

## รูปแบบการกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้สู่ตลาดต่างประเทศ

### Agricultural distribution model of fruit products to international markets.

ภูวกฤษ รุ่งทิวารกิจ

Phuwakij Rungtiwakornkij

นักศึกษาลัทธิสุตรปรัชญาดุขฎฐิบัณฑิต สาขาวิชานิติรัฐกิจและการบริหารคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Doctoral Student of Philosophy Program in Public and Business Administration Jurisprudence School of Law Sripatum University

Corresponding Author Email: phuwakij77@hotmail.com

Received: 23 November 2020

Revised: 17 February 2021

Accepted: 20 February 2021

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์สภาพการณ์ของปัญหาการกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้สู่ตลาดต่างประเทศ และ 2. เพื่อศึกษารูปแบบการกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้สู่ตลาดต่างประเทศ เป็นการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีการศึกษาค้นคว้าวิจัยจากเอกสาร แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์แบบเชิงเนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพการณ์ของปัญหาการกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้สู่ตลาดต่างประเทศ ประกอบด้วย 1.1) ปัญหาเกี่ยวกับการผลิตสินค้าเกษตรประเภทผลไม้ 1.2) ปัญหาเกี่ยวกับนโยบายของรัฐในการส่งเสริมและคุ้มครองเกษตรกรยังไม่เอื้อประโยชน์ต่อสินค้าเกษตรประเภทผลไม้ 1.3) สินค้าเกษตรประเภทผลไม้ล้นตลาดที่ทำให้ไม่สามารถขายผลไม้ตามจำนวนผลผลิตที่ออกมาในแต่ละประเภทจากหน่วยงานระดับกระทรวงที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงในการขับเคลื่อนนโยบายการเกษตรกรรม และ 2) รูปแบบการกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้สู่ตลาดโลกของต่างประเทศ ประกอบด้วย 1) รูปแบบการกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้สู่ตลาดโลกของสหรัฐอเมริกา และ 2) รูปแบบการกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้สู่ตลาดโลกของสาธารณรัฐประชาชนจีน จะเห็นได้ว่าสาธารณรัฐประชาชนจีนได้มีกฎ ระเบียบ เกี่ยวกับการนำเข้าสินค้าเกษตรไว้ ถือเป็นปฏิบัติ ได้แก่ 2.1) ผลไม้ที่มีการห้ามนำเข้าอย่างเด็ดขาด โดยเป็นผลไม้ที่อาจจะมีเชื้อโรค และหรือแมลงศัตรูพืช หรือมาจากแหล่งนำเข้าที่อาจจะมีเชื้อโรค และ/หรือแมลงศัตรูพืชจึงมีผลไม้หลายชนิดที่ถูกห้าม 2.2) ผลไม้ที่สามารถนำเข้าได้อย่างมีเงื่อนไข ในกรณีนี้เป็นการนำเข้าผลไม้ที่จีนมีการกำหนดเงื่อนไขเอาไว้

**คำสำคัญ:** การกระจายสินค้าเกษตร, ผลไม้, ตลาดต่างประเทศ

#### Abstract

The purposes of the study were 1. To study and analyze the situation of the problem of distributing agricultural fruit products to foreign markets and 2. To study the pattern of distributing agricultural fruit products to foreign markets It is a qualitative research (Qualitative Research) with research studies from documents. Then the data were analyzed in a content analysis. The results of the research were as follows: 1) The situation of the problem of distributing fruit agricultural products to foreign markets consisted of 1.1) Problems with the production of agricultural fruit products 1.2) Problems related to the government policy to promote and protect farmers. It is not conducive to fruit-based agricultural products. 1.3) Agricultural products in the category of fruit are oversupply that makes it impossible to sell fruit according to the number of produce that comes out of each type from the Ministry-level agencies that are directly involved in driving farmers policy. And 2) the pattern of distribution of fruit-based agricultural products to the world markets of foreign countries consists of 1) the pattern of distribution of fruit agricultural products to the world market

of the United States of America. And 2) the model of distribution of fruit-based agricultural products to the world market of the People's Republic of China. It can be seen that the People's Republic of China has rules on the import of agricultural products into practice, namely: 2.1) fruit with a strict ban It is a fruit that may have a disease. And or pests or from an imported source that may contain pathogens and / or pests, so many fruits are banned. 2.2) Fruits that can be conditionally imported. In this case, it is the import of fruit that China has set the conditions.

**Keywords:** Agricultural distribution, Fruit products, International markets

## บทนำ

ประเทศไทยได้ชื่อว่าเป็นประเทศเกษตรกรรม เนื่องจากตั้งอยู่ในเขตร้อนชื้นเอเซียตะวันออกเฉียงใต้ มีสภาพภูมิประเทศ ทรัพยากร สิ่งแวดล้อม และภูมิอากาศเอื้ออำนวยต่อการทำการเกษตร ประชากร ส่วนใหญ่ของประเทศประกอบอาชีพทางการเกษตรหรือเกี่ยวข้องกับผลผลิตทางการเกษตรหลายประเภท เช่น การทำสวนยาง สวนผลไม้ ทำนา เป็นต้น และแม้แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติจะพยายามพัฒนาไปสู่ความเป็นประเทศอุตสาหกรรมเพียงใดก็ตาม แต่ก็ยังคงพึ่งพาเกษตรกรรม จึงกล่าวได้ว่าประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมมาจวบจนปัจจุบัน และที่เป็นปัญหาก็คือการเกษตรของไทยจะต้องอาศัยสภาพดินฟ้าอากาศเป็นหลัก และแม้จะมีการนำเอาเทคโนโลยีการเกษตรและการใช้ปุ๋ยมาช่วยแต่ก็ยังไม่สามารถควบคุมปริมาณผลผลิตออกสู่ท้องตลาดได้จึงปรากฏเสมอมาว่าบางครั้งมีผลผลิตออกสู่ท้องตลาดจำนวนมากเกินความต้องการของผู้บริโภคทำให้เกิดการเน่าเสีย บางครั้งผลผลิตมีน้อยทำให้ราคาแพง ผลผลิตด้านการเกษตรจึงไม่มีความเสถียรทั้งด้านปริมาณและราคาผลผลิต จึงเป็นปัญหาสำคัญของเกษตรกรไทยและส่งผลกระทบต่อภาวะทางเศรษฐกิจของเกษตรกรที่ส่วนใหญ่ยังไม่สามารถหลุดพ้นจากความยากจนลงไปได้ (สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2561, น.8-9) นอกจากนั้นปัญหาสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ นโยบายของรัฐในการส่งเสริมและคุ้มครองเกษตรกรยังไม่เอื้อประโยชน์ต่อเกษตรกรมากเท่าที่ควร โดยเฉพาะในด้านการตลาดซื้อขายผลผลิตทางการเกษตรที่มีรูปแบบการจัดการที่ทำให้เกษตรกรเสียเปรียบเพราะการมีพ่อค้าคนกลางที่คอยกำหนดราคาต่ำเพื่อจะได้ส่วนต่างของราคาผลผลิตที่ซื้อขายกันในท้องตลาดที่มีราคาสูงกว่ามาก ทำให้ผลกำไรเกือบจะทั้งหมดตกไปอยู่ที่พ่อค้าคนกลาง จึงเป็นการไม่ยุติธรรมและถูกเอาเปรียบทั้ง ๆ ที่เกษตรกรต้องลงทุนลงแรงอย่างมากเพื่อให้ได้ผลผลิตทางการเกษตร แต่กลับได้ผลตอบแทนน้อยจนบ่อยครั้งต้องเผชิญกับภาวะขาดทุน แต่พ่อค้าคนกลางซึ่งมีหน้าที่เพียงแคร์รับซื้อและนำไปขายต่อแต่กลับได้กำไรจนวนมหาศาล เช่น กรณีสวนมะม่วงขายมะม่วงน้ำดอกไม้ในราคาโลกรั่มละ 7 บาท จนถึงประมาณ 10 บาท แล้วแต่คุณภาพ แต่ราคาที่พ่อค้าคนกลางนำไปขายต่อในตลาด กิโลกรัมละไม่ต่ำกว่า 20 บาท ซึ่งมีกำไรโลกรั่มละ 10 บาท เป็นต้น ปัญหาในลักษณะเช่นนี้ก็ยังไม่มีการแก้ไข ยังคงเป็นปัญหาอยู่ในทุกวันนี้ (สุกัญญา พยุงสิน, 2561, น.64-65)

