

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย

5.1 ข้อได้เปรียบเสียเปรียบกลุ่มสินค้าไม้ผลแต่ละสัญญา

“ไทย-ออสเตรเลีย” พบว่า ภายหลังจากทำ FTA ไทยยังคงได้เปรียบดุลการค้า โดยในปี 2549 ไทยได้เปรียบดุลการค้า 3,892 ล้านบาท ผลไม้นำเข้าที่สำคัญของไทยหลังทำ FTA กับ ออสเตรเลีย พบว่า ไทยได้นำเข้าผลไม้และลูกนัตที่บริโภคได้ จากออสเตรเลียเพิ่มมากขึ้น โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 22 ต่อปี มูลค่าการนำเข้าในปี 2549 เท่ากับ 288 ล้านบาท สินค้าที่สำคัญ ได้แก่ ผลไม้สดเมืองหนาว เช่น อโวคาโดสดหรือแห้ง องุ่นสด แอปเปิ้ลและควินซ์สด พืชสด เป็นต้น สำหรับองุ่นสดเป็นสินค้าที่ไทยมีมาตรการปกป้องพิเศษ ในส่วนสินค้าส่งออกที่เป็นผลไม้ที่สำคัญของไทย พบว่า ภายหลังจากการทำ FTA ของปรุงแต่งจากพืช/ผัก/ผลไม้/และลูกนัตและของปรุงแต่ง เบ็ดเตล็ดที่บริโภคได้ มีการส่งออกขยายตัวเฉลี่ย ร้อยละ 16 ต่อปี โดยมูลค่าการส่งออกในปี 2549 เท่ากับ 1,045 ล้านบาท

“ไทย-นิวซีแลนด์” พบว่า ภายหลังจากทำ FTA ไทยมีแนวโน้มขาดดุล โดยสังเกตได้จาก เดือนกรกฎาคม 2548 ไทยขาดดุลการค้าเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยร้อยละ 10 ต่อปี ซึ่งเป็นผลมาจากไทย นำเข้านมและผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น และ ในปี 2549 ไทยเสียเปรียบดุลการค้าถึง 5,596 ล้านบาท โดยมี อัตราขยายตัวเฉลี่ยของการนำเข้ามากกว่าการส่งออก สินค้านำเข้าที่สำคัญของไทยหลังทำ FTA ที่ เป็นผลไม้และลูกนัต มีมูลค่าการนำเข้าขยายตัวเพิ่มขึ้นมากถึงร้อยละ 44 ต่อปี โดยในปี 2549 มี มูลค่าเท่ากับ 136 ล้านบาท สินค้าที่สำคัญ ได้แก่ ผลไม้สดเมืองหนาว เช่น เชอร์รี่ สตรอเบอร์รี่ กีวี เป็นต้น ผลไม้เหล่านี้นำมาใช้ในอุตสาหกรรมอาหารเป็นส่วนใหญ่ ส่วนสินค้าส่งออกที่สำคัญของไทย ไปยังนิวซีแลนด์นั้น พบว่า มีอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 6 ต่อปี สินค้าที่ส่งออกมาขึ้นไม่ใช่ จำพวกผลไม้ แต่จะเป็นสินค้าประเภทธัญพืช ของปรุงแต่งจากเนื้อสัตว์/ปลา/และสัตว์น้ำ และของ ปรุงแต่งเบ็ดเตล็ดที่บริโภคได้ เป็นต้น

