

ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีน

**THE COMPETITIVENESS OF THAI DURIAN
EXPORT TO CHINA'S MARKET**



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2565

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**THE COMPETITIVENESS OF THAI DURIAN
EXPORT TO CHINA'S MARKET**



**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF SCIENCE IN AGRICULTURAL DEVELOPMENT
AND RESOURCE MANAGEMENT
FACULTY OF AGRICULTURAL TECHNOLOGY
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

2022

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

KMITL-2022-AG-M-091-359



COPYRIGHT 2022

FACULTY OF AGRICULTURAL TECHNOLOGY

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ยืมได้เห็นว่าประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีน
นักศึกษา	น.ส.พิชชา ลิขิตพิชิตชัย
รหัสนักศึกษา	62604040
ปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	พัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร
พ.ศ.	2565
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผศ.ดร.จิรนนท์ เจริญจันทร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	รศ.ดร.สมศักดิ์ คุณาสวรรค์เวช

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ส่วนแบ่งทางการตลาด โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งการส่งออก คือ ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย รวมทั้งศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีน ด้วยแบบจำลองเพชร งานวิจัยนี้ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลการส่งออกของประเทศไทย และประเทศคู่แข่ง เป็นระยะเวลา 10 ปี เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2563 แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสูตรความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (DRCA) และส่วนแบ่งทางการตลาด (MS) หลังจากนั้นผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 18 คน โดยสัมภาษณ์ตามแบบจำลองเพชร (Diamond Model)

ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ประเทศไทยมีค่า RCA มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย เมื่อวิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขันด้วย DRCA พบว่า ปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2558 ประเทศไทยอยู่ในสถานการณ์ “คว้าไม่ทัน” ส่วนประเทศคู่แข่งอยู่ในสถานการณ์ “ดาวรุ่งพุ่งแรง” ในช่วงปี พ.ศ.2559 - พ.ศ.2563 ประเทศไทยอยู่ในสถานการณ์ “ดาวรุ่งพุ่งแรง” ส่วนประเทศคู่แข่งอยู่ในสถานการณ์ “เสียโอกาส” ด้านส่วนแบ่งทางการตลาด พบว่า ประเทศไทยสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดมากกว่าประเทศคู่แข่งเกือบทุกปีที่ทำการศึกษา ในส่วนผลของแบบจำลองเพชร พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านการเก็บรักษาผลผลิตทางการเกษตรที่มีประสิทธิภาพ ขณะที่ประเทศมาเลเซียไม่สามารถรักษาคุณภาพของทุเรียน ส่วนประเทศเวียดนามยังติดปัญหาเรื่องการลักลอบนำเข้าโดยไม่ผ่านการตรวจสอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Independent Study Title	The Competitiveness of Thai Durian Export to China's Market
Student	Miss Pichaya Likhitchitchai
Student ID	62604040
Degree	Master of Science
Major	Agricultural Development and Resource Management
Year	2022
Thesis Advisor	Asst.Prof.Dr.Jeeranun Khermkhan
Co-Advisor	Assoc.Prof.Dr.Somsak Kuhaswonwetch

ABSTRACT

The objectives of this research were to investigate revealed comparative advantage (RCA), dynamic revealed comparative advantage (DRCA), and market share (MS) by comparing them to the export competitors of Vietnam and Malaysia, as well as to investigate the competitiveness of Thai durian exports to the Chinese market using the diamond model. In this study, the researcher collected export data from Thailand and rival countries over a ten-year period, from 2011 to 2020, and then analyzed the data using the formula revealed comparative advantage (RCA), dynamic revealed comparative advantage (DRCA), and market share (MS). Following that, the researcher used the Diamond Model to interview 18 important informants.

According to the findings, the majority of Thailand has the highest RCA value, followed by Vietnam and Malaysia. When analyzing the competitive situation with DRCA, it was found that during the years 2011–2015, Thailand was in a "lagging opportunity" situation, while competitor countries were in a "rising stars" situation. From 2016–2020, Thailand is in a situation where "rising stars" are while competitor countries are in a "lost opportunity" situation. In terms of market share, Thailand was shown to have a larger market share than competitor countries almost every year evaluated. According to the diamond model results, Thailand has an edge in the effective storage of agricultural products. Malaysia is unable to preserve durian quality. Vietnam is still grappling with the issue of smuggling without inspection.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ผศ.ดร.จิรนนท์ เข็มจันทร์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ.ดร.สมศักดิ์ คุหาสวรรค์เวช อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้แก่ รศ.ดร.ทิพวรรณ ลิ้มงูร (ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก) รศ.ดร.สุณีพร สุวรรณมณีพงศ์ (ผู้แทนอนุกรรมการบัณฑิต) และ รศ.ดร.ปัญญา หมันเก็บ (กรรมการ) ที่สละเวลาอ่านงาน คอยให้คำชี้แนะ ให้คำปรึกษา ตลอดจนการแก้ไขข้อบกพร่องในงาน งานวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี รวมถึงอาจารย์ท่านอื่นๆ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ และสามารถนำวิชาการต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้ง จึงขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ นายชัยสิทธิ์ ลิขิตพิชิตชัย และนางรัตนา ลิขิตพิชิตชัย คุณพ่อและคุณแม่ ที่สนับสนุนทุนการศึกษา คอยให้คำปรึกษาเพื่อเป็นแรงผลักดันในการพัฒนาตนเองเสมอมา

ขอขอบพระคุณผู้ให้บริการฐานข้อมูลงานวิจัยต่างๆ ที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานวิจัยฉบับนี้ รวมทั้งขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าในการตอบคำถาม จนทำให้งานวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ด้วยความกรุณาของทุกๆ ท่านที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

พิชยา ลิขิตพิชิตชัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ	IV
สารบัญตาราง	VI
สารบัญภาพ	VII
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ขอบเขตของการศึกษา.....	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.5 กรอบแนวคิดของการศึกษา	5
1.6 นิยามศัพท์.....	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 การค้าระหว่างประเทศ.....	8
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน.....	9
2.3 ทฤษฎีสวนแบ่งทางการตลาด.....	14
2.4 ทฤษฎีแบบจำลองเพชร	16
2.5 สถานการณ์การส่งออกทุเรียนของประเทศไทย และประเทศคู่แข่ง	17
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	28
3.1 การวิจัยเชิงปริมาณ	28
3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ.....	31

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	35
4.1 ผลการวิจัยเชิงปริมาณ	35
4.2 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ	40
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	48
5.1 สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ	48
5.2 สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ	56
บรรณานุกรม	66
ภาคผนวก	73
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์	74
ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์ RCA DRCA และ MS	78
ภาคผนวก ค ผลการวิเคราะห์ Diamond Model	87
ประวัติผู้เขียน	125

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่	
2.1	นิยามสถานการณ์ทางการตลาดส่งออกโดยวิธีพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ12
2.2	ผลผลิตทุเรียนจากประเทศผู้ผลิตที่สำคัญในระหว่างปี พ.ศ.2556 - พ.ศ.2560.....18
2.3	ข้อมูลการส่งออกทุเรียนประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย ไปยังประเทศจีน19
2.4	สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแสดงถึงเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย26
4.1	ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซียระหว่างปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.256336
4.2	พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (DRCA) ของประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย ระหว่างปี พ.ศ.2554 – พ.ศ.255837
4.3	ส่วนแบ่งทางการตลาด (MS) ของประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซียระหว่าง ปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.256339
4.4	รหัสผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ40
4.5	แบบจำลองเพชร (Diamond Model)41

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1	กรอบแนวคิดของการศึกษา5
2.1	แบบจำลองเพชร (Diamond Model)16
2.2	ขั้นตอนการส่งออกทุเรียน.....20
2.3	ฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลไม้ไทยส่งออกไปจีน 4 อันดับแรก22
4.1	ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซียระหว่างปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.256337
4.2	ส่วนแบ่งทางการตลาด (MS) ของประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และประเทศ มาเลเซียระหว่างปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.256339
4.3	แบบจำลองเพชร (Diamond Model)47

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ประเทศไทยมีความได้เปรียบทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ เนื่องจากมีพื้นที่ทำการเกษตร 150.87 ล้านไร่ เมื่อเทียบกับประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซียมีพื้นที่ทางการเกษตร 60 และ 47.23 ล้านไร่ (กรมส่งเสริมการเกษตร. 2563 ก ; 2563 ค ; 2563 ข) แต่ละประเทศมีความแตกต่างในด้านทรัพยากรต่างกัน ปัจจัยการผลิตต่างกัน ความชำนาญต่างกัน รสนิยมต่างกัน และต้นทุนการผลิตต่างกัน ทำให้เกิดการค้าระหว่างประเทศ (International Trade) ซึ่งเข้ามามีบทบาทสำคัญในการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย (วันทนา รอดบุญตร. 2561) จากสถิติการส่งออกสินค้าเกษตรของประเทศไทยไปทั่วโลก ปี พ.ศ.2560 - พ.ศ.2562 คิดเป็นมูลค่า 717,304 ; มูลค่า 737,332 และมูลค่า 674,531 ล้านบาท ขณะที่ประเทศคู่แข่ง คือ ประเทศเวียดนามส่งออกสินค้าเกษตรไปทั่วโลกคิดเป็นมูลค่า 811,722 ; มูลค่า 763,449 และมูลค่า 692,644 ล้านบาท ส่วนประเทศมาเลเซียส่งออกสินค้าเกษตรไปทั่วโลกคิดเป็นมูลค่า 542,911 ; มูลค่า 473,321 และมูลค่า 440,090 ล้านบาท ตามลำดับ (UN Comtrade. 2020) สังเกตได้ว่าส่วนใหญ่มีแนวโน้มการส่งออกที่น้อยลง เนื่องมาจากหลายปัจจัย เช่น การส่งออกสินค้าเกษตรชะลอตัวตามอุปทานในตลาดโลก ค่าเงินบาทแข็งค่า การส่งออกจากประเทศไทยไปประเทศจีนหดตัวสูงตามการส่งออกสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน (การค้าไทย. 2563)

สินค้าเกษตรของประเทศไทยโดยรวมได้มีการส่งออกไปประเทศจีน ซึ่งทำให้ประเทศจีนเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญอันดับ 1 ของประเทศไทย ในปี พ.ศ.2560 สินค้าเกษตรที่ส่งออกไปประเทศจีนมากที่สุด คือ ทุเรียน มีปริมาณการส่งออกผลไม้มากที่สุด จำนวน 135,708 ตัน คิดเป็นมูลค่า 10,359 ล้านบาท (UN Comtrade. 2020) ในขณะเดียวกันประเทศจีนก็เป็นประเทศคู่ค้าสำคัญกับประเทศอื่น ซึ่งประเทศจีนไม่ได้รับสินค้าเกษตรจากประเทศไทยรายเดียว ประเทศจีนได้มีการนำเข้าทุเรียนจาก 3 ประเทศหลัก ได้แก่ ประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย จากสถิติฐานข้อมูลทางการค้าระหว่างประเทศของสหประชาชาติ พบว่า ปี พ.ศ.2560 ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซียส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนคิดเป็นจำนวน 135,980 และ 74 ตัน สังเกตได้ว่าประเทศเวียดนามมีการส่งออกทุเรียนมากกว่าประเทศไทย ซึ่งการเข้ามาของประเศเพื่อนบ้านทำ

ให้เกิดส่วนแบ่งทางการตลาด ส่งผลให้รายได้ของประเทศมีน้อยลง เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศ
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คู่แข่งพบว่า ประเทศเวียดนามมีความได้เปรียบในการส่งออกไปประเทศจีน เนื่องจากระยะเวลาในการส่งออกเร็วกว่าประเทศไทย ส่วนประเทศมาเลเซียได้มีการปลูกทุเรียนพันธุ์มูซังคิง (Musang King) ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดจีน อีกทั้งมีราคาแพงกว่าทุเรียนไทย ในอนาคตประเทศดังกล่าวนี้จะเข้ามามีบทบาทสำคัญในการส่งออกทุเรียนไปประเทศจีน (สมพร อิศวิลานนท์, 2562)

การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จากเมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย์ ของประเทศจีนไปยังประเทศต่างๆ โรคดังกล่าวนี้ส่งผลกระทบต่อเชิงลบเป็นมูกว้าง ในฐานะที่ประเทศจีนเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย ผู้ประกอบการไทยย่อมได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะการส่งออกสินค้าเกษตร เพราะสินค้าเกษตรบางอย่างนำเข้าได้ง่าย เช่น ผลไม้ เมื่อเกิดสถานการณ์ไม่ปกติ ส่งผลให้ร้านค้าลดการสั่งซื้อเนื่องจากไม่มั่นใจในสถานการณ์ ซึ่งความรุนแรงของผลกระทบนี้ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของระยะเวลาการหยุดยั้งการแพร่ระบาดในประเทศจีน รวมทั้งมาตรการภาครัฐของไทยที่ต้องรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์การแพร่ระบาดที่อยู่เหนือการควบคุม ผู้ประกอบการไทยควรปรับตัวเพื่อรับมือกับผลกระทบดังกล่าว (ศูนย์บริการข้อมูลเศรษฐกิจระหว่างประเทศ, 2563)