ในกรณีการซื้อขายสินค้าประเภทผลไม้ นั้น นอกจากจะต้องเผชิญกับปัญหาที่กล่าวไว้แล้วยังต้องเผชิญกับปัญหาผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นผลไม้จากประเทศจีนที่เป็นผลไม้เมืองหนาวที่มีการนำเข้ามาประเทศตลอดทั้งปี เริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม และมีปริมาณมากสุดในช่วงระหว่างเดือนพฤศจิกายนและกุมภาพันธ์ของทุกปี โดยผลไม้ที่สำคัญของจีนประกอบด้วย ลูกท้อ นำเข้ามาช่วงเดือนกรกฎาคมถึงสิงหาคม องุ่น นำเข้ามาช่วงเดือนสิงหาคมถึงกันยายน สาลี่ นำเข้ามาช่วงเดือนกันยายนถึงตุลาคม แอปเปิ้ล นำเข้ามาช่วงเดือนกันยายนถึงธันวาคม พลับ นำเข้ามาช่วงสิงหาคมถึงกันยายนของทุกปี ส้ม นำเข้ามาช่วงพฤศจิกายนถึงธันวาคม ทับทิม ช่วงเดือนกันยายน ลำไย นำเข้ามาตั้งแต่กรกฎาคมถึงสิงหาคม และลิ้นจี่นำเข้ามาช่วงเดือนพฤษภาคมถึงมิถุนายนของทุกปี จะเห็นได้ว่าผลไม้จากต่างประเทศมีการนำเข้ามาประเทศตลอดทั้งปีซึ่งย่อมส่งผลกระทบต่อเกษตรกรโดยตรงเนื่องจากพื้นที่ตลาดถูกเบียดบังไปสู่ผลไม้จากต่างประเทศ ทำให้พื้นที่ตลาดสำหรับผลไม้ไทยลดลงและถูกกดราคาให้ต่ำลงไปด้วย นอกจากนั้นผลกระทบที่เกิดจากการที่ผลไม้จากต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทยช่วงก่อนฤดูกาลที่ผลไม้ของประเทศไทย

จะออกสู่ตลาด ก็พบปัญหาว่าผลไม้จากต่างประเทศนั้นมีการวางขายในท้องตลาดก่อนผลไม้ของประเทศไทยจะออกสู่ตลาด ทำให้ประชาชนหรือผู้บริโภคได้มีการบริโภคผลไม้จากต่างประเทศก่อน ส่งผลให้ในช่วงที่ผลไม้ของประเทศไทยได้มีการออกสู่ตลาด กลับพบว่าความต้องการหรือความนิยมในผลไม้ของประเทศไทยลดลง อันนำไปสู่ปัญหาผลไม้ล้นตลาดหรือมีมากกว่าความต้องการของผู้บริโภค (บุญวีร์ อิ่มแก้ว และสรวิวัฒน์ วิชาลาภรณ์, 2561, น.871)

ผลไม้ล้นตลาด ถือเป็นปัญหาหนึ่งที่ทำให้ไม่สามารถขายผลไม้ตามจำนวนผลผลิตที่ออกมาในแต่ละประเภท ในประเด็นนี้ แม้ว่าภาครัฐจะช่วยเหลือทางออกในการแก้ไขปัญหาด้วยการใช้เทคโนโลยีการถนอมอาหารและการแปรรูปผลไม้ เช่นตากแห้ง แช่อิ่ม หรือรูปแบบอื่น ซึ่งก็ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคชาวไทยและต่างประเทศ ทำให้ตลาดผลไม้ไทยมีทั้งผลไม้สดและผลไม้แห้ง อันเป็นการแก้ปัญหาได้ในระดับหนึ่ง แต่ถึงกระนั้นก็ตามตลาดการค้าผลไม้ไทยก็ยังคงมีปัญหาเช่นเดิม กล่าวคือ โดยสภาพของผลไม้ที่มีผลผลิตตามฤดูกาลออกมาจำนวนมาก และในบางครั้งต้องมาพบกับปัญหาเรื่องผลไม้ล้นตลาดเพราะผลไม้ที่มีการนำเข้ามาจากต่างประเทศ ประกอบกับผลไม้เป็นของสดที่เน่าเสียง่ายและเร็ว จึงทำให้อุปสงค์กับอุปทาน (Demand and Supply) ไม่สัมพันธ์กัน ส่งผลต่อราคาผลไม้ และแม้ในบางครั้งหน่วยงานรัฐพยายามหาทางแก้ไขด้วยการเข้าแทรกแซงกลไกราคาตลาด แต่ก็ไม่สามารถจะทำได้บ่อยครั้ง (ปิยะนุช เงินคล้าย และคณะ, 2558, น.2-3)

