

บทที่ 4

ผลการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในส่วนของการศึกษาในบทนี้จะกล่าวถึงข้อได้เปรียบเสียเปรียบของกลุ่มสินค้าผลไม้ของแต่ละสัญญา เริ่มตั้งแต่การทำ FTA ของประเทศไทยกับประเทศต่างๆ ได้แก่ ประเทศออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ จีน และอินเดีย ในส่วนของประเทศญี่ปุ่นนั้น เนื่องจากการทำ FTA ที่เริ่มมีผลในเดือนพฤศจิกายน ดังนั้น ข้อได้เปรียบเสียเปรียบจึงยังไม่ปรากฏชัดเจนจึงขอไม่กล่าวถึง ในรายงานฉบับนี้ จากนั้นจะได้เปรียบเทียบข้อได้เปรียบเสียเปรียบของกลุ่มสินค้าผลไม้จากข้อตกลงเขตการค้าเสรีในภาพรวม สถานการณ์การผลิตสินค้าผลไม้ของไทย ความเป็นไปได้ของการแข่งขันของสินค้าผลไม้ของไทย โดยจะศึกษาจากข้อมูลสถิติภูมิ จากการสัมภาษณ์เกษตรกร จากการสัมมนาเกษตรกร (PAR) และ Focus Group โดยมีรายละเอียด ดังนี้

4.1 การศึกษาข้อได้เปรียบเสียเปรียบของกลุ่มสินค้าผลไม้ของแต่ละสัญญา

ในการทำข้อตกลงการค้าเสรีกลุ่มสินค้าผลไม้ของแต่ละสัญญาที่ไทยทำกับประเทศออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ จีน และอินเดีย มีข้อได้เปรียบเสียเปรียบในแต่ละสัญญา ดังนี้

1) ไทย - ออสเตรเลีย

ผลจากการทำ FTA ไทยยังได้ประโยชน์ไม่มากนักจากการค้าผลไม้และผลิตภัณฑ์ กับออสเตรเลีย โดยก่อนทำ FTA (ปี 2547) ไทยได้ดุลการค้าออสเตรเลียประมาณ 584 ล้านบาท (ตารางที่ 4.1-1) ภายหลังจากทำ FTA (ปี 2549) ไทยได้ดุลการค้าออสเตรเลียประมาณ 757 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นประมาณ 173 ล้านบาท ซึ่งถือว่าค่อนข้างน้อยโดยมีสาเหตุเนื่องจากส่วนแบ่งตลาดสินค้าเกษตรของไทยในออสเตรเลียยังคงมีสัดส่วนค่อนข้างน้อย อันเนื่องมาจากผลของมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (SPS) ของออสเตรเลียที่เข้มงวดมาก

ตารางที่ 4.1-1 มูลค่าการค้าผลไม้และผลิตภัณฑ์ไทยกับออสเตรเลีย

หน่วย : ล้านบาท

รายการ	ก่อนทำ FTA ปี 2547	หลังทำ FTA		มูลค่าการเปลี่ยนแปลงปี 2547 กับปี 2549
		ปี 2548	ปี 2549	
มูลค่าการค้า	968	1,140	1,333	365
มูลค่าส่งออก	776	897	1,045	269
มูลค่านำเข้า	192	243	288	96
ดุลการค้า	+584	+654	+757	+173

ที่มา : จากการคำนวณ

เมื่อพิจารณามูลค่าการนำเข้าของไทยจากออสเตรเลีย พบว่า สินค้าไทยนำเข้าจากออสเตรเลียส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทเนื้อสัตว์ และส่วนอื่นของสัตว์ที่บริโภคได้ นมและผลิตภัณฑ์ผลไม้และลูกนัตที่บริโภคได้ ธัญพืชและผลิตภัณฑ์ แต่หากพิจารณาเฉพาะผลไม้และลูกนัตที่บริโภคได้ (ตารางที่ 4.1-2) พบว่า มูลค่าการนำเข้าผลไม้ของไทยจากออสเตรเลียนี้เพิ่มมากขึ้น โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยประมาณร้อยละ 22 ต่อปี และหากเปรียบเทียบมูลค่าการนำเข้าภายหลังจากทำ FTA ในปี 2549 กับก่อนทำ FTA ในปี 2547 พบว่า ไทยมีมูลค่าการนำเข้าจากออสเตรเลียเพิ่มขึ้นประมาณ 96 ล้านบาท โดยผลไม้นำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ ผลไม้สดเมืองหนาว เช่น อโวคาโดสดหรือแห้ง องุ่นสด แอปเปิ้ลและ ควินซ์สด พืชสด เป็นต้น สำหรับองุ่นสดเป็นสินค้าที่ไทยมีมาตรการปกป้องพิเศษ

ตารางที่ 4-1-2 มูลค่าการนำเข้าสินค้าไทยจากออสเตรเลีย

(หน่วย : ล้านบาท)

พิกัด	รายการ	ก่อนทำ FTA ปี 2547	หลังทำ FTA		อัตราการขยายตัว ปี 2547-2549 (ร้อยละ)
			ปี 2548	ปี 2549	
02	เนื้อสัตว์และส่วนอื่นของสัตว์ที่บริโภคได้	137	169	253	36
04	นมและผลิตภัณฑ์	2,081	3,250	3,419	28
08	ผลไม้และลูกนัตที่บริโภคได้	192	243	288	22
10	ธัญพืช	3,059	4,802	3,582	8
11	ผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมไม้สีเมสิด ธัญพืช	853	1,455	1,567	36

ที่มา : กรมศุลกากร

เมื่อพิจารณาด้านการส่งออก (ตาราง ที่ 4.1-3) พบว่า ภายหลังจากทำ FTA ได้มีการลดภาษีและผ่อนคลายมาตรการสุขอนามัย (SPS) ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยสินค้าจากประเทศไทยส่งออกไปยังประเทศออสเตรเลียเพิ่มขึ้น ได้แก่ สินค้าประเภทปลาและสัตว์น้ำ ธัญพืช ของปรุงแต่งจากเนื้อสัตว์/ปลา/สัตว์น้ำ และของปรุงแต่งจากพืช/ผัก/ผลไม้และลูกนัต และของปรุงแต่งเบ็ดเตล็ดที่บริโภคได้ โดยไทยมีการส่งออกของปรุงแต่งจากพืชผัก ผลไม้ และลูกนัตมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ย ร้อยละ 16 ต่อปี โดยมูลค่าการส่งออกในปี 2549 เท่ากับ 1,045 ล้านบาท นอกจากนี้ยังมีสินค้าที่สำคัญส่วนใหญ่เป็นสินค้าแปรรูปจากผลไม้เป็นจำพวกแยม/เยลลี่ผลไม้

ตารางที่ 4-1-3 มูลค่าการส่งออกสินค้าไทยไปออสเตรเลีย

(หน่วย : ล้านบาท)

พิกัด	รายการ	ก่อนทำ FTA ปี 2547	หลังทำ FTA		อัตราการขยายตัว ปี 2547-2549 (ร้อยละ)
			ปี 2548	ปี 2549	
03	ปลาและสัตว์น้ำ	1,925	2,136	2,110	5
10	ธัญพืช	1,060	1,446	1,358	13
16	ของปรุงแต่งจากเนื้อสัตว์ ปลา และสัตว์น้ำ	4,917	5,888	6,030	11
20	ของปรุงแต่งจากพืช ผัก ผลไม้ และลูกนัต	776	897	1,045	16
21	ของปรุงแต่งเบ็ดเตล็ดที่บริโภคได้	1,179	1,270	1,347	7

ที่มา : กรมศุลกากร

2) ไทย - นิวซีแลนด์

หลังจากข้อตกลงการค้าเสรีระหว่างไทยและนิวซีแลนด์มีผลบังคับใช้ พบว่า ไทยมีแนวโน้มขาดดุล โดยสังเกตได้จากเดือนกรกฎาคม 2548 ไทยขาดดุลการค้าเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยร้อยละ 10 ต่อปี ซึ่งเป็นผลมาจากไทยนำเข้านมและผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น และ ในปี 2549 ไทยเสียเปรียบดุลการค้าถึง 5,596 ล้านบาท โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของการนำเข้ามากกว่าการส่งออก โดยสินค้านำเข้าที่สำคัญของไทยหลังทำ FTA ส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทเนื้อสัตว์และส่วนอื่นของสัตว์ที่บริโภคได้ นมและผลิตภัณฑ์ ผลไม้และลูกนัตที่บริโภคได้ ของปรุงแต่งจากธัญพืช/แป้ง/สตาร์ช/นมมากขึ้น (ตารางที่ 4.1-4) ซึ่งผลไม้และลูกนัตที่บริโภคได้หลังทำ FTA มีมูลค่าการนำเข้าขยายตัวเพิ่มขึ้นมาก ถึง ร้อยละ 44 ต่อปี โดยในปี 2549 มีมูลค่าเท่ากับ 136 ล้านบาท (ตารางที่ 4.1-5) สินค้าที่สำคัญ ได้แก่ ผลไม้สดเมืองหนาว เช่น เชอร์รี่ สตอเบอรี่ และกีว เป็นต้น ซึ่งนำมาใช้ในอุตสาหกรรมอาหารเป็นส่วนใหญ่ ส่วนสินค้าส่งออกที่สำคัญของไทยไปยังนิวซีแลนด์นั้น พบว่า มีอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 6 ต่อปี สินค้าที่ส่งออกมากขึ้นไม่ใช่จำพวกผลไม้ แต่จะเป็นจำพวก สินค้าประเภทธัญพืช ของปรุงแต่งจากเนื้อสัตว์/ปลา/และสัตว์น้ำ และของปรุงแต่งเบ็ดเตล็ดที่บริโภคได้ เป็นต้น

ตารางที่ 4.1-4 ดุลการค้าผลไม้ไทย-นิวซีแลนด์ เปรียบเทียบก่อนและหลัง FTA

หน่วย : ล้านบาท

รายการ	ก่อนทำ FTA	หลังทำ FTA		อัตราการขยายตัว ปี 2547-2549 (ร้อยละ)
	2547	2548	2549	
มูลค่าการค้า	8,411	9,341	9,855	8
มูลค่าส่งออก	1,886	2,203	2,129	6
มูลค่านำเข้า	6,525	7,138	7,726	9
ดุลการค้า	-4,639	-4,936	-5,596	10

หมายเหตุ : เริ่มลดภาษีเมื่อวันที่ 1 ก.ค. 2548

ที่มา : กรมศุลกากร

ตารางที่ 4.1-5 การนำเข้าผลไม้ไทยจากนิวซีแลนด์ เปรียบเทียบก่อนและหลัง FTA

หน่วย : ล้านบาท

พิกัด	รายการ	ก่อนทำ FTA	หลังทำ FTA		อัตราการขยายตัว ปี 2547-2549 (ร้อยละ)
		2547	2548	2549	
02	เนื้อสัตว์และส่วนอื่นของสัตว์ที่บริโภคได้	49	59	100	43
04	นมและผลิตภัณฑ์	4,298	4,344	5,090	9
08	ผลไม้และลูกไม้ที่บริโภคได้	66	76	136	44
19	ของปรุงแต่งจากธัญพืช แป้ง สัตว์ หรือนม	1,312	1,573	1,538	8

ที่มา : กรมศุลกากร

3) ไทย - จีน

จากข้อตกลงระหว่างไทยและจีนที่ได้ตกลงกันให้เริ่มมีการลดภาษีนำเข้าระหว่างกันให้เหลือ 0% ทันที ในสินค้าทุกรายการนั้น ผลไม้ที่ประเทศไทยส่งออกไปยังประเทศจีนที่สำคัญ คือ ลำไย สด/แห้ง ทุเรียนสด มังคุด ลิ้นจี่ กัลยไช้ มะพร้าว ส่วนผลไม้ที่ไทยนำเข้าจากจีนที่สำคัญ คือ แอปเปิล สาลี่ ลูกนัต องุ่น ส้มแมนดาริน สตรอเบอรี่

การค้าผลไม้ระหว่างไทยกับจีนนั้น พบว่า การลดภาษีนำเข้าผลไม้ระหว่างไทย-จีนได้จะทำให้ไทยมีการส่งออกขยายตัวขึ้นประมาณ 16% (ตารางที่ 4.1-6) โดยเพิ่มขึ้นตลอดจาก 2,513 ล้านบาท ในปี 0 เป็น 3,979 ล้านบาท ในปี 3 ส่วนมูลค่าการนำเข้าของไทย มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นจาก 1,386 ล้านบาทในปี 0 เป็น 3,232 ล้านบาท ในปี 3 จากตารางที่ 4.1-7 แสดงถึง

ดุลการค้าไทยกับจีน พบว่า เดือนตุลาคม 2546 – กรกฎาคม 2550 ไทยได้ดุลการค้าจากจีนประมาณ 1,019 ล้านบาท

ตารางที่ 4.1-6 การค้าผลไม้ไทย-จีน

หน่วย: ล้านบาท

รายการ	ก่อน FTA	หลัง FTA				อัตราการเติบโต (ปีที่ 0-3)
	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4 (ต.ค.49.-ก.ค.50)	
ไทยส่งออก	2,513	3,378	3,726	3,979	2,691	16 %
ไทยนำเข้า	1,386	3,160	2,867	3,232	3,221	28 %
ดุลการค้าไทย	+ 1,127	+ 218	+ 859	+747	-531	1 %
ดุลการค้ารวม	+ 5,234	+ 6,817	+ 9,736	+12,952	+10,738	36 %

ที่มา : กรมศุลกากร

ตารางที่ 4.1-7 ดุลการค้าผลไม้ไทย-จีน (เดือนตุลาคม 2546 – กรกฎาคม 2550)

หน่วย: ล้านบาท

ตอนสินค้า	มูลค่าการค้า	ไทยส่งออก	ไทยนำเข้า	ดุลการค้าของไทย
08 (ผลไม้)	25,204	13,111	12,092	+ 1,019

ที่มา : กรมศุลกากร

ผลไม้ที่ค้าขายระหว่างไทยกับจีนที่สำคัญ ได้แก่ ทุเรียนสด ลำไยสด ลำไยแห้ง ผลไม้สดอื่น ๆ เป็นต้น จากตารางที่ 4.1-8 พบว่า ในปี 2548 มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดในรอบ 4 ปี คือ 3,905 ล้านบาท รองลงมา คือ ปี 2549 มีมูลค่า 3,567 ล้านบาท โดยผลไม้ที่ส่งออกมากที่สุด ได้แก่ ทุเรียน รองลงมาเป็น ลำไยสด ลำไยอบแห้ง มังคุดสดและแห้ง ทุเรียนแช่แข็ง และส้มเปลือกบางอื่นๆ ส่วนการนำเข้าผลไม้ของประเทศไทยจากประเทศจีนนั้น พบว่า ในปี 2549 ไทยได้นำเข้าผลไม้จากจีนมีมูลค่าประมาณ 3,748 ล้านบาท โดยแอปเปิลเป็นผลไม้นำเข้าจากจีนมากที่สุด มีมูลค่า 1,608 ล้านบาท รองลงมา คือ แพร์และควินซ์ องุ่น ลูกนัตอื่นๆ ส้มแมนดารินอื่นๆ สตรอเบอร์รี่ และ ผลไม้สดอื่นๆ (ตารางที่ 4.1-9)

ตารางที่ 4.1-8 สินค้าส่งออกสำคัญจากไทยไปจีน: ตอนที่ 08 (ผลไม้)

รายการสินค้า	มูลค่า (ล้านบาท)			
	2547	2548	2549	2550 (ม.ค.-ก.ค.)
ทุเรียนสด	560	1,018	1,356	900
ลำไยสด	804	1,051	925	558
ลำไยแห้ง	1,039	1,073	440	48
ผลไม้สดอื่น ๆ	41	197	285	28
มังคุดสดหรือแห้ง	253	356	180	239
ลิ้นจี่สด	53	85	122	40
ทุเรียนแช่เยนจนแข็ง	1	0	92	29
กล้วยไข่สด	48	79	90	42
ส้มเปลือกบางอื่น ๆ สดหรือแห้ง	0	5	40	7
มะพร้าว	27	40	37	20
รวม 10 อันดับแรก	2,825	3,905	3,567	1,911
รวมตอนที่ 08 ทั้งหมด	2,941	4,016	3,748	2,112

ที่มา : กรมศุลกากร

ตารางที่ 4.1-9 สินค้านำเข้าสำคัญของไทยจากจีน: ตอนที่ 08 (ผลไม้)

รายการสินค้า	มูลค่า (ล้านบาท)			
	2547	2548	2549	2550 (ม.ค.-ก.ค.)
แอปเปิล	1,551	1,477	1,608	847
แพร์และควินซ์	686	835	936	326
องุ่น	50	63	272	51
ลูกนัตอื่น ๆ	114	125	123	60
ส้มแมนดารินอื่น ๆ	17	46	123	175
สตอเบอรี่	15	38	85	28
ผลไม้สดอื่น ๆ	9	17	79	4
เชลนัต(ชนิดคาสตาเนีย)	98	71	64	46
ผลไม้อื่น ๆ แห้ง	36	36	36	21
ผลไม้และลูกนัตอื่น ๆ แช่เยนจนแข็ง	10	21	29	14
รวม 10 อันดับแรก	2,586	2,729	3,354	1,572
รวมตอนที่ 08 ทั้งหมด	2,700	2,931	3,531	1,700

ที่มา : กรมศุลกากร

4) ไทย - อินเดีย

ประเทศไทยและประเทศอินเดียได้ลดภาษีนำเข้าสินค้าเร่งลดภาษี (Early Harvest) สินค้าเกษตรจำนวน 11 รายการ ในที่นี้มีผลไม้ ได้แก่ มังคุด/มะม่วง อุ่น แอปเปิ้ล ทุเรียน เงาะ/ ลำไย/ทับทิม ,ในภาพรวมหลังการลดภาษี การค้าของไทยได้เปรียบดุลการค้าเหนืออินเดีย โดยพิจารณาจาก ทิศทางของดุลการค้าสินค้าเกษตรเร่งลดภาษีของไทย ตั้งแต่เดือนกันยายน 2546- สิงหาคม 2547 ก่อนมี FTA จนถึงสิงหาคม 2549 พบว่าไทยได้เปรียบดุลการค้าผลไม้จากอินเดีย ประมาณ 1.06 ล้านบาท (ตารางที่ 4.1-10)

ตารางที่ 4.1-10 ดุลการค้าผลไม้ระหว่างไทย-อินเดียในช่วงเดือนกันยายน 2547-เดือนกรกฎาคม 2550
(หน่วย : ล้านบาท)

