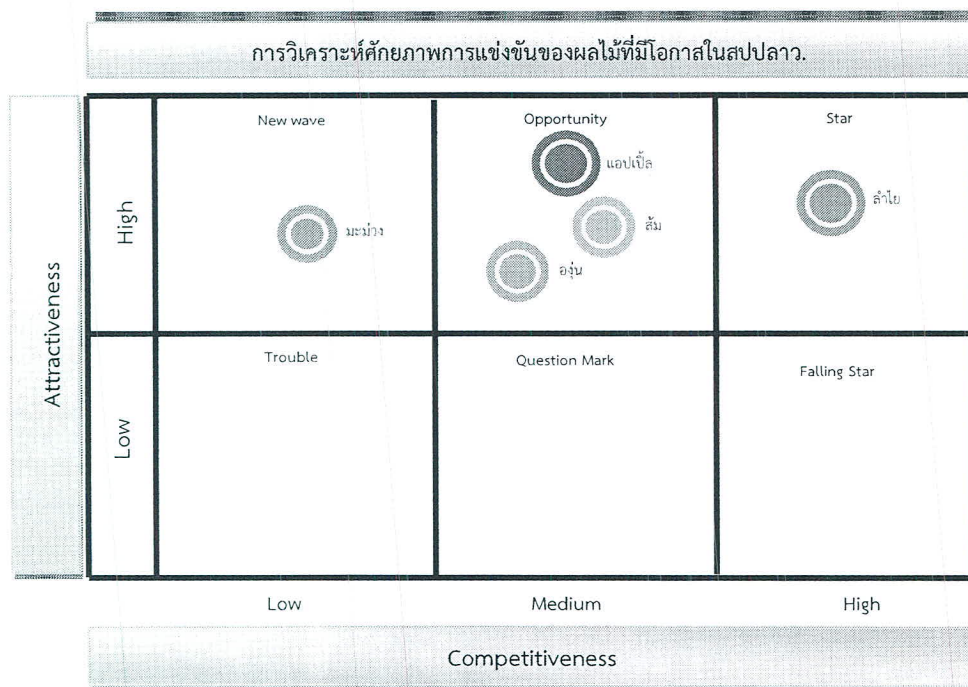
ทั้งนี้หากวิเคราะห์ถึงผลไม้อื่นที่มีศักยภาพหรือเป็นผลไม้ที่มีโอกาสทางการตลาดในสหภาพเมียนมาร์พบว่า ผลไม้ที่มีโอกาสทางการตลาดสูงได้แก่ แอปเปิ้ล และส้ม (รูปที่ 7.2) อยู่ในกลุ่มของผลไม้ที่มีโอกาสดีตลาดของ

สหภาพเมียนมาร์ ส่วนลำไยเป็นผลไม้ที่มีมูลค่าการนำเข้าที่สูงอยู่แล้วจึงถูกจัดอยู่ในอันดับผลไม้ที่มีความโดดเด่นและมีศักยภาพสูงของสหภาพเมียนมาร์ แต่ถึงกระนั้น ศักยภาพการแข่งขันที่น่าจับตามองที่สุดคือมะม่วง ที่นับว่าเป็นผลไม้ที่กำลังจะกลายเป็นสินค้าที่มีความต้องการของผู้บริโภคในสหภาพเมียนมาร์ในอนาคต



รูปที่ 7.2 การวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันของผลไม้ที่มีโอกาสในสหภาพเมียนมาร์

และหากวิเคราะห์ถึงผลไม้ที่มีโอกาสทางการตลาดใน สปป. ลาว พบว่า แอปเปิ้ล ส้ม และองุ่น นั้นจัดอยู่ในกลุ่มของผลไม้ที่มีโอกาสเข้าถึงตลาดของสปป. ลาว ได้ โดยเฉพาะ ลำไย ซึ่งถือเป็นผลไม้ที่มีมูลค่าการนำเข้าที่สูงรวมถึงเป็นที่นิยมของผู้บริโภคอยู่แล้ว จึงถูกจัดอยู่ในกลุ่มของสินค้าที่โดดเด่นในสปป. ลาว แต่ถึงกระนั้น ศักยภาพการแข่งขันที่น่าจับตามองอีกผลไม้หนึ่ง คือ มะม่วง ที่นับว่าเป็นผลไม้ที่สามารถจะสามารถพัฒนาต่อยอดเป็นสินค้าที่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคได้ในตลาดสปป. ลาวได้อีกในอนาคต ดังรายละเอียดในรูปที่ 7.3



รูปที่ 7.3 การวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันของผลไม้ที่มีโอกาสในสปป.ลาว