ปัญหาที่กล่าวมานั้นย่อมเกี่ยวข้องโดยตรงกับระบบตลาดผลไม้ที่เป็นเครื่องมือสำคัญของเกษตรกร พ่อค้าคนกลาง และผู้บริโภค ระบบตลาดที่มีประสิทธิภาพจะทำให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุด แต่ที่เป็นปัญหาก็คือ ผลไม้ของไทยมีการปลูกกระจายไปทั่วประเทศแต่ตลาดกลางที่รับซื้อจะมีเพียงแห่งเดียว คือ กรุงเทพมหานคร ก่อนที่จะกระจายไปยังผู้บริโภคต่าง ๆ โรงงาน ผู้ค้าส่ง ผู้ส่งออก ทำให้มีขั้นตอนการตลาดมากและราคาจะถูกกำหนดจากผู้ค้าเพียงไม่กี่คน การดำเนินการขายส่งผลไม้ที่สำคัญในประเทศ ได้แก่ ตลาดบริเวณคลองมหานาค 2 ตลาด คือ ตลาดวังมหานาคของเอกชน ดำเนินงานมาตั้งแต่ พ.ศ. 2507 กับตลาดผดุงเกษม เป็นตลาดในความดูแลของกรุงเทพมหานคร ดำเนินงานมาตั้งแต่ พ.ศ. 2503 กับตลาดบริเวณปากคลองตลาด ใช้รูปแบบของตลาดกลางขายส่ง ได้แก่ ตลาดองค์การของกระทรวงมหาดไทย ดำเนินงานมาตั้งแต่ พ.ศ. 2496 ตลาดยอดพิมานของเอกชน ดำเนินงานมาตั้งแต่ พ.ศ. 2505 และตลาดพืชผลเกษตรของเอกชน ทั้งห้าตลาดเป็นบริเวณที่มีการค้าขายสินค้าผลไม้ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย แต่เนื่องจากความแออัดของตลาดกลางแหล่งเก่า และการจราจรติดขัด ทำให้การส่งผลไม้ไม่สะดวก ดังนั้นรัฐบาลจึงมีนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาการตลาดสินค้าเกษตร โดยสนับสนุนให้มีการจัดตั้งตลาดกลางสินค้าเกษตรให้มากขึ้น กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์จึงได้มีการกำหนดระเบียบในการสนับสนุนการจัดตั้งตลาดสินค้าเกษตรขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2534 แบ่งตลาดกลางสินค้าเกษตรออกเป็น 4 ประเภท คือ ตลาดกลางข้าว และพืชไร่ ตลาดกลางผักและผลไม้ ตลาดกลางปศุสัตว์ และตลาดกลางสัตว์น้ำ กระจายไปตามภาคต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาคเหนือ ตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้สู่ตลาดต่างประเทศ เพื่อที่จะนำไปพัฒนาปรับปรุงและกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้ออกสู่ตลาดต่างประเทศ ต่อไป

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์สภาพการณ์ของปัญหากระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้สู่ตลาดต่างประเทศ
2. เพื่อศึกษารูปแบบกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้สู่ตลาดต่างประเทศ

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมาย 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมเอกสารต่าง ๆ

(Document Research) อาทิ รายงานวิจัย ตำรา เอกสารรายงานการวิจัยการประชุมและสัมมนา วิทยานิพนธ์และบทความเกี่ยวกับกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้ส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศ รวมทั้งเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

**2. การวิเคราะห์ข้อมูล** ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมเอกสารต่าง ๆ (Document Research) มาวิเคราะห์ในเชิงเนื้อหา (Content Analysis)

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องรูปแบบการกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้สู่ตลาดต่างประเทศ ซึ่งจากสามารถจำแนกผลการวิจัยได้ ดังนี้

#### 1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์สภาพการณ์ของปัญหาการกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้ส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศ

ผลการวิจัยพบว่า สภาพการณ์ของปัญหาการกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้ส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศ ประกอบด้วย

1.1 ปัญหาเกี่ยวกับการผลิตสินค้าเกษตรประเภทผลไม้ เนื่องด้วยภาคการเกษตรเป็นส่วนที่มีความสำคัญกับระบบเศรษฐกิจและสังคมไทยอย่างมาก เพราะเป็นส่วนที่ผลิตอาหารเลี้ยงประชากรและสร้างรายได้ให้แก่ประเทศจำนวนมาก อีกทั้งประชากรส่วนใหญ่ของประเทศอยู่ในภาคส่วนนี้ แต่ความสำเร็จหรือความมั่นคงของการเกษตรของไทยนั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับสภาพอากาศที่เหมาะสม เพราะระบบเกษตรไทยส่วนใหญ่เป็นระบบเกษตรที่อาศัยดินฟ้าอากาศ สินค้าเกษตรประเภทผลไม้ก็เช่นเดียวกัน ถือเป็นสินค้าเกษตรที่เกษตรกรต้องอาศัยสภาพดิน ฟ้า อากาศ เพื่อเป็นส่วนช่วยผลผลิตของผลไม้ที่ออกตรงตามฤดูกาล และที่เป็นปัญหาก็คือการอาศัยสภาพดินฟ้าอากาศเป็นหลักนั้น แม้จะมีการนำเอาเทคโนโลยีการเกษตรและการใช้ปุ๋ยมาช่วย แต่ก็ยังไม่สามารถควบคุมปริมาณผลผลิตออกสู่ท้องตลาดได้ จึงปรากฏเสมอมาว่าบางครั้งมีผลผลิตออกสู่ท้องตลาดจำนวนมากเกินความต้องการของผู้บริโภคทำให้เกิดการเน่าเสีย บางครั้งผลผลิตมีน้อยทำให้ราคาแพง ผลผลิตด้านการเกษตรจึงไม่มีความเสถียรทั้งด้านปริมาณและราคาผลผลิต จึงเป็นปัญหาสำคัญของเกษตรกรไทยและส่งผลกระทบต่อภาวะทางเศรษฐกิจของเกษตรกรที่ส่วนใหญ่ยังไม่สามารถหลุดพ้นจากความยากจนลงไปได้