ตอนที่	มูลค่าการค้า	ไทยส่งออก	ไทยนำเข้า	ดุลการค้า
08 (ผลไม้)	14.78	7.92	6.86	1.06

ที่มา : กรมศุลกากร

เนื่องจากการลดภาษีนำเข้าสินค้าเร่งลดภาษีเกษตรเร่งลดภาษี (Early Harvest) ได้เริ่ม ตั้งแต่ กันยายน 2547 เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงการค้าระหว่างไทย-อินเดีย ในช่วงเวลา 2 ปี ดัง ได้แสดงในตารางที่ 4.1-11 โดยทิศทางของดุลการค้าสินค้าเกษตรเร่งลดภาษีของไทยตั้งแต่เดือน กันยายน 2546 – สิงหาคม 2547 ก่อนมี FTA จนถึงสิงหาคม 2549 พบว่าไทยได้เปรียบดุลการค้า สำหรับสินค้าตอนที่ 08 (ผลไม้) ประมาณ 77% ซึ่งสินค้าส่งออกส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่ไทยมีศักยภาพ และส่วนหนึ่งเป็นผลจากการลดภาษีนำเข้าของอินเดีย และเนื่องจากมูลค่าการค้าระหว่างไทยและ อินเดียไม่สูงนักโดยเฉพาะในสินค้าเร่งลดภาษี ทำให้มูลค่าการค้าสินค้าเกษตรระหว่างไทยและอินเดียยัง อยู่ในระดับต่ำ

ตารางที่ 4.1-11 ดุลการค้าผลไม้ไทยอินเดีย เปรียบเทียบก่อนและหลัง FTA

(หน่วย: ล้านบาท)

รายการ	ก่อน FTA กย.46-สค.47	หลัง FTA			อัตราการเปลี่ยนแปลง ถึงส.ค.49
		กย.47-สค.48	กย.48-สค.49	กย.49-กค.50	
มูลค่าส่งออกจากไทย	1.24	1.31	1.67	3.71	16%
มูลค่านำเข้าของไทย	0.74	0.45	0.11	5.57	- 61%
ดุลการค้าของไทย	0.50	0.86	1.56	- 1.86	77%

ที่มา : กรมศุลกากร

4.2 การศึกษาข้อได้เปรียบเสียเปรียบ ของกลุ่มสินค้าผลไม้จากข้อตกลงเขตการค้าเสรี
ในภาพรวม

ภายหลังจากการจัดทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี พบว่า ดุลการค้าไทยกับประเทศคู่ค้าผลไม้ และผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ คือ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ จีน และ อินเดีย ในภาพรวมมีทิศทางที่ดีเพราะ มูลค่ารวมของดุลการค้ามีค่าเป็นบวกประมาณ 236.06 ล้านบาท โดยประเทศที่ไทยได้เปรียบ ดุลการค้ามากที่สุดคือ จีน รองลงมา ออสเตรเลีย และอินเดีย โดยมีมูลค่าดุลการค้า 1,019 173 และ 1.06 ล้านบาท ตามลำดับ (ตารางที่ 4.2-1) ส่วนประเทศนิวซีแลนด์ไทยเสียเปรียบดุลการค้าอยู่ ประมาณ 957 ล้านบาท ทั้งนี้สาเหตุเนื่องมาจากมาตรการสุขอนามัยที่เข้มงวดของนิวซีแลนด์ ที่เข้มงวดเป็นอุปสรรคต่อการส่งออกสินค้าเกษตรของไทย

ตารางที่ 4.2-1 เปรียบเทียบดุลการค้าผลไม้และผลิตภัณฑ์ของไทยกับประเทศคู่ค้าที่สำคัญ
หน่วย : ล้านบาท

ประเทศ	มูลค่ารวมดุลการค้า
ไทย-ออสเตรเลีย	+173.00
ไทย-นิวซีแลนด์	-957.00
ไทย-จีน	+1,019.00
ไทย-อินเดีย	+1.06
รวม	+236.06

ที่มา : จากการคำนวณ

สำหรับภาพรวมของการค้าผลไม้และผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ภายหลังจากการจัดทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี พบว่า ทั้งมูลค่าส่งออกและนำเข้าผลไม้และผลิตภัณฑ์ของไทยเพิ่มขึ้นมากกว่าการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออก โดยการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการนำเข้าสูงกว่าการเพิ่มขึ้นของมูลค่าส่งออก 356.24 ล้านบาท (ตารางที่ 4.2-2)

ตารางที่ 4.2-2 เปรียบเทียบมูลค่าการผลไม้และผลิตภัณฑ์ ปี 2549-2550

(หน่วย : ล้านบาท)

รายการ	ปี 2549	ปี 2550	ผลต่าง
มูลค่าการส่งออก	46,544.00	48,067.45	1,523.44
มูลค่าการนำเข้า	8,435.18	10,314.86	1,879.68

ที่มา : กรมศุลกากร

จากข้างต้น พบว่า ปริมาณการส่งออกและนำเข้าสินค้าเกษตรกรรมในปี 2550 เปรียบเทียบกับปี 2549 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น 1,523.44 ล้านบาท ผลไม้ที่มีการส่งออกเพิ่มขึ้น ได้แก่ ส้มเขียวหวาน มะม่วงสด ลำไยสดหรือแช่เย็นจนแข็ง ลำไยแห้ง ลำไยบรรจุภาชนะอัดลม เงาะสด สับปะรดแห้ง ลิ้นจี่บรรจุภาชนะอัดลม เป็นต้น

เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกผลไม้ที่สำคัญในปี 2549 กับปี 2550 พบว่า มังคุดสดหรือแช่เย็นจนแข็ง ลำไยแห้ง ลำไยสดหรือแช่เย็นจนแข็ง มะม่วงสด และส้มเขียวหวาน มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น 477.87 412.60 330.92 327.41 และ 187.65 ล้านบาท ตามลำดับ โดยผลไม้ที่ได้รับผลกระทบส่งออกมูลค่าลดลง ได้แก่ ส้มแมนดารินและส้มชนิดอื่นๆ ส้มเปลือกบาง สดหรือแห้ง และทุเรียนสดหรือแช่เย็นจนแข็ง มีมูลค่าการส่งออกลดลง 140.63 42.00 และ 14.17 ล้านบาท ตามลำดับ (ตารางที่ 4.2-3)

ตารางที่ 4.2-3 เปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกผลไม้และผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของไทย ปี 2549 กับปี 2550

(หน่วย : ล้านบาท)

ส่งออกเพิ่มขึ้น		ส่งออกลดลง	
รายการ	มูลค่า	รายการ	มูลค่า
มังคุดสดหรือแช่เย็นจนแข็ง	477.87	ทุเรียนสดหรือแช่เย็นจนแข็ง	- 14.17
ลำไยแห้ง	412.60	ส้มเปลือกบาง สดหรือแห้ง	- 42.00
ลำไยสดหรือแช่เย็นจนแข็ง	330.92	ส้มแมนดารินและส้มชนิดอื่นๆ	-140.63
มะม่วงสด	327.41		
ส้มเขียวหวาน	187.65		
ลำไยบรรจุภาชนะอัดลม	74.05		
มะม่วงบรรจุภาชนะอัดลม	4.72		

ที่มา : กรมศุลกากร

ส่วนมูลค่าการนำเข้า พบว่า มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยมีมูลค่าการนำเข้าสินค้าเกษตรกรรมเพิ่มขึ้น 1,879.68 ล้านบาท โดยผลไม้ที่นำเข้าเพิ่มขึ้น ได้แก่ ผลไม้ปรั่งแต่ง ผลไม้สดอื่น ๆ ผลไม้แช่แข็ง อุ่นสด แอปเปิ้ลสด ลูกพลับสด และอื่นๆ มูลค่าประมาณ 635.21 384.03 311.37 248.38 179.03 82.92 และ 192.63 ล้านบาท ตามลำดับ ส่วนผลไม้และผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าลดลง ได้แก่ แพร์และควินซ์สด และ เปลือกแตงและเปลือกส้ม มูลค่าประมาณ 152.53 และ 1.35 ล้านบาท ตามลำดับ (ตารางที่ 4.2-4)

ตารางที่ 4.2-4 เปรียบเทียบมูลค่าการนำเข้าผลไม้และผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของไทย ปี 2549 กับปี 2550

(หน่วย : ล้านบาท)

นำเข้าเพิ่มขึ้น		นำเข้าลดลง	
รายการ	มูลค่า	รายการ	มูลค่า
ผลไม้ปรั่งแต่ง	635.21	เปลือกแตงและเปลือกส้ม	- 1.35
ผลไม้สดอื่น ๆ	384.03	แพร์และควินซ์สด	-152.53
ผลไม้แช่แข็ง	311.37		
อุ่นสด	248.38		
แอปเปิ้ลสด	179.03		
ลูกพลับสด	82.92		
น้ำผลไม้ไม่หมักและไม่ใสสุรา	69.70		
ผลไม้แห้งอื่น ๆ	63.38		
ลิ้นจี่สด	31.08		
อุ่นแห้ง	21.83		
น้ำส้ม	6.64		

ที่มา : กรมศุลกากร

4.3 การศึกษาสถานการณ์การผลิตสินค้าผลไม้ของไทย

4.3.1 สถานการณ์การผลิตไม้ผลแต่ละชนิด

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่สามารถผลิตผลไม้เมืองร้อนได้หลากหลายชนิด ผลไม้ที่สำคัญ ได้แก่ ลำไย ทุเรียน มังคุด มะม่วง และส้ม เป็นต้น ซึ่งผลไม้นี้ดังกล่าวส่วนใหญ่มีฤดูกาลผลิตแตกต่างกัน จึงทำให้ประชากรในประเทศไทยมีผลไม้บริโภคตลอดทั้งปีอย่าง

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ประเทศไทยจะมีศักยภาพในการผลิตผลไม้ได้หลากหลายและผลิตได้ตลอดทั้งปี แต่เนื่องจากประชากรของประเทศไทยมีความหลากหลาย รสนิยมในการบริโภคก็ต่างกัน จึงทำให้ประเทศไทยยังนำเข้าผลไม้เมืองหนาวจากต่างประเทศ ผลไม้ที่นำเข้าส่วนใหญ่ ได้แก่ แอปเปิ้ล สาลี่ องุ่น เป็นต้น โดยส่วนใหญ่จะนำเข้าจากประเทศจีน และจากการที่ประเทศไทยได้จัดทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี (Free Trade Agreement : FTA) กับประเทศที่สำคัญ ได้แก่ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ จีน อินเดีย และญี่ปุ่น ทำให้มีการส่งออกและนำเข้าผลไม้ซึ่งกันและกัน โดยสถานการณ์การผลิตผลไม้ที่สำคัญของไทยปัจจุบัน หากเปรียบเทียบมูลค่าผลผลิตในปี 2547 และ ปี 2550 พบว่า ลำไย ทุเรียน เงาะ และกล้วยไข่ มีมูลค่าผลผลิตเพิ่มขึ้น และหากเปรียบเทียบ ปี 2547 กับปี 2549 พบว่า มีเพียงลิ้นจี่ที่มีปริมาณมูลค่าผลผลิตสูงขึ้น ส่วนมะม่วง ส้มโอ และกล้วยหอม มีปริมาณมูลค่าผลผลิตลดลง เมื่อพิจารณาถึงไม้ผลที่เนื้อที่ให้ผลผลิตเพิ่มขึ้นและมูลค่าผลผลิตเพิ่มขึ้นแล้ว พบว่า มีลำไย ลิ้นจี่ และกล้วยไข่ โดยสถานการณ์การผลิตและการค้าไม้ผลที่สำคัญและมีส่วนสำคัญเป็นส่วนใหญ่กับการทำ FTA ของไทย จำนวน 5 ชนิด ได้แก่ ลำไย ทุเรียน มังคุด มะม่วง และส้ม โดยมีสถานการณ์การผลิตและการค้า ดังนี้

1) ลำไย

เป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญทางภาคเหนือของไทย ปัจจุบันประเทศไทยเป็นประเทศส่งออกลำไยรายใหญ่ของโลก มีมูลค่าการส่งออกปีละกว่า 5,000 ล้านบาท แนวโน้มพื้นที่ปลูกลำไยของประเทศไทยได้เพิ่มสูงขึ้นมาโดยตลอด แต่อย่างไรก็ตาม ผลผลิตต่อไร่ของลำไยยังไม่แน่นอนและไม่ได้เพิ่มขึ้นตามจำนวนพื้นที่ที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง โดยเฉพาะสภาพอากาศที่ต้องเหมาะสม ประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดลำไยของโลกอยู่ที่ร้อยละ 80 การส่งออกลำไยมี 4 รูปแบบ คือ ลำไยสด ลำไยอบแห้ง ลำไยกระป๋อง และลำไยแช่แข็ง ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ เวียดนาม และ จีน โดย “ลำไยสด” ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ในปี 2550 ประเทศไทยได้ส่งออกลำไยสดเพิ่มเป็น 163,000 ตัน มีมูลค่า 2,500 ล้านบาท ประเทศคู่ค้าลำไยสดที่สำคัญ ได้แก่ จีน , อินโดนีเซีย และฮ่องกง ส่วน “ลำไยอบแห้ง” ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มสูงขึ้นเช่นกัน ในปี 2550 ประเทศไทยส่งออกลำไยอบแห้งได้ 80,000 ตัน คิดเป็นมูลค่า 1,500 ล้านบาท แต่มูลค่าการส่งออกลำไยอบแห้งเพิ่มขึ้นเล็กน้อยเพียง 41 ล้านบาท ประเทศคู่ค้าลำไยอบแห้งที่สำคัญ ได้แก่ จีน ฮ่องกง สิงคโปร์ เมียนมาร์ และ ลาว ขณะที่ “ลำไยกระป๋อง” มีปริมาณและมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไม่มากเท่าใด ในปี 2550 ประเทศไทยส่งออกลำไยกระป๋องได้ในปริมาณ 11,200 ตัน คิดเป็นมูลค่า 405 ล้านบาท ประเทศคู่ค้าลำไยกระป๋องที่สำคัญ ได้แก่ มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และ สหรัฐอเมริกา ส่วน “ลำไยแช่แข็ง” มีแนวโน้มการส่งออกลดลง ในปี 2550 ประเทศไทยได้ส่งออกลำไยแช่แข็งได้ 4.00 ตัน คิดเป็นมูลค่า 22 ล้านบาท ประเทศ

คู่ค้าลำไยแช่แข็งที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส และ เกาหลี ขณะนี้รัฐบาลมีนโยบายในการที่จะกระจายการผลิตโดยจัดทำเขตส่งเสริมการผลิตลำไยนอกฤดู (zoning) กระจายผลผลิตลำไยสดสู่ตลาดปลายทาง ถ่ายทอดความรู้/ตรวจรับรองแปลง GAP พร้อมทั้งปรับปรุงสวนเก่า สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการแปรรูป อบแห้ง และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ส่งเสริมตลาดภายในและขยายตลาดส่งออก ทั้งในตลาดเดิม ได้แก่ จีน อินโดนีเซีย และตลาดใหม่ ได้แก่ อินเดีย คูโบ ออสเตรเลีย

2) ทูเรียน

ทุเรียนเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของไทย เนื่องจากทุเรียนของไทยมีคุณภาพดีเป็นที่ต้องการของตลาด แหล่งเพาะปลูกที่สำคัญ ได้แก่ จันทบุรี ชุมพร ระยอง ยะลา และนครศรีธรรมราช ปัจจุบันประเทศไทยเป็นประเทศส่งออกทุเรียน อันดับ 1 ของโลก มีส่วนแบ่งในตลาดโลกถึงร้อยละ 90 ประเทศที่เป็นคู่แข่งในปัจจุบัน ได้แก่ เวียดนาม มาเลเซีย และออสเตรเลีย ด้านการผลิต พบว่า แนวโน้มจำนวนพื้นที่ปลูกทุเรียนได้เพิ่มสูงขึ้นมาโดยตลอด ตั้งแต่ปี 2541 และได้ลดพื้นที่ลงเล็กน้อยในปี 2548 และปี 2549 การส่งออกทุเรียนมี 4 รูปแบบ คือ ทุเรียนสด ทุเรียนแช่แข็ง ทุเรียนกวน และทุเรียนอบแห้ง สำหรับสถานการณ์ของการส่งออกนั้น “ทุเรียนสด” ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี โดยในปี 2550 ประเทศไทยได้ส่งออกทุเรียนสดได้ 200,000 ตัน คิดเป็นมูลค่า 3,000 ล้านบาท ประเทศคู่ค้าทุเรียนสดที่สำคัญ ได้แก่ จีน ฮองกง ไต้หวัน และอินโดนีเซีย ส่วน “ทุเรียนแช่แข็ง” ปริมาณการส่งออกมีแนวโน้มลดลง ในปี 2550 ปริมาณการส่งออก 20,000 ตัน คิดเป็นมูลค่า 600 ล้านบาท ประเทศคู่ค้าทุเรียนแช่แข็งที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และจีน ในส่วนของ “ทุเรียนกวน” ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นมาโดยตลอด ในปี 2550 มีปริมาณการส่งออกทุเรียนกวน 4,000 ตัน คิดเป็นมูลค่า 300 ล้านบาท ประเทศคู่ค้าทุเรียนกวนที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และรัสเซีย และสุดท้าย “ทุเรียนอบแห้ง” มีแนวโน้มปริมาณและมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นโดยตลอด โดยในปี 2550 มีปริมาณการส่งออกทุเรียนกวน 1,000 ตัน คิดเป็นมูลค่า 100 ล้านบาท ซึ่งในส่วนของรัฐบาล มีนโยบายที่จะได้ปรับโครงสร้างการผลิตทุเรียนให้ได้คุณภาพมาตรฐาน GAP, GMP, HACCP และจัดทำ contract farming เพื่อให้เกษตรกรมีตลาดรับซื้อที่แน่นอน พร้อมสร้างมูลค่าเพิ่ม (value creation) เช่น ทุเรียนทอดกรอบ ทุเรียนอบแห้ง fresh chilled พัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อกระจายผลผลิตสู่ผู้บริโภคปลายทางอย่างรวดเร็ว

3) มังคุด

มังคุดเป็นผลไม้มีรสชาติดี ได้รับการยกย่องว่าเป็นราชินีผลไม้ ปัจจุบันประเทศไทยส่งออกมังคุดเป็นอันดับ 1 ของโลก และมีคู่แข่งที่สำคัญ คือ อินโดนีเซีย และเวียดนาม แนวโน้มของพื้นที่ปลูกมีการขยายการผลิตอย่างมาก ปัจจุบันประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดมังคุดของโลกอยู่ที่

ประมาณร้อยละ 83 โดยการส่งออกมั่งคุดมี 2 รูปแบบ คือ ในรูปแบบมั่งคุดสด และมั่งคุดแช่แข็ง โดยมีสถานการณ์ของการส่งออก กล่าวคือ “มั่งคุดสด” ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ในปี 2549 มั่งคุดสดและผลิตภัณฑ์ส่งออกได้ในปริมาณน้อย เนื่องจากในปีดังกล่าวมั่งคุดให้ผลผลิตในปริมาณน้อย ประเทศคู่ค้ามั่งคุดสดที่สำคัญของไทย ได้แก่ จีน ฮองกง ญี่ปุ่น เวียดนาม และเมียนมาร์ ส่วน “มั่งคุดแช่แข็ง” มีปริมาณและมูลค่าการส่งออกเฉลี่ย 4 ปีอยู่ที่ประมาณ 23 ถึง 30 ล้านบาท โดยในปี 2550 ได้ส่งออกเพิ่มเป็น 400 ตัน คิดเป็นมูลค่า 30 ล้านบาท ประเทศคู่ค้ามั่งคุดแช่แข็งที่สำคัญของไทย ได้แก่ ญี่ปุ่น และ สหรัฐอเมริกา โดยภาครัฐมีนโยบายในการผลิตมั่งคุด คือ ปรับโครงสร้างการผลิตมั่งคุดคุณภาพมาตรฐาน GAP, GMP, HACCP เน้นสร้างมูลค่าเพิ่ม พร้อมวิจัยและพัฒนาเครื่องมือตรวจสอบเนื้อแก้วยางไหลในผล สร้างตราสินค้ามั่งคุดไทย และขยายการส่งออก และพัฒนาระบบโลจิสติกส์ เพื่อกระจายผลผลิตสู่ผู้บริโภคปลายทางอย่างรวดเร็ว

4) มะม่วง

ปัจจุบันผลผลิตมะม่วงส่วนใหญ่ใช้บริโภคในประเทศร้อยละ 98 ในรูปผลสด ในปี 2550 ประเทศไทยมีเนื้อที่ปลูกมะม่วงที่กำลังให้ผลทั้งประเทศรวมประมาณ 179,100 ไร่ ได้ผลผลิตรวมประมาณ 221,800 ตัน มูลค่าการส่งออกมะม่วงและผลิตภัณฑ์ปีละกว่า 800 ล้านบาท โดยพันธุ์การค้าที่สำคัญ ได้แก่ พันธุ์เขียวเสวย น้ำดอกไม้ หนองแซง อกร่อง ไซคอนันต์ แก้ว แรด ทองดำ และหนังกวางวัน เนื้อที่ให้ผลผลิตของมะม่วงและผลผลิตต่อไร่ ได้มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นมาโดยตลอด ปี 2550 ประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดมะม่วงในตลาดโลกอยู่ที่ร้อยละ 2.65 เท่านั้น โดยมีคู่แข่งที่สำคัญ คือ ฟิลิปปินส์ และอินเดีย สถานการณ์ของการส่งออกมีดังนี้ การส่งออก “มะม่วงสด” มีแนวโน้มปริมาณและมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น ในปี 2550 ประเทศไทยปริมาณส่งออกประมาณ 12,000 ตัน มีมูลค่าการส่งออก 300 ล้านบาท ประเทศคู่ค้ามะม่วงสดที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น และ มาเลเซีย “มะม่วงกระป๋อง” มีปริมาณและมูลค่าการส่งออกมากที่สุดในการส่งออกมะม่วงของประเทศไทย โดยในปี 2550 ส่งออกได้ 12,000 ตัน คิดเป็นมูลค่า 400 ล้านบาท ประเทศคู่ค้ามะม่วงกระป๋องที่สำคัญ ได้แก่ ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น อังกฤษ เยอรมัน สหรัฐอเมริกา และ เนเธอร์แลนด์ “มะม่วงอบแห้ง” ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยในปี 2550 มีปริมาณการส่งออก 250 ตัน คิดเป็นมูลค่า 55 ล้านบาท ประเทศคู่ค้ามะม่วงอบแห้งที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา ส่วน “มะม่วงแช่แข็ง” มีปริมาณการส่งออกประมาณ 730 ตัน มีมูลค่าส่งออกประมาณ 65 ล้านบาท และเมื่อเปรียบเทียบกับมะม่วงสดและมะม่วงกระป๋องแล้ว พบว่า มีปริมาณและมูลค่าการส่งออกค่อนข้างน้อย ประเทศคู่ค้ามะม่วงแช่แข็งที่สำคัญ คือ ญี่ปุ่น ขณะนี้รัฐบาลมีนโยบายในการปรับโครงสร้างการผลิตมะม่วงคุณภาพมาตรฐาน GAP, GMP, HACCP สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการแปรรูป

เป็น ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้มีความหลากหลาย พร้อมพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในลักษณะ fresh chilled และ
เพิ่มการส่งออกในตลาดเดิม และขยายการส่งออกในตลาดใหม่

5) ส้มเขียวหวาน

ปริมาณการส่งออกส้มเขียวหวานในรูปผลสดมีน้อย ผลผลิตร้อยละ 99 ของผลผลิตสด
ใช้บริโภคภายในประเทศ ส่วนการนำเข้าส่วนใหญ่จากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน แนวโน้ม
จำนวนเนื้อที่ให้ผลผลิต ปริมาณผลผลิตและมูลค่าของผลผลิตส้มเขียวหวานของประเทศไทยเพิ่ม
ขึ้นมาโดยตลอด จากในปี 2541 มีเนื้อที่ให้ผลผลิตส้มเขียวหวานจำนวน 101,000 ไร่ และ ในปี 2550
ได้เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเป็น 426,000 ไร่ โดยมีส่วนแบ่งการตลาดไม่ชัดเจน แต่มีคู่แข่งที่สำคัญ คือ จีน
เวียดนาม และ ฟิลิปปินส์ สำหรับสถานการณ์ของการส่งออก “ส้มเขียวหวานสด” มีปริมาณและ
มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นมาโดยตลอดในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา โดยในปี 2550 ประเทศไทยส่งออก
ส้มเขียวหวานสดได้ 2,500 ตัน คิดเป็นมูลค่า 40 ล้านบาท ประเทศคู่ค้าส้มเขียวหวานสดที่สำคัญ
ของไทย ได้แก่ เมียนมาร์ ลาว จีน และอินโดนีเซีย ส่วน “น้ำส้มแช่แข็ง” มีปริมาณและมูลค่าการ
ส่งออกไม่แน่นอน โดยในปี 2547 ประเทศไทยส่งออกน้ำส้มแช่แข็งได้ปริมาณ 327 ตัน คิดเป็นมูลค่า
5.58 ล้านบาท ต่อมาในปี 2550 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมีปริมาณ 120 ตัน คิดเป็นมูลค่าการ
ส่งออก 2.40 ล้านบาท ประเทศคู่ค้าน้ำส้มแช่แข็งที่สำคัญของไทย ได้แก่ ลาว กัมพูชา และ เมียนมาร์
“น้ำส้มอื่นๆ” มีมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ขณะที่ “น้ำผลไม้จำพวกส้ม” ปริมาณและมูลค่า
การส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ปัจจุบันรัฐบาลมีนโยบายในการปรับโครงสร้างการผลิตส้มเขียวหวาน
คุณภาพ สร้างมาตรฐานสุขอนามัยและระบบรับรองคุณภาพ สร้างมูลค่าเพิ่ม โดยพัฒนาการแปรรูป
ผลิตภัณฑ์ใหม่ สร้างระบบการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพทั้งด้านการผลิตและการตลาด

4.3.2 ความรู้และความคิดเห็นของเกษตรกรเกี่ยวกับ FTA

การสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลจำนวน 200 ราย ซึ่งปลูกไม้ผลต่างชนิดและกระจายอยู่
ในพื้นที่ภาคเหนือ กลาง ตะวันออก ตะวันตกและใต้ ได้ผลการศึกษาดังนี้

1). ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกร

1.1) อายุของเกษตรกร

การสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกไม้ผล 200 ราย พบว่า เกษตรกรมีอายุเฉลี่ย 50.13
ปี โดยเกษตรกรร้อยละ 34 มีอายุระหว่าง 50 – 59 ปี และอีกร้อยละ 32.5 มีอายุ 40 – 49 ปี มี
เกษตรกรเพียงร้อยละ 2 ที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ทั้งนี้ เกษตรกรที่มีอายุมากที่สุด 85 ปี และอายุน้อยที่สุด

23 ปี จากข้อมูลนี้แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลส่วนใหญ่มีอายุค่อนข้างมาก การเข้าสู่อาชีพเกษตรกรของผู้อายุน้อยมีน้อย

1.2) ระดับการศึกษา

เกษตรกรร้อยละ 49.5 มีการศึกษาระดับประถมศึกษา และเกษตรกรร้อยละ 37 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยม พร้อมกันนี้เกษตรกรอีกร้อยละ 10 ศึกษาถึงระดับปริญญาตรี เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุมาก ส่วนใหญ่จึงมีการศึกษาระดับประถมศึกษา

2) ข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตไม้ผล

ผลการสัมภาษณ์เกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง 200 ราย ได้ข้อมูลเกี่ยวกับชนิดไม้ผลที่เกษตรกรปลูก และพื้นที่ปลูก ดังต่อไปนี้

2.1) ชนิดไม้ผลที่เกษตรกรปลูกในปี 2549

เกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง 42 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 21 ปลูกมังคุด ขณะที่เกษตรกรอีกร้อยละ 20.5 และ 20 ปลูกทุเรียน และเงาะ ตามลำดับ นอกจากนี้ เกษตรกรร้อยละ 16 ปลูกมะม่วง เกษตรกรร้อยละ 13.5 ปลูกลำไย เกษตรกรร้อยละ 11.0 ปลูกส้มเปลือกกล่อน เกษตรกรร้อยละ 8.5 ปลูกชมพู ส่วนเกษตรกรรายอื่น ๆ ปลูกผลไม้ต่างชนิด

2.2) พื้นที่เพาะปลูกไม้ผลของเกษตรกร

เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างมีพื้นที่ปลูกไม้ผลแตกต่างกันไป เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างมีพื้นที่เพาะปลูกมะม่วงเฉลี่ยสูงกว่าไม้ผลชนิดอื่น ๆ เท่ากับ 51.4 ไร่ รองลงมาได้แก่พื้นที่ปลูกส้มเปลือกกล่อน 45.5 ไร่ ส่วนพื้นที่ปลูกลำไย ทุเรียน ลองกอง และส้มโอ เท่ากับ 13.9 12.5 12.1 และ 10.2 ไร่ ตามลำดับ สำหรับไม้ผลชนิดอื่น ๆ เกษตรกรปลูกในพื้นที่เฉลี่ยต่ำกว่า 10 ไร่

3) ความรู้และข้อคิดเห็นของเกษตรกรเกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรีและการค้าผลไม้ของไทย

ผลการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลด้านความรู้เกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรี พบ ข้อมูลแยกได้ 2 ประเด็นสำคัญดังนี้

3.1) ความรู้ของเกษตรกรเกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรี (FTA)

เกษตรกร ร้อยละ 28 ตอบไม่มีความรู้เกี่ยวกับ FTA และมีเพียง 7 ราย หรือร้อยละ 3.5 ตอบว่า มีความรู้เกี่ยวกับ FTA เป็นอย่างดี ขณะที่เกษตรกรส่วนใหญ่มีความรู้บ้างและพอเข้าใจเกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรี และรู้เรื่องบ้างแต่ไม่เข้าใจ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 35.0 และ 33.5 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.3-1

ตารางที่ 4.3-1 ความรู้ของเกษตรกรเรื่องข้อตกลงเขตการค้าเสรี

N = 200

ความรู้ของเกษตรกร	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ไม่รู้	56	28.0
รู้นิดแต่ไม่เข้าใจ	67	33.5
รู้นิดและพอเข้าใจ	70	35.0
รู้เป็นอย่างดี	7	3.5
รวม	200	100.0

สำหรับประเทศคู่สัญญา เกษตรกรร้อยละ 40.3 ไม่ทราบว่าคู่สัญญา FTA ของไทยคือประเทศใด เกษตรกร 104 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 52.0 ตอบว่าประเทศไทยทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีกับจีน และส่งผลกระทบมากที่สุดต่อการผลิตและการค้าไม้ผลของไทย ขณะที่เกษตรกรร้อยละ 0.5 และ 4.5 ทราบว่าไทยทำสัญญากับออสเตรเลียและญี่ปุ่น ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3-2 ความรู้ของเกษตรกรเรื่องประเทศคู่สัญญาที่ไทยทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี

N = 200

ประเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ไม่ทราบ	86	43.0
จีน	104	52.0
ออสเตรเลีย	1	0.5
ญี่ปุ่น	9	4.5
รวม	200	100.0

3.2) ความคิดเห็นของเกษตรกรเรื่องข้อตกลงเขตการค้าเสรีที่มีผลต่อการผลิตและการค้าผลไม้ของไทย

เกษตรกรร้อยละ 4 มีความเห็นว่า FTA ไม่มีผลต่อการผลิตและการขายของผลไม้ไทย ขณะที่เกษตรกรร้อยละ 87.5 เห็นว่ามีผลกระทบทางลบ และร้อยละ 24.0 เห็นว่ามีผลกระทบทางบวก โดยผลกระทบทางลบ คือ ร้อยละ 50.5 เห็นว่า ทำให้ราคาผลไม้ไทยลดลง และร้อยละ 26.5 เห็นว่าทำให้ความต้องการผลไม้ในประเทศลดลง ขณะที่เกษตรกร 1 ราย หรือร้อยละ 0.5 เห็นว่า ทำให้เงื่อนไขการรับซื้อผลไม้ของต่างประเทศมีมากขึ้น

สำหรับผลกระทบทางบวก เกษตรกรร้อยละ 13.0 เห็นว่า ทำให้ความต้องการผลไม้ไทยจากต่างประเทศสูงขึ้น ร้อยละ 9.0 เห็นว่าทำให้ราคาขายสูงขึ้น และร้อยละ 2 เห็นว่าทำให้ผู้ผลิตปรับตัวผลิตผลไม้ที่มีคุณภาพสูงขึ้น (ตารางที่ 4.3-3)

ตารางที่ 4.3-3 ความคิดเห็นของเกษตรกรเรื่องการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีที่มีผลต่อการผลิตและการค้าผลไม้ของไทย

N = 200

ผลกระทบ*	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1. ไม่มีผลกระทบต่อการผลิตและการขาย	8	4.0
2. มีผลกระทบทางลบ	175	87.5
2.1 ราคาผลไม้ไทยลดลง	101	50.5
2.2 ผู้ซื้อภายในประเทศต้องการผลไม้ไทยลดลง	73	26.5
2.3 เงื่อนไขของต่างประเทศมีมากขึ้น	1	0.5
3. มีผลกระทบทางบวก	48	24.0
3.1 ผู้ส่งออกต้องการผลไม้ไทยเพิ่มขึ้น	26	13.0
3.2 ราคาขายผลไม้สูงขึ้น	18	9.0
3.3 ทำให้ผู้ผลิตปรับตัวให้ผลิตไม้ผลที่มีคุณภาพและปลอดภัยจากสารพิษ	4	2.0

หมายเหตุ *ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

4) การเปลี่ยนแปลงภาคการผลิตไม้ผลที่เกิดขึ้นจากการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี

การศึกษาด้านการเปลี่ยนแปลงภาคการผลิตไม้ผลที่เกิดขึ้นจากการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี นำเสนอผลแยกเป็น 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงชนิดไม้ผลที่ปลูก การเปรียบเทียบพื้นที่เพาะปลูกไม้ผลของเกษตรกรระหว่างปี พ.ศ.2546 และ พ.ศ.2549 และความคิดเห็นของเกษตรกรเกี่ยวกับปริมาณและราคาผลไม้ในตลาด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.1) การเปลี่ยนแปลงชนิดไม้ผลที่ปลูก

เกษตรกรร้อยละ 91 ยืนยันไม่เปลี่ยนชนิดไม้ผลที่ปลูก แม้ไทยทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีกับต่างประเทศ ดังตารางที่ 4.3-4

ตารางที่ 4.3-4 การเปลี่ยนแปลงชนิดไม้ผลที่ปลูก

N = 200

การเปลี่ยนแปลง	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ไม่เปลี่ยนชนิดไม้ผล	182	91.0
เปลี่ยนชนิดไม้ผล	18	9.0
รวม	200	100.0

4.2) การเปรียบเทียบพื้นที่เพาะปลูกไม้ผลของเกษตรกร ระหว่างปี พ.ศ.2546 และ 2549

ผลจากการเปรียบเทียบพื้นที่เพาะปลูกไม้ผลเฉลี่ยของเกษตรกรระหว่างปี พ.ศ. 2546 และ พ.ศ.2549 พบว่าพื้นที่เพาะปลูกไม้ผลเฉลี่ยไม่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น พื้นที่เพาะปลูก มังคุดเฉลี่ยในปี พ.ศ. 2546 เท่ากับ 7.78 ไร่ ส่วน พ.ศ.2549 พื้นที่ปลูกมังคุดเพิ่มขึ้นเป็น 7.90 ไร่ ซึ่ง พื้นที่เพิ่มขึ้นเพียง 0.12 ไร่ จัดได้ว่าพื้นที่เพาะปลูกมังคุดเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ขณะเดียวกัน พื้นที่เพาะปลูกทุเรียนเฉลี่ยในปี พ.ศ.2546 เท่ากับ 12.49 ไร่ ส่วนปี พ.ศ.2549 พื้นที่เพาะปลูกทุเรียน ลดลงเป็น 11.34 ไร่ ซึ่งลดลงเพียง 1.15 ไร่เท่านั้น ยกเว้นพื้นที่เพาะปลูกมะม่วงเฉลี่ย ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก 43.55 ไร่ ในปี พ.ศ.2546 เป็น 55.23 ไร่ ในปี พ.ศ.2549 (ตารางที่ 4.3-5)

ตารางที่ 4.3-5 การเปรียบเทียบพื้นที่เพาะปลูกไม้ผลของเกษตรกร ระหว่างปี พ.ศ.2546 และ 2549