“ไทย-จีน” พบว่า ภายหลังจากทำ FTA ผลไม้ที่ประเทศไทยส่งออกไปยังประเทศจีนที่สำคัญ คือ ลำไยสด/แห้ง ทูเรียนสด มังคุด ลิ้นจี่ กัลลวยไข่ มะพร้าว ส่วนผลไม้ที่ไทยนำเข้าจากจีนที่สำคัญ คือ แอปเปิ้ล สาลี่ ลูกนัต องุ่น ส้มแมนดาริน สตรอเบอร์รี่ การค้าผลไม้ระหว่างไทยกับจีนนั้น พบว่า ในปี 2548 มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดมีมูลค่าการค้า 3,905 ล้านบาท โดยผลไม้ที่ส่งออกมา มากที่สุด ได้แก่ ทูเรียน รองลงมาเป็น ลำไยสด ลำไยอบแห้ง มังคุดสดและแห้ง ทูเรียนแช่แข็ง และส้ม เปลือกบางอื่นๆ ส่วนการนำเข้าผลไม้ของประเทศไทยจากประเทศจีนนั้น พบว่า ในปี 2549 มีการ

นำเข้าแอปเปิลจากจีนมากที่สุด มีมูลค่า 1,608 ล้านบาท รองลงมา คือ แพร่และควินซ์ องุ่น ลูกนัต
อื่นๆ ส้มแมนดารินอื่นๆ สตรอเบอรี่ ละ ผลไม้สดอื่นๆ

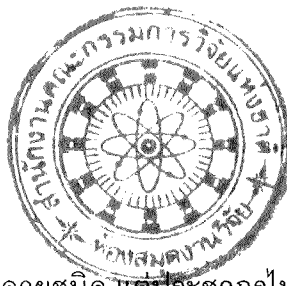
“ไทย- อินเดีย” พบว่า ภายหลังจากทำ FTA ได้มีการลดภาษีนำเข้าสินค้าเร่งลดภาษี
(Early Harvest) ซึ่งเป็นสินค้าเกษตรจำนวน 11 รายการ ในที่นี้มีผลไม้ ได้แก่ มังคุด/มะม่วง องุ่น
แอปเปิ้ล ทูเรียน เงาะ/ลำไย/ทับทิม ในภาพรวมหลังการลดภาษี การค้าของไทยได้เปรียบดุลการค้า
เหนืออินเดีย โดยพิจารณาจาก ทิศทางของดุลการค้าสินค้าเกษตรเร่งลดภาษีของไทย พบว่า ไทย
ได้เปรียบดุลการค้าสำหรับสินค้า ผลไม้ประมาณร้อยละ 77

5.2 ข้อได้เปรียบเสียเปรียบของกลุ่มสินค้าผลไม้จากข้อตกลงเขตการค้าเสรีในภาพรวม

ภายหลังจากการจัดทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี พบว่า ประเทศไทยมีการเพิ่มขึ้นของมูลค่า
การนำเข้าผลไม้และผลิตภัณฑ์มากกว่าการส่งออก เมื่อเปรียบเทียบระหว่าง ปี 2549 กับ ปี 2550
พบว่า การเพิ่มขึ้นของมูลค่าการนำเข้าสูงกว่าการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกถึง 356.24 ล้านบาท
โดยผลไม้ที่มีการส่งออกเพิ่มขึ้น ได้แก่ ส้มเขียวหวาน มะม่วงสด ลำไยสดหรือแช่เย็นจนแข็ง ลำไย
แห้ง ลำไยบรรจุภาชนะอัดลม เงาะสด สับปะรดแห้ง ลิ้นจี่บรรจุภาชนะอัดลม เป็นต้น ส่วนผลไม้ที่
นำเข้าเพิ่มขึ้น ได้แก่ แอปเปิ้ลสด องุ่นสด ลิ้นจี่สด แพร่และควินซ์สด ลูกพลับสด เป็นต้น

เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกผลไม้ที่สำคัญในปี 2549 กับปี 2550 พบว่า มังคุดสดหรือแช่เย็น
จนแข็ง ลำไยแห้ง ลำไยสดหรือแช่เย็นจนแข็ง มะม่วงสด และส้มเขียวหวาน มีมูลค่าการส่งออก
เพิ่มขึ้น 477.87 412.60 330.92 327.41 และ 187.65 ล้านบาท ตามลำดับ โดยผลไม้ที่ได้รับ
ผลกระทบส่งออกมูลค่าลดลง ได้แก่ ส้มแมนดารินและส้มชนิดอื่นๆ ส้มเปลือกบาง สดหรือแห้ง และ
ทุเรียนสดหรือแช่เย็นจนแข็ง มีมูลค่าการส่งออกลดลง 140.63 42.00 และ 14.17 ล้านบาท
ตามลำดับ