ความสามารถในการแข่งขัน เกิดจากความสามารถในการปลูกทุเรียน การส่งออกทุเรียนให้มีคุณภาพเหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งงานวิจัยที่ทำการศึกษาศักยภาพในการแข่งขันทุเรียนมีหลายงานวิจัย ได้แก่ งานวิจัยของ ชาคริต ศิริรัตน์ (2548) ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตรส่งออกของไทยไปยังประเทศจีน ใช้เครื่องมือความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) และพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (DRCA) ในการวิเคราะห์สินค้าเกษตรไทย งานวิจัยของ จักริ เตชะวาริ และคณะ (2553) ศึกษาความสามารถในการแข่งขัน ในตลาดผลไม้ไทย-จีน ใช้เครื่องมือความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในการวิเคราะห์ผลไม้ไทย งานวิจัยของ เมธาพร กิ่งสะกุน (2562) ศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกลำไยทุเรียน มังคุดสดของไทยไปในตลาดจีน ใช้เครื่องมือความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในการวิเคราะห์ลำไย ทุเรียน มังคุดสด และงานวิจัยของ สุदारัตน์ สุขเลิศ (2564) ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีน กรณีศึกษาความร่วมมือกับกลุ่มอาติบาบา โดยใช้เครื่องมือความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) และส่วนแบ่งทางการตลาด (MS) ในการวิเคราะห์ทุเรียน จะสังเกตได้ว่างานวิจัยที่ผ่านมามีการศึกษาถึงความสามารถในการแข่งขัน โดยใช้เครื่องมือความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) เป็นส่วนใหญ่ และเน้นศึกษาการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปตลาดจีนเพียงประเทศเดียว ซึ่งต่างจากงานวิจัยฉบับนี้ที่ทำการศึกษาศักยภาพในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไปตลาดจีน โดย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้วิจัยทำการเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย โดยเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ประกอบด้วย ความสำเร็จโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) พลวัตความสำเร็จโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (DRCA) ส่วนแบ่งทางการตลาด (MS) เครื่องมือนีดังกล่าวจะเป็นข้อมูลเชิงตัวเลข ผู้วิจัยจึงเพิ่มเครื่องมือแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อใช้ในการหาเหตุผลมาสนับสนุนเครื่องมือก่อนหน้า

จากเหตุผลข้างต้นจะเห็นได้ว่า ทูเรียนเป็นสินค้าเกษตรของประเทศไทยที่สามารถส่งออกได้มากที่สุด และความต้องการบริโภคทูเรียนในตลาดจีนที่มีปริมาณสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงมีหลายประเทศให้ความสนใจเข้าแข่งขันในตลาดทูเรียนเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย อีกทั้งการเข้ามาของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้ประเทศไทย และประเทศคู่แข่ง มีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ ดังนั้นผู้วิจัยมีความต้องการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทูเรียนไทยไปตลาดจีน ด้วยความสำเร็จโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) พลวัตความสำเร็จโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (DRCA) ส่วนแบ่งทางการตลาด (MS) โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งการส่งออก คือ ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย รวมถึงศึกษาแบบจำลองเพชร (Diamond Model) เพื่อช่วยในการอธิบายภาพรวมของการส่งออกทูเรียนไทยไปยังตลาดจีน รวมถึงนำผลของงานวิจัยนี้ใช้ในการกำหนดแนวทางในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันทูเรียนไทยไปตลาดจีน เพื่อรักษาลำดับการส่งออกทูเรียนของประเทศไทยในตลาดจีน

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาความสำเร็จโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งการส่งออก คือ ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย

1.2.2 เพื่อศึกษาพลวัตความสำเร็จโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งการส่งออก คือ ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย

1.2.3 เพื่อศึกษาส่วนแบ่งทางการตลาด โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งการส่งออก คือ ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย

1.2.4 เพื่อศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทูเรียนไทยไปตลาดจีน ด้วยแบบจำลองเพชร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

งานวิจัยเล่มนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีน โดยมีขอบเขตงานวิจัยดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1.3.1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ ศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ และส่วนแบ่งทางการตลาด โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง คือ ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย

1.3.1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีนด้วยแบบจำลองเพชร

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1.3.2.1 การวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการรวบรวมข้อมูลสถิติการส่งออกทุเรียนจากฐานข้อมูลทางการค้าระหว่างประเทศของสหประชาชาติ ซึ่งฐานข้อมูลการส่งออกทุเรียนของประเทศคู่แข่งที่สำคัญอย่างประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซียมีอยู่จำกัด ผู้วิจัยจึงทำการศึกษการส่งออกทุเรียนไปตลาดจีน เป็นระยะเวลา 10 ปี โดยเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2563

1.3.2.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการสัมภาษณ์ถึงโครงสร้างตามทฤษฎีแบบจำลองเพชร โดยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักจากตัวแทนในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการเกษตร กรมศุลกากร กรมวิชาการเกษตร สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ผู้ประกอบการ รวมจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมด 18 คน

1.3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์ระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคม พ.ศ.2565

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

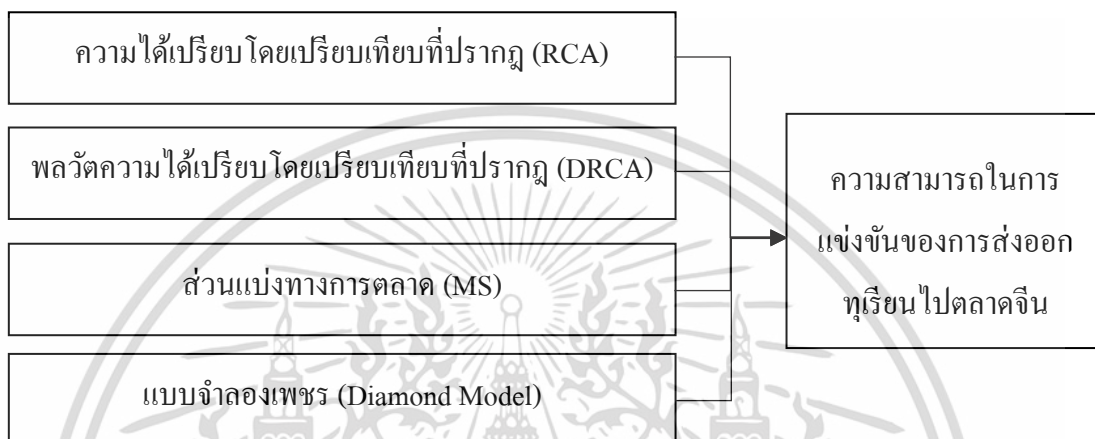
1.4.1 เกษตรกร ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐ ได้ทราบถึงแนวโน้มการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีน

1.4.2 การส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีนเป็นช่องทางให้ผู้ประกอบการนำผลที่ได้จากงานวิจัยนี้มาใช้ในการประกอบการตัดสินใจ วางแผนการรับซื้อทุเรียนจากเกษตรกร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4.3 หน่วยงานภาครัฐ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยนี้มาใช้ในการกำหนดทิศทางของนโยบาย รวมทั้งมาตรการในการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของทุเรียนไทย เพื่อรักษาลำดับการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยในตลาดจีน

1.5 กรอบแนวคิดของการศึกษา



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดของการศึกษา

1.6 นิยามศัพท์

1.6.1 ความสามารถในการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถในการผลิตสินค้า การบริการ และการหาทรัพยากรต่างๆ ให้มีคุณภาพเหนือกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน รวมทั้งใช้นวัตกรรมใหม่ๆ และยกระดับความสามารถของอุตสาหกรรม โดยที่คู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบในช่วงเวลาเดียวกัน หรือ คู่แข่งต้องใช้เวลาในการปรับตัวมากถึงจะเลียนแบบความสามารถได้

1.6.2 การส่งออกทุเรียน หมายถึง การจัดส่งทุเรียนที่ใช้ในการบริโภคจากต้นทางสู่ตลาดจีน

1.6.3 ตลาดจีน หมายถึง ตลาดในประเทศจีนที่มีการนำเข้าทุเรียนจากต่างประเทศ

1.6.4 Harmonized System (HS Code) หมายถึง รหัสตัวเลขสากลที่ใช้ในทางการค้าเมื่อทำการนำเข้าและส่งออก ประเภทของสินค้าจะถูกแสดงด้วยรหัสตัวเลข 6 หลัก โดยที่ 2 ตัวแรกคือ “ตอน” 2 ตัวถัดไป คือ “ประเภท” 2 ตัวถัดมา คือ “ประเภทย่อย สำหรับงานวิจัยนี้รหัส

ทุเรียนที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ 081060 ซึ่งเกิดจาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอน 08 : ผลไม้และลูกไม้ที่บริโภคได้ เปลือกผลไม้ประเภทส้มหรือเปลือกแดงโม

ประเภท 0810 : ผลไม้อื่น ๆ สด

ประเภทย่อย 081060 : ทูเรียน

1.6.5 HS: 081060 หมายถึง ระบบการจำแนกประเภทและระบุนิรณาค้าด้วยรหัสตัวเลข 6 หลัก โดยทูเรียนใช้รหัส 081060 ซึ่งทูเรียนไทยที่ส่งออกไปจีน ได้แก่ ทูเรียนหมอนทอง ทูเรียนชะนี และทูเรียนก้านยาว โดยส่งออกทูเรียนหมอนทองคิดเป็นร้อยละ 90 ส่วนทูเรียนมาเลเซียที่ส่งออกไปจีน ได้แก่ ทูเรียนสุลต่าน (D24/Sultan) และทูเรียนมุซังคิง (D197/Musang King/Mao Shan Wang) ทูเรียนเวียดนามที่ส่งออกไปจีน คือ ทูเรียนหมอนทอง

1.6.6 ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทูเรียนไปตลาดจีน หมายถึง ความสามารถในการส่งออกทูเรียนของไทยไปตลาดจีนเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย โดยใช้เครื่องมือความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ส่วนแบ่งทางการตลาด และ แบบจำลองเพชร

1.6.7 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ หมายถึง ชีตความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทูเรียนระหว่างประเทศ โดยคำนวณจากสัดส่วนมูลค่าการส่งออกทูเรียน (ประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย) เทียบกับสัดส่วนมูลค่าการส่งออกทูเรียนทั้งหมดของโลก โดยค่าที่ได้จากความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ สามารถบอกได้ว่ามีความได้เปรียบในการแข่งขัน หรือเสียเปรียบในการแข่งขัน

1.6.8 พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ หมายถึง ทฤษฎีที่ถูกพัฒนาจากร CA โดยหาผลต่างของทั้งหมด เพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงค่า RCA ว่ามาจากสัดส่วนมูลค่าการส่งออกทูเรียน (ประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย) หรือมาจากสัดส่วนมูลค่าการส่งออกทูเรียนทั้งหมดของโลก โดยค่าที่ได้จาก DRCA ทำให้ทราบถึงสถานการณ์ส่งออก แบ่งออกเป็น 6 สถานการณ์ คือ ดาวรุ่งพุ่งแรง สวนกระแส ตั้งรับปรับตัว คว่ำไม่ทัน เสียโอกาส และ ถอยนำ

1.6.9 ส่วนแบ่งทางการตลาด หมายถึง ความสามารถในการครองตำแหน่งส่วนแบ่งทางการตลาดของทูเรียนไทยในตลาดจีน เมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย ซึ่งอยู่ในรูปแบบของเปอร์เซ็นต์

1.6.10 แบบจำลองเพชร หมายถึง แบบจำลองที่ใช้ในการอธิบายภาพรวมของการส่งออก
 ไทยไปยังตลาดจีน ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยการผลิตในประเทศ ; อุปสงค์ในประเทศ ;
 อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ ; กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันใน
 ประเทศของธุรกิจ ; บทบาทของรัฐบาล ; โอกาสและอุปสรรค

1.6.11 ปัจจัยการผลิตในประเทศ (Factor Condition) หมายถึง สถานการณ์การผลิต
 ไทย ทรัพยากร ปัญหาที่พบ

1.6.12 อุปสงค์ในประเทศ (Demand Condition) หมายถึง ขนาดของตลาดภายในประเทศ
 การบริโภคไทย ปัญหาที่พบ

1.6.13 อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ (Support and Related
 Industries) หมายถึง นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และช่องทางการขนส่ง

1.6.14 กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของธุรกิจ (Firm Strategy,
 Structure, and Rivalry) หมายถึง สถานการณ์การแข่งขันตลาดไทย การวางแผนกลยุทธ์ในการ
 ส่งออก

1.6.15 บทบาทของรัฐบาล (Role of Government) หมายถึง มาตรการที่ส่งเสริมและ
 อุปสรรคต่อผู้ส่งออกไทย