1.2 ปัญหาเกี่ยวกับนโยบายของรัฐในการส่งเสริมและคุ้มครองเกษตรกรยังไม่เอื้อประโยชน์ต่อสินค้าเกษตรประเภทผลไม้ ในส่วนของนโยบายของรัฐในการส่งเสริมและคุ้มครองเกษตรกร จะเห็นได้ว่า จากยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) เป็นยุทธศาสตร์ที่สนับสนุนและส่งเสริมสินค้าเกษตรประเภทผลไม้ ดังจะเห็นได้จากส่งเสริมให้มีการผลิตและการค้าสินค้าเกษตรในเวทีโลกด้วยพื้นฐานทางพืชเกษตรเขตร้อน และเน้นสร้างมูลค่าเพิ่มเน้นเกษตรคุณภาพสูงและขับเคลื่อนการเกษตรด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลิตภาพการผลิตทั้งเชิงปริมาณและมูลค่า และความหลากหลายของสินค้าเกษตร เพื่อเพิ่มรายได้และสร้างฐานรายได้ใหม่ให้สูงขึ้น และเน้นอัตลักษณ์ด้วยการให้เป็นเกษตรปลอดภัยเกษตรชีวภาพ เกษตรแปรรูป และเกษตรอัจฉริยะ เพื่อให้เกษตรกรมีรายได้สูงขึ้น และที่สำคัญเน้นการกระจายสินค้าจากเดิมที่เป็นเพียงตลาดภายในประเทศ ให้กระจายผลไม้ไปตลาดในต่างประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 มีแนวทางการพัฒนาที่มุ่งเน้นการสร้างเชื่อมโยงของห่วงโซ่มูลค่าระหว่างภาคเกษตร อุตสาหกรรม บริการ และการค้าการลงทุน เพื่อยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ โดยเฉพาะสินค้าเกษตรให้เข้าสู่ระบบมาตรฐาน ต่อยอดความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพปัจจุบันเพื่อยกระดับไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง วางอนาคตรากฐานการพัฒนาอุตสาหกรรม เสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบเพื่อส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรมและอำนวยความสะดวกด้านการค้าการลงทุน และจากยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 จะเห็นได้ว่า การส่งเสริมและคุ้มครองเกษตรกรยังไม่เอื้อประโยชน์ต่อเกษตรกรมากเท่าที่ควร โดยเฉพาะในด้านการตลาดซื้อขายผลผลิตทางการเกษตรที่มีรูปแบบการจัดการที่ทำให้เกษตรกรเสียเปรียบเพราะการมีพ่อค้าคนกลางที่คอยกำหนดราคาต่ำเพื่อจะได้ส่วนต่างของราคาผลผลิตที่ซื้อขายกันในท้องตลาดที่มีราคาสูงกว่ามาก ทำให้ผลกำไรเกือบจะทั้งหมดตก

ไปอยู่ที่พ่อค้าคนกลาง จึงเป็นการไม่ยุติธรรมและถูกเอาเปรียบ ทั้ง ๆ ที่เกษตรกรต้องลงทุนลงแรงอย่างมากเพื่อให้ได้ผลผลิตทางเกษตร แต่กลับได้ผลตอบแทนน้อยจนบ่อยครั้งต้องเผชิญกับสภาวะการขาดทุน แต่พ่อค้าคนกลางซึ่งมีหน้าที่เพียงแคร์ับซื้อและนำไปขายต่อแต่กลับได้กำไรจำนวนมาก เช่น กรณีสวนมะม่วงขายมะม่วงน้ำดอกไม้ในราคา กิโลกรัมละ 7 บาท จนถึงประมาณ 10 บาท แล้วแต่คุณภาพ แต่ราคาที่พ่อค้าคนกลางนำไปขายต่อในตลาด กิโลกรัมละไม่ต่ำกว่า 20 บาท ซึ่งมีกำไร กิโลกรัมละ 10 บาท เป็นต้น ปัญหาในลักษณะเช่นนี้ก็ยังไม่มีแก้ไข ยังคงเป็นปัญหาอยู่ในทุกวันนี้ นอกจากนั้นการซื้อขายสินค้าประเภทผลไม้ นั้น นอกจากจะต้องเผชิญกับปัญหาที่กล่าวไว้แล้วยังต้องเผชิญกับปัญหาผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นผลไม้จากประเทศจีนที่เป็นผลไม้เมืองหนาวที่มีการนำเข้าประเทศตลอดทั้งปี เริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม และมีปริมาณมากสุดในช่วงระหว่างเดือนพฤศจิกายนและกุมภาพันธ์ของทุกปี โดยผลไม้ที่สำคัญของจีนประกอบด้วย ลูกท้อ นำเข้ามาในช่วงเดือนกรกฎาคมถึงสิงหาคม องุ่น นำเข้ามาช่วงเดือนสิงหาคมถึงกันยายน สาลี่ นำเข้ามาช่วงเดือนกันยายนถึงตุลาคม แอปเปิ้ล นำเข้ามาช่วงเดือนกันยายนถึงธันวาคม พลับ นำเข้ามาช่วงสิงหาคมถึงกันยายนของทุกปี ส้ม นำเข้ามาช่วงพฤศจิกายนถึงธันวาคม ทับทิม ช่วงเดือนกันยายน ลำไย นำเข้ามาตั้งแต่กรกฎาคมถึงสิงหาคม และลิ้นจี่นำเข้ามาช่วงเดือนพฤษภาคมถึงมิถุนายนของทุกปี จะเห็นได้ว่าผลไม้จากต่างประเทศมีการนำเข้าประเทศตลอดทั้งปีซึ่งย่อมส่งผลกระทบต่อเกษตรกรโดยตรงเนื่องจากพื้นที่ตลาดถูกเบียดบังไปสู่ผลไม้จากต่างประเทศ ทำให้พื้นที่ตลาดสำหรับผลไม้ไทยลดลงและถูกกดราคาให้ต่ำลงไปด้วย นอกจากนั้นผลกระทบที่เกิดจากการที่ผลไม้จากต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทยช่วงก่อนฤดูกาลที่ผลไม้ของประเทศไทยจะออกสู่ตลาด ก็พบปัญหาว่าผลไม้จากต่างประเทศนั้นมีการวางขายในท้องตลาดก่อนผลไม้ของประเทศไทยจะออกสู่ตลาด ทำให้ประชาชนหรือผู้บริโภคได้มีการบริโภคผลไม้จากต่างประเทศก่อน ส่งผลให้ในช่วงที่ผลไม้ของประเทศไทยได้มีการออกสู่ตลาด กลับพบว่าความต้องการหรือความนิยมในผลไม้ของประเทศไทยลดลง อันนำไปสู่ปัญหาผลไม้ล้นตลาดหรือมีมากกว่าความต้องการของผู้บริโภค