ส่วนมูลค่าการนำเข้า พบว่า มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยมีมูลค่าการนำเข้าสินค้าเกษตรกรรม
เพิ่มขึ้น 1,879.68 ล้านบาท ผลไม้ที่นำเข้าเพิ่มขึ้น ได้แก่ ผลไม้ปรุงแต่ง ผลไม้สดอื่นๆ ผลไม้แช่แข็ง
องุ่นสด แอปเปิ้ลสด ลูกพลับสด และอื่นๆ โดยมีมูลค่าประมาณ 635.21 384.03 311.37 248.38
179.03 82.92 และ 192.63 ล้านบาท ตามลำดับ ส่วนผลไม้และผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าลดลง ได้แก่
แพร่และควินซ์สด และ เปลือกแตงและเปลือกส้ม มูลค่าประมาณ 152.53 และ 1.35 ล้านบาท
ตามลำดับ



5.3 สถานการณ์การผลิตสินค้าผลไม้ของไทย

ประเทศไทยสามารถผลิตผลไม้เมืองร้อนได้หลากหลายชนิด แต่ประชากรไทยมีรสนิยมในการบริโภคต่างกัน จึงทำให้ประเทศไทยยังต้องมีการนำเข้าผลไม้เมืองหนาวจากต่างประเทศ ผลไม้ที่นำเข้าส่วนใหญ่ ได้แก่ แอปเปิ้ล สาลี่ องุ่น เป็นต้น สำหรับสถานการณ์การผลิต ลำไย ทูเรียน มังคุด มะม่วง และส้ม มีดังนี้

“ลำไย” ประเทศไทยเป็นประเทศส่งออกลำไยรายใหญ่ของโลก มีส่วนแบ่งการตลาดของโลกอยู่ที่ร้อยละ 80 มีมูลค่าการส่งออกปีละกว่า 5,000 ล้านบาท โดยส่งออกลำไย 4 รูปแบบ คือ ลำไยสด ลำไยอบแห้ง ลำไยกระป๋อง และลำไยแช่แข็ง ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ เวียดนาม และ จีน ปัจจุบันแนวโน้มพื้นที่ปลูกลำไยของประเทศไทยได้เพิ่มสูงขึ้น ขณะที่ผลผลิตมีความไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ โดย “ลำไยสด” ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ประเทศคู่ค้าลำไยสดที่สำคัญ ได้แก่ จีน อินเดีย และฮ่องกง ส่วน “ลำไยอบแห้ง” ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มสูงขึ้น ประเทศคู่ค้าลำไยอบแห้งที่สำคัญ ได้แก่ จีน ฮ่องกง สิงคโปร์ เมียนมาร์ และลาว ขณะที่ “ลำไยกระป๋อง” มีปริมาณและมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก ประเทศคู่ค้าลำไยกระป๋องที่สำคัญ ได้แก่ มาเลเซีย สิงคโปร์ อินเดีย และสหรัฐอเมริกา ส่วน “ลำไยแช่แข็ง” มีแนวโน้มการส่งออกลดลงในปี 2550 ประเทศคู่ค้าลำไยแช่แข็งที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส และเกาหลี ขณะนี้รัฐบาลได้ ส่งเสริมตลาดภายในและขยายตลาดส่งออกในตลาดเดิม ได้แก่ จีน อินเดีย และตลาดใหม่ ได้แก่ อินเดีย คูบา ออสเตรเลีย