1.6.16 โอกาสและอุปสรรค (Opportunity and Threat) หมายถึง โอกาสและอุปสรรคที่
 ส่งผลต่อการส่งออกไทย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีน ซึ่งผู้วิจัยได้มีการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 2.1 การค้าระหว่างประเทศ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน
- 2.3 ทฤษฎีส่วแบ่งทางการตลาด
- 2.4 ทฤษฎีแบบจำลองเพชร
- 2.5 สถานการณ์การส่งออกทุเรียนของประเทศไทย และประเทศคู่แข่ง
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 การค้าระหว่างประเทศ

การค้าระหว่างประเทศ เกิดจากแต่ละประเทศไม่สามารถผลิตสินค้าและบริการได้ตามที่ ต้องการ สาเหตุเกิดจากต้นทุนในการผลิตสินค้าชนิดเดียวกันของแต่ละประเทศไม่เท่ากัน ความแตกต่างของทรัพยากรธรรมชาติ แรงงานมีความชำนาญแตกต่างกัน ส่งผลให้แต่ละประเทศผลิตสินค้าได้แตกต่างกัน ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ หรือการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งอดัม สมิท (Adam Smith) เป็น “บิดาแห่งเศรษฐศาสตร์” ทำการเขียนหนังสือ “ความมั่งคั่งของชาติ” (The Wealth of Nations) ในการอธิบายถึงความได้เปรียบ โดยสัมบูรณ์ (Absolute Advantage) กล่าวว่า การค้าระหว่างสองประเทศเกิดขึ้นได้เพราะความได้เปรียบโดยสัมบูรณ์ที่แตกต่างกันระหว่างประเทศคู่ค้า เมื่อประเทศหนึ่งมีประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าหนึ่งมากกว่าอีกประเทศหนึ่งภายใต้ปัจจัยการผลิตที่เท่ากัน ทำให้แต่ละประเทศเลือกที่จะผลิตสินค้าที่มีความได้เปรียบมากกว่า มีการแบ่งงานกันทำ ส่งผลให้เกิดความชำนาญเฉพาะอย่าง (เจลิม ใจตั้ง, 2556) นั่นคือได้เปรียบโดยสัมบูรณ์ในการผลิตสินค้า ซึ่งความได้เปรียบโดยสัมบูรณ์เกิดจาก 2 ปัจจัย คือ 1.ความได้เปรียบโดยธรรมชาติ ได้แก่ ทรัพยากร ภูมิศาสตร์ และ 2.ความได้เปรียบที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ ความชำนาญเทคโนโลยี เป็นต้น แต่ละประเทศควรจะผลิตสินค้าที่ตนมีความเชี่ยวชาญ และนำสินค้าไปแลกเปลี่ยนซื้อขายกับสินค้าที่ตนผลิตแล้วมีต้นทุนสูงกว่า ด้วยวิธีการนี้ทรัพยากรของทั้งสองประเทศถูกใช้ไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และจะมีผลผลิตรวมของสินค้าแต่ละชนิดมากขึ้น ซึ่งเป็นผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการแบ่งงานกันทำระหว่างประเทศตามความชำนาญจะเกิดขึ้นไม่ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นประโยชน์ในการนำเอกสารนี้ไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถ้าไม่มีการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งความได้เปรียบโดยสัมบูรณ์จะใช้ในการอธิบายประโยชน์และทิศทางการค้า (ศิริขวัญ ศรีทองกุล. 2559)

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน

ภัทรกร จิรมหาโกคา (2557) ได้ให้ความหมายของความสามารถในการแข่งขัน คือ ความสามารถพิเศษขององค์กรที่สามารถทำให้อยู่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยการสร้างความแตกต่างที่โดดเด่น สร้างพันธมิตรทางธุรกิจ การใช้นวัตกรรมใหม่ๆ ซึ่งยากต่อการลอกเลียนแบบ

มงคล เอกพันธ์ (2562) กล่าวว่า ความสามารถในการแข่งขันเป็นการหาทรัพยากรที่คู่แข่งไม่มี หรือ คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ในช่วงเวลาเดียวกัน

วสุธิดา นักเกษม และประสพชัย พสุนนท์ (2561) กล่าวว่า ความสามารถในการแข่งขัน คือ ความสามารถพิเศษขององค์กรที่คู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบได้หรือคู่แข่งต้องใช้เวลาในการปรับตัวเองมากกว่าก่อนที่จะเลียนแบบความสามารถของเราได้ เช่น นวัตกรรม ระบบการจัดการภายในองค์กร ระบบการบริหารองค์กร ภาพลักษณ์ขององค์กร

Christensen and Fahey (1984) ได้อธิบายความสามารถในการแข่งขัน คือ ความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการให้มีคุณภาพเหนือกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน

Porter (1990) กล่าวถึง ความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ของประเทศขึ้นอยู่กับความสามารถของอุตสาหกรรมภายในประเทศที่พยายามสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ และยกระดับความสามารถของอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการจะได้รับประโยชน์จากการแข่งขันด้วยการปรับตัวให้ทันกับแรงกดดันต่างๆ และแสวงหาประโยชน์จากการแข่งขันนั้นได้

จากนิยามข้างต้นสรุปได้ว่า ความสามารถในการแข่งขัน คือ ความสามารถในการผลิตสินค้า การบริการ และการหาทรัพยากรต่างๆ ให้มีคุณภาพเหนือกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน รวมทั้งใช้นวัตกรรมใหม่ๆ และยกระดับความสามารถของอุตสาหกรรม โดยที่คู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบในช่วงเวลาเดียวกัน หรือ คู่แข่งต้องใช้เวลาในการปรับตัวมากถึงจะเลียนแบบความสามารถได้

2.2.1 ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA)

ตัวชี้วัดการได้เปรียบทางการค้าระหว่างประเทศ คือ ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) (Balassa. 1965) เป็นเครื่องมือที่นักเศรษฐศาสตร์นิยมใช้ในการวัดความได้เปรียบทางการค้าระหว่างประเทศ เพื่อวิเคราะห์ขีด

ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าระหว่างประเทศ โดยคำนวณมาจากการเปรียบเทียบสัดส่วน
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ การแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ผู้เห็นใบเซอร์viceนี้ในการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของสินค้าในการส่งออกของประเทศหนึ่งๆ เมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนของสินค้านั้นในตลาดโลก (วิลโลวส์ โคตรโยธา. 2558) ซึ่งค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ จะเป็นตัวกำหนดโครงสร้างการส่งออก ถ้าค่า RCA มากกว่า 1 แสดงว่า มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการแข่งขัน ในทางกลับกัน ค่า RCA มีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่าไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการแข่งขัน (อักรพงษ์ อ้นทอง และอริยา เผ่าเครื่อง. 2553)

ข้อจำกัดของค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ คือ ค่า RCA ที่คำนวณได้จากสถิติมูลค่าทางการค้าในอดีตไม่ได้วัดศักยภาพที่กำลังเปลี่ยนแปลง ไม่ได้มองถึงการกีดกันทางการค้าและปัจจัยอื่นๆ ที่จะทำให้การค้าเปลี่ยนแปลงไป เช่น การเก็บภาษีศุลกากร ดังนั้นข้อมูล RCA สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มความสามารถในการแข่งขันของสินค้านั้น (มิ่งสรรพ ขาวสอาด และคณะ. 2545) แม้ว่าจะมีข้อจำกัดในการใช้ แต่ก็ยังเป็นเครื่องมือที่นิยมกันอย่างแพร่หลายซึ่งสามารถคำนวณได้จาก

$$RCA = \frac{\text{สัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าเป้าหมายของไทย}}{\text{สัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าเป้าหมายของโลก}} \quad (2.1)$$

สามารถเขียนเป็นสูตรการคำนวณทางคณิตศาสตร์ ได้ดังนี้

$$RCA_{ij} = \frac{\frac{X_{ij}}{X_{tj}}}{\frac{X_{iw}}{X_{tw}}} \text{ or } \frac{X_{ij}}{X_{tj}} \times \frac{X_{tw}}{X_{iw}} \quad (2.2)$$

โดยที่ RCA_{ij} = ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศ j ในสินค้า i

X_{ij} = มูลค่าการส่งออกสินค้า i ของประเทศ j

X_{tj} = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ j

X_{iw} = มูลค่าการส่งออกสินค้า i ทั้งหมดของโลก

X_{tw} = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก

i = สินค้าเป้าหมายที่กำลังพิจารณา

j = ประเทศที่กำลังพิจารณา

ค่าความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏที่ได้จะนำไปเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของโลก ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1 ดังนั้นจึงสามารถอธิบายผลการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่า $RCA_{ij} > 1$ หมายถึง สัดส่วนการส่งออกของสินค้า i ของประเทศ j ต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศ j มากกว่า สัดส่วนการส่งออกของสินค้านั้นๆ ในตลาดโลกต่อการส่งออกทั้งหมดของโลก หรือ ประเทศ j มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกสินค้า i ในตลาดโลก

ค่า $RCA_{ij} < 1$ หมายถึง ประเทศ j เสียเปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกสินค้า i ในตลาดโลก (Noodaeng, 2017)

ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) มาใช้ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไปตลาดจีน โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งคือ ประเทศเวียดนาม และ ประเทศมาเลเซีย เนื่องด้วย RCA เป็นการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันเป็นรายปี โดยสามารถอธิบายได้ว่า ประเทศที่ผู้วิจัยทำการศึกษามีความได้เปรียบในการแข่งขัน หรือเสียเปรียบในการแข่งขัน

2.2.2 ทฤษฎีพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Dynamic Revealed Comparative Advantage : DRCA)

พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเป็นทฤษฎีที่ถูกพัฒนาจากความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ RCA ของ (Balassa, 1965) โดยทำการหาผลต่างของทั้งหมด (Total Different) เพื่อที่จะวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงค่า RCA ว่ามาจากสัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าเป้าหมายของไทย หรือสัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าเป้าหมายของโลก (Gunes and Tan, 2017) ซึ่งสามารถคำนวณได้จาก

$$\frac{\Delta RCA_{ij}}{RCA_{ij}} = \frac{\Delta \left\{ \frac{X_{ij}}{X_{tj}} \right\}}{\left\{ \frac{X_{ij}}{X_{tj}} \right\}} - \frac{\Delta \left\{ \frac{X_{iw}}{X_{tw}} \right\}}{\left\{ \frac{X_{iw}}{X_{tw}} \right\}} \quad (2.3)$$

โดยที่ $\Delta \frac{RCA_{ij}}{RCA_{ij}} =$ พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศ j

ในสินค้า i

$RCA_{ij} =$ ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศ j ในสินค้า i

$X_{ij} =$ มูลค่าการส่งออกสินค้า i ของประเทศ j

$X_{jt} =$ มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ j

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

X_{iw}	=	มูลค่าการส่งออกสินค้า i ทั้งหมดของโลก
X_{iw}	=	มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก
i	=	สินค้าเป้าหมายที่กำลังพิจารณา
j	=	ประเทศที่กำลังพิจารณา

เมื่อทำการคำนวณพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในสมการที่ (2.3) ทำให้ทราบถึงสถานการณ์การส่งออกของตลาดแบ่งได้เป็น 6 สถานการณ์ ดังนี้

ตารางที่ 2.1 นิยามสถานการณ์ทางการตลาดส่งออกโดยวิธีพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของ RCA	แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของ			นิยาม
	การส่งออกของประเทศผู้ส่งออก		การนำเข้าของประเทศผู้นำเข้า	
เพิ่มขึ้น	↑ ↑ ↓	>	↑ ↓	ดาวรุ่งพุ่งแรง สวนกระแส ตั้งรับปรับตัว
ลดลง	↑ ↓ ↓	<	↑ ↑ ↓	คว่ำไม่ทัน เสียโอกาส ถอยนำ

ที่มา: อัครพงษ์ อันทอง และอริยา เผ่าเครื่อง, 2553

จากตารางที่ 2.1 สามารถอธิบายสถานการณ์ส่งออกด้วยวิธีพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏได้ 2 วิธี (Kurniawan, 2016) คือ

1.1 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของ RCA เพิ่มขึ้น (ความได้เปรียบในการส่งออกเพิ่มขึ้น)

1.1.1 ดาวรุ่งพุ่งแรง คือ สถานการณ์การนำเข้าของประเทศผู้นำเข้า (ประเทศจีน) โดยรวมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและการส่งออกของประเทศผู้ส่งออก (ประเทศไทย ; ประเทศเวียดนาม ; ประเทศมาเลเซีย) ส่งออกได้รวดเร็วกว่า (มากกว่า) ประเทศผู้นำเข้า (ประเทศจีน)

1.1.2 สวนกระแส คือ สถานการณ์ที่ประเทศผู้ส่งออก (ประเทศไทย ; ประเทศเวียดนาม ; ประเทศมาเลเซีย) มีแนวโน้มในการส่งออกเพิ่มขึ้น ในขณะที่เดียวกันประเทศผู้นำเข้า

(ประเทศจีน) มีอัตราการขยายตัวของการนำเข้าลดลง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1.3 ตั้งรับปรับตัว คือ สถานการณ์ที่ประเทศผู้ส่งออก (ประเทศไทย ; ประเทศเวียดนาม ; ประเทศมาเลเซีย) มีแนวโน้มในการส่งออกลดลงช้ากว่า (น้อยกว่า) การลดลงของการนำเข้าของประเทศผู้นำเข้า (ประเทศจีน)