ด้านผลการศึกษาการคาดการณ์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในเชิงคุณภาพ (ทั้งผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบ) รวมถึงแนวทางการปรับตัวของผู้เล่นหลักในโซ่อุปทานการส่งออกผลไม้สดของไทย ตั้งแต่ต้นน้ำ-กลางน้ำ-ปลายน้ำ ได้แก่ เกษตรกร พ่อค้าผู้รวบรวม ผู้ประกอบการขนส่ง ผู้ประกอบการส่งออก และภาครัฐ พบว่า

ด้านเกษตรกร เมื่อมีการเปิดประชาคมอาเซียน ลักษณะการจัดซัพพลายเชนและช่องทางการจำหน่ายผลผลิตในอนาคตจะมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างมาก ซึ่งเกษตรกรจะต้องมีการเตรียมความพร้อมในด้านการวางแผนการผลิตและการตลาดแบบมีมาตรฐานให้มากขึ้น โดยเฉพาะระบบ GAP เพื่อให้ผลผลิตมีคุณภาพได้มาตรฐานและมีความปลอดภัยตามความต้องการของลูกค้า

ด้านพ่อค้ารวบรวม ต้องเข้าใจระบบการจัดการโซ่อุปทานแบบใหม่ (Supply Chain Re-designed) เนื่องจากในอนาคตอาจเกิดผลกระทบในด้านคู่ค้าและคู่แข่ง รวมถึงการแย่งชิงพลาเยอร์และคู่ค้าระหว่างกัน ดังนั้นต้องเข้าใจระบบการจัดการซัพพลายเชนแบบใหม่ เพื่อที่จะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม โดยควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับภาคีและเครือข่ายในโซ่อุปทานแบบยั่งยืน

ผู้ประกอบการขนส่ง ควรร่วมกันพัฒนาในระบบโซ่อุปทานให้ทำงานร่วมกันทั้งระบบ จัดตั้งเป็น Cluster ผลไม้ส่งออกไทย และควรพัฒนาและสร้างนวัตกรรมด้านการจัดการโซ่อุปทาน เพื่ออำนวยความสะดวกและลดต้นทุนด้านโลจิสติกส์ เช่น เทคโนโลยีในการสื่อสาร ระบบการขนส่ง ระบบการจัดเก็บ บรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

ผู้ประกอบการส่งออก ต้องมีการวางแผนการผลิตและการตลาดเพื่อพัฒนาโซ่คุณค่า (Value Chain) ในโซ่อุปทาน ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และต้องคำนึงถึง Product flow, Information flow และ Relation flow เพื่อการปรับปรุงคุณภาพที่ดีต่อไปในอนาคต

7.2 ข้อเสนอแนะ

จากผลวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค รวมถึงผลกระทบซึ่งได้กล่าวมาแล้วนั้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะแนวทางการพัฒนาโซ่อุปทานผลไม้สดของไทย โดยจะแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ 1. ข้อเสนอแนะทางด้านต้นน้ำที่กล่าวถึงเกษตรกรและภาคการผลิต 2. ข้อเสนอแนะทางด้านกลางน้ำที่เกี่ยวข้องกับผู้รับซื้อ อุตสาหกรรมแปรรูปและผู้ส่งออก 3. ข้อเสนอแนะทางด้านปลายน้ำ ที่กล่าวถึงในเรื่องของการขนส่งการกระจายผลผลิต และผู้บริโภค ดังนี้

1 ข้อเสนอแนะทางด้านต้นน้ำ

- ควรส่งเสริมการจัด Zoning หรือเครือข่ายกลุ่มผู้ปลูก (Network) เพื่อสะดวกต่อการพัฒนาต่อยอดการวางแผนการผลิตและการตลาดผลไม้ในแต่ละภาค ซึ่งนับว่าเป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มคุณค่าผลผลิตและคุณภาพของสินค้าเกษตรได้เป็นอย่างดี แต่ทั้งนี้การกำหนด Zoning ควรจะต้องพิจารณาองค์ประกอบด้านการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ประกอบกับองค์ประกอบด้านภูมิศาสตร์ เนื่องจากปัจจุบันแนวทางการจัด Zoning ส่วนใหญ่ยังเน้นการจัด zoning โดยพิจารณาองค์ประกอบด้านภูมิศาสตร์หรือกายภาพเป็นหลัก แต่ยังขาดการบูรณาการด้านโลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทานซึ่งถือเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ ซึ่งจะทำให้ระบบโซ่อุปทานมีความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น
- เกษตรกรควรพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการผลิต อาทิ การใช้ GAP เพื่อให้ผลผลิตให้อยู่ในเกณฑ์ที่ดีและมีมาตรฐานมากขึ้น เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในอนาคต
- พัฒนาและปรับปรุงพันธุ์ ปรับปรุงเมล็ดพันธุ์ผลไม้ให้ดียิ่งขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกและสร้างมาตรฐานที่ดีต่อการส่งออกไปยังต่างประเทศ