“ทุเรียน” ไทยเป็นประเทศส่งออกทุเรียนอันดับ 1 ของโลก มีส่วนแบ่งในตลาดโลกถึงร้อยละ 90 ประเทศที่เป็นคู่แข่งในปัจจุบัน ได้แก่ เวียดนาม มาเลเซีย และออสเตรเลีย แนวโน้มจำนวนพื้นที่ปลูกทุเรียนได้เพิ่มสูงขึ้นมาโดยตลอด การส่งออกทุเรียนมี 4 รูปแบบ คือ ทุเรียนสด ทุเรียนแช่แข็ง ทุเรียนกวน และทุเรียนอบแห้ง โดยการส่งออก “ทุเรียนสด” ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ประเทศคู่ค้าทุเรียนสดที่สำคัญ ได้แก่ จีน ฮ่องกง ไต้หวัน และอินเดีย ส่วน “ทุเรียนแช่แข็ง” ปริมาณการส่งออกมีแนวโน้มลดลง ประเทศคู่ค้าทุเรียนแช่แข็งที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และจีน ในส่วนของ “ทุเรียนกวน” ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมาโดยตลอด ประเทศคู่ค้าทุเรียนกวนที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และรัสเซีย สำหรับ “ทุเรียนอบแห้ง” มีแนวโน้มปริมาณและมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นโดยตลอด ปัจจุบันรัฐบาลมีนโยบายปรับโครงสร้างการผลิตทุเรียนให้ได้คุณภาพมาตรฐาน GAP, GMP, HACCP และจัดทำ contract farming เพื่อให้เกษตรกรมีตลาดรับซื้อที่แน่นอน พร้อมสร้างมูลค่าเพิ่ม (value creation) เช่น ทุเรียนทอดกรอบ ทุเรียนอบแห้ง fresh chilled และพัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อกระจายผลผลิตสู่ผู้บริโภคปลายทางอย่างรวดเร็ว

“มังคุด” ไทยส่งออกเป็นอันดับ 1 ของโลก มีส่วนแบ่งการตลาดโลกอยู่ที่ประมาณร้อยละ 83 มีคู่แข่งที่สำคัญ คือ อินโดนีเซีย และเวียดนาม แนวโน้มของพื้นที่ปลูกมีการขยายการผลิตอย่างมาก ปัจจุบันประเทศไทยส่งออกมังคุด 2 รูปแบบ คือ มังคุดสด และมังคุดแช่แข็ง มีคู่แข่งที่สำคัญ คือ อินโดนีเซีย และ เวียดนาม โดยการส่งออก“มังคุดสด” ปริมาณและมูลค่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ประเทศคู่ค้ามังคุดสดที่สำคัญของไทย ได้แก่ จีน ฮองกง ญี่ปุ่น เวียดนาม และ เมียนมาร์ ส่วน “มังคุดแช่แข็ง” มีปริมาณและมูลค่าการส่งออกเพิ่ม ประเทศคู่ค้ามังคุดแช่แข็งที่สำคัญของไทย ได้แก่ ญี่ปุ่น และ สหรัฐอเมริกา ขณะนี้ภาครัฐมีนโยบายในการปรับโครงสร้างการผลิตมังคุดคุณภาพมาตรฐาน GAP, GMP, HACCP เน้นสร้างมูลค่าเพิ่ม พร้อมวิจัยและพัฒนาเครื่องมือตรวจสอบเนื้อแก้วยางไหลในผล สร้างตราสินค้ามังคุดไทย ขยายการส่งออก และพัฒนาระบบโลจิสติกส์ เพื่อกระจายผลผลิตสู่ผู้บริโภคปลายทางอย่างรวดเร็ว