1.3 สินค้าเกษตรประเภทผลไม้ล้นตลาดที่ทำให้ไม่สามารถขายผลไม้ตามจำนวนผลผลิตที่ออกมาในแต่ละประเภท จากหน่วยงานระดับกระทรวงที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงในการขับเคลื่อนนโยบายการเกษตรกร วิเคราะห์ได้ว่า ประเทศไทยมีหน่วยงานของรัฐที่สนับสนุนเรื่องของการส่งออกสินค้าเกษตรประเภทผลไม้หลายหน่วยงาน วัตถุประสงค์หลักก็เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรให้มีความช่วยเหลือสินค้า และช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร นอกจากนั้นยังเป็นหน่วยงานที่ส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารให้ได้มาตรฐานสากล ส่งเสริมสถาบันเกษตรกรและให้การสนับสนุนเกษตรกรไทยให้สามารถพึ่งพาตัวเองได้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และทำให้อาชีพเกษตรกรเป็นอาชีพที่มีคุณค่าและมั่นคงของครอบครัว อย่างไรก็ตาม ในประเด็นเรื่องของผลไม้ล้นตลาดถือเป็นปัญหาหนึ่งที่ทำให้ไม่สามารถขายผลไม้ตามจำนวนผลผลิตที่ออกมาในแต่ละประเภท ในประเด็นนี้แม้ว่าภาครัฐจะช่วยหาทางออกในการแก้ไขปัญหาด้วยการใช้เทคโนโลยีการถนอมอาหารและการแปรรูปผลไม้ เช่นตากแห้ง แห่หรือรูปแบบอื่น ซึ่งก็ได้รับความนิยมนจากผู้บริโภคชาวไทยและต่างประเทศ ทำให้ตลาดผลไม้ไทยมีทั้งผลไม้สดและผลไม้แห้ง อันเป็นการแก้ปัญหาได้ในระดับหนึ่ง แต่ถึงกระนั้นก็ตามตลาดการค้าผลไม้ไทยก็ยังคงมีปัญหาเช่นเดิม กล่าวคือ โดยสภาพของผลไม้ที่มีผลผลิตตามฤดูกาลออกมาจำนวนมาก และในบางครั้งต้องมาพบกับปัญหาเรื่องผลไม้ล้นตลาดเพราะผลไม้ที่มีการนำเข้ามาจากต่างประเทศ ประกอบกับผลไม้เป็นของสดที่เน่าเสียง่ายและเร็ว จึงทำให้อุปสงค์กับอุปทาน (Demand and Supply) ไม่สัมพันธ์กัน ส่งผลต่อราคาผลไม้ และแม้ในบางครั้งหน่วยงานรัฐพยายามหาทางแก้ไขด้วยการเข้าแทรกแซงกลไกราคาตลาด แต่ก็ไม่สามารถจะทำได้บ่อยครั้ง และในเรื่องของการกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้ออกสู่ตลาดต่างประเทศ จะเห็นได้ว่า ในช่วงเทศกาลผลไม้ไทยกำลังคืบคลานเข้ามาในจังหวัดที่ยอดการส่งออกตกหล่น เพราะการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เศรษฐกิจจะจกังจากการปิดเมือง ปิดธุรกิจห้างร้าน ลดการจ้างงาน กักตัว กักตุนสินค้า เก็บตัว เพื่อกำจัดโรคระบาดที่กำลังคุกคามผู้คนในขณะนี้ อาจกล่าวได้ว่าเป็นเคา์กลางวิกฤติทางเศรษฐกิจการเงินส่วนตัว ไปจนถึงระดับประเทศชาติก็ว่าได้ เพราะการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 นั้นเกี่ยวพันโยงกับธุรกิจ ธุรกิจของคนไปแล้วทั่วโลก แม้แต่ชาวสวนชาวไร่ก็ได้รับผลกระทบไปด้วยอย่างเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะสถานการณ์ของผลไม้ประจำ

ฤดูกาลสำคัญอย่าง พุเรียน มังคุด ลองกอง และเงาะ ที่ภาครัฐกำลังห่วงกังวลเพราะทำการส่งออกไม่ได้ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคนี้ ทั้งในส่วนของภาคตะวันออกที่เริ่มออกสู่ท้องตลาดแล้วตั้งแต่ต้นเดือนมกราคม และจะเพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ ไปจนถึงเดือนกรกฎาคม จากนั้นจะส่งไม้ต่อให้แก่ผลไม้ทางภาคใต้ที่จะมีผลิออกมามากที่สุดในช่วงเดือนสิงหาคมนี้ แต่ยังไม่มิตลาดรองรับ

## 2. เพื่อศึกษารูปแบบการกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้ส่งออกสู่ตลาดโลกของต่างประเทศ

ผลการวิจัยพบว่า ประกอบด้วย

2.1 รูปแบบการกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้ส่งออกสู่ตลาดโลกของสหรัฐอเมริกา เนื่องด้วยสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศมหาอำนาจทางการเกษตรของโลกที่มีความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีและที่สำคัญที่สุดคือ มีทุนมหาศาล นอกจากนี้สหรัฐอเมริกายังเป็นผู้ทำการเกษตรมากที่สุดของโลก โดยนโยบายหลักทางการเกษตรของอเมริกาคือ ยกระดับราคาสินค้าเกษตรเพื่อให้ผู้ผลิตได้มีอำนาจในการซื้อเท่ากับคนกลุ่มอื่น โดยใช้นโยบายเรื่องของราคาสินค้าและการสร้างรายได้ให้กับเกษตรกร และที่สำคัญได้มีการจัดทำเขตการค้าเสรี ในปัจจุบันการจัดตั้งเขตการค้าเสรีได้ขยายตัวออกไปเป็นวงกว้างและกำลังได้รับความสนใจเป็นอย่างยิ่งจากทุกประเทศทั่วโลก เพราะการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจโดยการจัดตั้งเขตการค้าเสรีนั้นมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจของประเทศและเป็นส่วนกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศอย่างเป็นรูปธรรมโดยรูปแบบของการจัดตั้งเขตการค้าเสรีรูปแบบใหม่ก็จะมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปจากเดิมที่เคยปฏิบัติกันมาช้านาน ซึ่งในกาลอดีตนั้น การจัดตั้งเขตการค้าเสรีส่วนใหญ่หรือตามหลักการแล้วจะเป็นแนวทางในการรวมพลังทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศในแถบภูมิภาคเดียวกันหรือระหว่างประเทศที่มีเขตแดนติดต่อกันและกัน ประชาชนส่วนใหญ่มีปฏิสัมพันธ์ทำมาค้าขายไปมาหาสู่กันเป็นเวลาช้านานและเป็นผลนำไปสู่การจัดตั้งเขตการค้าเสรีระหว่างกันภายในกลุ่ม เช่น EU AFTA NAFTA MERCOSURE BIMSTEC เป็นต้น

2.2 รูปแบบการกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้ส่งออกสู่ตลาดโลกของสาธารณรัฐประชาชนจีน จะเห็นได้ว่า สาธารณรัฐประชาชนจีนได้มีกฎ ระเบียบ เกี่ยวกับการนำเข้าสินค้าเกษตรไว้ ซึ่งในระดับมณฑลนั้นจะใช้ระเบียบเดียวกันทั่วประเทศ โดยรัฐบาลกลางที่กรุงปักกิ่งจะเป็นผู้กำหนดนโยบายและระเบียบให้ระดับมณฑลนำไปปฏิบัติ ดังนี้