1.2 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของ RCA ลดลง (ความได้เปรียบในการส่งออกลดลง)

1.2.1 คว่าไม่ทัน คือ สถานการณ์การนำเข้าของประเทศผู้นำเข้า (ประเทศจีน) โดยรวมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และ ประเทศผู้ส่งออก (ประเทศไทย ; ประเทศเวียดนาม ; ประเทศมาเลเซีย) มีแนวโน้มส่งออกเพิ่มขึ้น แต่ความสามารถในการส่งออกของประเทศผู้ส่งออก (ประเทศไทย ; ประเทศเวียดนาม ; ประเทศมาเลเซีย) กลับขยายตัวต่ำกว่า (น้อยกว่า) อัตราการขยายตัวของการนำเข้าของประเทศผู้นำเข้า (ประเทศจีน)

1.2.2 เสียโอกาส คือ สถานการณ์การนำเข้าของประเทศผู้นำเข้า (ประเทศจีน) มีการขยายการนำเข้า แต่ประเทศผู้ส่งออก (ประเทศไทย ; ประเทศเวียดนาม ; ประเทศมาเลเซีย) กลับมีความสามารถในการส่งออกลดลง ทำให้ความได้เปรียบทางการส่งออกของประเทศผู้ส่งออกลดลง (ประเทศไทย ; ประเทศเวียดนาม ; ประเทศมาเลเซีย)

1.2.3 ถอยนำ คือ สถานการณ์การนำเข้าของประเทศผู้นำเข้า (ประเทศจีน) และ ประเทศผู้ส่งออก (ประเทศไทย ; ประเทศเวียดนาม ; ประเทศมาเลเซีย) ต่างก็มีแนวโน้มลดลง และ ประเทศผู้ส่งออกลดลง (ประเทศไทย ; ประเทศเวียดนาม ; ประเทศมาเลเซีย) มีความสามารถในการส่งออกลดลงเร็วกว่า (มากกว่า) การลดลงของการนำเข้าของประเทศผู้นำเข้า (ประเทศจีน)

สำหรับสถานการณ์ DRCA ที่มีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของ RCA เพิ่มขึ้น เกิดจากปี พ.ศ.2562 เป็นปีที่มีการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งเป็นการระบาดทั่วโลก ทำให้ห่วงโซ่อุปทานขาด ทำให้สินค้าส่งออกต่างๆ ชะลอลง ทำให้ช่วงนั้นเกิดสถานการณ์สวนกระแส คือสถานการณ์ที่ประเทศผู้ส่งออก (ประเทศเวียดนาม ; ประเทศมาเลเซีย) มีแนวโน้มในการส่งออกเพิ่มขึ้น ในขณะที่เดียวกันประเทศผู้นำเข้า (ประเทศจีน) มีอัตราการขยายตัวของการนำเข้าลดลง โดยที่หลายประเทศพร้อมในการส่งออกทุกรายตามฤดูกาล ขณะที่ประเทศจีนนั้นได้มีการปิดประเทศ ทำให้รายได้ของประเทศผู้ส่งออกนั้นน้อยลง ในขณะที่เดียวกันที่สถานการณ์ของประเทศจีนเริ่มกลับมาปกติแล้วพบว่าประเทศไทยยังอยู่ในสถานการณ์ดาวรุ่งพุ่งแรง คือ สถานการณ์การนำเข้าของประเทศผู้นำเข้า (ประเทศจีน) โดยรวมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและการส่งออกของประเทศผู้ส่งออก (ประเทศไทย) ส่งออกได้มากขึ้น โดยมีกลุ่มเกษตรกรเปิดเผยว่า ยอดขายทุเรียนไทยไปตลาดต่างประเทศยังไม่ได้รับผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (โควิด-19)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เนื่องจากความต้องการจากจีนที่เพิ่มสูงขึ้นรวมถึงอาลีบาบา กรุ๊ป อีคอมเมิร์ซของจีนได้ร่วมมือกับรัฐบาลไทย มีการขายทุเรียนไทยผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซของจีน ทำให้ประเทศไทยมียอดการขายที่เพิ่มขึ้น (สำนักข่าวอินโฟเควสท์, 2563)

ในกรณี DRCA ที่มีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของ RCA ลดลง ยกตัวอย่างเช่น ประเทศอินโดนีเซียมีการส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนปี พ.ศ.2559 ; พ.ศ.2561 และ พ.ศ.2562 ซึ่งปีดังกล่าวประเทศอินโดนีเซียอยู่ในสถานการณ์ถอยนำ คือ สถานการณ์การนำเข้าของประเทศผู้นำเข้า (ประเทศจีน) และประเทศผู้ส่งออก (ประเทศอินโดนีเซีย) ต่างก็มีแนวโน้มลดลง เนื่องจากประเทศอินโดนีเซียมีความแปรปรวนของผลผลิตค่อนข้างสูง และคุณภาพทุเรียนไม่ได้เป็นไปตามความต้องการของตลาด ทำให้ประเทศอินโดนีเซียอยู่ในสถานการณ์ดังกล่าว (สมพร อิศวิลานนท์, 2562)

ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (DRCA) มาใช้ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไปตลาดจีน โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง คือ ประเทศเวียดนาม และ ประเทศมาเลเซีย เนื่องด้วย DRCA ได้มีการอธิบายเพิ่มเติมว่าช่วงเวลานั้น ประเทศที่ศึกษาอยู่ในสถานการณ์ใด ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 สถานการณ์ คือ ดาวรุ่งพุ่งแรง สวนกระแส ตั้งรับปรับตัว คว้าไม่ทัน เสียโอกาส และถอยนำ อีกทั้ง DRCA เป็นสูตรที่พัฒนามาจากความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ที่อธิบายได้แก่ความได้เปรียบในการแข่งขัน หรือเสียเปรียบในการแข่งขัน

2.3 ทฤษฎีสวนแบ่งทางการตลาด

ส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share : MS) เกิดขึ้นจากความสามารถในขายสินค้าหนึ่งในตลาดแห่งหนึ่ง ซึ่งการวิเคราะห์ส่วนแบ่งทางการตลาด คำนึงถึงสัดส่วนปริมาณสินค้าที่ผู้ผลิตขายได้ในตลาดแห่งหนึ่ง ถ้าสัดส่วนปริมาณสินค้าอย่างหนึ่งในตลาดนั้นสูง แสดงว่า ผู้ผลิตมีความสามารถในการครองส่วนแบ่งทางการตลาดแห่งนั้นสูง สาเหตุมาจากปัจจัยหลายประการ เช่น ราคาสินค้า คุณภาพสินค้า ระยะเวลาในการส่ง เป็นต้น ส่วนหนึ่งของการได้มาซึ่งส่วนแบ่งทางการตลาด คือ ความได้เปรียบจากการมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าประเทศอื่น ความได้เปรียบในลักษณะนี้ คือ ความได้เปรียบโดยสัมบูรณ์ (Absolute Advantage) (ประภาพร พรหมเมตจิต, 2551) ดังนั้นส่วนแบ่งทางการตลาดจึงสะท้อนความได้เปรียบโดยสัมบูรณ์ไม่ใช่ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ในทางกลับกันถ้าสัดส่วนปริมาณสินค้าอย่างหนึ่งในตลาด

นั่นต่ำ แสดงว่า ผู้ผลิตมีความสามารถในการครองส่วนแบ่งทางการตลาดแห่งนั้นต่ำ โดยส่วนแบ่งทางการตลาด มีสูตรการคำนวณดังนี้ (เสาวนีย์ รอดหยุด. 2559)

$$MS_{ij} = \left(\frac{X_{ij}}{X_{iw}} \right) \times 100 \quad (2.4)$$

โดยที่ MS_{ij} = ส่วนแบ่งทางการตลาดสินค้า i ของประเทศ j
 X_{ij} = มูลค่าการส่งออกสินค้า i ของประเทศ j
 X_{iw} = มูลค่าการส่งออกสินค้า i ทั้งหมดของโลก

ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีส่วแบ่งทางการตลาด (MS) มาใช้ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไปตลาดจีน โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง คือ ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย เนื่องด้วย MS เป็นการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันเป็นรายปี โดยสามารถอธิบายได้ว่า ประเทศที่ผู้วิจัยทำการศึกษามีความสามารถในการครองส่วนแบ่งทางการตลาดมากน้อยแค่ไหน ซึ่งข้อมูล MS ที่ได้จะอยู่ในรูปแบบของเปอร์เซ็นต์

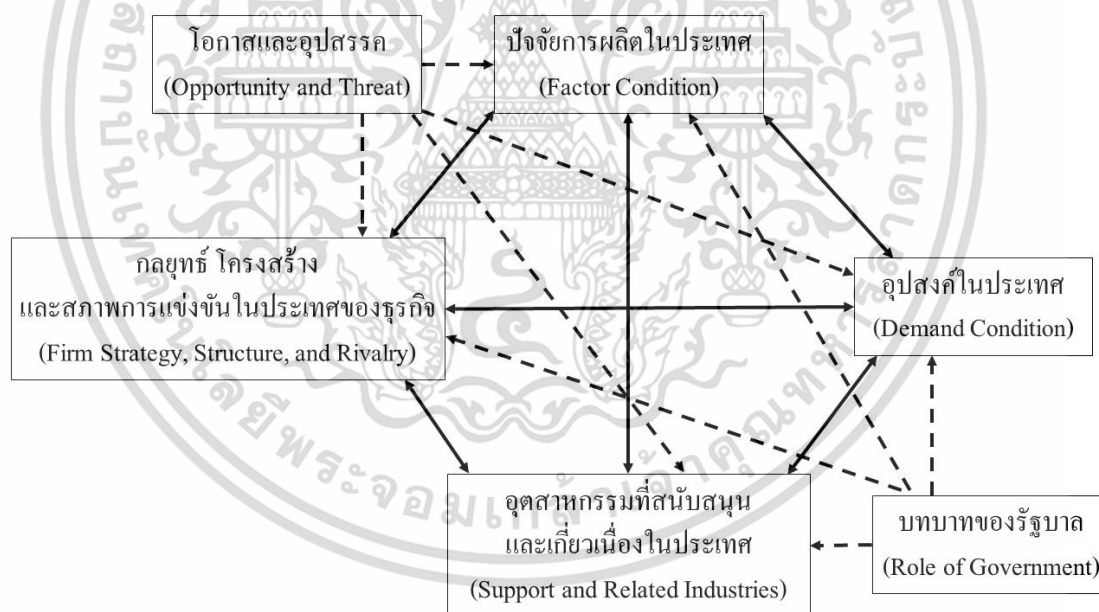
2.3.1 ทฤษฎีส่วแบ่งทางการตลาดคงที่ (Constant Market Share : CMS)

ส่วนแบ่งทางการตลาดคงที่ (Constant Market Share : CMS) เป็นทฤษฎีที่พิจารณาถึงทุกประเทศที่มีการส่งออกสินค้าไปยังตลาดเดียวกัน จะมีส่วนแบ่งทางการตลาดของตนเองคงที่ ซึ่งประเทศผู้นำเข้าจะมีการซื้อจากแต่ละประเทศในสัดส่วนที่เท่าเทียมกัน (เสาวนีย์ บุญประดับ. 2552) ส่วนแบ่งทางการตลาดคงที่ CMS จะช่วยในการอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงการส่งออกว่ามีสาเหตุมาจากอะไรบ้าง โดยมีการวัดอยู่ 4 วิธี คือ 1.ผลของการขยายตัวของตลาดโลก (World Trade Effect) 2.ชนิดของการส่งออกอาจเป็นประเภทที่มีการขยายตัวต่ำกว่าอัตราการขยายตัวการส่งออกของโลกโดยเฉลี่ย (Commodity – Composition Effect) 3.ทิศทางการส่งออกได้มุ่งไปยังตลาดที่มีการขยายตัวต่ำกว่าการขยายตัวการส่งออกของโลกโดยเฉลี่ย (Market – Distribution Effect) และ 4.มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นต่ำกว่าที่ควรจะเป็น (Competitiveness Effect) (สุพินดา วัฒนรัตน์. 2539)

ส่วนแบ่งทางการตลาดคงที่ (CMS) เป็นเครื่องมือที่เหมาะสมสำหรับงานวิจัยที่ใช้ในการเปรียบเทียบกับสินค้าหลายชนิด ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกใช้เครื่องมือส่วนแบ่งทางการตลาด (MS) เพราะงานวิจัยได้ศึกษาสินค้าเพียงชนิดเดียว (ทุเรียน) จึงเหมาะแก่การใช้รูปแบบการหาส่วนแบ่งทางการตลาด (MS)