N = 200

ชนิดผลไม้	จำนวนพื้นที่เพาะปลูกเฉลี่ย ปี 2546	จำนวนพื้นที่เพาะปลูกเฉลี่ย ปี 2549
	จำนวน (ไร่)	จำนวน (ไร่)
1. ทุเรียน	12.49	11.34
2. มังคุด	7.78	7.90
3. ลำไย	14.30	14.79
4. มะม่วง	43.55	55.23
5. ส้มเปลือกอ่อน	43.95	45.70
6. ฝรั่ง	8.33	7.22
7. ชมพู	9.59	8.61
8. เงาะ	8.80	8.32
9. ส้มโอ	10.04	10.23

ตารางที่ 4.3-5 (ต่อ)

N = 200

ชนิดผลไม้	จำนวนพื้นที่เพาะปลูกเฉลี่ย ปี 2546	จำนวนพื้นที่เพาะปลูกเฉลี่ย ปี 2549
	จำนวน (ไร่)	จำนวน (ไร่)
10. มะยงชิด	2.75	3.25
11. ลองกอง	9.82	11.00
12. กะท้อน	3.00	2.75
13. ละมุด	4.00	4.00
14. สละ	3.75	3.75
15. ลิ้นจี่	4.00	4.00

4.3) ความคิดเห็นของเกษตรกรเกี่ยวกับปริมาณและราคาผลไม้ในตลาด

4.3.1) ความคิดเห็นของเกษตรกรเกี่ยวกับปริมาณผลไม้ในตลาด

เกษตรกรร้อยละ 84.5 มีความเห็นว่าปัจจุบันนี้ผลไม้ในตลาดเพิ่มขึ้น โดยเกษตรกรในกลุ่มนี้ร้อยละ 72.2 ให้เห็นว่าผลไม้ในตลาดเพิ่มขึ้นเพราะมีผลไม้จากต่างประเทศเข้ามาในไทยมากขึ้น และเกษตรกรไทยอีกร้อยละ 44.4 เห็นว่าผลไม้ในตลาดเพิ่มขึ้นเพราะมีเกษตรกรรายอื่น ๆ ผลิตผลไม้มากขึ้น ดังตารางที่ 4.3-6

ตารางที่ 4.3-6 ความคิดเห็นของเกษตรกรเกี่ยวกับปริมาณผลไม้ในตลาด

N = 200

ความคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1. ผลไม้ในตลาดไม่เพิ่มขึ้น	31	15.5
2. ผลไม้ในตลาดเพิ่มขึ้น*	169	84.5
1) มีผลไม้จากต่างประเทศเข้ามาในไทยมากขึ้น	122	72.2
2) เกษตรกรอื่น ๆ ผลิตผลไม้มากขึ้น	75	44.4
รวม	200	100.0

* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

4.3.2) ความคิดเห็นของเกษตรกรเกี่ยวกับราคาผลไม้ในปัจจุบัน

เกษตรกรร้อยละ 71.5 มีความเห็นว่าราคาผลไม้ในปัจจุบันลดต่ำลง โดยเกษตรกรในกลุ่มนี้ร้อยละ 58.7 เชื่อว่า ราคาผลไม้ลดต่ำลงเพราะผู้บริโภคนิยมผลไม้ต่างประเทศ ทำ

ให้ความต้องการบริโภคผลไม้ไทยลดน้อยลง ราคาผลไม้ไทยจึงลดลง ขณะเดียวกันเกษตรกรร้อยละ 52.4 คิดว่าราคาผลไม้ลดต่ำลงตามภาวะตลาด โดยถ้ามีปริมาณผลไม้ในตลาดมาก ราคาผลไม้ก็มักจะลดต่ำลง ส่วนเกษตรกรอีกร้อยละ 28.5 มีความเห็นว่าราคาผลไม้ในตลาดไม่ลดต่ำลง โดยเกษตรกรกลุ่มนี้ร้อยละ 87.7 เชื่อว่า ถ้าเกษตรกรผลิตผลไม้คุณภาพจะไม่ได้รับผลกระทบด้านราคาลดต่ำลง นอกจากนี้เกษตรกรหลายรายเชื่อมั่นว่าราคาผลไม้ไม่ลดต่ำลงถ้าเกษตรกรมีคู่ค้าที่แน่นอนหรือทำการเกษตรแบบมีสัญญา ดังตารางที่ 4.3-7

ตารางที่ 4.3-7 ความคิดเห็นของเกษตรกรเกี่ยวกับราคาผลไม้ในปัจจุบัน

ความคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1. ราคาผลไม้ในตลาดไม่ลดต่ำลง*	57	28.5
1) เกษตรกรผลิตผลไม้คุณภาพจึงไม่มีผลกระทบต่อราคาผลผลิต	50	87.7
2) เกษตรกรมีคู่ค้าที่แน่นอน จึงไม่ได้รับผลกระทบด้านราคา	7	12.3
3) เกษตรกรทำการเกษตรแบบมีสัญญา ซึ่งประกันราคาล่วงหน้า	5	8.8
4) ราคาไม่ตกเพราะรัฐช่วยพยุง	1	1.7
2. ราคาผลไม้ลดต่ำลง*	143	71.5
1) ความต้องการบริโภคผลไม้ไทยลดน้อยลง ผู้บริโภคนิยมผลไม้ต่างประเทศ ทำให้ราคาผลไม้ไทยลดลง	85	58.7
2) เป็นไปตามภาวะตลาด ถ้ามีปริมาณผลไม้ในตลาดมาก ราคาผลไม้ก็มักจะลดต่ำลง	75	52.4
3) ผลไม้ไทยราคาแพงกว่าผลไม้ต่างประเทศ	1	0.7
4) ไม่มีการประกันราคา	1	0.7
รวม	200	100

หมายเหตุ* เหตุผลตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

5) แนวคิดของเกษตรกรในการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับผลกระทบจากข้อตกลงเขตการค้าเสรี

5.1) แนวทางการแก้ปัญหาของเกษตรกร กรณีรายได้จากการขายผลผลิตได้น้อยลง

เกษตรกรร้อยละ 91 แก้ปัญหารายได้จากการขายผลผลิตได้น้อยลง โดยลดต้นทุนการผลิต เกษตรกรอีกร้อยละ 86.5 แก้ปัญหาโดยเพิ่มคุณภาพผลผลิต และเกษตรกรร้อยละ 49.5 มุ่งนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อทำให้ผลผลิตออกนอกฤดูปลูก มีเกษตรกรเพียงร้อยละ 28.0 แก้ปัญหาโดยปลูก

ผลไม้หลายชนิดเพื่อเพิ่มความหลากหลาย แต่ที่น่าสนใจมีเกษตรกร 1 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 0.5 สนใจศึกษาข้อมูลการผลิตและปริมาณผลผลิตเพื่อแก้ปัญหาผลผลิตล้นตลาด โดยนำส่วนที่เหลือไปแปรรูป ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.3-8

ตารางที่ 4.3-8 แนวทางการแก้ปัญหาของเกษตรกร กรณีรายได้จากการขายผลผลิตได้น้อยลง*

N = 200

	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1. เพิ่มคุณภาพผลผลิต	173	86.5
2. ทำให้ผลผลิตออกนอกฤดูกาล	99	49.5
3. ปลูกผลไม้หลายชนิดเพื่อเพิ่มความหลากหลาย	56	28.0
4. ลดต้นทุนการผลิต	182	91.0
5. ลดพื้นที่ปลูก	49	24.5
6. เปลี่ยนชนิดพืชที่ปลูก	25	12.5

หมายเหตุ *ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

แนวคิดของเกษตรกรในการแก้ไขปัญหากรณีรายได้จากการขายผลผลิตได้น้อยลง ดังเสนอในตารางที่ 4.3-8 นั้น เกษตรกรยังได้ให้รายละเอียดในการแก้ไขปัญหา ดังนี้

(1) การลดต้นทุนการผลิตไม้ผลเพื่อแก้ไขปัญหารายได้จากการขายผลผลิตได้น้อยลง

เกษตรกรมีแนวคิดลดต้นทุนการผลิต โดยวิธีการต่าง ๆ คือ การลดการใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช ใช้สารชีวภาพทดแทนปุ๋ยเคมีและสารป้องกันกำจัดศัตรูพืช นอกจากนี้ ผลการศึกษาพบประเด็นที่น่าสนใจอย่างยิ่งที่มีเกษตรกร 1 ราย (0.5%) เสนอแนวทางแก้ปัญหาด้วยการบริหารจัดการอย่างถูกต้องและรัดกุม ทั้งนี้การจัดการผลิตไม้ผลที่ถูกต้อง น่าจะเป็นแนวทางสำคัญในการแก้ปัญหาได้ โดยเริ่มตั้งแต่การวางแผนการผลิตและการตลาด การเลือกใช้เทคโนโลยีในการผลิต การจัดกิจกรรมการผลิต การจัดการด้านแรงงาน วัสดุและอุปกรณ์ รวมทั้งการจัดงบประมาณ การขนส่ง และการจัดจำหน่าย ถ้าการจัดการในทุกขั้นตอนการผลิตมีประสิทธิภาพ จะช่วยให้เกษตรกรสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ทำให้เกษตรกรสามารถผลิตโดยใช้ต้นทุนต่ำ ได้ผลผลิตตรงตามความต้องการตลาด รวมถึงผลิตโดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม

ผลการศึกษายังพบว่ามีเกษตรกรอีก 1 ราย ที่มีแนวคิดก้าวหน้าในการทำตลาด โดยสนใจทำธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งจะช่วยให้เกษตรกรสามารถเพิ่มการขายผลผลิตได้ด้วยกร

ขายตรงให้กับผู้บริโภค เป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายอีกทางหนึ่ง และเกษตรกรยังอาจมีรายได้เสริมจากการให้บริการท่องเที่ยวได้ (ตารางที่ 4.3-9)

ตารางที่ 4.3-9 แนวทางการลดต้นทุนการผลิตไม้ผลเพื่อแก้ไขปัญหารายได้จากการขายผลผลิตลดลง

N = 182

แนวทางการลดต้นทุนการผลิต*	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1. ใช้สารชีวภาพทดแทนปุ๋ยเคมีและสารป้องกันกำจัดศัตรูพืช	130	71.4
2. ลดการใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช	120	66.5
3. ลดการใส่ปุ๋ยเคมี	115	63.4
4. ลดแรงงานจ้าง	62	34.1
5. ใช้สารเคมีควบคุมกับสารชีวภาพแบบผสมผสาน	2	1.0
6. อื่น ๆ		
1) บริหารจัดการอย่างถูกต้องและรัดกุม	1	0.5
2) ทำธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อเพิ่มการขาย	1	0.5
3) ปลุกพืชแซมเพื่อเพิ่มรายได้	1	0.5

หมายเหตุ: *ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

(2) การเพิ่มคุณภาพผลผลิตเพื่อแก้ไขปัญหารายได้จากการขายผลผลิตได้

น้อยลง

เกษตรกร 173 ราย ให้แนวทางการแก้ไขปัญหารายได้จากการขายผลผลิตได้น้อยลงด้วยการเพิ่มคุณภาพผลผลิต เพื่อให้สามารถขายผลผลิตได้ราคาสูงขึ้น อันจะส่งผลให้รายได้เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ วิธีการเพิ่มคุณภาพผลผลิตนั้น เกษตรกรร้อยละ 86.7 เสนอให้ใช้เทคโนโลยีการผลิตอย่างเหมาะสม ขณะที่เกษตรกรร้อยละ 56.6 และร้อยละ 56.1 ให้คำตอบว่าสามารถเพิ่มคุณภาพผลผลิตไม้ผลได้ด้วยการเก็บเกี่ยวอย่างถูกต้องและระมัดระวัง และจัดการหลังการเก็บเกี่ยวอย่างเหมาะสม (ตารางที่ 4.3-10)

ตารางที่ 4.3-10การเพิ่มคุณภาพผลผลิตเพื่อแก้ไขปัญหารายได้จากการขายผลผลิตได้น้อยลง

N = 173

การเพิ่มคุณภาพผลผลิต*	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1. ใช้เทคโนโลยีการผลิตอย่างเหมาะสม	150	86.7
2. เก็บเกี่ยวอย่างถูกต้องและระมัดระวัง	98	56.6
3. จัดการหลังการเก็บเกี่ยวอย่างเหมาะสม	97	56.1
4. ควบคุมไม่ให้ออกผลช่วงมีมาก	1	0.6

หมายเหตุ: *ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

(3) การเพิ่มหรือเปลี่ยนชนิดพืชปลูกเพื่อแก้ไขปัญหารายได้จากการขายผลผลิตได้น้อยลง

ผลการศึกษาจากตารางที่ 4.3-11 แสดงให้เห็นว่ายังมีเกษตรกรอีกกลุ่มหนึ่งรวม 25 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 12.5 มีแนวคิดแก้ไขปัญหาด้วยการเปลี่ยนชนิดพืชปลูก ซึ่งหากไม่ผลที่เกษตรกรกลุ่มนี้ปลูกไว้ มีอายุมากและให้ผลผลิตได้น้อยลง การปรับเปลี่ยนพืชปลูกอาจเป็นแนวทางหนึ่งที่ควรพิจารณา เป็นการปลูกพืชใหม่ทดแทน แต่ถ้าไม่ผลของเกษตรกรกลุ่มนี้ยังสามารถให้ผลผลิตได้อีกหลายปี เนื่องจากรายได้จากการขายผลผลิตน้อยลง จึงทำให้เกษตรกรมีแนวคิดปรับเปลี่ยนปลูกพืชใหม่ กรณีนี้ เกษตรกรกลุ่มนี้ควรได้รับการชี้แนะให้สร้างแนวคิดใหม่ เพราะการปรับเปลี่ยนปลูกพืชใหม่ หมายถึงเกษตรกรต้องโค่นต้นเก่าและปลูกใหม่ เป็นการลงทุนค่อนข้างสูง เกษตรกรอาจต้องกู้ยืมเงินเพื่อการลงทุนปลูกใหม่ จึงควรไตร่ตรองให้รอบด้านก่อนตัดสินใจ แม้ว่าพืชปลูกใหม่ เช่น ยางพาราหรือปาล์มน้ำมัน เป็นพืชที่ให้ผลตอบแทนการผลิตที่ค่อนข้างสูงในปัจจุบัน แต่กว่าเกษตรกรจะเก็บเกี่ยวน้ำยางได้ ต้องรอเวลาประมาณ 5 ปี หรือเก็บผลปาล์มได้ต้องรอเวลาไม่น้อยกว่า 3 ปี ซึ่งเหตุการณ์ในอนาคตพยากรณ์ได้ยาก ราคาขายผลผลิตยางพาราหรือปาล์มน้ำมันอาจแปรเปลี่ยนไป และกระทบต่อรายได้ของเกษตรกรได้

ตารางที่ 4.3-11 ชนิดพืชที่เกษตรกรเลือกปลูกทดแทนไม้ผลที่ปลูกอยู่เดิมเพื่อแก้ไขปัญหารายได้จากการขายผลผลิตได้น้อยลง

ชนิดพืชปลูก	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1. ยางพารา	12	48.0
2. ปาล์มน้ำมัน	3	12.0
3. ลองกอง	3	12.0
4. ทุเรียน	1	4.0
5. มะพร้าว	2	8.0
6. มะนาว	2	8.0
7. ไม้	2	8.0
รวม	25	100

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

5.2) ความต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐในการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับผลกระทบจากข้อตกลงเขตการค้าเสรี

เกษตรกรเสนอภาครัฐให้การสนับสนุนเพื่อการเตรียมความพร้อมในการรองรับผลกระทบจากข้อตกลงเขตการค้าเสรีค่อนข้างหลากหลาย ดังแสดงในตารางที่ 4.3-12 โดยสามารถเรียงลำดับความต้องการ 6 อันดับแรกได้ ดังนี้ (1) จัดหาตลาดจำหน่ายผลไม้ส่งออกประเทศ (2) จัดหาตลาดจำหน่ายผลไม้ในประเทศ (3) ให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตไม้ผล (4) สร้างเครือข่ายผู้ผลิตและผู้ค้าไม้ผล (5) จัดหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ (6) กำหนดมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีเพื่อปกป้องเกษตรกร

สำหรับความต้องการ ด้านอื่นๆ ประกอบด้วย ควบคุมราคาปัจจัยการผลิต ให้ปลอดภาษีขาออกทั้งระบบ ประกันราคาผลผลิตให้เกษตรกร จัดทำข้อมูลเครือข่ายผู้บริโภคในประเทศ ประชาสัมพันธ์ข่าวด้านการเกษตรเพื่อการส่งออกให้เร็วที่สุด ประชาสัมพันธ์ผลผลิตไม้ผลของไทยให้รู้จักมากขึ้น แปรรูปผลผลิตช่วงราคาตกต่ำ ลดการเอาเปรียบจากพ่อค้าที่รวมตัวกดราคาเกษตรกร

ตารางที่ 4.3-12 ความต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐในการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับผลกระทบจากข้อตกลงเขตการค้าเสรี

ความต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐ*	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1. จัดหาตลาดจำหน่ายผลไม้นอกประเทศ	140	69.8
2. จัดหาตลาดจำหน่ายผลไม้ในประเทศ	138	68.3
3. ให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตไม้ผล	104	52.3
4. สร้างเครือข่ายผู้ผลิตและผู้ค้าไม้ผล	103	51.8
5. จัดหาแหล่งทุนดอกเบี้ยต่ำ	88	44.2
6. กำหนดมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีเพื่อปกป้องเกษตรกร	78	39.2
7. อื่น ๆ	8	4.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

4.4 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการแข่งขันของสินค้าผลไม้ของไทย

4.4.1 ข้อมูลทฤษฎีภูมิ

จากการศึกษาผลกระทบจากการจัดทำ FTA ของไทยที่มีต่อสาขาเกษตร ของสถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ได้วิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันเชิงปริมาณในการส่งออกของสินค้าเกษตรไทยทั้ง 22 กลุ่ม การคำนวณใช้ดัชนีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) ซึ่งเป็นดัชนีที่เปรียบเทียบสัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าแต่ละประเภทของประเทศนั้นๆ เทียบกับสัดส่วนการส่งออกของโลก โดยหากดัชนีมีค่ามากกว่า 0 ก็ถือได้ว่า ประเทศนั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ในการส่งออกสินค้านั้นเทียบกับสินค้าอื่นๆ ที่ส่งออก

จากตารางที่ 4.4.1-4 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มสินค้าเกษตรที่ส่งออกสำคัญของไทย ได้แก่ ข้าวสารและผลิตภัณฑ์ข้าว มีดัชนี RCA สูงมากและมีความสามารถในการแข่งขัน ส่วนกลุ่มที่มีความได้เปรียบสูง ได้แก่ น้ำตาล กลุ่มพืชอื่นๆ กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารอื่นๆ ข้าวกล้องข้าวเปลือก กลุ่มผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์อื่นๆ กลุ่มที่มีความได้เปรียบ ได้แก่ กลุ่มประมง