“มะม่วง” ใช้บริโภคในประเทศในรูปผลสดถึงร้อยละ 98 ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกมะม่วงรายย่อย มีส่วนแบ่งการตลาดโลกอยู่ที่ร้อยละ 2.65 มูลค่าการส่งออกมะม่วงและผลิตภัณฑ์ปีละกว่า 800 ล้านบาท มีคู่แข่งที่สำคัญ คือ ฟิลิปปินส์ และอินเดีย มะม่วงพันธุ์การค้าที่สำคัญ ได้แก่ พันธุ์เขียวเสวย น้ำดอกไม้ หนองแซง อกร่อง โชคอนันต์ แก้ว แรด ทองดำและหนังกลางวัน การส่งออก “มะม่วงสด” มีแนวโน้มปริมาณและมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น ประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น และ มาเลเซีย “มะม่วงกระป๋อง” มีปริมาณและมูลค่าการส่งออกมากที่สุดในการส่งออกมะม่วงของประเทศไทย ประเทศคู่ค้ามะม่วงกระป๋องที่สำคัญ ได้แก่ ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น อังกฤษ เยอรมัน สหรัฐอเมริกา และ เนเธอร์แลนด์ “มะม่วงอบแห้ง” ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ประเทศคู่ค้ามะม่วงอบแห้งที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา ส่วน “มะม่วงแช่แข็ง” มีปริมาณและมูลค่าการส่งออกค่อนข้างใกล้เคียงกับมะม่วงอบแห้ง แต่หากเทียบกับมะม่วงสดและมะม่วงกระป๋องแล้ว พบว่ามีปริมาณและมูลค่าการส่งออกของมะม่วงแช่แข็งค่อนข้างน้อย ประเทศคู่ค้ามะม่วงแช่แข็งที่สำคัญ คือ ญี่ปุ่น ขณะนี้รัฐบาลมีนโยบายในการปรับโครงสร้างการผลิตมะม่วงคุณภาพมาตรฐาน GAP, GMP, HACCP สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการแปรรูปเป็น ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้มีความหลากหลาย พร้อมพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในลักษณะ fresh chilled และเพิ่มการส่งออกในตลาดเดิม และขยายการส่งออกในตลาดใหม่

“ส้มเขียวหวาน” ผลผลิตร้อยละ 99 ของผลผลิตสดใช้บริโภคภายในประเทศ ปริมาณการส่งออกส้มเขียวหวานในรูปผลสดมีน้อย ส่วนใหญ่นำเข้าส่วนใหญ่จากจีน แนวโน้มจำนวนเนื้อที่ให้ผลผลิต ปริมาณผลผลิตและมูลค่าของผลผลิตส้มเขียวหวานของประเทศไทยเพิ่มขึ้นมาโดยตลอด มีคู่แข่งที่สำคัญ คือ จีน เวียดนาม และ ฟิลิปปินส์ การส่งออก “ส้มเขียวหวานสด” มีปริมาณและมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นมาโดยตลอดในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา ประเทศคู่ค้าส้มเขียวหวานสดที่สำคัญ

ได้แก่ เมียนมาร์ ลาว จีน และอินโดนีเซีย ส่วน “น้ำส้มแช่แข็ง” มีปริมาณและมูลค่าการส่งออกไม่แน่นอน ประเทศคู่ค้าน้ำส้มแช่แข็งที่สำคัญของไทย ได้แก่ ลาว กัมพูชา และ เมียนมาร์ “น้ำส้มอื่นๆ” และ “น้ำผลไม้จำพวกส้ม” ก็มีมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ปัจจุบันรัฐบาลมีนโยบายในการปรับโครงสร้างการผลิตส้มเขียวหวานคุณภาพ สร้างมาตรฐานสุขอนามัยและระบบรับรองคุณภาพ สร้างมูลค่าเพิ่ม โดยพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่ สร้างระบบการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพทั้งด้านการผลิตและการตลาด