1) ผลไม้ที่มีการห้ามนำเข้าอย่างเด็ดขาด โดยเป็นผลไม้ที่อาจจะมีเชื้อโรค และหรือแมลงศัตรูพืช หรือมาจากแหล่งนำเข้าที่อาจจะมีเชื้อโรค และ/หรือแมลงศัตรูพืชจึงมีผลไม้หลายชนิดที่ถูกห้ามนำเข้า เนื่องจากเป็นผลไม้ที่มาจากแหล่งเพาะพันธุ์ศัตรูพืชเหล่านี้เช่นศัตรูพืชจำพวกแมลงวันผลไม้เมดิเตอร์เรเนียน เนื่องจากแมลงเหล่านี้อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อการเกษตรของจีน อย่างไรก็ตาม ผลไม้ที่ห้ามนำเข้าเหล่านี้ก็ยังสามารถนำเข้าได้ ถ้าได้รับการรับรองหรือผ่านการตรวจสอบจากประเทศผู้ส่งออก หรือผ่านตามเงื่อนไขที่เป็นไปตามข้อตกลงร่วมกันระหว่างสองประเทศ คือประเทศผู้ส่งออกและประเทศจีน

2) ผลไม้ที่สามารถนำเข้าได้อย่างมีเงื่อนไข ในกรณีนี้เป็นการนำเข้าผลไม้ที่จีนมีการกำหนดเงื่อนไขเอาไว้ คือสามารถนำเข้าได้เมื่อเป็นไปตามหรือมีลักษณะตามมาตรฐานการกักกันโรคพืช (Plant Quarantine) ที่กำหนดโดยกระทรวงเกษตรของจีน ภายหลังจากที่ได้มีการปรึกษาหรือร่วมตกลงระหว่างประเทศผู้ส่งออก และแผนกกักกันโรคพืช (Plant Quarantine Division of CIQ) ของจีน

### สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องรูปแบบการกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้สู่ตลาดต่างประเทศ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์สภาพการณ์ของปัญหาการกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้ส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศ พบว่าสภาพการณ์ของปัญหาการกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้ส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศ ประกอบด้วย 1) ปัญหาเกี่ยวกับการผลิตสินค้า

เกษตรประเภทผลไม้ เนื่องด้วยภาคการเกษตรเป็นส่วนที่มีความสำคัญกับระบบเศรษฐกิจและสังคมไทยอย่างมาก เพราะเป็นส่วนที่ผลิตอาหารเลี้ยงประชากรและสร้างรายได้ให้แก่ประเทศจำนวนมาก อีกทั้งประชากรส่วนใหญ่ของประเทศอยู่ในภาคส่วนนี้ 2) ปัญหาเกี่ยวกับนโยบายของรัฐในการส่งเสริมและคุ้มครองเกษตรกรยังไม่เอื้อประโยชน์ต่อสินค้าเกษตรประเภทผลไม้ ในส่วนของนโยบายของรัฐในการส่งเสริมและคุ้มครองเกษตรกร จะเห็นได้ว่า จากยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) เป็นยุทธศาสตร์ที่สนับสนุนและส่งเสริมสินค้าเกษตรประเภทผลไม้ และ 3) สินค้าเกษตรประเภทผลไม้ล้นตลาดที่ทำให้ไม่สามารถขายผลไม้ตามจำนวนผลผลิตที่ออกมาในแต่ละประเภทจากหน่วยงานระดับกระทรวงที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงในการขับเคลื่อนนโยบายการเกษตรกร วิเคราะห์ได้ว่า ประเทศไทยมีหน่วยงานของรัฐที่สนับสนุนเรื่องของการส่งออกสินค้าเกษตรประเภทผลไม้หลายหน่วยงาน วัตถุประสงค์หลักก็เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรให้มีแหล่งกระจายสินค้า และช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร

**2. เพื่อศึกษารูปแบบการกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้ออกสู่ตลาดโลกของต่างประเทศ** พบว่า ประกอบด้วย 1) รูปแบบการกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้ออกสู่ตลาดโลกของสหรัฐอเมริกา เนื่องด้วยสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศมหาอำนาจทางการเกษตรของโลกที่มีความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีและที่สำคัญที่สุดคือ มีทุนมหาศาล นอกจากนี้สหรัฐอเมริกายังเป็นผู้ทำการเกษตรมากที่สุดของโลก โดยนโยบายหลักทางการเกษตรของอเมริกาคือ ยกระดับราคาสินค้าเกษตรเพื่อให้ผู้ผลิตได้มีอำนาจในการซื้อเท่ากับคนกลุ่มอื่น โดยใช้นโยบายเรื่องของราคาสินค้าและการสร้างรายได้ให้กับเกษตรกร และที่สำคัญได้มีการจัดทำเขตการค้าเสรี และ 2) รูปแบบการกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้ออกสู่ตลาดโลกของสาธารณรัฐประชาชนจีน จะเห็นได้ว่าสาธารณรัฐประชาชนจีนได้มีกฎ ระเบียบ เกี่ยวกับการนำเข้าสินค้าเกษตรไว้ ซึ่งในระดับมณฑลนั้นจะใช้ระเบียบเดียวกันทั่วประเทศ โดยรัฐบาลกลางที่กรุงปักกิ่งจะเป็นผู้กำหนดนโยบายและระเบียบให้ระดับมณฑลนำไปถือปฏิบัติ ได้แก่ 1) ผลไม้ที่มีการห้ามนำเข้าอย่างเด็ดขาด โดยเป็นผลไม้ที่อาจจะมีเชื้อโรค และหรือแมลงศัตรูพืช หรือมาจากแหล่งนำเข้าที่อาจจะมีเชื้อโรค และ/หรือแมลงศัตรูพืชจึงมีผลไม้หลายชนิดที่ถูกห้าม 2) ผลไม้ที่สามารถนำเข้าได้อย่างมีเงื่อนไข ในกรณีนี้เป็นการนำเข้าผลไม้ที่จีนมีการกำหนดเงื่อนไขเอาไว้ คือสามารถนำเข้าได้เมื่อเป็นไปตามหรือมีลักษณะตามมาตรฐานการกักกันโรคพืช (Plant Quarantine) ที่กำหนดโดยกระทรวงเกษตรของจีน ภายหลังจากที่ได้มีการปรึกษาหรือร่วมตกลงระหว่างประเทศผู้ส่งออก และแผนกกักกันโรคพืช (Plant Quarantine Division of CIQ) ของจีน

### การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่องรูปแบบการกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้สู่ตลาดต่างประเทศ มีประเด็นสำคัญนำมาอภิปราย ดังนี้

1. การกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้ เนื่องจากการเคลื่อนย้ายสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออกสินค้าเกษตรที่ส่งออกนั้น ได้แบ่งประเภทสินค้าที่ส่งออกเป็น (1) สินค้าเกษตรที่นำเข้าง่าย จำเป็นต้องใช้เวลาในการส่งจำกัด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทผักและผลไม้ ซึ่งจะทำให้การขนส่งทางอากาศเป็นส่วนใหญ่ โดยมีบางประเภทที่ส่งทางเรือ (ระยะสั้น) แต่ก็ไม่ค่อยประสบผลสำเร็จเท่าไรนัก และเริ่มมีการขนส่งทางบกไปยังจีน แต่ยังมีปริมาณการขนส่งน้อยอยู่ และ (2) สินค้าเกษตรทั่วไปที่สามารถเก็บได้นาน ซึ่งส่วนใหญ่ส่งออกทางเรือ การเคลื่อนย้ายสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออกจากแหล่งผลิต/แปรรูปไปยังท่าเรือหรือท่าอากาศยานนั้น ส่วนใหญ่เป็นการขนส่งทางถนนจะมีสินค้าเพียงบางประเภท

2. การเก็บรักษาผลไม้ เนื่องจากผลไม้ที่เก็บมาจากต้นแล้วจะยังมีการหายใจ และคายไอน้ำต่อไป ซึ่งกระบวนการทั้งสองอย่างนี้มีความสำคัญยิ่งต่ออายุในการเก็บถนอมผลไม้สด เพราะจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวกับจำนวนแป้ง น้ำตาล กรด ปริมาณน้ำในผล ความเป็นกรดเป็นด่าง รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงของสารที่ระเหยได้เป็นจำนวนมาก นอกจากนั้นผลไม้ที่เก็บรักษาไว้ อาจได้รับความเสียหายจากโรคและแมลง ทำให้ผลไม้เน่าเสียหาย ดังนั้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องควบคุมหรือลดปัจจัยดังกล่าวให้

น้อยลง เพื่อให้ผลไม้สดอยู่ได้นานโดยคุณภาพไม่เปลี่ยนแปลง หรือเปลี่ยนน้อยที่สุด ด้วยการใช้ห้องเก็บผลไม้ ซึ่งทำให้ผลไม้คงความสดได้นาน

3. พิธีการศุลกากร เนื่องจากในการทำธุรกิจส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ ผู้ส่งออกจะต้องทราบเรื่องที่เกี่ยวข้องหลายเรื่องเพื่อประโยชน์ในการทำธุรกิจให้ได้กำไร เรื่องที่ต้องเรียนรู้ขึ้นอยู่กับสินค้าที่ต้องการส่งออก คู่มือเล่มนี้จะทำหน้าที่เพียงแนะนำพื้นฐานทั่วไป เพื่อให้ผู้ส่งออกได้เตรียมตัวและเรียนรู้เพิ่มเติม โดยหน่วยงานที่มีหน้าที่โดยตรงในการช่วยเหลือให้ผู้ส่งออกเรียนรู้เพิ่มเติมก็คือกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ และหน่วยงานอื่นที่จะช่วยเสริมความรู้ก็คือกรมศุลกากร กระทรวงการคลัง และหน่วยที่เกี่ยวกับการค้าต่างประเทศของธนาคารพาณิชย์ สิ่งที่คุณส่งออกต้องรู้จักให้ดีที่สุดคือตัวสินค้าที่จะส่งออก ผู้ส่งออกต้องทราบว่าสินค้ารายการเหล่านั้นตรงกับพิกัดศุลกากรระบบ HS พิกัดใดในระดับ 8-10 หลัก และรายการสินค้านั้นเป็นสินค้าควบคุมหรือไม่ โดยหน่วยงานใดของรัฐบาลไทย และมีกฎหมายหรือระเบียบใดที่ควบคุมสินค้านี้อยู่ หน่วยงานที่ผู้ส่งออกควรหาหรือในประเด็นนี้คือกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

4. การติดต่อตลาดต่างประเทศ เนื่องจากตลาดระหว่างประเทศมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จมากกว่าในด้านของการพัฒนากลยุทธ์ เพื่อช่วยในการบรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ ซึ่งธุรกิจเหล่านี้มีความเป็นไปได้ที่จะวางยุทธศาสตร์ในเรื่องของแหล่งวัตถุดิบและส่วนประกอบในประเทศต่าง ๆ โดยเลือกที่ตั้งที่มีความเป็นไปได้ในการเป็นศูนย์กลางของแหล่งวัตถุดิบและการกระจายสินค้า โดยใช้ระบบโลจิสติกส์สำหรับการหาและการจัดจำหน่ายสินค้าชนิดใหม่ นอกจากนี้ยังมีการใช้เทคโนโลยีในการหาตลาดใหม่ด้วย

5. องค์กรดำเนินการ เนื่องจากเป้าหมายของรัฐบาลและกระทรวงเกษตรสหกรณ์คือ ทำให้ประเทศไทยเป็นคลังอาหารของโลก เพิ่มการส่งออก ส่งเสริมภาคการเกษตรของไทยพลิกฟื้นกระตุ้นเศรษฐกิจ ปฏิรูปทั้งระบบการผลิต การแปรรูป การจำหน่าย เน้นคุณภาพ และราคาที่เหมาะสม ส่วนในภาคการตลาดนั้น องค์กรตลาดเพื่อเกษตรกร หรือ อ.ต.ก. หน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรฯ เป็นหน่วยงานที่มีบทบาทด้านการส่งเสริมการตลาดสินค้าเกษตร ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

6. ภาครัฐ เนื่องจากการทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรที่เกี่ยวข้อง เกิดปัญหาการโยนงาน ปิดหน้าที่ความรับผิดชอบเจ้าภาพหลักในการทำงานไม่ได้โดยอ้างว่าไม่ใช่หน้าที่ของตนเอง จึงผลักภาระให้พันตัว ขาดความร่วมมือ ต่างคนต่างทำ ขาดการประสานงานระหว่างองค์กร นอกจากนั้นยังพบว่า การบริหารงานของภาครัฐเป็นแบบศูนย์อำนาจ การตัดสินใจอยู่ที่ส่วนกลาง ทำให้ส่วนภูมิภาคขาดอำนาจในการตัดสินใจ ประกอบกับการสั่งการจากบนลงล่าง (Top-down) เกิดความคลาดเคลื่อนระหว่างการสื่อสารผู้สั่งการกับผู้ปฏิบัติเข้าใจไม่ตรงกัน ส่งผลให้ได้ผลลัพธ์ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

7. ภาคเอกชน เนื่องจากตามนโยบายของภาครัฐ จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการได้เตรียมความพร้อม โดยเฉพาะการใช้ประโยชน์จากผลการเจรจาอาร์เซ็ป ขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปของไทย ซึ่งความตกลงการค้าเสรีฉบับล่าสุด หรือ อาร์เซ็ป ถือเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่มีความน่าสนใจ ครอบคลุมประชากรกว่า 3,600 ล้านคน หรือร้อยละ 48.1 ของประชากรโลก