สำหรับผลไม้จัดอยู่ในกลุ่มสินค้าเกษตรที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบหรือมีดัชนี RCA ต่ำกว่า 0 สินค้าในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่มีอัตราอากรขาเข้าสูงด้วยกันทั้งสิ้น เช่น กลุ่มผลิตภัณฑ์จากสัตว์อื่น ๆ น้ำมันพืชและไขมัน ส่วนกลุ่มที่ไม่มีความได้เปรียบมาก ได้แก่ กลุ่มธัญพืชอื่นๆ กลุ่มเครื่องดื่มและยาสูบ กลุ่มผลิตภัณฑ์นม ป่าไม้ กลุ่มผลิตภัณฑ์เส้นใยจากพืช กลุ่ม

เมล็ดพืชน้ำมัน อ้อย กลุ่มวัว แพะ และแกะ กลุ่มเนื้อวัว แพะ และแกะ นมสด กลุ่มขนสัตว์ไหมและดักแด่ ข้าวสาลี

ตารางที่ 4.4.1-1 ระดับความสามารถ กลุ่มสินค้าเกษตร และค่าดัชนี RCA

ระดับความสามารถ	กลุ่มสินค้าเกษตร (ค่าดัชนี RCA)
1. มีความได้เปรียบสูงมาก	ข้าวสารและผลิตภัณฑ์ข้าว (2,422)
2. มีความได้เปรียบสูง	น้ำตาล (462) กลุ่มพืชอื่นๆ (313) กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารอื่นๆ (251) ข้าวกล้องข้าวเปลือก (226) กลุ่มผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์อื่นๆ (197)
3. มีความได้เปรียบ	ประมง (43)
4. ไม่มีความได้เปรียบ	กลุ่มผักผลไม้และผลไม้เปลือกแข็ง (-20) กลุ่มผลิตภัณฑ์จากสัตว์อื่นๆ (-43) น้ำมันพืชและไขมัน (-50)
5. ไม่มีความได้เปรียบมาก	กลุ่มธัญพืชอื่นๆ (-58) กลุ่มเครื่องดื่มและยาสูบ(-70) กลุ่มผลิตภัณฑ์นม (-75) ป่าน้ำมัน (-91) กลุ่มผลิตภัณฑ์เส้นใยจากพืช (-92) กลุ่มเมล็ดพืชน้ำมัน (-93) อ้อย (-93) กลุ่มวัว แพะ และแกะ (-93) กลุ่มเนื้อวัว แพะ และแกะ (-98) นมสด (-99) กลุ่มขนสัตว์ไหมและดักแด่ (-99) ข้าวสาลี (-99)

ที่มา : การศึกษาผลกระทบจากการจัดทำ FTA ของไทยที่มีต่อสาขาเกษตร ของสถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

4.4.2 SWOT และ TOWS Matrix

4.4.2.1 SWOT

การวิเคราะห์ SWOT หรือการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของไม้ผลของไทย ทำการวิเคราะห์ใน 4 ประเด็น คือ 1) ผลไม้ซึ่งเป็นตัวสินค้า 2) เกษตรกรผู้ปลูกผลไม้ 3) ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องทั้งผู้ค้า ผู้ส่งออก และผู้แปรรูป และ 4) ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ได้ผลดังนี้

1) จุดแข็ง

1.1) ผลไม้ ไทยมีจุดแข็งดังนี้

(1) มีศักยภาพที่จะปรับปรุงคุณภาพ และขยายการผลิตนอกฤดู โดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่

(2) ส่งออกได้มากขึ้น โดยมีผลจากการทำข้อตกลง FTA และอื่น ๆ

(3) มีคุณภาพดีขึ้นเพราะเกษตรกรผู้ผลิตและผู้ประกอบการปรับตัวดีขึ้น

(4) มีหลากหลายชนิด ให้ผลผลิตในช่วงที่ต่างกันหมุนเวียนทำตลาดได้

ตลอดปี

(5) มีคุณภาพที่หลากหลายให้เลือกทำตลาดได้ ทั้งส่งออกไปยังประเทศต่าง ๆ บริโภคในประเทศ และแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ

(6) ผลไม้บางชนิดสามารถแปรรูปได้มากขึ้นทั้งปริมาณและชนิด

ผลิตภัณฑ์

1.2) เกษตรกร เกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลของไทยมีจุดแข็งดังนี้

(1) เกษตรกรบางส่วนมีความรู้และสามารถผลิตผลไม้ให้มีคุณภาพ และวางแผนการผลิตเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดมากขึ้น

(2) เกษตรกรบางส่วนมีคู่ค้าที่แน่นอน มีการทำการเกษตรแบบมีสัญญา ส่งผลให้มีความแน่นอนในขายผลผลิตและไม่มีปัญหาเรื่องราคา

(3) เกษตรกรบางส่วนมีการรวมกลุ่มการผลิตเพื่อส่งออกที่เข้มแข็ง และสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับผู้ประกอบการ และภาครัฐ มากขึ้น

1.3) ผู้ประกอบการ จุดแข็งของผู้ประกอบการ ทั้งผู้ค้า ผู้ส่งออก และผู้แปรรูป มีดังนี้

(1) พ่อค้าคนกลางบางรายมีเทคนิคและกลยุทธ์ทางการตลาดสูง และมีความสามารถในการจัดการผลผลิตเพื่อสนับสนุนผู้ส่งออกและอุตสาหกรรมแปรรูปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(2) ผู้ส่งออกผลไม้สดและผู้แปรรูปบางราย มีความสามารถพัฒนาคุณภาพผลผลิต บรรจุภัณฑ์ โลจิสติกส์ การตลาด และการบริหารจัดการ จึงทำให้ส่งออกได้มากขึ้น

(3) ผู้ส่งออกผลไม้สดมีการรวมกลุ่มและมีความร่วมมือกันมากขึ้น

(4) ผู้แปรรูปมีการรวมกลุ่มที่เข้มแข็ง และมีการบริหารจัดการที่ดี

(5) ผู้ส่งออกผลไม้สดและผู้แปรรูปบางรายมีงานวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ที่นำไปสู่ความหลากหลายของสินค้า

1.4) ภาครัฐ ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับไม้ผลของไทย มีจุดแข็งดังนี้

(1) รัฐบาลมีอำนาจในการกำหนดนโยบาย สนับสนุนงบประมาณ และบุคลากร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผลไม้ไทย

(2) รัฐมีอำนาจในการกำหนดมาตรการและกฎเกณฑ์ที่เป็นประโยชน์ต่อทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

(3) รัฐมีกองทุนเพื่อรองรับผลกระทบจาก FTA

2) จุดอ่อน ไม้ผลของไทยมีจุดอ่อน ดังนี้

2.1) ผลไม้ สินค้าผลไม้ของไทยมีจุดอ่อน คือ

(1) ปริมาณผลผลิตของผลไม้ไทยไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด บางช่วงมีมากเกินไปเกินความต้องการ และบางช่วงขาดตลาด

(2) ผลผลิตส่วนใหญ่มีคุณภาพต่ำไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

(3) ผลไม้ไทยมีศัตรูพืชเข้าทำลายมาก ตั้งแต่ระยะออกดอก จนหลังเก็บเกี่ยว

(4) ผลไม้ไทยส่วนใหญ่ มีอายุเก็บรักษาสั้น เน่าเสียง่าย

(5) ผลไม้ไทยอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ

2.2) เกษตรกร จุดอ่อนของเกษตรกรผู้ผลิตผลไม้ คือ

(1) เกษตรกรบางส่วนไม่พัฒนาการผลิต ไม่ปรับปรุงคุณภาพผลผลิต หรือลดปริมาณการผลิต เนื่องจากผลผลิตราคาตกต่ำ ไม่พอใจ

(2) เกษตรกรบางส่วน ประกอบอาชีพหลายด้านจึงไม่ทุ่มเทให้การผลิตผลไม้

(3) เกษตรกรบางส่วนขาดความรู้ ความเข้าใจและทักษะในการผลิตผลไม้ที่มีคุณภาพ

(4) เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการทั้งด้านการผลิต การเงิน การลงทุน และการตลาด

(5) เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่รวมกลุ่ม หรือมีการรวมกลุ่มไม่เข้มแข็ง ขาดความร่วมมือจริงจัง ขาดการบริหารจัดการภายในกลุ่มที่ดี และอาจขัดแย้งผลประโยชน์กันเอง

(6) เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีอำนาจในการต่อรองราคา หรือไม่สามารรถกำหนดราคาผลไม้ร่วมกับผู้รับซื้อได้

(7) เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีข้อมูลการตลาดและข่าวสารที่ทันเหตุการณ์

(8) เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ความเข้าใจ เรื่อง FTA และผลกระทบ จึงไม่สามารถปรับตัวได้

(9) เกษตรกรส่วนใหญ่มีภาระหนี้สินมาก ขาดเงินลงทุน และแหล่งทุน
ที่ให้อยู่มีอัตราดอกเบี้ยสูง

(10) เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีผู้สืบทอดอาชีพทำสวนไม้ผล

2.3) ผู้ประกอบการ จุดอ่อนของผู้ประกอบการด้านไม้ผลของไทย คือ

(1) ผู้ประกอบการบางรายไม่มีข้อมูลการผลิต แหล่งผลิต และผู้ผลิต
ผลไม้ ที่เพียงพอ

(2) ผู้ประกอบการบางรายมีระบบการจัดซื้อ จัดหาวัตถุดิบ ที่ขาด
ประสิทธิภาพ ส่งผลให้ต้นทุนสูง ไม่สามารถควบคุมปริมาณและคุณภาพของวัตถุดิบได้

(3) ผู้ประกอบการบางรายใช้กลวิธีเพื่อชักนำให้ราคาผลผลิตตกต่ำ

(4) ผู้ประกอบการบางรายจำหน่ายผลไม้ด้วยคุณภาพหรือปลอมปน ทำ
ให้ผู้นำเข้าและผู้บริโภคไม่เชื่อถือ

(5) ผู้ประกอบการบางรายขาดเทคโนโลยีในการรักษาคุณภาพผลไม้หลัง
การเก็บเกี่ยว

(6) ผู้ประกอบการบางรายจัดระบบขนส่งไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้ผลไม้
เสียหาย และมีต้นทุนค่าขนส่งสูง

2.4) ภาครัฐ ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับไม้ผลของไทยมีจุดอ่อน ดังนี้

(1) รัฐวิเคราะห้ปัญหาไม่ตรงประเด็น จึงกำหนดนโยบายและมาตรการ
แก้ไขปัญหาดตลาดและราคาผลไม้ ได้อย่างไม่มีประสิทธิผล

(2) รัฐไม่มีมาตรการและแผนแบบบูรณาการระยะยาวเพื่อสนับสนุนทุก
ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับไม้ผลอย่างจริงจัง

(3) การแก้ไขปัญหาระยะสั้น โดยการประกันราคาหรือแทรกแซงราคา
ของรัฐเป็นการบิดเบือนตลาดและสร้างปัญหาให้ราคาคงต่ำมากขึ้น ก่อให้เกิดความไม่เสมอภาค
และไม่เป็นธรรมกับทุกภาคส่วนและขัดขวางพัฒนาการของเกษตรกร (แต่ก็ยังมีเกษตรกรบางกลุ่ม
ยังต้องการให้มีการประกันราคา)

(4) นโยบายและแนวทางแก้ไขปัญหาดตลาดและราคาผลไม้ของภาครัฐ
ถูกแทรกแซงจากนักการเมือง

(5) รัฐยังไม่กำหนดนโยบายและมาตรการที่เหมาะสมเพื่อควบคุมการ
นำเข้าผลไม้ จึงทำให้ส่วนแบ่งตลาดของผลไม้ไทยในประเทศลดลง

(6) รัฐสนับสนุนงานวิจัยไม่เพียงพอ ทั้งงานวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจและกำหนดนโยบาย งานวิจัยเพื่อปรับปรุงการทำงานของส่วนราชการ งานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยการผลิตเพื่อลดต้นทุนให้เกษตรกร และงานวิจัยด้านการตลาด

(7) การทำข้อตกลง FTA ของรัฐ ไม่มีการศึกษาผลกระทบอย่างรอบคอบและไม่ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างครบถ้วน จึงขาดการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับผลกระทบที่จะเกิดขึ้น

(8) เจ้าหน้าที่ภาครัฐบางส่วนไม่ออกปฏิบัติงานภาคสนามจึงไม่รู้ข้อมูลที่แท้จริง ทำให้การวางแผนเพื่อทำข้อตกลง FTA และแผนรองรับผลกระทบจาก FTA ไม่เหมาะสม

(9) รัฐไม่มีหน่วยงานกลางโดยตรงที่รับผิดชอบ กำกับ ดูแล ติดตาม เฝ้าระวัง และแก้ไขปัญหาให้เกษตรกรและผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจาก FTA

3) โอกาส ไม่ผลของไทยมีโอกาสด้านต่าง ๆ ดังนี้

3.1) ผลไม้

(1) ตลาดต่างประเทศต้องการผลไม้คุณภาพในปริมาณที่มากขึ้นและสม่ำเสมอขึ้น

(2) ผลไม้ไทยเป็นที่นิยมบริโภคในบางประเทศมากขึ้น

(3) กระแสนิยมในการดูแลสุขภาพส่งผลให้มีการบริโภคผลไม้มากขึ้น

3.2) เกษตรกร

(1) เทคโนโลยีสารสนเทศ และชนิดสื่อมีหลากหลาย ทำให้เกษตรกรเข้าถึงข้อมูลและเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ มากขึ้นและรวดเร็วขึ้น

(2) เกษตรกรได้รับการสนับสนุนจากภาคเอกชนและภาครัฐ ในการพัฒนาการผลิต การตลาด การแปรรูป การสร้างมูลค่าเพิ่ม การรวมกลุ่ม และสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกันมากขึ้น

(3) เกษตรกรได้รับการสนับสนุนสินเชื่อในการลงทุนจากสถาบันการเงินของรัฐ

(4) อุตสาหกรรมแปรรูปขยายตัวมากขึ้น สามารถรองรับวัตถุดิบผลไม้ไทยได้มากขึ้น

3.3) ผู้ประกอบการ

(1) เทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้ผู้ประกอบการเกษตรกรเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีใหม่ๆ มากขึ้นและรวดเร็วขึ้น

(2) ผู้แปรรูปมีแหล่งวัตถุดิบเป็นทางเลือกมากขึ้น ราคาถูกลง

(3) ตลาดที่เปิดกว้างมากขึ้น จูงใจให้ผู้ประกอบการปรับตัวและพัฒนา ศักยภาพมากขึ้น

(4) ผู้ประกอบการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐมากขึ้น ทั้งด้านการลงทุน ความรู้เทคโนโลยี และการวิจัยเพื่อพัฒนา

3.4) ภาครัฐ

รัฐมีความร่วมมือกับต่างประเทศมากขึ้น ในการวิจัย การพัฒนา การกำหนดมาตรฐานและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรและอุตสาหกรรม

4) อุปสรรค อุปสรรคของไม้ผลของไทย มีดังนี้

4.1) ผลไม้

(1) ผลไม้ไทยที่ส่งออกถูกกีดกันด้วยมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี ของประเทศผู้นำเข้ามากขึ้น

(2) มาตรฐาน และกฎระเบียบการนำเข้าผลไม้ของแต่ละประเทศมีความแตกต่างกัน มีเงื่อนไขมาก และเปลี่ยนแปลงเร็ว สร้างความยุ่งยากในการส่งออก

(3) การผลิตผลไม้ในต่างประเทศ ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจัง ทั้งด้านมาตรการการอุดหนุนของรัฐ การพัฒนาเทคโนโลยี ต้นทุนปัจจัยการผลิต ฯลฯ จึงมีความได้เปรียบในการแข่งขัน

(4) มีการนำเข้าผลไม้สดมากขึ้น โดยนำเข้าได้อย่างเสรีและผู้นำเข้าแข่งขันกันเองมากขึ้น ทำให้ราคาผลไม้นำเข้าต่ำลง แย่งส่วนแบ่งตลาดของผลไม้ไทยมากขึ้น ทั้งเพื่อการบริโภคสด และเพื่อเป็นวัตถุดิบในการแปรรูป

(5) มีการนำเข้าผลไม้แปรรูปมากขึ้น แย่งส่วนแบ่งตลาดของผลไม้แปรรูปไทย พฤติกรรมของผู้บริโภคผลไม้เปลี่ยนไป นิยมผลไม้ต่างประเทศมากขึ้น

4.2) เกษตรกร

(1) สภาพภูมิอากาศแปรปรวนมากขึ้นทำให้เกษตรกรพบกับอุปสรรคในการทำสวน ไม้ผล ทั้งการออกดอก ติดผล และคุณภาพของผลผลิต และมีปัญหาดัชนีพืชระบาดรุนแรงมากขึ้น

(2) เกษตรกรมีต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ทั้งค่าปัจจัยการผลิต ค่าแรงงาน และค่าขนส่ง

(3) ราคาผลไม้ที่เกษตรกรขายได้มีแนวโน้มต่ำลง

(4) ตลาดต้องการผลไม้ ในเงื่อนไขคุณภาพที่หลากหลายและเปลี่ยนแปลงเร็ว เกษตรกรไม่สามารถปรับตัวได้ทัน

4.3) ผู้ประกอบการ

(1) ผู้แปรรูปจากต่างประเทศซึ่งมีช่องทางการตลาด เงินทุน และเทคโนโลยีสูงกว่าไทย มาตั้งโรงงานในประเทศไทยมากขึ้น แข่งขันกับผู้ประกอบการไทย

(2) ผู้ส่งออกผลไม้สดไม่สามารถส่งออกได้อย่างเสรี หลังทำข้อตกลง FTA เพราะมีกฎระเบียบอื่นๆ ที่ใช้ควบคุมการนำเข้า

(3) ราคาส่งไม่เพียงพอในช่วงที่ผลไม้ออกมาก ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของค่าเงินบาท

4.4) ภาครัฐ

นโยบายของรัฐเปลี่ยนแปลงบ่อย ไม่มีความต่อเนื่อง เพราะการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง

4.4.2.2 TOWS matrix

จากผลการวิเคราะห์ SWOT นำมาวิเคราะห์ TOWS ได้ดังนี้

1) SO Strategies (กลยุทธ์การใช้จุดแข็งไปฉวยประโยชน์จากโอกาส)