2. ข้อเสนอแนะทางด้านกลางน้ำ

- พ่อค้ารวบรวม หรือสหกรณ์จะต้องสร้างมาตรฐานความปลอดภัย รวมถึงการพัฒนาระบบตรวจสอบการย้อนกลับไปยังเกษตรกรเพื่อสร้างความเชื่อถือต่อผู้บริโภค หรือลูกค้าเสมอ
- ควรส่งเสริมการจัดตั้งเครือข่ายกลุ่มผู้รับซื้อ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและให้กับผู้ประกอบการไทย เนื่องจากในปัจจุบันผู้ประกอบการต่างชาติได้เข้ามาบุกตลาดเป็นจำนวนมาก
- สร้างมาตรฐานอุตสาหกรรม GMP ให้คงอยู่ในคุณภาพที่ดีอยู่เสมอ
- ผู้ค้าส่งหรือพ่อค้ารวบรวม ควรคำนึงถึงความสำคัญของช่องทางการจำหน่ายรูปแบบใหม่ หรือตลาดใหม่ อาทิ ตลาดใน BIMSTEC หรือตะวันออกกลาง เป็นต้น เพื่อเป็นการสร้างโอกาสและทางเลือกให้กับผู้ประกอบการ
- ควรพัฒนาด้านเทคโนโลยีโลจิสติกส์ ให้มีความทันสมัย เทียบเท่ากับสากล เพื่อยกระดับคุณภาพมาตรฐานและเป็นการช่วยลดต้นทุนการผลิต
- ควรพัฒนาและประยุกต์ใช้นวัตกรรมด้านโลจิสติกส์กับสินค้าเกษตรของไทยให้มากขึ้น เพื่อยกระดับมาตรฐานและคุณภาพให้กับสินค้าเกษตรในประเทศไทย เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดโลก

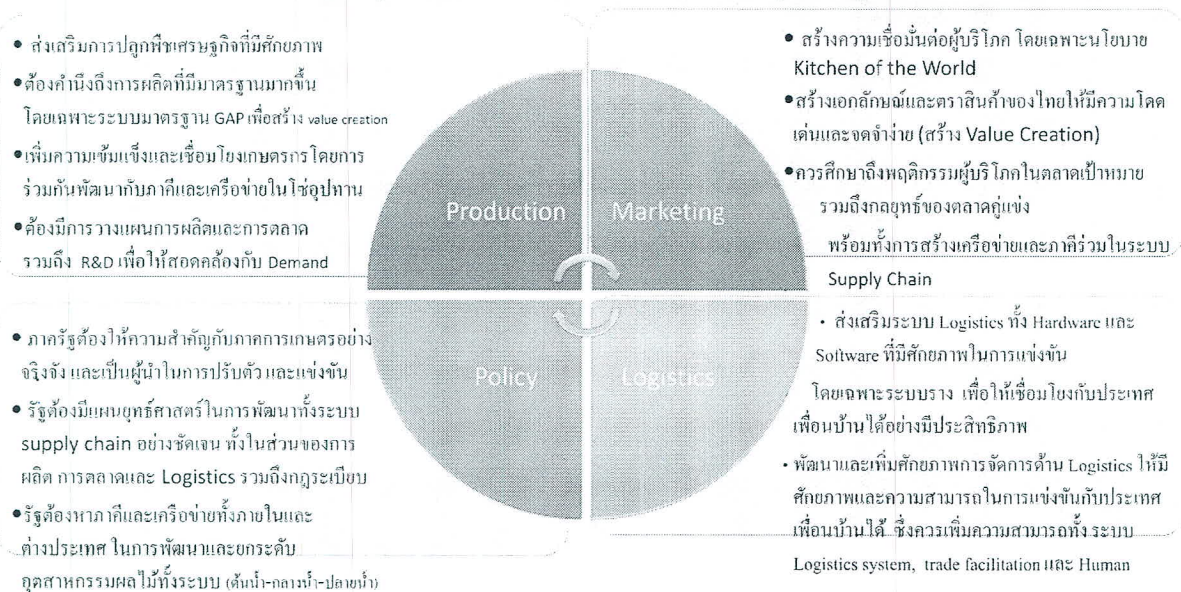
3. ข้อเสนอแนะทางด้านปลายน้ำ

- สร้างการเชื่อมโยงของโซ่คุณค่า (Value Chain) ระหว่างกันโดยต้องคำนึงถึง
 - Product flow (การไหลของสินค้า)
 - Information flow (การไหลของข้อมูล)
 - Relationship flow (การไหลของสัมพันธภาพ)
- สร้างความพึงพอใจของลูกค้า และจงรักภักดีต่อสินค้า เพื่อเป็นฐานที่มั่นคงก่อนที่จะก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนต่อไปในอนาคต
- สร้าง Value Creation ให้สินค้า เพื่อเพิ่มมูลค่า รวมถึงความพึงพอใจในสินค้าของผู้บริโภค
- ผู้ประกอบการควรสร้างเครือข่ายและหาภาคีทั้งภายในและต่างประเทศ ในการร่วมพัฒนาและยกระดับอุตสาหกรรมผลไม้ไทยทั้งระบบ (ต้นน้ำ-กลางน้ำ-ปลายน้ำ)