2.4 ทฤษฎีแบบจำลองเพชร

Porter (1990) ได้มีการเขียนหนังสือเรื่อง The Competitive Advantage of Nations โดยกล่าวว่า ปัจจัยที่กำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ มีอยู่ 4 ปัจจัยสำคัญที่สามารถเปลี่ยนสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน คือ 1.ปัจจัยการผลิตในประเทศ (Factor Condition) 2.อุปสงค์ในประเทศ (Demand Condition) 3.อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ (Relate and Supporting Industries) 4.กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของธุรกิจ (Firm Strategy, Structure, and Rivalry) ซึ่งทั้ง 4 ปัจจัยมีความสัมพันธ์กันแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ซึ่งสามารถวิเคราะห์ถึงศักยภาพการแข่งขันประเทศหนึ่งมีมากกว่าอีกประเทศหนึ่ง หรือเป็นการวิเคราะห์ถึงศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการหนึ่งมีมากกว่าผู้ประกอบการรายอื่น นอกจากนี้ยังมีอีก 2 ปัจจัย คือ บทบาทของรัฐบาล (Role of Government) โอกาสและอุปสรรค (Opportunity and Threat) จะเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบทางบวก ปัจจัยที่ส่งผลกระทบทางลบ ต่อความสามารถในการแข่งขัน (ทัศนันทน์ พิทักษ์เสถียร, 2560)



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองเพชร (Diamond Model)

ที่มา: Porter (1990)

ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีแบบจำลองเพชร (Diamond Model) มาใช้ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไปตลาดจีน เนื่องด้วยแบบจำลองเพชร เป็นการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพ รวมทั้งสามารถใช้ในการหาเหตุผลมาสนับสนุนสถานการณ์การส่งออกของ DRCA

2.5 สถานการณ์การส่งออกทุเรียนของประเทศไทย และประเทศคู่แข่ง

ทุเรียนมีถิ่นกำเนิดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีแหล่งผลิตทุเรียนที่สำคัญ คือ ประเทศไทย ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศมาเลเซีย ประเทศเวียดนาม และประเทศฟิลิปปินส์ ซึ่งแต่ละประเทศมีสายพันธุ์ที่ปลูกจำนวนมาก แต่เป็นที่นิยมทางการค้ามีไม่กี่สายพันธุ์ ซึ่งประเทศไทยสายพันธุ์ทุเรียนที่เป็นที่นิยมในทางการค้า ได้แก่ พันธุ์หมอนทอง พันธุ์ชะนี พันธุ์ก้านยาว และพันธุ์กระดุม (ปิติ ศรีแสงนาม. 2561) ส่วนประเทศเวียดนามสายพันธุ์ทุเรียนส่งออก ได้แก่ พันธุ์ Sau Rieng Ri6 พันธุ์ Sau Rieng Chin Hoa พันธุ์ Sau Rieng Bi พันธุ์ Sau Rieng Cuon Bo Co'm Sa'u พันธุ์ Sau Rieng Hat Lep Tieng Giang พันธุ์ Sau Rieng Kho Qua Xanh และ พันธุ์ Dona รวมถึงพันธุ์หมอนทอง และพันธุ์ชะนีของประเทศไทยที่นำไปปลูกในประเทศเวียดนาม (Lindsay. 2012) ประเทศมาเลเซียสายพันธุ์ทุเรียนทางการค้า ได้แก่ พันธุ์มูซังคิง (Musang King: D197) พันธุ์มูซังควีน (Musang Queen D160) พันธุ์สุลต่าน (Sultan D24) พันธุ์ Hajah Hasmah (D168) พันธุ์ Ochee (D200) พันธุ์ Kop Kecil (D99) (Harvests. 2019)

ปี พ.ศ. 2559 พื้นที่เพาะปลูกทุเรียนจากประเทศผู้ผลิตที่สำคัญ มีอยู่ 5 ประเทศ หลักๆ ได้แก่ ประเทศไทย ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศมาเลเซีย ประเทศเวียดนาม และประเทศฟิลิปปินส์ พบว่า ประเทศไทยมีพื้นที่เพาะปลูกรวมกันประมาณ 621,689 ไร่ รองลงมา ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย มีพื้นที่ปลูกอยู่ที่ 382,787 ไร่ ส่วนใหญ่จะเน้นบริโภคภายในประเทศ ขณะเดียวกันประเทศมาเลเซียมีพื้นที่ปลูกให้ผลผลิตแล้ว 319,053 ไร่ หรือมีพื้นที่ปลูกน้อยกว่าประเทศไทยครึ่งหนึ่ง แต่มีสายพันธุ์ระดับ Premium Grade คือ มูซังคิง “ราชาแห่งทุเรียน” ราคาสูงกว่าพันธุ์หมอนทองมาก ตกกิโลกรัมละ 300-400 บาท ส่วนประเทศเวียดนามมีพื้นที่ปลูก 168,759 ไร่ ซึ่งปลูกทุเรียนทางตอนใต้ในสามเหลี่ยมปากแม่น้ำโขงมีผลผลิต 259,436 ตัน และฟิลิปปินส์มีพื้นที่ปลูกเพียง 103,856 ไร่ (ทวิศักดิ์ เกิดโสภา และนัฐพล ไก่แก้ว. 2561)

ตารางที่ 2.2 ผลผลิตทุเรียนจากประเทศผู้ผลิตที่สำคัญในระหว่างปี พ.ศ.2556 - พ.ศ.2560

หน่วย : ตัน						
ปี	ไทย	อินโดนีเซีย	มาเลเซีย	เวียดนาม	ฟิลิปปินส์	รวม
พ.ศ.2556	569,313	759,060	373,082	259,436	91,212	2,052,103
พ.ศ.2557	631,773	859,120	351,518	278,802	80,334	2,201,547
พ.ศ.2558	601,017	995,730	368,271	265,901	87,382	2,318,301
พ.ศ.2559	512,451	735,420	302,646	253,000	71,444	1,874,961
พ.ศ.2560	661,603	795,210	340,812	336,900	80,390	2,214,915
เฉลี่ย						
	595,231	828,908	347,266	278,808	82,152	2,132,365
%						
	28	39	16	13	4	100

ที่มา: สมพร อิศวิลานนท์. 2562

เมื่อพิจารณาถึงผลผลิตทุเรียนจากประเทศผู้ผลิตที่สำคัญมีอยู่ 5 ประเทศ หลักๆ ได้แก่ ประเทศไทย ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศมาเลเซีย ประเทศเวียดนาม และประเทศฟิลิปปินส์ ในระหว่างปี พ.ศ.2556 - พ.ศ.2560 มีผลผลิตเฉลี่ยโดยรวม 2,132,365 ตัน เมื่อทำการเทียบเป็นเปอร์เซ็นต์ พบว่า ประเทศอินโดนีเซียผลิตทุเรียนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 39 รองลงมา คือ ประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย ประเทศเวียดนาม และประเทศฟิลิปปินส์ คิดเป็นร้อยละ 28 ; ร้อยละ 16 ; ร้อยละ 13 และ ร้อยละ 4 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาถึงการส่งออกทุเรียนไปยังตลาดจีน โดยใช้ข้อมูลจากสถิติฐานข้อมูลทางการค้าระหว่างประเทศของสหประชาชาติ The United Nations Commodity Trade Statistic Database ตามพิกัดอัตราศุลกากรในรูปแบบระบบ Harmonized System Code (HS Code) ซึ่งมีรหัสทุเรียน คือ HS : 081060 พบว่า มีเพียง 3 ประเทศ ที่มีการส่งออกในระหว่างปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2563 ได้แก่ ประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย สาเหตุที่ประเทศอินโดนีเซียไม่พบในฐานข้อมูลการส่งออก เพราะว่า คุณภาพทุเรียนไม่ได้เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค ขณะที่ประเทศฟิลิปปินส์มีผลผลิตที่น้อยและคุณภาพของทุเรียนไม่สามารถแข่งขันในตลาดส่งออกได้ ทำให้ผลผลิตทุเรียนประเทศอินโดนีเซียและประเทศฟิลิปปินส์เป็นการผลิตเพื่อบริโภคภายในประเทศ (สมพร อิศวิลานนท์. 2562)

ด้านตลาดส่งออกทุเรียน ในปี พ.ศ.2560 - พ.ศ.2562 ประเทศไทยส่งออกทุเรียนเป็นจำนวน 135,708 ; จำนวน 200,931 และ จำนวน 344,038 ตัน ซึ่งมีแนวโน้มในการส่งออกทุเรียนไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยังประเทศจีนมากขึ้น ในขณะที่ประเทศเวียดนามและประเทศมาเลเซียมีแนวโน้มที่ลดลง เนื่องจากได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้การส่งออกของประเทศคู่แข่งชะลอลง ขณะที่ประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เนื่องจากได้มีการบริหารจัดการในการขนส่งทุเรียนโดยไม่ต้องมีการกักตัว 14 วัน ซึ่งบริษัทส่งออกของประเทศไทยได้มีการติดต่อกับคนที่เกี่ยวข้องในประเทศนั้น จึงใช้ระยะเวลาในการขนส่งเท่าเดิม

ตารางที่ 2.3 ข้อมูลการส่งออกทุเรียนประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย ไปยังประเทศจีน

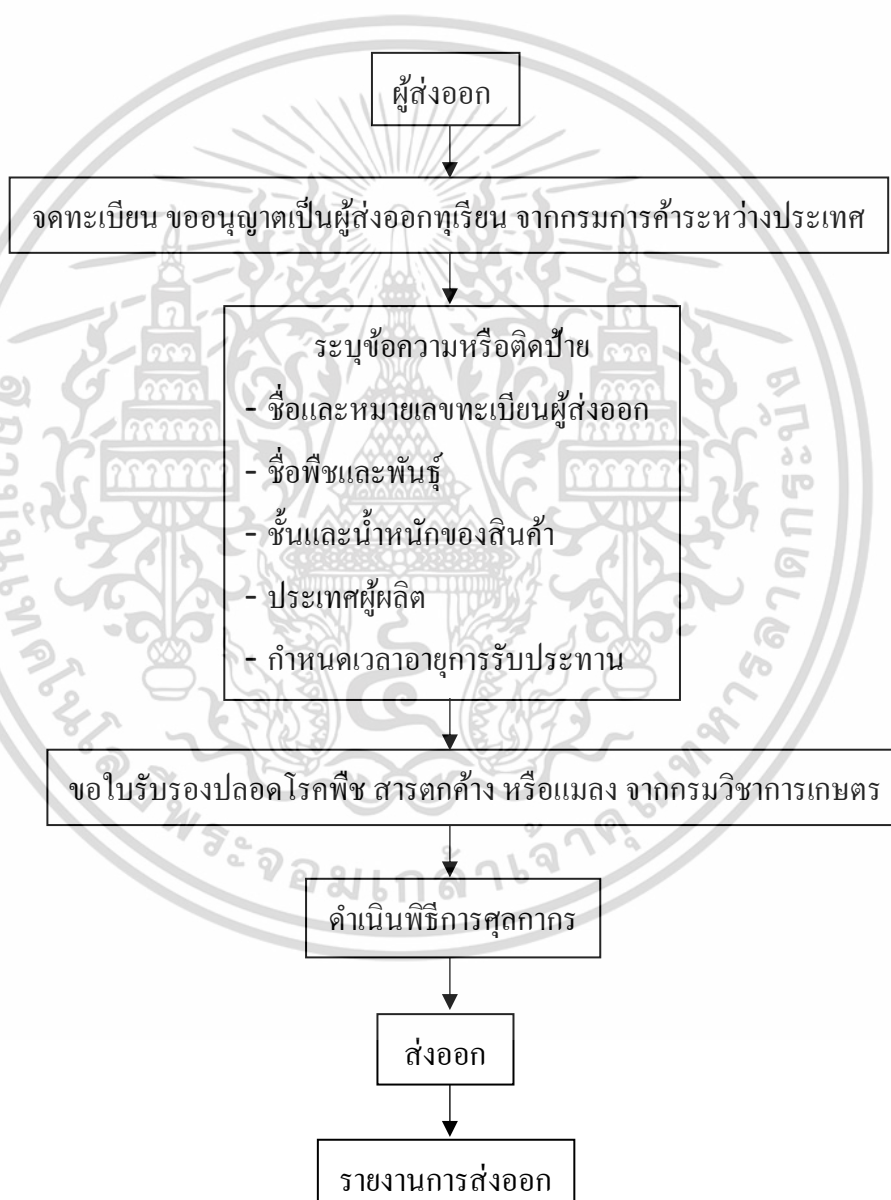
ประเทศ	หน่วย : ตัน, ล้านบาท					
	พ.ศ.2560		พ.ศ.2561		พ.ศ.2562	
	ปริมาณ	ราคา	ปริมาณ	ราคา	ปริมาณ	ราคา
ไทย	135,708	7,378	200,931	13,517	344,038	26,378
เวียดนาม	135,980	10,359	100,902	8,605	63,225	4,838
มาเลเซีย	74	30	236	76	40	9