S1 (1)(2)(3)(4,5,6) S2(1)(2) O1 (1,2,3) O2(4) O3(2)	ส่งเสริมให้มีการผลิตผลไม้ที่มีคุณภาพ ขยายการผลิตนอกฤดู และขยายการแปรรูปที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ที่นิยมบริโภคผลไม้มากขึ้น จากกระแสนิยมในการดูแลสุขภาพ
S1 (2,3) S2 (1) S3 (2,5) S4 (1,2) O4 (1)	วิจัยพัฒนาและสร้างนวัตกรรมของผลิตผลและผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด โดยความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และเครือข่ายความร่วมมือระหว่างประเทศ
S2 (3) S3 (3,4) S4 (3) O2 (2,3) O3 (4)	เสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มและเครือข่ายผู้ผลิต ผู้ส่งออก และผู้แปรรูป ให้มีเป้าหมายและแผนงานที่ชัดเจน และสามารถฉวยประโยชน์จากกองทุนจากภาครัฐ เพื่อเพิ่มศักยภาพโดยรวมของกลุ่ม/เครือข่าย
S2 (2) S3 (1) O2 (4) O3 (2,3)	สนับสนุนให้กลุ่มผู้ผลิตกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับศักยภาพของกลุ่มฯ เช่น การทำการเกษตรแบบมีสัญญากับผู้ส่งออกและโรงงานแปรรูป การจำหน่ายผลผลิตให้ผู้บริโภคโดยตรง การจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลางที่มีความสามารถสูงและไว้วางใจได้ ฯลฯ

2) WO Strategies (กลยุทธ์การปรับจุดอ่อนเพื่อช่วยประโยชน์จากโอกาส)

W1 (1)(2) W2 (1)(3)(4) W3 (2)(5) O1 (1)(2)(3) O2 (1)(2) O4 (1)	พัฒนาความรู้ความสามารถของเกษตรกรและผู้ประกอบการ ในด้าน การผลิต การจัดการการผลิต การจัดการทางธุรกิจ การตลาด การสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อให้ได้ผลผลิตตรงตามความต้องการของตลาด ทั้งด้านปริมาณ คุณภาพ และเวลา
W3 (3)(4) O1 (1)(3)	รณรงค์ปลูกจิตสำนึกและให้ความรู้ แก่ผู้ประกอบการ และเกษตรกร ให้ดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม โดยเน้นให้ตระหนักถึงความสำคัญในการส่งมอบผลผลิตที่มีคุณภาพแก่ลูกค้า
W1 (1)(2)(3)(4)(5) W2 (7)(8) W3 (1) O1 (1) O3 (1) O4 (1)	จัดการข้อมูลสารสนเทศให้ทันสมัย ทั้งด้านเทคโนโลยีการผลิต การระบาดของศัตรูพืช ภูมิอากาศ แหล่งผลิต และการตลาด พร้อมทั้งจัดการให้เกษตรกรและผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว
W1 (3)(4)(5) W3 (2)(5) W4 (6) O1 (1)(2)(3) O4 (1)	พัฒนางานวิจัย เพื่อสนับสนุนเกษตรกรและผู้ประกอบการ ทั้งงานวิจัยพื้นฐานและงานวิจัยประยุกต์ ใช้ด้านการผลิต (พันธุ์/ปัจจัยการผลิต เทคโนโลยีการผลิต ศัตรูพืช การจัดการผลผลิตหลังเก็บเกี่ยว) ด้านการตลาดและระบบโลจิสติกส์
W2 (5)(6) W3 (1)(2) O2 (2)(3)(4) O4 (1)	กระตุ้นการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็ง ทั้งเครือข่ายของกลุ่มผู้ผลิต เครือข่ายของกลุ่มผู้ประกอบการ และเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้ผลิตกับกลุ่มผู้ประกอบการ ที่มีเป้าหมายการดำเนินงานที่ชัดเจน รวมทั้งเชื่อมโยงการสนับสนุนจากภาครัฐเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของเครือข่าย
W4 (1)(2)(3)(4)(5)(6)(7)(8) O1 (1)(2)(3)(4) O2(1)(2)(3)(4) O3 (1)(2)(3)(4) O4 (1)	ปรับปรุงวิธีการกำหนดนโยบาย แผนงาน และมาตรการด้านไม้ผลของภาครัฐ เพื่อรองรับผลกระทบจากการทำ FTA อย่างรอบคอบ โดยดำเนินการบนพื้นฐานของข้อมูลที่ต้อง ชัดเจน และทันสมัย ผ่านกระบวนการวิจัยและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน
W4 (9) O4 (1)	กำหนดให้มีหน่วยงานกลาง เพื่อรับผิดชอบกำกับดูแล ติดตาม และแก้ไขปัญหาให้เกษตรกรและผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการทำ FTA

3) ST Strategies (กลยุทธ์การใช้จุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรค)

S1(1)(2)(3)(4)(5)(6) T1(1)(4) T3(2)	แก้ไขปัญหาการส่งออกและนำเข้าด้วยมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี โดยรัฐเจรจากับประเทศคู่ค้าเกี่ยวกับมาตรการที่มีใช่ภาษีเพื่อแก้ไขปัญหาการส่งออก และเปิดตลาดใหม่ในประเทศที่มีศักยภาพ รวมทั้งกำหนดมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีตามความเหมาะสม เพื่อป้องกันการนำเข้าผลไม้ที่ต่ำกว่ามาตรฐาน
S1(1)(2)(3)(4)(5) T1(2) T2(4)	การปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ด้านกฎระเบียบและความต้องการของตลาด โดยมีระบบติดตามและกระจายข้อมูลสู่ผู้ประกอบการและเกษตรกรอย่างรวดเร็วที่มีประสิทธิภาพ
S1(1)(2)(3)(4)(5)(6) T1(3) T2(2) T3(1)	เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผลไม้ไทยและผลไม้แปรรูป โดยมีมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจังและต่อเนื่องให้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการไทย ทั้งการลงทุน การวิจัยพัฒนาเทคโนโลยี การลดต้นทุนปัจจัยการผลิต และการพัฒนาตลาด
S1(6) T1(5)(6)	รณรงค์ส่งเสริมค่านิยมของคนไทย ในการบริโภคผลไม้ไทย ทั้งผลไม้สดและผลไม้แปรรูป
S1(1)(3)(4) S3(1)(2)(5) T3(3)	กระจายการผลิตและพัฒนาระบบโลจิสติกส์ โดยสนับสนุนให้เกษตรกรพัฒนาการผลิตให้มีผลผลิตออกในช่วงเวลาต่างกัน หมุนเวียนตลอดทั้งปี และสนับสนุนผู้ประกอบการในการพัฒนาเทคนิคการจัดการผลผลิตหลังเก็บเกี่ยว บรรจุกักตุน และระบบโลจิสติกส์ ให้มีประสิทธิภาพ
S1(1)(3) S2(1)(2) T2(1)(2)(3)(4)	วิจัยพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต และให้ความรู้แก่เกษตรกร เพื่อวางแผนการจัดการการผลิตและการลงทุนให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ และความต้องการของตลาด
S2(2) T2(1)(2)(3)(4)	สนับสนุนการทำเกษตรแบบมีสัญญา เพื่อให้เกษตรกรพัฒนาการผลิต เนื่องจากมีตลาดและราคาผลผลิตแน่นอน
S2(3) T2(1)(2)(3)(4) T3(3)	พัฒนาการรวมกลุ่มเกษตรกร และสร้างกลุ่มให้เข้มแข็ง รวมทั้งการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ เพื่อพัฒนาความรู้ เทคโนโลยี แก้ไขปัญหาการผลิต การตลาด และการขนส่ง

S3(1) T2(4) T3(1)(2)	พัฒนาผู้ประกอบการให้มีเทคนิคและกลยุทธ์ทางการตลาด มีข้อมูลเกี่ยวกับกฎระเบียบและข้อ กำหนดของคู่ค้า และมีความสามารถในการจัดการ
S3(4) T3(1)	พัฒนาผู้ประกอบการให้มีการรวมกลุ่มที่เข้มแข็งและมีการบริหารจัดการที่ดี ให้มีช่องทางการตลาด เงินทุนและเทคโนโลยีที่สูงขึ้น สามารถแข่งขันในตลาดได้
S4(1)(2)(3)(4) T1(1)(2)(3)(4)(5) T2(2)(3)(4) T3(1)(2)(4) T4(1)	รัฐกำหนดนโยบาย มาตรการ และกฎเกณฑ์ ในการสนับสนุน การให้ความรู้ และงบประมาณ เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต คุณภาพผลผลิต การแปรรูป การตลาดและการบริหารจัดการของเกษตรกรและผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

4) WT Strategies (กลยุทธ์ปรับจุดอ่อนเพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรค)

W1 (1)(2)(3) W2(1)(3)(5) T1 (2)(4) T2 (1)(2)(3)	ปรับปรุงการผลิตของเกษตรกร โดยให้ทำการผลิตแบบรวมกลุ่ม บนพื้นฐานของความรู้ ที่เน้นการผลิตเชิงคุณภาพแทนปริมาณ การลดต้นทุนการผลิตและ การกระจายการผลิตเป็นนอกฤดู/ต้นฤดู/ล่าฤดู เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น
W1(1)(2) W2(1)(2)(10) T2(1)(3)	ปรับเปลี่ยนการผลิตของเกษตรกร โดยสนับสนุนให้เกษตรกรในพื้นที่ที่ไม่มีศักยภาพหรือไม่มีความพร้อมให้ปรับเปลี่ยนไปปลูกพืชอื่นที่มีความเหมาะสมและมีโอกาสทางการตลาดมากกว่า หรือทำการเกษตรระบบผสมผสาน เพื่อลดความเสี่ยงด้านราคา และลดปริมาณผลผลิตผลไม้ในภาพรวมลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลผลิตด้อยคุณภาพ
W4(5)(7)(9) T1(1)(2)(4)(5)(6) T3(1)(2)	ปรับปรุงภารกิจของหน่วยงานภาครัฐ ให้มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ติดตามการเปลี่ยนแปลงของข้อกำหนด เงื่อนไข กฎระเบียบ การนำเข้าผลไม้ของประเทศคู่ค้าอย่างใกล้ชิด เพื่อเผยแพร่ให้ผู้ส่งออกและเกษตรกรทราบทันเวลา เพื่อทำการเจรจาต่อรอง หรือประกาศใช้มาตรการตอบโต้หรือรับมือที่เหมาะสมในการผลักดันการส่งออกผลไม้ไทย และควบคุมการนำเข้าผลไม้จากต่างประเทศ

W1(1)(2) W2(1)(5)(6)(7) W3(1)(2)(3)(4) W4(2) T2(2)(3)(4)	สนับสนุนและพัฒนาองค์กรเกษตรกรและเครือข่าย ที่สามารถเชื่อมโยงกลุ่มของเกษตรกรและผู้ประกอบการได้อย่างครบวงจรตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อสร้างความร่วมมือในด้านการผลิตและการตลาดโดยมีเป้าหมายร่วมกันที่จะพัฒนาคุณภาพผลไม้และสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
W1(1)(2) W3(1)(2)(4)(6) W4(2) T3(3) T4(9)	เพิ่มขีดความสามารถในการจัดการระบบโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการ เพื่อลดต้นทุนการผลิต และสามารถส่งมอบสินค้าผลไม้สดที่มีคุณภาพ ตรงตามความต้องการของลูกค้า ภายใต้ระบบตรวจสอบย้อนกลับที่มีประสิทธิภาพ โดยให้มีหน่วยงานของรัฐที่เป็นเจ้าภาพหลักทำหน้าที่รับผิดชอบดูแลช่วยเหลือผู้ประกอบการอย่างจริงจัง
W4(1)(2)(6)(7) T4(1)	ผลักดันยุทธศาสตร์การพัฒนาไม้ผลอย่างจริงจัง โดยควรมีหน่วยงานเจ้าภาพหลักที่ทำหน้าที่รับผิดชอบดูแลผลไม้ทั้งระบบ เพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาไม้ผลในระยะยาว และแผนแก้ไขปัญหาในระยะสั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้การมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน และสนับสนุนแผนสู่การปฏิบัติอย่างแท้จริง

4.5 ข้อเสนอแนะในการเตรียมความพร้อมของภาคไม้ผลของไทยเพื่อรองรับข้อตกลงเขตการค้าเสรี

ภาคไม้ผลของไทยควรเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับข้อตกลงเขตการค้าเสรีที่ประเทศไทยเข้าร่วมกับประเทศต่าง ๆ ทั้งนี้จากการศึกษาทั้งข้อมูลทุติยภูมิ การสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกไม้ผล การสัมภาษณ์เกษตรกร และการสัมภาษณ์แบบเจาะกลุ่ม รวมทั้งจากการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix ได้ข้อเสนอแนะสำหรับภาคการผลิต ภาคอุตสาหกรรม ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และภาครัฐ ดังนี้

4.5.1 แนวทางการเตรียมความพร้อมของภาคการผลิต

ภาคการผลิต โดยเฉพาะเกษตรกร ควรเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับข้อตกลงเขตการค้าเสรี 4 ด้านใหญ่ๆ ดังนี้

1) ด้านพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี

1.1) การศึกษาและเรียนรู้ เกษตรกรควรศึกษาเรียนรู้และติดตามข้อมูลความรู้ด้านเทคโนโลยีการเกษตรใหม่ ๆ รวมทั้งแนวทางการปฏิบัติของเกษตรกรรายอื่นที่ประสบสำเร็จ เพื่อ

นำมาปรับใช้และพัฒนาให้เหมาะสมกับศักยภาพของตนเอง พร้อมทั้งคิดค้นต่อยอดเป็นความรู้ใหม่ เพื่อลดต้นทุนการผลิต เพิ่มปริมาณและคุณภาพของผลผลิต กระจายการผลิตเพื่อหลีกเลี่ยงช่วงที่ผลไม้ออกสู่ตลาดปริมาณมาก โดยอาจพัฒนาการผลิตให้ผลไม้ออกนอกฤดูหรือต้นฤดู

1.2) การคัดเลือกและปรับปรุงพันธุ์ไม้ผล เกษตรกรควรคัดเลือกไม้ผลพันธุ์ใหม่ๆ ที่มีคุณสมบัติที่ดีขึ้น เช่น สามารถเก็บรักษาได้นานขึ้น มีรูปร่างสีกลิ่นสวยงามขึ้น รสชาติดีขึ้น เพื่อให้สามารถปรับตัวทันต่อการแข่งขันกับผลไม้ชนิดอื่นที่วางจำหน่ายทั้งในตลาดส่งออกและตลาดในประเทศ

1.3) การพัฒนารูปแบบผลผลิต ผลผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ เกษตรกรควรพัฒนารูปแบบผลผลิตผลผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ให้หลากหลายและแปลกใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างโอกาสทางการตลาด

1.4) การพัฒนาวิธีการจัดจำหน่ายผลไม้ เกษตรกรควรพัฒนาวิธีการจำหน่ายผลไม้ให้หลากหลาย รวมถึงวิธีการจำหน่ายสินค้าในรูปแบบใหม่ ๆ ที่เข้าถึงผู้ซื้ออย่างรวดเร็ว เช่น การขายตรง การขายผ่านอินเทอร์เน็ต การขายร่วมกับสินค้าชนิดอื่น พร้อมทั้งนำวิธีการจัดจำหน่ายต่าง ๆ มาพัฒนาต่อยอดเป็นเทคนิคการตลาด

2) ด้านการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิต การตลาด และการลงทุน

2.1) การลดต้นทุนการผลิต เกษตรกรอาจลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลงได้ โดยลดการใช้ปัจจัยการผลิตที่ต้องพึ่งพาจากภายนอก ทำการตรวจวิเคราะห์ดินก่อนใช้ปุ๋ยเคมี เพื่อให้การใส่ปุ๋ยมีประสิทธิภาพสูงสุด รวมกลุ่มผลิตปุ๋ยอินทรีย์ ปุ๋ยชีวภาพและสารชีวภัณฑ์ เพื่อใช้เองจากวัตถุดิบที่มีในพื้นที่ ป้องกันกำจัดศัตรูพืชด้วยวิธีผสมผสาน ลดการใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช และใช้อย่างถูกต้องตามระยะที่จำเป็นหรือใช้สารชีวภัณฑ์ทดแทนให้มากขึ้น

2.2) การวางแผนการลงทุน การผลิต และการตลาด ให้เหมาะสม

(1) การวางแผนการลงทุน เกษตรกรควรวางแผนใช้พื้นที่ทำการเกษตรให้เหมาะสมกับความสามารถของตนเอง แรงงาน และเงินทุนที่มี เช่น ลดพื้นที่การผลิตไม้ผล เพื่อเปลี่ยนไปปลูกพืชอื่นที่ใช้แรงงานและเงินทุนในการจัดการต่ำกว่าไม้ผล หรือทำการเกษตรแบบผสมผสานเพื่อลดความเสี่ยงด้านราคา พร้อมทั้งเน้นลงทุนด้วยเงินทุนของตนเองเป็นลำดับแรก หากจำเป็นต้องพึ่งพาแหล่งทุนจากภายนอก ควรใช้เงินกู้ยืมให้ตรงตามวัตถุประสงค์ และต้องคืนเงินที่กู้ยืมหลังจากขายผลผลิตได้ ไม่ละเลยจนเกิดภาวะค้างชำระหนี้สิน นอกจากนี้ เกษตรกรดำเนินการผลิตตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เน้นการพึ่งพาตนเองให้มากที่สุด รวมทั้งควรศึกษาหาข้อมูลและความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ

(2) การวางแผนการผลิตตามความต้องการของตลาด เกษตรกรอาจประสานตลาดล่วงหน้าให้ทราบปริมาณ เงื่อนไขคุณภาพ และราคาที่รับซื้อ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนการผลิต และการลงทุน ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด นอกจากนี้ เกษตรกรสามารถวางแผนการผลิตได้ตามความต้องการของตลาด โดยพัฒนาเป็นระบบการเกษตรแบบมีสัญญา (contract farming) ซึ่งผู้ซื้อผลผลิตมักกำหนดปริมาณผลผลิตที่รับซื้อ เงื่อนไขคุณภาพที่ชัดเจน และอาจประกันราคาซื้อผลผลิต ช่วยให้เกษตรกรวางแผนการผลิตได้เหมาะสมและถูกต้อง ทั้งนี้เกษตรกรควรมีข้อมูลการผลิตของตนเองและกลุ่มเครือข่ายที่ชัดเจนเพียงพอเพื่อประสานตลาดล่วงหน้า และควรติดตามสถานการณ์ข้อมูลข่าวสาร การผลิต การตลาด และราคาผลไม้อย่างใกล้ชิด