5.4 ความเป็นไปได้ของการแข่งขันของสินค้าผลไม้ของไทย

ในการพิจารณาความสามารถในการแข่งขันของสินค้าผลไม้ของไไทยนั้น หากพิจารณาจากปัจจัยภายในแล้ว พบว่า ผลไม้มีศักยภาพที่จะปรับปรุงคุณภาพ และขยายการผลิตนอกฤดู โดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ และสามารถแปรรูปได้มากขึ้นทั้งปริมาณและชนิดผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะช่วยให้สามารถส่งออกได้มากขึ้น ส่วนทางด้านตัวเกษตรกรเองบางส่วนมีความรู้และสามารถผลิตผลไม้ให้มีคุณภาพ และวางแผนการผลิตเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดมากขึ้น เกษตรกรบางส่วนมีคู่ค้าแน่นอน มีการทำการเกษตรแบบมีสัญญา ส่งผลให้ขายผลผลิตได้มากขึ้น และไม่มีปัญหาเรื่องราคา เกษตรกรบางส่วนมีการรวมกลุ่มการผลิตเพื่อส่งออกที่เข้มแข็ง และสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับผู้ประกอบการ และภาครัฐมากขึ้น เมื่อพิจารณาถึงผู้ประกอบการแล้ว พบว่า พ่อค้าคนกลางบางส่วนมีเทคนิคและกลยุทธ์ทางการตลาดสูง และมีความสามารถในการจัดการผลผลิตเพื่อสนับสนุนผู้ส่งออกและอุตสาหกรรมแปรรูปได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการรวมกลุ่มและมีความร่วมมือกันมากขึ้น ผู้ส่งออกผลไม้สดและผู้แปรรูปบางรายมีงานวิจัยเพื่อพัฒนา ผลิตภัณฑ์และสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ที่นำไปสู่ความหลากหลายของสินค้า ส่วนภาครัฐเองก็มีกองทุนเพื่อรองรับผลกระทบจาก FTA (รายละเอียดดังแสดงในภาคผนวก จ)

เมื่อพิจารณาปัจจัยภายนอกในส่วนของตัวผลไม้ พบว่า ตลาดต่างประเทศต้องการผลไม้คุณภาพในปริมาณที่มากขึ้นและสม่ำเสมอ ผลไม้ไทยเป็นที่นิยมบริโภคในบางประเทศมากขึ้น ประกอบกับกระแสนิยมในการดูแลสุขภาพส่งผลให้มีการบริโภคผลไม้มากขึ้น ส่วนทางด้านตัวเกษตรกร เทคโนโลยีสารสนเทศและชนิดส้อมีหลากหลาย ทำให้เกษตรกรเข้าถึงข้อมูลและเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ มากขึ้นและรวดเร็วขึ้น ได้รับการสนับสนุนจากภาคเอกชนและภาครัฐ ในการพัฒนาการผลิต การตลาด การแปรรูป การสร้างมูลค่าเพิ่ม การรวมกลุ่ม และสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกันมากขึ้น รวมทั้งการสนับสนุนสินเชื่อในการลงทุนจากสถาบันการเงินของรัฐ ในส่วนของผู้ประกอบการ พบว่า เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ผู้ประกอบการเกษตรกรเข้าถึงข้อมูล ข่าวสารและเทคโนโลยีใหม่ๆ มากขึ้นและรวดเร็วขึ้น มีแหล่งวัตถุดิบเป็นทางเลือกมากขึ้น ราคาถูกลง และได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐมากขึ้น ทั้งด้านการ

ลงทุน ความรู้เทคโนโลยีและการวิจัยเพื่อพัฒนา ประกอบกับภาครัฐมีความร่วมมือกับต่างประเทศมากขึ้น ในการวิจัย การพัฒนา การกำหนดมาตรฐานและมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

5.5 ข้อเสนอแนะในการปรับตัวของภาคไม้ผลของไทยเพื่อรองรับข้อตกลงเขตการค้าเสรี

ภาคไม้ผลของไทยควรปรับตัวเพื่อรองรับเขตการค้าเสรี ทั้งภาคการผลิต ภาคธุรกิจ ภาคอุตสาหกรรม และภาครัฐ โดย