ที่มา: UN Comtrade. 2020

2.5.1 ขั้นตอนการส่งออกทุเรียน

ศูนย์บริการข้อมูลธุรกิจไทยในจีน (2561) กล่าวถึง ขั้นตอนการส่งออกทุเรียน เริ่มจากผู้ส่งออกต้องดำเนินการเรื่องขออนุญาตเป็นผู้ส่งออกสินค้ากับกรมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อให้ได้บัตรประจำตัวผู้ส่งออกไว้ใช้ในการออกหนังสือรับรองและใบอนุญาตต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนการส่งออกจากประเทศไทย โดยผู้ส่งออกยื่นคำขอจะต้องเป็นนิติบุคคล (บริษัท/ห้างหุ้นส่วนจำกัด) ที่มีการจดทะเบียนผู้เสียภาษีมูลค่าเพิ่ม (มีใบ ภ.พ.20) เมื่อได้ใบอนุญาตเป็นผู้ส่งออกสินค้าไทยแล้ว ผู้ส่งออกทุเรียนต้องระบุข้อความลงบนภาชนะบรรจุ ประกอบด้วย ชื่อหมายเลขทะเบียนผู้ส่งออก ชื่อทุเรียน ชั้นและน้ำหนักสินค้า ประเทศผู้ผลิต ตามประกาศของกรมวิชาการเกษตร พร้อมทั้งยื่นเอกสารใบรับรองปลอดโรคพืชจากกรมวิชาการเกษตร จากนั้นเตรียมเอกสารสำหรับการนำเข้าประเทศไทย เนื่องจากกฎระเบียบการนำเข้าของประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ผู้ส่งออกจำเป็นต้องติดตามกฎระเบียบการนำเข้าผลไม้ของทางการจีนอย่างใกล้ชิด หลังจากนั้นผู้ส่งออกต้องดำเนินการศุลกากรจากกรมศุลกากรส่งออกสินค้าจากไทย โดยเตรียมเอกสารที่สำคัญ เช่น เอกสารใบขนส่งสินค้าขาออก (กศก.101) เอกสารใบราคาสินค้า Invoice (ตามจำนวนของใบขนขาออกที่ยื่นทั้งหมด) เอกสาร Packing list แสดงรายละเอียดการบรรจุหีบห่อ และเอกสารเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อื่นๆ ตามที่กรมศุลกากรกำหนด โดยขั้นตอนพิธีการศุลกากรมีการเตรียมเอกสารค่อนข้างมาก ผู้ส่งออกส่วนใหญ่เลือกใช้บริการของบริษัทชิปปิ้งที่มีบัตรผ่านศุลกากรเพื่อดำเนินการผ่านพิธีการศุลกากรส่งออกแทนในนามของบริษัท โดยสามารถเลือกบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือได้จากรายชื่อในเว็บไซต์สมาคมชิปปิ้งแห่งประเทศไทย www.ctat.or.th หลังจากทำการส่งออกเรียบร้อยแล้ว ผู้ส่งออกต้องรายงานการส่งออกที่ศูนย์ผลักดันสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออก (กรมวิชาการเกษตร) ทราบภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันที่ทำการส่งออกแต่ละครั้ง ซึ่งขั้นตอนการส่งออกแสดงดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 ขั้นตอนการส่งออกทุเรียน

ที่มา: ศูนย์บริการข้อมูลธุรกิจไทยในจีน, 2561

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.2 การส่งออกผลไม้ของประเทศไทย

การส่งออกผลไม้ของประเทศไทยไปทั่วโลก 5 อันดับแรกในปี พ.ศ.2564 ได้แก่ ทูเรียน ลำไย มังคุด มะพร้าว และมะม่วง มีปริมาณส่งออกจำนวน 925,855 ; จำนวน 801,284 ; จำนวน 256,317 ; จำนวน 388,388 และ จำนวน 149,151 ตัน คิดเป็นมูลค่า 119,160 ; มูลค่า 31,377 ; มูลค่า 17,094 ; มูลค่า 9,363 ; และ มูลค่า 5,997 ล้านบาท ตามลำดับ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2565) สำหรับตลาดส่งออกที่สำคัญ 5 อันดับแรกในปี พ.ศ.2564 ได้แก่ ประเทศจีน ฮองกง เวียดนาม สหรัฐอเมริกา และมาเลเซีย คิดเป็นมูลค่า 159,824 ; มูลค่า 8,650 ; มูลค่า 6,112 ; มูลค่า 3,217 และมูลค่า 3,006 ล้านบาท ตามลำดับ (ฐานเศรษฐกิจดิจิทัล. 2565 ก)

ผลไม้ไทยที่ประเทศจีนอนุญาตให้นำเข้ามีทั้งหมด 22 ชนิด ได้แก่ มะขาม น้อยหน่า มะละกอ มะเฟือง ฝรั่ง เงาะ ขนุน ลองกอง สับปะรด ละมุด กล้วยทุกชนิด เสาวรส มะพร้าว ส้มเขียวหวาน (*Citrus reticulata* ; Mandarin) ส้ม (*Citrus sinensis* ; Orange) ส้มโอ ลำไย ทูเรียน มะม่วง ลิ้นจี่ มังคุด ชมพู โดยผลไม้ทั้ง 22 ชนิด ประเทศไทยได้รับสิทธิพิเศษภานำเข้าร้อยละ 0 ตามข้อตกลง FTA จีน-อาเซียน (กรมวิชาการเกษตร. 2562)

ในปี พ.ศ.2563 ประเทศไทยส่งออกผลไม้ไปประเทศจีนมากที่สุด 4 อันดับแรก ได้แก่ ทูเรียน ลำไย มังคุด มะพร้าว มีปริมาณส่งออกจำนวน 444,444 ; จำนวน 373,584 ; จำนวน 229,292 และ จำนวน 90,510 ตัน คิดเป็นมูลค่า 1,509 ; มูลค่า 436 ; มูลค่า 375 และมูลค่า 60 ล้านบาท ตามลำดับ (UN Comtrade. 2020)

ทูเรียนเป็นผลไม้ที่ได้รับความนิยมและรู้จักทั่วโลกจนได้รับฉายาว่า “King of Fruits” โดยทูเรียนเป็นของบำรุงสุขภาพชั้นดี มีวิตามิน A ; วิตามิน B และ วิตามิน C เต็มไปด้วยโปรตีน และแร่ธาตุ คนจีนเชื่อว่าทูเรียนมีประโยชน์มากกว่าผลไม้อื่นๆ โดยเฉพาะคนกวางตุ้ง เชื่อว่าทูเรียนสามารถบำรุงร่างกายได้ “ทูเรียน 1 ลูก เท่ากับ กินไก่ 3 ตัว” บางคนบอกว่า ทูเรียนเป็นผลไม้บำรุงสำหรับคนหลังคลอด ช่วยฟื้นฟูพลังงานได้ดี ส่วนคุณผู้ชายมีคุณสมบัติบำรุงไต ช่วยเพิ่มสมรรถภาพทางเพศได้ อีกทั้งรสชาติทูเรียนหอม หวาน ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของชาวจีน (ศูนย์ข้อมูลประเทศจีน. 2559)

มังคุดเป็นผลไม้ที่ได้รับความนิยมและรู้จักทั่วโลกจนได้รับฉายาว่า “Queen of Fruits” เนื่องจากมังคุดอุดมไปด้วยสารอาหารมากมาย เช่น กรดอะมิโนหลายชนิด เส้นใยอาหาร วิตามิน และแร่ธาตุต่างๆ โดยสารอาหารเหล่านี้มีส่วนช่วยในการระบายความร้อนจากร่างกาย และช่วยส่งเสริมการทำงานของระบบย่อยอาหาร (ศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทย. 2563 ก)

ลำไยเป็นผลไม้ที่อุดมไปด้วยสารอาหารและมีรสชาติดี โดยสามารถนำมารับประทานได้หลากหลายรูปแบบทั้งสดและแปรรูป อีกทั้งยังสามารถใช้เป็นยาได้ เม็ดของลำไยมีสรรพคุณช่วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บำรุงหัวใจ บำรุงเลือด อีกทั้งผู้บริโภครชาวจีนเชื่อว่า ลำไย คือ ผลไม้ดวงตามังกร บริโภคแล้วจะโชคดี เจริญก้าวหน้า (ศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทย. 2563 ข)

ในส่วนมะพร้าว ผู้บริโภครชาวจีนชื่นชอบมะพร้าวน้ำหอมของประเทศไทย เนื่องจากมีรสหวาน อร่อย และยังมีกลิ่นหอม ต่างจากมะพร้าวท้องถิ่นของประเทศจีน และมะพร้าวนำเข้าจากประเทศอื่นๆ โดยผู้บริโภครชาวจีนเริ่มคุ้นเคยกับมะพร้าวน้ำหอมจากการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งส่วนใหญ่เมื่อได้ลิ้มลองก็รู้สึกติดใจในรสชาติ รวมถึงเนื้อสัมผัส จึงเป็นจุดเริ่มต้นและสร้างโอกาสของการเปิดตลาดมะพร้าวน้ำหอมของไทยในจีน ทั้งนี้ประเทศจีนเริ่มนำเข้าและทำตลาดมะพร้าวน้ำหอมของไทยตั้งแต่ปี พ.ศ.2559 ก่อนจะกลายเป็นที่รู้จักและนิยมบริโภคเป็นวงกว้าง (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. 2564)

สำหรับฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลไม้ไทยที่ส่งออกไปประเทศจีน 4 อันดับแรก พบว่า ทูเรียน ลำไย มะพร้าว มีผลผลิตตลอดทั้งปี ในส่วนของมังคุดไม่มีผลผลิตในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ สำหรับทูเรียนผลผลิตในฤดูจะอยู่ในช่วงกลางเดือนมีนาคมถึงปลายเดือนกันยายน ส่วนมังคุดผลผลิตในฤดูจะอยู่ในช่วงกลางเดือนเมษายนถึงปลายเดือนกันยายน ขณะเดียวกันผลผลิตลำไยในฤดูจะออกมาในช่วงเดือนกรกฎาคมถึงเดือนกันยายน แสดงดังภาพที่ 2.3

ลำดับ	ผลไม้	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
1	ทูเรียน	●	●	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○
2	มังคุด	* * *	* *	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○
3	ลำไย	●	●	●	●	●	●	○	○	○	○	○	○
4	มะพร้าว	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

หมายเหตุ: ○ คือ ผลไม้ในฤดู, ● คือ ผลไม้นอกฤดู, * คือ ไม่มีการผลิต

ภาพที่ 2.3 ฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลไม้ไทยส่งออกไปจีน 4 อันดับแรก

ที่มา: กรมวิชาการเกษตร. 2562

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นลินี ทองประเสริฐ และไหม่นภา พุฒพิมพ์ (2561) ศึกษาศักยภาพการแข่งขันของคลัสเตอร์อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป จังหวัดศรีสะเกษ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ วิชาศึกษานาดกลาง และขนาดย่อมที่รวมกลุ่มกันเป็นเครือข่าย โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยเป็นแบบจำลองเพชร

(Diamond Model) ประกอบด้วย ปัจจัยการผลิต ; ปัจจัยความต้องการของตลาด ; อุตสาหกรรมที่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยามให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกี่ยวข้องและสนับสนุน ; กลยุทธ์ขององค์กร โครงสร้างและการแข่งขัน ; ปัจจัยด้านรัฐบาล ; ปัจจัยด้านโอกาส ทำการกำหนดคะแนนประเมินที่ 4 ระดับ ผลการวิจัย พบว่า ภาพรวมศักยภาพการแข่งขันอุตสาหกรรมคลัสเตอร์เกษตรแปรรูปด้านปัจจัยการผลิตอยู่ในระดับค่อนข้างสูง 2.92 คะแนน เมื่อเทียบกับปัจจัยความต้องการของตลาด ; อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ; กลยุทธ์ขององค์กร โครงสร้างและการแข่งขัน ; ปัจจัยด้านรัฐบาล ; ปัจจัยด้านโอกาส คิดเป็น 3.23 ; 2.65 ; 2.98 ; 2.66 และ 2.85 คะแนนตามลำดับ

พรรณวดี เลิศคุมพลีพันธุ์ (2562) ศึกษาขีดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกมะม่วงของไทยโดยเปรียบเทียบกับประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศอินเดีย เป็นระยะเวลา 3 ปี เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2557 - พ.ศ.2559 เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index: RCA) และ แบบจำลองเพชร (Diamond Model) ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทย ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศอินเดีย มีค่า RCA น้อยกว่า 1 ทุกช่วงเวลาที่ศึกษา แสดงว่าทั้งสามประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกมะม่วงโดยรวม สำหรับแบบจำลองเพชร (Diamond Model) พบว่า ด้านการผลิตประเทศไทยมีความได้เปรียบด้านสภาพภูมิประเทศเหมาะแก่การเพาะปลูก ; ด้านอุปสงค์ กล่าวถึง แนวโน้มการบริโภคมะม่วงทั้งในและต่างประเทศมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น ; ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน พบว่า ปุ๋ย ยากำจัดศัตรูพืช วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ เช่น โฟม มีราคาสูงและจำเป็นต่อการส่งออก ; ด้านกลยุทธ์ พบว่า คู่แข่งมีน้อย ซึ่งแต่ละพื้นที่ผลผลิตจะออกมาไม่พร้อมกัน ทำให้มีผลผลิตตลอดทั้งปี ; ด้านรัฐบาล กล่าวถึง มาตรฐานของสินค้า โดยการส่งออกมะม่วงจะต้องได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล ; ด้านเหตุสุดวิสัย จะเป็นในเรื่องภัยจากธรรมชาติ ทำให้ได้ผลผลิตที่ไม่แน่นอน