2.3) การผลิตโดยเน้นคุณภาพแทนปริมาณ เกษตรกรควรให้ความสำคัญกับการผลิตผลไม้ที่มีคุณภาพด้วยการปรับปรุงการผลิตให้เข้าสู่ระบบมาตรฐานตามความต้องการของตลาด เช่น GAP เกษตรอินทรีย์ ฯลฯ นอกจากนี้ยังควรดูแลจัดการสวนให้ถูกต้อง เช่น ตัดแต่งและควบคุมทรงพุ่มไม้ผลให้เตี้ยลงเพื่อความสะดวกในการจัดการทั้งในขั้นตอนการผลิตและการเก็บเกี่ยว ตัดแต่งดอกและผล เพื่อลดปริมาณ แต่เพิ่มขนาดและคุณภาพของผลไม้ ปรับปรุงบำรุงดิน ใส่ปุ๋ย และป้องกันกำจัดศัตรูพืชถูกต้องตามระยะ เพื่อให้ไม้ผลเจริญเติบโตและสมบูรณ์ ห่อผลเพื่อให้ผิวสวยและป้องกันปัญหาการเข้าทำลายของศัตรูพืช เก็บเกี่ยว คัดคุณภาพและบรรจุหีบห่ออย่างพิถีพิถัน เพื่อส่งมอบผลผลิตที่มีคุณภาพให้กับผู้ซื้อ

2.4) การกระจายการผลิต โดยผลิตนอกฤดู/ต้นฤดู/ล่าฤดู เพื่อให้มีผลผลิตออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง หลีกเลี่ยงปัญหาผลผลิตล้นตลาดและราคาตกต่ำในช่วงกลางฤดู

2.5) การเพิ่มประสิทธิภาพการตลาด โดยการรวมกลุ่มจำหน่ายผลผลิตรวบรวมผลผลิตของสมาชิก คัดเกรดก่อนจำหน่าย เพื่อใช้คุณภาพเป็นเงื่อนไขในการกำหนดราคาขาย หรือสร้างอำนาจในการต่อรองกับพ่อค้า ทั้งนี้เกษตรกรต้องฝึกฝนตนเองให้มีคุณธรรม มีความซื่อสัตย์ต่ออาชีพ มีจริยธรรม และมีวินัยในตนเอง

2.6) การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า โดยคัดเกรดผลไม้ให้มีความสม่ำเสมอ พัฒนาระบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ดึงดูดใจ และสะดวกต่อการใช้ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นความต้องการสินค้าของผู้บริโภค นอกจากนี้เกษตรกรควรสร้างตราสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ให้เป็นที่เชื่อถือและยอมรับของผู้บริโภค

2.7) การแปรรูปผลไม้ การแปรรูปผลไม้เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการใช้ประโยชน์จากผลผลิตทั้งหมดให้ได้มากที่สุด ให้ถึงระดับ zero waste และยืดเวลาการนำผลผลิต

ออกสู่ตลาด ทั้งยังเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้มากขึ้น ดังนั้น เกษตรกรจึงควรจัดการแปร
รูปผลไม้มให้เป็นผลิตภัณฑ์หลากหลายชนิด

2.8) การจัดทำบัญชีฟาร์ม เกษตรกรควรลงบัญชีฟาร์ม บันทึกข้อมูลในกิจกรรม
ต่าง ๆ ทั้งรายรับ รายจ่าย วัสดุ อุปกรณ์ แรงงาน ฯลฯ เพื่อตรวจสอบต้นทุนและผลตอบแทน
รวมทั้งใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนปรับปรุงการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อเป็นฐานข้อมูล
ในการวางแผน การผลิตในอนาคต

3) การรวมกลุ่มและสร้างเครือข่าย

3.1) การรวมกลุ่มเกษตรกรอย่างเข้มแข็ง เพื่อเรียนรู้และแก้ไขปัญหาาร่วมกัน
แลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร และเทคโนโลยีระหว่างสมาชิกกลุ่ม ทั้งในด้านที่เกี่ยวข้องกับการลดต้นทุน
การผลิต การพัฒนาการผลิต และการวางระบบจัดการการผลิตของสมาชิกภายในกลุ่ม เพื่อให้ได้
ผลผลิตที่ปลอดภัย มีคุณภาพดีและสม่ำเสมอ ในปริมาณที่ตรงตามความต้องการของตลาด พร้อม
ทั้งการพัฒนาการตลาดและร่วมกันจำหน่ายผลผลิต ทั้งนี้สมาชิกกลุ่มต้องมีความซื่อสัตย์ จริงใจต่อกัน
มีจิตสำนึกและมีความรับผิดชอบที่ดีต่อตนเอง ต่อกลุ่ม และต่อสังคม

3.2) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกลุ่มผู้ผลิต โดยเริ่มจากกลุ่มเล็กที่
เข้มแข็ง ขยายเป็นกลุ่มใหญ่ และสร้างเครือข่ายระหว่างกลุ่ม เป็นองค์กรเครือข่ายในระดับต่างๆ ตั้งแต่
ระดับตำบล ระดับอำเภอ ระดับจังหวัด ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ ตามลำดับ เน้นกำหนด
เป้าหมายที่ชัดเจนในทิศทางเดียวกัน และมีแผนดำเนินงานที่ชัดเจนเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันของเครือข่าย

3.3) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกลุ่มผู้ผลิตกับผู้ประกอบการ ให้
มีความร่วมมือที่เข้มแข็งในลักษณะของพันธมิตรทางธุรกิจ ทั้งกับกลุ่มผู้ประกอบการต้นน้ำที่จำหน่าย
ปัจจัยการผลิตให้แก่เกษตรกร กลุ่มผู้ค้า ผู้ส่งออก และผู้แปรรูป ที่รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร

3.4) การสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานสนับสนุนอื่นๆ
เพื่อสร้างความร่วมมือในการแก้ไขปัญหา การสนับสนุนการผลิตและการตลาด ให้แก่กลุ่มเครือข่าย
ซึ่งอาจเป็นในด้านความรู้ งานวิจัย การเงิน การตลาด กฎระเบียบ และอื่นๆ

4) ด้านกฎ ระเบียบ

เกษตรกรควรยึดถือปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อตกลงที่ให้ไว้กับผู้ส่งออก หรือโรงงานแปร
รูป เพื่อให้สามารถส่งมอบผลไม้ที่มีคุณภาพได้ตามข้อตกลงในปริมาณและเวลาที่กำหนด โดยปฏิบัติ
ตามมาตรการและกฎระเบียบด้านความปลอดภัยและคุณภาพของผลไม้ พร้อมทั้งควรร่วมมือกับ
ผู้ประกอบการอย่างใกล้ชิด เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารและปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เงื่อนไข
ข้อกำหนดของตลาดหรือของประเทศผู้นำเข้า

4.5.2 การเตรียมความพร้อมของภาคธุรกิจ

ภาคธุรกิจซึ่งรวมผู้ประกอบการค้าผลไม้ในประเทศและผู้ส่งออก ควรเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับข้อตกลงเขตการค้าเสรี โดยแยกย่อยตามด้านต่าง ๆ ดังนี้

1) ด้านพัฒนานวัตกรรม เทคโนโลยี

1.1) ศึกษาวิจัยพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลไม้ของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ เพื่อนำมากำหนดชนิดผลไม้ที่ควรทำตลาด พัฒนารูปแบบของสินค้า และบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมสอดคล้องกัน

1.2) ติดตาม ศึกษา และวิจัยเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยวผลไม้ เพื่อประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมทั้งในการคัดคุณภาพ การขนส่ง และการยืดอายุการเก็บรักษาผลไม้ หากมีปัญหาก็เกินความสามารถของผู้ประกอบการควรติดต่อหน่วยงานวิจัยภาครัฐเพื่อให้คำแนะนำ หรือดำเนินการวิจัยเพื่อแก้ไขปัญหาต่อไป

1.3) วิจัยและพัฒนาระบบโลจิสติกส์ เพื่อลดต้นทุนการผลิต และทำให้สามารถส่งมอบสินค้าผลไม้ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

2) ด้านการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิต การตลาด และการลงทุน

2.1) การวางแผนการผลิตและการตลาดร่วมกับเกษตรกร

(1) การจัดหาผลไม้คุณภาพจากผู้ผลิตด้วยวิธีการที่มีประสิทธิภาพ และเป็นธรรม อาจด้วยการทำการเกษตรแบบมีสัญญา (contract farming) ให้มีข้อตกลงที่ชัดเจนกับเกษตรกรผู้ผลิตล่วงหน้าก่อนถึงฤดูกาลเก็บเกี่ยว เพื่อให้เกษตรกรผลิตตามขั้นตอนที่ถูกต้องและเหมาะสม ให้ได้ผลผลิตที่ปลอดภัยจากสารพิษตกค้าง และมีคุณภาพดีสอดคล้องกับความต้องการของตลาด ตลอดจนทำข้อตกลงอื่นๆระหว่างกันอย่างชัดเจนและเป็นธรรม ทั้งปริมาณ ระยะเวลา และราคาในการรับซื้อ

(2) การขยายฤดูกาลของผลไม้ ให้ผลไม้มีผลผลิตออกสู่ตลาดตลอดปี เพื่อประโยชน์ในการทำตลาด โดยประสานงานสร้างความร่วมมือกับกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่ต่างๆ และส่วนราชการที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด เพื่อจัดระบบการผลิตและจัดทำปฏิทินการผลิตผลไม้นอกฤดูของแต่ละกลุ่มให้ผลไม้กระจายอย่างต่อเนื่องตลอดปี

2.2) การจัดการผลไม้หลังเก็บเกี่ยว ภาคธุรกิจควรพัฒนาการจัดการผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยว ทั้งการคัดเกรด การทำความสะอาด และการปฏิบัติอื่นๆ โดยคำนึงถึงวิธีการที่

เหมาะสม เพื่อถนอมคุณภาพของผลไม้และยืดอายุการเก็บรักษา พร้อมทั้งพัฒนาระบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งจากแหล่งผลิตมายังโรงงานและผู้บริโภคได้

2.3) การสร้างมาตรฐานของผลไม้ไทย สร้างความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการกับภาครัฐ เพื่อสร้างและควบคุมคุณภาพของผลไม้ไทยชนิดต่าง ๆ ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ

2.4) การส่งเสริมตลาด ควรร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับคู่ค้าทั้งในและต่างประเทศ เพื่อแนะนำส่งเสริมการบริโภคผลไม้ไทยอย่างถูกวิธี รวมถึงประชาสัมพันธ์จุดเด่นและประโยชน์ของผลไม้ไทยให้เป็นที่เข้าใจทั้งในและต่างประเทศ

2.5) การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ พัฒนาระบบการในการจัดหา ขนส่ง จัดเก็บ และกระจายสินค้าผลไม้ ให้มีประสิทธิภาพ เน้นการลดต้นทุน โดยเฉพาะด้านพลังงาน เชื้อเพลิง รวมทั้งการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพได้ตรงตามความต้องการ ภายใต้ระบบตรวจสอบย้อนกลับที่มีประสิทธิภาพ

2.6) การดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม การดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม จะช่วยให้ธุรกิจสามารถดำรงอยู่และยั่งยืนต่อไปได้ อีกทั้งช่วยปรับเปลี่ยนการแข่งขันของผู้ประกอบการให้เป็นการสร้างพันธมิตรในธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำธุรกิจส่งออกผลไม้ไปยังต่างประเทศ ซึ่งผู้ส่งออกควรร่วมมืออย่างใกล้ชิด ร่วมพิจารณาปริมาณและราคาส่งออกสินค้าประเภทเดียวกันไปยังตลาดเดียวกัน ร่วมกันรักษาธุรกิจการส่งออกผลไม้ไทย และขยายธุรกิจให้กว้างไกลยิ่งขึ้น

2.7) การจัดการข้อมูลสารสนเทศให้ทันสมัย โดยปรับปรุงการพัฒนาระบบข้อมูลให้มีข้อมูลด้านการผลิตและการค้าที่หลากหลายและทันสมัย เพื่อประโยชน์ในการบริหารจัดการธุรกิจทั้งภายในองค์กรและสื่อสารกับคู่ค้า

3) ด้านการรวมกลุ่มและเครือข่าย

3.1) การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการควรรวมกลุ่มเพื่อร่วมมือกันอย่างใกล้ชิด ในลักษณะของพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผลไม้ไทย เช่น การร่วมมือในรูปแบบสมาคมฯ ที่มีการกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และแผนดำเนินงานที่ชัดเจนให้บรรลุเป้าหมายได้

3.2) การเชื่อมโยงเครือข่าย ควรเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างผู้ส่งออกผลไม้ไทยกับผู้นำเข้าในต่างประเทศ และระหว่างผู้ประกอบการและเกษตรกร เพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างกัน แลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร และกฎระเบียบต่าง ๆ ตลอดจนเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและอุตสาหกรรมผลไม้

4) ด้านกฎระเบียบ

4.1) การศึกษากฎระเบียบและเงื่อนไขของผู้รับซื้อ เนื่องจากผู้ซื้อแต่ละรายมีการกำหนดมาตรฐานและเงื่อนไขความต้องการเฉพาะที่แตกต่างกัน ผู้ประกอบการผลไม้ไทยจึงต้องมีความรู้และทำความเข้าใจเพื่อจะได้ปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง

4.2) การปฏิบัติตามมาตรการและกฎระเบียบของประเทศไทยและประเทศคู่ค้า ผู้ส่งออกควรต้องมีความรู้เกี่ยวกับมาตรการและกฎระเบียบในการส่งออกและนำเข้าผลไม้สด ทั้งของประเทศไทยและประเทศคู่ค้าเป็นอย่างดี เพื่อจะได้ปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี (non tariff barrier) เช่น มาตรการด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (sanitary and phyto-sanitary) ซึ่งแต่ละประเทศมักประกาศเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ จึงต้องติดตามอย่างใกล้ชิด เพื่อนำไปสู่การปรับเปลี่ยนการผลิตของตนเองและของเกษตรกรในเครือข่ายให้สอดคล้องกับมาตรการและกฎระเบียบของคู่ค้าในแต่ละประเทศ

4.3) ข้อตกลงทางการค้าและความร่วมมือต่างๆ ระหว่างประเทศ นอกจากกฎระเบียบของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกและนำเข้าผลไม้สด รวมทั้งเงื่อนไขความต้องการของคู่ค้าแล้ว ผู้ส่งออกควรมีความรู้เกี่ยวกับข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ เช่น FTA ทั้งนี้เพื่อเพิ่มการใช้ประโยชน์จากสิทธิพิเศษทางภาษีให้มากขึ้น พร้อมทั้งแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ต่อไป

4.5.3 การเตรียมความพร้อมของภาคอุตสาหกรรมแปรรูป

1) ด้านการพัฒนานวัตกรรม เทคโนโลยี

1.1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปควรศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่หลากหลาย ร่วมกับการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้ดูสวยงามและสร้างตราสินค้าเฉพาะของตนเอง

1.2) การศึกษาแนวโน้มของตลาดทั้งในและต่างประเทศ เพื่อหาแนวทางปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์รองรับความต้องการของตลาด ตลอดจนการเตรียมความพร้อมในด้านอื่นๆ ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

2) ด้านการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิต การตลาด การลงทุน

2.1) การจัดหาวัตถุดิบ ควรจัดทำระบบการเกษตรแบบมีสัญญา มีวัตถุประสงค์เพื่อกระจายผลผลิตให้มีวัตถุดิบป้อนโรงงานอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งให้ความรู้กับเกษตรกร ให้สามารถผลิตผลไม้สำหรับใช้เป็นวัตถุดิบส่งโรงงานแปรรูปอาหารได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้อาจร่วมลงทุน

กับแหล่งวัตถุดิบต่าง ๆ เพื่อให้มีการจัดเตรียมวัตถุดิบขึ้นต้นส่งโรงงานให้เพียงพอและทันเวลาตามความต้องการของภาคอุตสาหกรรมแปรรูป

2.2) การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต โดยศึกษาและนำเทคโนโลยีการแปรรูปที่ทันสมัย ตลอดจนเทคนิคการบริหารจัดการใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ เพื่อลดต้นทุนการผลิต เพื่อเพิ่มผลิตภาพอย่างต่อเนื่อง และเพื่อให้สามารถส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าได้ตรงตามความต้องการในต้นทุนที่แข่งขันได้

2.3) การพัฒนาระบบการผลิตให้ได้มาตรฐานสากล เช่น GMP HACCP และอื่นๆ เพื่อให้เป็นไปตามที่ลูกค้ากำหนดและเพื่อให้ธุรกิจพัฒนาก้าวหน้าต่อไป

2.4) การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า โดยการปรับปรุงคุณภาพให้เป็น premium grade การแปรรูปผลไม้ให้มีสินค้าที่หลากหลายชนิดมากขึ้น เป็นการเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค

2.5) การขยายตลาด โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) เป็นเครื่องมือในการทำกลยุทธ์การขยายตลาด ทั้งในการสืบค้นความต้องการของตลาด แหล่งรับซื้อ หรือลูกค้า การวางตำแหน่งสินค้า วางแผนการขยายตลาด และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.6) การหาข้อมูลความรู้ด้านการค้า การเงิน การลงทุน และศักยภาพของลูกค้า เพื่อให้มีข้อมูลที่เพียงพอสำหรับการวางแผนกลยุทธ์และการปรับปรุงแผนธุรกิจให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

3) ด้านการรวมกลุ่มและเครือข่าย

3.1) การรวมกลุ่มของอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ ผู้ประกอบการแปรรูปผลไม้ภายในประเทศควรแสวงหาความร่วมมือเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันช่วยเหลือเกื้อกูลระหว่างกัน รวมทั้งสร้างจิตสำนึกในการทำธุรกิจอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม

3.2) การสร้างเครือข่าย ควรสร้างเครือข่ายระหว่างอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้กับกลุ่มธุรกิจและอุตสาหกรรมอื่น เพื่อสร้างความร่วมมือกับกลุ่มธุรกิจ หรือ อุตสาหกรรมสนับสนุนทั้งในและต่างประเทศ ให้เป็นเครือข่ายที่เข้มแข็ง เช่น กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตวัตถุดิบ ผู้ประกอบการธุรกิจขนส่ง สถาบันการเงิน ฯลฯ