8. ภาคเกษตรกร เนื่องจากเกษตรกรได้เตรียมความพร้อมโดยเฉพาะการใช้ประโยชน์จากผลการเจรจาอาร์เซ็ป ขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปของไทย ซึ่งความตกลงอาร์เซ็ปถือเป็นโอกาสในการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารของไทยเพิ่มเติมจากความตกลงเอฟทีเอที่ไทยมีอยู่แล้วกับสมาชิกอาร์เซ็ปรายประเทศ โดยเฉพาะกับจีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ซึ่งสินค้าเกษตรที่คาดว่าจะได้ประโยชน์เพิ่มขึ้นภายใต้ความตกลงฉบับนี้ เช่น ผักผลไม้แปรรูปและไม่แปรรูป น้ำมันที่ได้จากพืช ของปรุงแต่งจากธัญพืชและแป้ง แป้งมันสำปะหลัง แป้งสาคู สินค้าประมง อาหารแปรรูป น้ำผลไม้ เป็นต้น

9. มาตรฐานและคุณภาพ เนื่องด้วยสถานการณ์การผลิตสินค้าเกษตรประเภทผลไม้ในปัจจุบัน ได้ให้ความสำคัญในการผลิตพืชอาหารปลอดภัยสำหรับการบริโภคในประเทศและการส่งออก เนื่องจากปัญหาด้านสุขภาพของประชากรในประเทศที่เพิ่มสูงขึ้น



และข้อจำกัดทางการค้าระหว่างประเทศเกี่ยวกับการส่งผลิตผลทางการเกษตรไปจำหน่ายยังประเทศต่าง ๆ ที่มีข้อบังคับว่าด้วยสินค้าทางการเกษตรที่จะนำเข้าสู่ประเทศนั้น ๆ ต้องผ่านมาตรฐานการรับรองที่เป็นสากล ดังนั้น การป้อนสารเคมีและจุลินทรีย์ที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ได้แก่ สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชที่ใช้ในระหว่างขั้นตอนการเพาะปลูก และจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรคป้อนป้อนในผลิตผลทางการเกษตรทั้งในระหว่างการเพาะปลูก การเก็บเกี่ยวและการขนส่ง จึงเป็นสิ่งที่ไม่ควรให้เกิดขึ้น จึงจำเป็นที่จ้องมีการนำมาตรฐาน GAP สำหรับพืชอาหาร

## ข้อเสนอแนะการวิจัย

### 1. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

ด้านนโยบาย ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ได้มีแนวนโยบายในการส่งเสริมและคุ้มครองเกษตรกร นอกจากนั้นกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้เตรียมพร้อมรับมือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น เปลี่ยนวิกฤติ ให้เป็นโอกาส โดยเป้าหมายของรัฐบาลและกระทรวงเกษตรฯ คือทำให้ประเทศไทยเป็นคลังอาหารของโลก เพิ่มการส่งออก ส่งเสริมภาคการเกษตรของไทยพลิกฟื้นกระแสนเศรษฐกิจ ปฏิรูปทั้งระบบการผลิต การแปรรูป การจำหน่าย เน้นคุณภาพ และราคาจำหน่าย ส่วนในภาคการตลาดนั้น องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร หรือ อ.ต.ก. หน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรฯ เป็นหน่วยงานที่มีบทบาทด้านการส่งเสริมการตลาดสินค้าเกษตร ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งได้ดำเนินการขับเคลื่อนตามนโยบายภาครัฐมาโดยตลอด ดังนั้น การวิจัยจึงเสนอแนะให้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์และองค์การตลาดเพื่อเกษตรกรกำหนดนโยบายเกี่ยวกับรูปแบบการกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้สู่ตลาดโลก

### 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ด้านการบริหาร เมื่อมีการกำหนดเป็นนโยบายระดับชาติตามข้อเสนอแนะข้อ 1. แล้ว กระทรวงเกษตรและสหกรณ์และองค์การตลาดเพื่อเกษตรกร ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ ควรกำหนดเป็นแผนปฏิบัติการโดยมีการกำหนดขั้นตอน วิธีการ และระยะเวลาในการดำเนินการให้ชัดเจนเป็นเอกภาพตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ได้วางแนวทางไว้

2.2 ด้านกฎหมาย เนื่องจากรูปแบบการกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้สู่ตลาดโลกเป็นกลไกหนึ่งที่ทำให้สินค้าเกษตรประเภทผลไม้ที่ล้นตลาดสามารถกระจายไปยังตลาดโลกได้ ดังนั้น หากให้มีรูปแบบการกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้สู่ตลาดโลกที่เป็นรูปธรรมนั้น จำเป็นที่จะต้องมีการปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการกระจายสินค้าเกษตรประเภทผลไม้สู่ตลาดโลก

## กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอกราบผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการวิจัยครั้งนี้และท่านอาจารย์ ร้อยโท ดร.ธนภุชฎ์ เอกโยคยะ เป็นอย่างสูงที่ได้สละเวลาอันมีค่าของท่านรับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ทั้งยังมีความเป็นห่วงลูกศิษย์ ดังจะเห็นได้จากการที่ท่านได้ให้ความช่วยเหลืออนุเคราะห์ผู้วิจัย ในด้านการศึกษาค้นคว้า ตลอดจนให้คำแนะนำและติดตามความคืบหน้าในการเขียนวิทยานิพนธ์ตลอดมา นอกจากนี้ท่านยังได้ให้ความกรุณาตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ตั้งแต่แรกเริ่มจนสำเร็จด้วยดี ซึ่งถ้าหากไม่มีทุกท่านและท่านอาจารย์ ร้อยโท ดร.ธนภุชฎ์ เอกโยคยะ ก็คงไม่มีวิทยานิพนธ์เล่มนี้

### เอกสารอ้างอิง

- บุญยวีร์ อิ่มแก้ว และสรวิวัฒน์ วิชาลาภรณ์. (2561). พฤติกรรมการซื้อสินค้าเกษตรของผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์และลักษณะเฉพาะของเครือข่ายสังคมออนไลน์. *การประชุมวิชาการและการนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ UTCC Academic Day ครั้งที่ 2*.
- ปิยะนุช เงินคล้าย และคณะ. (2558). *นโยบายและมาตรการของรัฐในการยกระดับราคาสินค้าเกษตร*. คณะกรรมการวิจัยและพัฒนาของวุฒิสภาสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.
- สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2561). *การศึกษาระบบอุปทานและโลจิสติกส์สินค้าปศุสัตว์น้ำนมโค*. เอกสารวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร เลขที่ 117.
- สุกัญญา พยุ่งสิน. (2561). การพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย (ผักและผลไม้) แบบมีส่วนร่วมของชุมชนในจังหวัดลพบุรี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ “ราชภัฏวิจัย ครั้งที่ 5”*.