รุ่งระวี วีระเวสส์ (2561) ศึกษารูปแบบการค้าและพฤติกรรมการส่งออกของประเทศไทยในตลาดเอเชียตะวันออก โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิเคราะห์รูปแบบทางการค้าของประเทศไทยกับประเทศจีน ประเทศญี่ปุ่น และประเทศเกาหลีใต้ รวมทั้งวิเคราะห์พฤติกรรมการส่งออกสินค้าจากประเทศไทยในตลาดจีน ตลาดญี่ปุ่น และตลาดเกาหลีใต้ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ แบบจำลองส่วนแบ่งทางการตลาดคงที่ (Constant Market Share : CMS) ผลการศึกษา พบว่า ประเทศไทยขาดดุลการค้าเมื่อเทียบกับประเทศจีน ประเทศญี่ปุ่น และประเทศเกาหลีใต้ โดยสินค้าที่ขาดดุล ได้แก่ เครื่องจักร (HS: 84) ; อุปกรณ์ไฟฟ้า (HS: 85) ; ยานยนต์ (HS: 87) ; เครื่องมือแพทย์ (HS: 90) และ เหล็กกล้า (HS: 72-73) สำหรับสินค้าที่ประเทศไทยเกินดุลการค้า ได้แก่ ยาง (HS: 40) ; น้ำตาล (HS: 17) และ สารแอลูมิเนียมออกไซด์ (HS: 35) ซึ่งการใช้เครื่องมือส่วนแบ่งทางการตลาดคงที่ ทำให้ได้ข้อมูลสินค้าที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันทนา รอดบุตร (2561) ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกมันสำปะหลังไทยไปตลาดจีน โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นปริมาณการส่งออกมันสำปะหลังของไทยไปจีน และปริมาณการส่งออกมันสำปะหลังของเวียดนามไปจีน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ 1.ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage Index: RCA) และ 2.วิเคราะห์ส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share: MS) โดยมีตัวแปรที่ใช้สำหรับการศึกษา คือ การส่งออกของไทยไปจีน และ การส่งออกของเวียดนามไปจีน ผลการวิจัย พบว่า ประเทศไทยและเวียดนามต่างก็มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในการส่งออกมันสำปะหลังไปยังตลาดจีน ค่า RCA จะแปรผกผันกับประเทศคู่แข่ง เมื่อทำการแปลค่าจะพบว่าแบ่งออกเป็น 3 ช่วง คือ ช่วงที่ 1 ปี พ.ศ.2553 - พ.ศ.2558 ประเทศไทยมีค่า $RCA >$ เวียดนาม แสดงว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกมันสำปะหลังไปยังตลาดจีน ช่วงที่ 2 ปี พ.ศ.2550 - พ.ศ.2552 เวียดนามมีค่า $RCA >$ ไทย เนื่องจากราคาส่งออกมันสำปะหลังของเวียดนามมีราคาต่ำกว่าไทยอีกทั้งการอ่อนค่าของเงินต้อง ทำให้ปีดังกล่าวเวียดนามมีความได้เปรียบ ช่วงที่ 3 ปี พ.ศ.2555 - พ.ศ.2558 เวียดนามมีค่า $RCA <$ ไทย เพราะเวียดนามมีผลผลิตน้อยลง จีนนำเข้ามันจากไทยเยอะขึ้นทางด้านส่วนแบ่งทางการตลาด พบว่า ประเทศไทยมีค่าส่วนแบ่งทางการตลาด (MS) ในการส่งออกมันสำปะหลังไปตลาดจีนมากกว่าประเทศเวียดนาม ปี พ.ศ.2547 - พ.ศ.2558 แสดงว่าประเทศไทยครองส่วนแบ่งทางการตลาดในการส่งออกมันสำปะหลังไปยังตลาดจีนมากกว่าประเทศเวียดนาม

ศิริขวัญ ศรีทองกุล (2559) ศึกษาความสามารถในการส่งออกยางพาราของไทยโดยใช้ทฤษฎีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและแบบจำลองเพชร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิตและการส่งออกยางพาราของไทย รวมทั้งวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน โดยศึกษาตั้งแต่ปี พ.ศ.2544 - พ.ศ.2558 สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index: RCA) และแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ผลการศึกษาพบว่า ประเทศอินโดนีเซียมีพื้นที่เพาะปลูกยางพารามากที่สุด รองลงมา คือ ประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และประเทศเวียดนาม ในด้าน RCA พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบแผ่นขางรมควัน กับน้ำยางข้น ประเทศอินโดนีเซียมีความได้เปรียบขางแท่ง และประเทศเวียดนามมีความได้เปรียบขางผสม ในส่วน Diamond Model พบว่า ประเทศไทยมีการแปรรูปจากขางรมควัน และน้ำยางข้น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม สำหรับขางแท่ง ประเทศไทยเสียเปรียบด้านคุณภาพและต้นทุนการผลิตสูงกว่าประเทศคู่แข่ง

เสาวนีย์ รอดหุ่ย (2559) ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกมังคุดไทยไปตลาดจีน โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นปริมาณการส่งออกมังคุดของประเทศไทยไปประเทศจีน และ

ปริมาณการส่งออกมั่งคุดของประเทศอินโดนีเซียไปประเทศจีน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ

- 1.ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage Index : RCA) และ
- 2.วิเคราะห์ส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share: MS) โดยมีตัวแปรที่ใช้สำหรับการศึกษา คือ การส่งออกของประเทศไทยไปประเทศจีน และการส่งออกของประเทศไทยไปประเทศจีน ผลการวิจัย พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ $RCA > 1$ ทุกช่วงเวลา ในขณะที่ประเทศอินโดนีเซีย ค่า $RCA > 1$ ในบางช่วงเวลา ทางด้านส่วนแบ่งทางการตลาด พบว่า ประเทศไทยมีความสามารถในการครองส่วนแบ่งทางการตลาดมากกว่าประเทศอินโดนีเซีย และมีแนวโน้มส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นในอนาคต ดังนั้นสรุปได้ว่า ในช่วงปี พ.ศ.2548 - พ.ศ.2557 ประเทศไทยมีศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันแล้วมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่มากกว่าประเทศคู่แข่งอย่างประเทศอินโดนีเซีย

Krisiukeniene and Pilinkiene (2020) ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในสหภาพยุโรป โดยมีวัตถุประสงค์ในการประเมินและเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของสหภาพยุโรป สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) และ พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Dynamic Revealed Comparative Advantage : DRCA) โดยศึกษา 28 ประเทศในสหภาพยุโรป ได้แก่ สหราชอาณาจักร ; อิตาลี ; โปแลนด์ ; ฝรั่งเศส ; ไชปรัส ; ลัตเวีย ; สาธารณรัฐเช็ก ; เนเธอร์แลนด์ ; เอสโตเนีย ; เยอรมนี ; สเปน ; กรีซ ; เดนมาร์ก ; โครเอเชีย ; ออสเตรีย ; มอลตา ; สวีเดน ; สโลวีเนีย ; สโลวาเกีย ; ลิทัวเนีย ; ไอร์แลนด์ ; โปรตุเกส ; เบลเยียม ; ลักเซมเบิร์ก ; ฟินแลนด์ ; บัลแกเรีย ; ฮังการี และ โรมาเนีย โดยใช้ข้อมูลจากฐานข้อมูล Eurostat ในปี พ.ศ.2547 - พ.ศ.2560 ผลการศึกษา พบว่า ประเทศในสหภาพยุโรปอาจได้รับการแข่งขันเนื่องจากผลกระทบจากโลกาภิวัตน์ และการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การเพิ่มขึ้นของดัชนีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (RCA) ที่เปิดเผยในช่วงปี พ.ศ.2547 - พ.ศ.2560 แสดงให้เห็นถึงความเชี่ยวชาญด้านการค้าระหว่างประเทศของสหภาพยุโรปที่เพิ่มขึ้นในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในส่วนพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (DRCA) พบว่า สหราชอาณาจักร ; ฝรั่งเศส ; โปแลนด์ ; สโลวาเกีย ; สโลวีเนีย และสเปน มีความได้เปรียบในการแข่งขันในภาคอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ แล้วอยู่ในตำแหน่ง “ดาวรุ่งพุ่งแรง” ขณะที่ประเทศอื่นๆ อยู่ในตำแหน่ง “เสียโอกาส”

Kurniawan (2016) ศึกษาพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการเกษตรอินโดนีเซียในอาเซียน โดยใช้เครื่องมือ (Dynamic Revealed Comparative Advantage Index :

DRCA) ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตรใน 5 ประเทศที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน ได้แก่ มาเลเซีย ไทย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม ผลจากการศึกษาพบว่าตลาดอาเซียนมีความสำคัญอย่างยิ่งในฐานะแหล่งส่งออกสินค้าเกษตรของอินโดนีเซีย เช่น สัตว์มีชีวิต, ัญชพืช ; ยาสูบ ; ผลิตภัณฑ์มันฝรั่ง และ โกโก้ อย่างไรก็ตามอินโดนีเซียประสบปัญหาการส่งออกสินค้าเกษตรในกลุ่มประเทศอาเซียนลดลง เนื่องจากมีคู่แข่งทางการค้าเพิ่มขึ้น จากการวิเคราะห์รายละเอียดในแต่ละประเทศปลายทางผลการศึกษพบว่า สินค้าอินโดนีเซียบางรายการยังคงมีความสามารถในการแข่งขันสูงในตลาดอาเซียน ในความเป็นจริงสินค้าเกษตรอินโดนีเซียจำนวนมากมีการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและถูกจัดอยู่ในประเภทสินค้าดาวรุ่งพุ่งแรง (RCA > 1 การส่งออกของประเทศผู้ส่งออกมากขึ้น และการนำเข้าของประเทศผู้นำเข้ามากขึ้น)

Rosiana, N. et.al. (2017) ศึกษาระดับความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของโลกผู้ผลิตกาแฟหลัก เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ DRCA และความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ RCA โดยผู้ผลิตกาแฟมีอยู่ 10 ประเทศ ได้แก่ บราซิล เวียดนาม กัมพูชา อินโดนีเซีย เอธิโอเปีย อินเดีย สอนคัวร์ส ยูกันดา กัวเตมาลา และ เปรู ผลการวิจัยทั้ง 10 ประเทศมีค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ RCA มากกว่าหนึ่ง ในช่วงปี พ.ศ.2555 - พ.ศ.2558 กัมพูชาเป็นประเทศที่มีอัตราการเติบโตสูงสุด เนื่องจากจำนวนการส่งออกที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนแบ่งทางการตลาด MS ลดลงในประเทศเวียดนาม เอธิโอเปีย อินเดีย สอนคัวร์ส กัวเตมาลา และเปรู ในขณะเดียวกันส่วนแบ่งทางการตลาด MS เพิ่มขึ้นเกิดขึ้นในประเทศบราซิล กัมพูชา อินโดนีเซีย และยูกันดา เมื่อมองถึงพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ DRCA พบว่าประเทศอินโดนีเซียอยู่ในตำแหน่งสวนกระแส (RCA > 1 การส่งออกของประเทศผู้ส่งออกมากขึ้น แต่การนำเข้าของประเทศผู้นำเข้าน้อยลง)

ตารางที่ 2.4 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแสดงถึงเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ชื่อผู้วิจัย (ปีที่ทำการศึกษา)	เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย				
	RCA	DRCA	MS	CMS	Diamond Model
นลินี ทองประเสริฐ และใหม่ณภา พุดพิมพ์ (2561)					✓
พรรณวดี เลิศลุมพลีพันธ์ (2562)	✓				✓
รุ่งระวี วีระวาสส์ (2561)				✓	
วันทนา รอดบุตร (2561)	✓		✓		
ศิริขวัญ ศรีทองกุล (2559)	✓				✓

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.4 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย (ปีที่ทำการศึกษา)	เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย				
	RCA	DRCA	MS	CMS	Diamond Model
เสาวนีย์ รอดหนู (2559)	✓		✓		
Krisiukeniene and Pilinkiene (2020)	✓	✓			
Kurniawan (2016)		✓			
Rosiana,N. et.al. (2017)	✓	✓	✓		