4) ด้านกฎ ระเบียบ และมาตรการของประเทศไทยและประเทศคู่ค้า ผู้ประกอบการแปรรูปต้องมีความรู้และดำเนินการให้ถูกต้องตามกฎหมายและมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าอาหาร เช่น HACCP GMP เป็นต้น

4.5.4 แนวทางการเตรียมความพร้อมของภาครัฐ

ภาครัฐมีบทบาทหน้าที่ให้การสนับสนุนภาคการผลิต ภาคธุรกิจ และภาคอุตสาหกรรมแปรรูป จึงควรเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับข้อตกลงเขตการค้าเสรี ดังนี้

1) ด้านการวิจัยและพัฒนา

1.1) การสนับสนุนงานวิจัยเพื่อพัฒนาศักยภาพการผลิตและการตลาดของผลไม้ไทย

(1) การวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยการผลิตและเทคโนโลยีการผลิต รัฐควรศึกษาวิจัยและให้การสนับสนุนวิจัยด้านการผลิตและเทคโนโลยีการผลิต เพื่อช่วยในการลดต้นทุนการผลิตให้กับเกษตรกร เพิ่มปริมาณและคุณภาพของผลผลิต รวมถึงขยายฤดูกาลผลิตเพื่อให้ผลผลิตมีการกระจายตัวตลอดปี นอกจากนี้รัฐควรสนับสนุนงานวิจัยด้านเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยวเพื่อยืดอายุของสินค้าผลไม้สดให้ยาวนานขึ้น

(2) การวิจัยเกี่ยวกับการตลาด รัฐควรศึกษาวิจัยและให้การสนับสนุนการวิจัยด้านตลาด ความต้องการของผู้บริโภค และแนวโน้มการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ทั้งผลไม้สดและแปรรูป เพื่อนำผลงานวิจัยมาใช้ในการวางแผนการผลิตและการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทั้งการเปิดตลาดใหม่และการขยายตลาดเดิม

(3) การวิจัยเกี่ยวกับการแปรรูป รัฐควรศึกษาวิจัยและสนับสนุนการวิจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูป วิธีการและเทคโนโลยีการแปรรูปที่เหมาะสม สนับสนุนการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าผลไม้ ทั้งในระดับครัวเรือน ชุมชน และอุตสาหกรรม

(4) การวิจัยอื่นๆ รัฐควรศึกษาวิจัยและให้การสนับสนุนการวิจัยด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับภาคไม้ผล เช่น การวิจัยเพื่อหาแนวทางและกลไกที่เหมาะสมในการจัดการกับปัญหาการตลาดและราคาผลไม้ตกต่ำ การวิจัยเพื่อพัฒนาระบบโลจิสติกส์ การวิจัยเพื่อพัฒนาการทำงานของส่วนราชการให้สามารถสนับสนุนการพัฒนาและแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนได้อย่างแท้จริง การวิจัยผลกระทบต่าง ๆ อย่างรอบคอบและรอบด้าน เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบายของภาครัฐ สำหรับการทำข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ การกำหนดมาตรการกฎระเบียบต่างๆ เป็นต้น

1.2) การเผยแพร่ผลงานวิจัย รัฐควรนำผลการวิจัยเผยแพร่ให้แก่เกษตรกรผู้ประกอบการ และส่วนราชการที่เกี่ยวข้องเพื่อนำผลงานวิจัยไปใช้เพื่อการพัฒนาภาคไม้ผลให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2) **ด้านการบริหารจัดการของภาครัฐ** ภาครัฐควรพัฒนาการบริหารจัดการเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถของเกษตรกรและผู้ประกอบการ และพัฒนาศักยภาพของผลไม้ไทยทั้งด้านการผลิต การแปรรูป และการตลาด ดังนี้

2.1) **การกำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์พัฒนาไม้ผล** ภาครัฐกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาไม้ผลแต่ละชนิดอย่างชัดเจนตามศักยภาพในการแข่งขัน โดยศึกษาสภาพปัญหาและโอกาสของพื้นที่ โดยการจัดศักยภาพของพื้นที่ตามชนิดของผลไม้ รวมถึงรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ให้มีข้อมูลจริงที่ชัดเจนสำหรับนำไปใช้ในการวางแผน และสนับสนุนให้มีการดำเนินงานและจัดสรรงบประมาณเพื่อการพัฒนาภาคไม้ผล ตามนโยบายและแผนยุทธศาสตร์อย่างเป็นรูปธรรม จริงจังและต่อเนื่อง นอกจากนี้รัฐควรกำหนดนโยบายแก้ไขปัญหาด้านการตลาด เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรอย่างจริงจัง

2.2) **การกำหนดหน่วยงานรับผิดชอบและปรับปรุงระบบการทำงาน** รัฐควรกำหนดให้มีหน่วยงานรับผิดชอบการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์การพัฒนาผลไม้ เพื่อให้การวิจัย การส่งเสริมและการสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องอย่างจริงจัง และควรกำหนดให้มีหน่วยงานและผู้รับผิดชอบในพื้นที่อย่างชัดเจนเพื่อแก้ไขปัญหาผลผลิตล้นตลาดและราคาตกต่ำอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ รวมทั้งปรับปรุงขั้นตอนการทำงานให้รวดเร็ว เพื่อแก้ไขปัญหาได้ทันสถานการณ์รวมทั้งจัดการติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

2.3) พัฒนาและจัดบุคลากร

(1) **การพัฒนาบุคลากรภาครัฐ** รัฐควรพัฒนาบุคลากรภาครัฐให้มีความรู้เฉพาะด้าน มีความรู้และทักษะในการวางแผนจัดการ รวมทั้งปลูกฝังให้บุคลากรมีความรับผิดชอบในหน้าที่ มีความกระตือรือร้น มีคุณธรรม และจริยธรรม และมุ่งพัฒนาภาคไม้ผลให้เจริญก้าวหน้า โดยรัฐพร้อมให้การสนับสนุนให้ปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างจริงจังเข้มแข็ง เพื่อสนับสนุนเกษตรกรและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(2) **การสนับสนุนให้มีผู้แทนการค้าในประเทศคู่สัญญา FTA** รัฐควรจัดให้มีผู้แทนการค้าเพื่อให้ข้อมูล ให้การสนับสนุนและการช่วยเหลือแก้ไขปัญหาอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นได้ทันเหตุการณ์

2.4) การส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนการผลิต

(1) **การเผยแพร่ความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต** รัฐควรเผยแพร่และถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร ความรู้เทคโนโลยีที่จำเป็นและทันสมัย ภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานการผลิต และมาตรฐานสินค้า ให้เกษตรกรและผู้เกี่ยวข้องอย่างทั่วถึง สร้างแหล่งเรียนรู้ และจัดกระบวนการเรียนรู้ให้เหมาะสมกับศักยภาพของเกษตรกรและชุมชน เพื่อเพิ่มขีด

ความสามารถในการผลิตและการตลาดให้ดีขึ้น และเพื่อช่วยให้เกษตรกรปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในโลกแห่งการแข่งขัน

(2) การสนับสนุนการนำเทคโนโลยีการผลิตไปประยุกต์ใช้ รัฐควรสนับสนุนให้เกษตรกรนำเทคโนโลยีการผลิตมาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดต้นทุนการผลิต และพัฒนาคุณภาพผลผลิต ให้ปลอดภัยจากสารพิษและได้มาตรฐานตามความต้องการของตลาด รวมทั้งขยายช่วงเวลาการผลิตก่อนหรือล่าช้ากว่าฤดูกาลปกติ โดยรัฐพัฒนาการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำให้เหมาะสม เร่งรัดจัดหาน้ำให้พอเพียงกับความต้องการของเกษตรกร รวมถึงการลดภาษีปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ยเคมี และสารเคมี พร้อมทั้งสร้างโรงงานผลิตปุ๋ยสำหรับใช้ภายในประเทศ เป็นต้น

2.5) การพัฒนาตลาดผลไม้

(1) การสนับสนุนการเกษตรแบบมีสัญญา รัฐสามารถช่วยเกษตรกรให้พัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการตลาดของผลไม้ได้ โดยสนับสนุนให้ทำสัญญาข้อตกลงล่วงหน้าระหว่างเกษตรกร ผู้ผลิต และผู้รับซื้อ ซึ่งเป็นการทำเกษตรแบบมีสัญญา (contract farming) ทั้งนี้รัฐควรกำหนดบทบาทเป็นผู้ให้การสนับสนุนและกำกับดูแลให้ระบบการเกษตรแบบมีสัญญาดำเนินได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความเป็นธรรมกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

(2) การป้องกันและแก้ไขปัญหาผลไม้ล้นตลาดและราคาตกต่ำ รัฐควรจัดหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรง ในการจัดการเตรียมการ เพื่อกำหนดแผนและแนวทางในการรักษาเสถียรภาพราคาผลไม้ วิธีการแก้ไขปัญหาลิ้นค้าล้นตลาดและราคาตกต่ำได้อย่างเหมาะสม ชัดเจนและเป็นรูปธรรม เป็นการป้องกันก่อนเกิดเหตุ

(3) การขยายตลาดผลไม้ทั้งในประเทศและส่งออก โดยให้มีแผนส่งเสริม ประชาสัมพันธ์และขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศให้มากขึ้น พร้อมทั้งกำหนดหน่วยงานรับผิดชอบที่ชัดเจน ดำเนินขยายตลาดผลไม้ให้มากขึ้น ทั้งตลาดเดิมและเปิดตลาดใหม่ ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมตลาดและการบริโภคผลไม้ไทยอย่างต่อเนื่อง แนะนำคุณสมบัติของผลไม้ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค ตลอดจน รณรงค์ปลูกจิตสำนึกของคนไทยให้บริโภคผลไม้ไทยและผลิตภัณฑ์จากผลไม้ไทยให้มากขึ้น นอกจากนี้รัฐควรพัฒนาตลาดกลางผลไม้ในแหล่งผลิตสำคัญที่มีโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นอย่างเหมาะสมเพียงพอ มีระบบการบริหารจัดการที่ดี มีระบบข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย และมีผู้ซื้อผู้ขายจำนวนมาก เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลไม้ให้กับเกษตรกร

2.6) การส่งเสริมและสนับสนุนการแปรรูป รัฐควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนการจัดตั้งโรงงานแปรรูปผลไม้ ถ่ายทอดเทคโนโลยีการแปรรูปและระบบมาตรฐานการผลิต พร้อมทั้งสนับสนุนให้พัฒนาขีดความสามารถในการแปรรูปและการตลาด ทั้งในระดับอุตสาหกรรม และระดับชุมชน เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มและขยายโอกาสทางการตลาดของผลไม้ไทย

2.7) การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ รัฐควรสนับสนุนการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ขนส่งสินค้าทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพระบบการขนส่งสินค้าผลไม้ ให้สามารถกระจายสินค้าผลไม้สู่ตลาดเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศภายในเวลาที่กำหนด ด้วยต้นทุนที่เหมาะสม

2.8) การสนับสนุนการลงทุน รัฐควรสนับสนุนให้เกษตรกรและผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งทุนดอกเบี้ยต่ำ เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิต ปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิต และเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน นอกจากนี้รัฐอาจสนับสนุนกองทุนในระดับกลุ่ม หมู่บ้าน หรือตำบล ที่มีการบริหารจัดการที่ดี เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรในการพัฒนาการผลิตผลไม้ ตลอดจนสนับสนุนทุนเพื่อส่งเสริมและขยายตลาดผลไม้ภายในและต่างประเทศ

2.9) การพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศการผลิตและการตลาดผลไม้ รัฐควรพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดผลไม้ให้มีความถูกต้อง และปรับปรุงให้เป็นปัจจุบัน พร้อมทั้งกระจายข้อมูลข่าวสารให้เข้าถึงเกษตรกร ผู้ส่งออก และอุตสาหกรรมแปรรูป อย่างรวดเร็ว และทั่วถึง ทั้งนี้ ตัวอย่างข้อมูลข่าวสารสนเทศที่รัฐควรพัฒนา เช่น

(1) ด้านการผลิต : ข้อมูลเทคโนโลยีการผลิต ข้อมูลเกษตรกรและกลุ่มผู้ผลิต ปริมาณผลผลิตและฤดูกาล ฯลฯ

(2) ด้านการตลาดและการแปรรูป : ชนิดผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยีการแปรรูป การตลาด ช่องทางการจำหน่าย ราคา ข้อมูลผู้ประกอบการ ข้อตกลงทางการค้า กฎระเบียบมาตรการในการส่งออกและนำเข้าสินค้าผลไม้ของประเทศไทยและคู่ค้า ฯลฯ

2.10) การสนับสนุนการค้าระหว่างประเทศ ควรลดขั้นตอนในการส่งออก เพิ่มประสิทธิภาพการออกใบรับรองสินค้าเพื่อส่งออก และปรับปรุงความพร้อมของบุคลากรและอุปกรณ์เครื่องมือของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก นอกจากนี้ รัฐควรจัดให้มีจุดกระจายสินค้าผลไม้ไทยในต่างประเทศที่มีประสิทธิภาพ จัดตั้งศูนย์ข้อมูลรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหาการค้าระหว่างประเทศ เพื่อให้การช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาให้ผู้ประกอบการอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว

3) ด้านการรวมกลุ่มและพัฒนาเครือข่าย

3.1) การส่งเสริมสนับสนุนรวมกลุ่มและเครือข่ายผู้ผลิต รัฐควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนการรวมกลุ่มการผลิตของเกษตรกร และสนับสนุนความรู้และทักษะในการบริหารจัดการกลุ่ม การเพิ่มขีดความสามารถในการวางแผนการผลิต การผลิต การดำเนินธุรกิจ และการจัดการตลาดของกลุ่ม พร้อมทั้งปลูกฝังความสามัคคี ความมีคุณธรรมและจริยธรรมในกลุ่ม รวมทั้งเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่างกลุ่มเพื่อพัฒนาเป็นเครือข่ายในระดับอำเภอ จังหวัด และภูมิภาค ตามลำดับ

3.2) การรวมกลุ่มและเครือข่ายแนวตั้ง รัฐควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้เกี่ยวข้องในภาคไม้ผล ประสานและสนับสนุนให้มีความร่วมมือระหว่างกัน เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาและแก้ปัญหาระหว่างกัน โดยรวมกลุ่มการผลิต กลุ่มผู้ประกอบการภาคธุรกิจ หน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน พัฒนาเป็นเครือข่ายภายในประเทศที่มีความร่วมมือกันอย่างเข้มแข็ง

3.3) เครือข่ายบูรณาการภาครัฐ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในภาครัฐควรประสานความร่วมมือในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคไม้ผล ตั้งแต่การผลิต การแปรรูป และการตลาด พร้อมทั้งรับผิดชอบการดำเนินงานตามแผนอย่างจริงจังและจริงใจ

4) ด้านกฎ ระเบียบ

4.1) การสนับสนุนกฎระเบียบด้านการผลิต

(1) การกำหนดเขตเศรษฐกิจการปลูกไม้ผล (zoning) รัฐควรกำหนดเขตเศรษฐกิจการปลูกไม้ผลแต่ละชนิดโดยคำนึงถึงศักยภาพของพื้นที่ พร้อมทั้งขึ้นทะเบียนเกษตรกรภายในเขตเศรษฐกิจ เพื่อควบคุมปริมาณผลผลิต และสนับสนุนการพัฒนการผลิต การตลาดและให้ความช่วยเหลือแก่เกษตรกรตามความเหมาะสมและเป็นธรรม

(2) การตรวจสอบมาตรฐานปัจจัยการผลิต หน่วยงานที่รับผิดชอบภาครัฐควรทำหน้าที่ ตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพปัจจัยการผลิตที่นำเข้าและจำหน่ายในร้านค้า ต่างๆอย่างเข้มงวด เพื่อป้องกันปัญหาปัจจัยการผลิตไม่ได้มาตรฐาน และการปลอมปน ซึ่งส่งผลเสียหายให้แก่เกษตรกรโดยตรง

(3) การกำหนดมาตรฐานผลไม้ หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบภาคไม้ผลควรร่วมมือกับผู้ประกอบการ กำหนดมาตรฐานชั้นคุณภาพผลไม้แต่ละชนิดให้ชัดเจน และผลักดันให้คู่ค้ายอมรับทั้งในและต่างประเทศ

4.2) การกำหนดมาตรการด้านการนำเข้า รัฐควรกำหนดมาตรการที่เหมาะสมเพื่อควบคุมสินค้าผลไม้จากต่างประเทศ ตรวจสอบสารตกค้างและคุณภาพของสินค้า นำเข้าอย่างจริงจัง ตรวจสอบสินค้าที่ลักลอบนำเข้าประเทศอย่างเข้มงวด ตรวจสอบการประเมินราคาสินค้าผลไม้นำเข้าให้สอดคล้องกับต้นทุนที่แท้จริง รวมทั้งศึกษาความเป็นไปได้ในการออกกฎหมาย การเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มของผลไม้สดนำเข้าจากต่างประเทศ เป็นต้น

4.3) อื่นๆ

(1) การทำข้อตกลงระหว่างประเทศ ก่อนการทำข้อตกลงระหว่างประเทศ รัฐควรให้โอกาสเกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการทำข้อตกลง ตลอดจนให้ข้อมูล

ความรู้เรื่องข้อตกลง และผลกระทบที่เกิดขึ้นแก่เกษตรกร ผู้ส่งออก และผู้นำเข้า ที่เกี่ยวข้อง เพื่อทุกฝ่ายสามารถจัดเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับผลการทำข้อตกลงที่เกิดขึ้นได้ทันการณ์

(2) การพัฒนา ส่งเสริม และควบคุม มาตรฐาน รัฐควรพัฒนา ส่งเสริม และควบคุมให้ระบบการผลิต การนำเข้า การส่งออกสินค้า ให้สอดคล้องกับมาตรการสุขอนามัย และข้อตกลงระหว่างประเทศ

(3) การแก้ไขปัญหาภาวะเปื้อนหรือมาตรการกีดกันสินค้า ประเทศคู่ค้าผลไม้กับไทยต่างกำหนดมาตรฐานสินค้าซึ่งแตกต่างกันไป ทำให้เป็นปัญหาทั้งการผลิตไม่ผล และการค้าผลไม้ รัฐจึงควรแก้ไขปัญหากฎระเบียบต่าง ๆ ให้สอดคล้องกัน เพื่อช่วยให้เกษตรกรและผู้ประกอบการธุรกิจ สามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบต่าง ๆ ได้ถูกต้อง