5.5.1 ภาคการผลิตหรือเกษตรกร ควรพัฒนาด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีด้วยการศึกษา เรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ คัดเลือกและปรับปรุงพันธุ์ไม้ผล พัฒนารูปแบบของผลิตผล ผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งพัฒนาวิธีการจัดจำหน่าย พร้อมกันนี้ควรบริหารจัดการผลิตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถโดยลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลง วางแผนการลงทุน การผลิต และการตลาดให้เหมาะสม มุ่งผลิตไม้ผลเน้นที่คุณภาพ กระจายการผลิตให้มีผลผลิตต่อเนื่อง เพิ่มประสิทธิภาพการตลาดด้วยการรวมกลุ่มจำหน่าย สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า แปรรูปผลไม้ และจัดทำบัญชีฟาร์ม นอกจากนี้เกษตรกรควรรวมกลุ่มเกษตรกรให้เข้มแข็ง และสร้างเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และภาครัฐ รวมทั้งศึกษาและยึดถือปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านความปลอดภัยและคุณภาพของผลไม้

5.5.2 ภาคธุรกิจซึ่งรวมผู้ประกอบการค้าผลไม้ทั้งในและนอกประเทศ ควรติดตามศึกษาวิจัยพฤติกรรมการณ์การบริโภคผลไม้ เทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว และระบบโลจิสติกส์ ส่วนด้านบริหารจัดการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการลงทุนและการตลาดนั้น ผู้ประกอบการควรวางแผนการผลิตและการตลาดร่วมกับเกษตรกร จัดการผลผลิตหลังเก็บเกี่ยวให้ถูกต้องและเหมาะสม สร้างมาตรฐานของผลไม้ไทย ส่งเสริมการตลาด จัดการข้อมูลสารสนเทศให้ทันสมัย พัฒนาระบบโลจิสติกส์ และดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม พร้อมกันนี้ผู้ประกอบการควรรวมกลุ่มและสร้างเครือข่าย รวมทั้งศึกษากฎระเบียบและเงื่อนไขของผู้รับซื้อสินค้า และปฏิบัติตามมาตรการกฎระเบียบ ข้อตกลงต่าง ๆ

5.5.3 ภาคอุตสาหกรรมแปรรูป ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้หลากหลาย จัดการบริหารการผลิต การตลาด และการลงทุนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ โดยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต พัฒนาระบบการผลิตให้ได้มาตรฐานสากล สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ขยายตลาด และหาข้อมูลความรู้ด้านการค้า การเงิน การลงทุน และศักยภาพของคู่ค้า ขณะเดียวกันควรรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายเพื่อร่วมมือช่วยเหลือเกื้อกูลระหว่างกัน พร้อมทั้งศึกษากฎระเบียบ มาตรการการค้าเกี่ยวกับสินค้าที่ผลิต

5.5.4 ภาครัฐ ภาครัฐมีหน้าที่วิจัยเพื่อให้ได้คำตอบเกี่ยวกับการผลิต การตลาด และการแปรรูป พร้อมทั้งเผยแพร่ผลการวิจัย ข้อมูลข่าวสาร และให้ความรู้แก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้

รัฐยังควรกำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ด้านไม้ผลให้ชัดเจน กำหนดหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรง ให้ความรู้และอบรมบุคลากรให้สามารถทำงานได้จริงจังและจับใจ สนับสนุนการนำเทคโนโลยีการผลิตมาประยุกต์ใช้ด้วยการจัดระบบสนับสนุนให้เพียงพอและสอดคล้องกับความต้องการ รวมทั้งพัฒนาตลาดผลไม้ให้ขยายกว้างไปยังประเทศต่าง ๆ ส่งเสริมและสนับสนุนการแปรรูป พัฒนาระบบโลจิสติกส์ สนับสนุนการลงทุน ส่งเสริมการรวมกลุ่มและเครือข่ายทั้งแนวนอนและแนวตั้ง กำหนดกฎระเบียบ และจัดการกำกับตรวจสอบ ให้ทุกฝ่ายปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ส่วนการทำข้อตกลงระหว่างประเทศนั้น รัฐควรให้โอกาสทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาคการผลิต ภาคธุรกิจ และภาคการสนับสนุน มีส่วนร่วมในการทำข้อตกลงเพื่อให้ทุกฝ่ายเตรียมความพร้อมรับผลจากการทำข้อตกลงที่เกิดขึ้น

เอกสารอ้างอิง