7.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของภาครัฐ

เพื่อเป็นการสร้างความเข้มแข็งและความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมผลไม้สดไทยในตลาดอาเซียน ภาครัฐควรเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมและให้ความสำคัญกับเรื่องนี้อย่างจริงจัง ทั้งนี้จากการวิเคราะห์พบว่า ภาครัฐควรเข้ามามีบทบาทและส่งเสริมอย่างจริงจัง โดยควรใช้นโยบายเชิงรุกซึ่งสามารถแบ่งนโยบายออกได้เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้ นโยบายด้านการผลิต (Production) นโยบายด้านการตลาด (Marketing) นโยบายด้านการจัดการโลจิสติกส์ (Logistics) และ นโยบายด้านการส่งเสริม (Policy) โดยมีรายละเอียดดังรูปที่ 7.4

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของภาครัฐในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมผลไม้ไทยในตลาดอาเซียน



รูปที่ 7.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของภาครัฐในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมผลไม้ไทยในตลาดอาเซียน

ด้านข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของภาครัฐในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมผลไม้ไทยในตลาดอาเซียนนั้น ข้อเสนอแนะในด้านผลิตภัณฑ์ (Production) ภาครัฐควรส่งเสริมการปลูกพืชเศรษฐกิจที่มีศักยภาพ รวมถึงต้องคำนึงถึงการผลิตที่มีมาตรฐานมากขึ้น โดยใช้มาตรฐาน GAP เพื่อเพิ่มความเข้มแข็งและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรโดยการร่วมมือกันของภาคส่วนต่างๆ และที่สำคัญทางภาครัฐควรทำการวางแผนการผลิตและการตลาด รวมถึง R&D เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่สอดคล้องกับในภาคการตลาด (Marketing) ในการร่วมพัฒนาเพื่อสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคให้พึงพอใจในผลิตภัณฑ์ ซึ่งปัจจัยที่สำคัญในการตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคนั้นได้แก่ สร้างเอกลักษณ์ ตราสินค้าที่แสดงความเป็นไทย และการสร้าง Value Creation เป็นต้น เพราะฉะนั้นในด้านการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่เป็นตลาดเป้าหมายนั้นจึงเป็นประเด็นสำคัญในด้านการตลาดที่จะต้องปรับปรุงและพัฒนาจากทุกภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นเกษตรกร หรือรัฐบาล นอกจากนี้การป้อนนโยบาย (Policy) ของรัฐบาล นับเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญในการพัฒนาการผลิตและการตลาดของสินค้าไทยเติบโตไปสู่สากล เพราะฉะนั้นภาครัฐต้องให้ความสำคัญกับภาคการเกษตรอย่างจริงจัง รวมถึงการเป็นผู้นำในการปรับตัว และการแข่งขันจากทั่วโลกในด้านแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโซ่อุปทาน การผลิต การตลาด และ โลจิสติกส์ ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น รวมถึงสร้างความเชื่อมโยงภาคีและเครือข่ายทั้งภายในและต่างประเทศ เพื่อปรับปรุงโซ่อุปทานทุกภาคส่วน ดังนั้นในแผนการพัฒนาปรับปรุงโซ่อุปทาน สิ่งที่สำคัญได้แก่ด้านโลจิสติกส์ (Logistics) ที่เป็นกิจกรรมที่เชื่อมโยงระหว่างต้นน้ำ-กลางน้ำ-ปลายน้ำ ในโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพซึ่งในปัจจุบันโลจิสติกส์ในประเทศไทยยังไม่ค่อยมีความแข็งแกร่งพอที่จะแข่งขันกับประเทศมหาอำนาจด้านการค้า

ต่างๆได้ ภาครัฐจึงควรส่งเสริมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านโลจิสติกส์ ไม่ว่าจะเป็น ระบบโลจิสติกส์ ฮาร์ดแวร์ หรือซอฟต์แวร์ ให้มีศักยภาพพอในการแข่งขันในตลาดโลก รวมถึงการสร้างการเชื่อมโยงกันระหว่างประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านเพื่อสร้างการค้าผ่านชายแดนและส่งออกสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพผ่านการปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพในด้าน ระบบโลจิสติกส์ การอำนวยความสะดวกในการค้า และมนุษย์ เป็นต้น