การใช้เครื่องมือ RCA DRCA MS และ Diamond Model พบว่า งานวิจัยหลายท่านได้ทำการเลือกใช้เครื่องมือดังกล่าวในการวิเคราะห์ ยกตัวอย่างเช่น งานวิจัยของ วันทนา รอดบุตร (2561) ใช้ RCA MS วัดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกมันสำปะหลังไทยไปตลาดจีน งานวิจัยของ เสาวนีย์ รอดหนู (2559) ใช้ RCA MS วัดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกมังคุดไทยไปตลาดจีนเทียบกับประเทศคู่แข่ง งานวิจัยของ พรรณวดี เลิศลุมพลีพันธุ์ (2562) ใช้ RCA Diamond Model วัดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกมะม่วงของไทยโดยเปรียบเทียบกับประเทศฟิลิปปินส์ และ ประเทศอินเดีย งานวิจัยของ ศิริขวัญ ศรีทองกุล (2559) ใช้ RCA Diamond Model วัดความสามารถในการส่งออกยางพาราของไทย งานวิจัยของ Krisiukeniene and Pilinkiene (2020) ใช้ RCA DRCA วัดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกของอุตสาหกรรมสักรั้วในสหภาพยุโรป งานวิจัยของ Rosiana,N. et.al. (2017) ใช้ RCA DRCA MS วัดความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของโลกผู้ผลิตกาแฟหลัก งานวิจัยของ Kurniawan (2016) ใช้ DRCA วัดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตรใน 5 ประเทศที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน ได้แก่ มาเลเซีย ไทย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ เวียดนาม และงานวิจัยของ นลินี ทองประเสริฐ และใหม่่นภา พุดพิมพ์ (2561) ใช้ Diamond Model ในการศึกษาถึงศักยภาพการแข่งขันของคลังเตอร้ออุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปจังหวัดศรีสะเกษ

งานวิจัยของ รุ่งระวี วีระเวสส์ (2561) ได้มีการใช้แบบจำลองส่วนแบ่งทางการตลาดคงที่ CMS เพื่อศึกษารูปแบบการค้าและพฤติกรรมทางการส่งออกของประเทศไทยในตลาดเอเชียตะวันออก ซึ่งเครื่องมือชนิดนี้ไม่เหมาะสมกับงานของผู้วิจัย เพราะผู้วิจัยไม่ได้วัดการส่งออกโดยภาพรวม ที่ใช้รหัส HS Code เพียง 2-4 digit

จากการเปรียบเทียบงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือที่เหมาะสมกับงานวิจัย ได้แก่ ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (DRCA) ส่วนแบ่งทางการตลาด (MS) และแบบจำลองเพชร (Diamond Model)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้มุ่งศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีน เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสม ผู้วิจัยได้มีการกำหนดวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

3.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีน เมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย โดยใช้เครื่องมือ ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ RCA พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ DRCA และส่วนแบ่งทางการตลาด ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ ดังต่อไปนี้

3.1.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลการส่งออกทุเรียน จากฐานข้อมูลทางการค้าระหว่างประเทศของสหประชาชาติ (The United Nations Commodity Trade Statistic Database : UN Comtrade) ตามพิกัดอัตราศุลกากรในรูปแบบระบบ Harmonized System Code (HS Code) โดยทุเรียนจะใช้รหัส HS : 081060 ซึ่งฐานข้อมูลประกอบด้วย การส่งออกทุเรียนของประเทศไทย และประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย ในขณะเดียวกันฐานข้อมูลการส่งออกทุเรียนของประเทศคู่แข่งที่สำคัญไปประเทศจีนมีอยู่อย่างจำกัด ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาการส่งออกทุเรียนเป็นระยะเวลา 10 ปี โดยเริ่มตั้งแต่ พ.ศ.2554 - พ.ศ.2563

3.1.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยทำการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีน โดยเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย โดยใช้เครื่องมือความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (DRCA) และส่วนแบ่งทางการตลาด (MS) ทำการศึกษาในปี พ.ศ.2554 – พ.ศ.2563

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.2.1 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA)

ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ RCA (Balassa, 1965) เป็นเครื่องมือที่นักเศรษฐศาสตร์นิยมใช้ในการวัดความได้เปรียบทางการค้าระหว่างประเทศ ใช้ในการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าระหว่างประเทศ โดยคำนวณจากการเปรียบเทียบสัดส่วนของสินค้าในการส่งออกของประเทศหนึ่ง เมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนของสินค้านั้นในตลาดโลก (วิไลวงศ์ โคตรโยธา, 2558) ซึ่งค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเมื่อคำนวณได้จะแสดงให้เห็นถึงทิศทางของการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการส่งออกของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งมีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$RCA = \frac{\text{สัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าเป้าหมายของไทย}}{\text{สัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าเป้าหมายของโลก}} \quad (3.1)$$

สามารถเขียนเป็นสูตรการคำนวณทางคณิตศาสตร์ ได้ดังนี้

$$RCA_{ij} = \frac{\left[\frac{X_{ij}}{X_{tj}} \right]}{\left[\frac{X_{iw}}{X_{tw}} \right]} \text{ or } \frac{X_{ij}}{X_{tj}} \times \frac{X_{tw}}{X_{iw}} \quad (3.2)$$

โดยที่ RCA_{ij} = ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศ j ในสินค้า i

X_{ij} = มูลค่าการส่งออกสินค้า i ของประเทศ j

X_{tj} = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ j

X_{iw} = มูลค่าการส่งออกสินค้า i ทั้งหมดของโลก

X_{tw} = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก

i = สินค้าเป้าหมายที่กำลังพิจารณา

j = ประเทศที่กำลังพิจารณา

ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) ที่ได้จะนำไปเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของโลกซึ่งมีค่าเท่ากับ 1 ดังนั้นจึงสามารถอธิบายผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ค่า $RCA_{ij} > 1$ หมายถึง สัดส่วนการส่งออกของสินค้า i ของประเทศ j ต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศ j มากกว่า สัดส่วนการส่งออกของสินค้านั้นๆ ในตลาดโลกต่อการส่งออกเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทั้งหมดของโลก หรือ ประเทศ j มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกสินค้า i ใน ตลาดโลก

ค่า $RCA_{ij} < 1$ หมายถึง ประเทศ j เสียเปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกสินค้า i ในตลาดโลก

3.1.2.2 พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Dynamic Revealed Comparative Advantage : DRCA)

พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ DRCA เป็นทฤษฎีที่ถูกพัฒนาจากความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ RCA ของ (Balassa, 1965) โดยทำการหาผลต่างของทั้งหมด (Total Different) เพื่อที่จะวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงค่า RCA ว่ามาจากสัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าเป้าหมายของไทย หรือสัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าเป้าหมายของโลก ซึ่งสามารถคำนวณได้จาก

$$\frac{\Delta RCA_{ij}}{RCA_{ij}} = \frac{\Delta \left\{ \frac{X_{ij}}{X_{tj}} \right\}}{\left\{ \frac{X_{ij}}{X_{tj}} \right\}} - \frac{\Delta \left\{ \frac{X_{iw}}{X_{tw}} \right\}}{\left\{ \frac{X_{iw}}{X_{tw}} \right\}} \quad (3.3)$$

โดยที่ $\Delta \frac{RCA_{ij}}{RCA_{ij}} =$ พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศ j ในสินค้า i

$RCA_{ij} =$ ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศ j ในสินค้า i

$X_{ij} =$ มูลค่าการส่งออกสินค้า i ของประเทศ j

$X_{tj} =$ มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ j

$X_{iw} =$ มูลค่าการส่งออกสินค้า i ทั้งหมดของโลก

$X_{tw} =$ มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก

$i =$ สินค้าเป้าหมายที่กำลังพิจารณา

$j =$ ประเทศที่กำลังพิจารณา

เมื่อทำการคำนวณพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (DRCA) ในสมการที่ (3.3) ทำให้ทราบถึงสถานการณ์การส่งออกของตลาดแบ่งได้เป็น 6 สถานการณ์ คือ ดาวรุ่ง พุ่งแรง สวนกระแสดิ่งรับปรับตัว คว่ำไม่ทัน เสียโอกาส ถอยนำ (Rosiana, N. et.al. 2017)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.2.3 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share : MS)

พิจารณาจากมูลค่าทุเรียนไทยไปจีน มูลค่าทุเรียนเวียดนามไปจีน มูลค่าทุเรียนมาเลเซียไปจีน และมูลค่าทุเรียนของโลกไปจีน ระหว่างปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2561 ที่ส่งผลต่อส่วนแบ่งทางการตลาด โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง มีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$MS_{ij} = \left(\frac{X_{ij}}{X_{iw}} \right) \times 100 \quad (3.4)$$

MS_{ij} = ส่วนแบ่งทางการตลาดสินค้า i ของประเทศ j

X_{ij} = มูลค่าการส่งออกสินค้า i ของประเทศ j

X_{iw} = มูลค่าการส่งออกสินค้า i ทั้งหมดของโลก

ส่วนแบ่งทางการตลาด ค่าที่ได้จะออกมาในรูปแบบเปอร์เซ็นต์ เมื่อทำการวิเคราะห์ผล ถ้าสัดส่วนปริมาณสินค้าอย่างหนึ่งในตลาดนั้นต่ำ แสดงว่า ผู้ผลิตมีความสามารถในการครองส่วนแบ่งทางการตลาดแห่งนั้นต่ำ ในทางกลับกันสัดส่วนปริมาณสินค้าอย่างหนึ่งในตลาดนั้นสูง แสดงว่าผู้ผลิตมีความสามารถในการครองส่วนแบ่งทางการตลาดแห่งนั้นสูง ซึ่งเกณฑ์ในการวัดว่าส่วนแบ่งทางการตลาดต่ำหรือสูง ผู้วิจัยจะทำการเปรียบเทียบกับ 3 ประเทศหลักๆ คือ ประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย

3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีน โดยใช้ความสามารถในการแข่งขันตาม “แบบจำลองเพชร” (Diamond Model) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังต่อไปนี้

3.2.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักของการวิจัยเชิงคุณภาพ มาจากตัวแทนในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการเกษตร กรมศุลกากร กรมวิชาการเกษตร สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ผู้ประกอบการ รวมจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมด 18 คน เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องกับการนำเข้าและส่งออกได้ดี โดยผู้วิจัยทำการเลือกหน่วยงานละ 3 คน เพื่อต้องการทราบถึงแนวโน้มของข้อมูลว่าเป็นไปในทิศทางใด โดยทำการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างตามทฤษฎีแบบจำลองเพชร เพื่อทราบถึงสถานการณ์การส่งออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ แบบสัมภาษณ์ จำนวน 18 ชุด โดยการเก็บแบบสัมภาษณ์ จากตัวแทนในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีขั้นตอนในการสร้างแบบสัมภาษณ์ดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องความสามารถในการแข่งขันของการส่งออก ทูเรียนไปตลาดจีนด้วยแบบจำลองเพชร เพื่อกำหนดแนวทางในการทำแบบสัมภาษณ์ให้สอดคล้อง กับทฤษฎี

2. สร้างแบบสัมภาษณ์ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และทฤษฎีแบบจำลองเพชร หลังจากนั้นนำแบบสัมภาษณ์เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์ให้ ถูกต้องเหมาะสม

3. นำแบบสัมภาษณ์ที่ได้รับการแก้ไขให้ถูกต้องไปตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยขอความอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่

3.1 รศ.ดร.สุณีพร สุวรรณมณีพงศ์

3.2 รศ.ดร.ปัญญา หมั่นเก็บ

3.3 ผศ.ดร.ดวงกมล ปานรศทิพ ธรรมาธิวัฒน์

4. นำผลที่ได้จากผู้ทรงคุณวุฒิ มาวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างคำถามกับ วัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence: IOC) ด้วยสูตรดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N} \quad (3.5)$$

โดยที่ IOC = ความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา

$\sum R$ = ผลรวมความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

N = จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

เกณฑ์การให้คะแนนของผู้ทรงคุณวุฒิ สามารถแบ่งออกเป็น 3 แบบ ดังนี้

+1 = ข้อคำถามดังกล่าวสามารถวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

0 = ไม่มั่นใจว่าข้อคำถามดังกล่าววัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

-1 = ข้อคำถามดังกล่าวไม่สามารถวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ที่ยอมรับได้โดยมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป จึงถือว่าข้อคำถามนั้น มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยแบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัย มีค่า IOC อยู่ในระหว่าง 0.67 ถึง 1.00

5. นำชุดแบบสัมภาษณ์ที่ผ่าน IOC มาขึ้นเรื่องเอกสารจริยธรรมวิจัยในมนุษย์กับทาง สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง หลังจากนั้นรอเอกสารการตอบรับ โดย

รหัสโครงการของงานวิจัย คือ EC-KMITL_65_013

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากผู้เชี่ยวชาญและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 18 คน โดยทำการสัมภาษณ์ถึงโครงสร้าง เกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของทุเรียนไทยไปตลาดจีน ตามทฤษฎีแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยการผลิตในประเทศ ; อุปสงค์ในประเทศ ; อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ ; กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของธุรกิจ ; บทบาทของรัฐบาล ; โอกาสและอุปสรรค โดยขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีดังนี้

1.หลังจากผู้วิจัยได้เอกสารตอบรับจริยธรรมวิจัยในมนุษย์กับทางสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยทำการติดต่อกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการเกษตร กรมศุลกากร กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ผู้ประกอบการทุเรียน พร้อมทั้งอธิบายรายละเอียดและจุดประสงค์ในการทำวิจัย

2.ติดต่อขอหนังสือจากทางสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยการกรีนรายละเอียดขอความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์ผ่านช่องทาง Google Meet

3.นำหนังสือที่ได้จากทางสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มาติดต่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลและสัมภาษณ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาสนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณ

3.2.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.2.4.1 การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ศึกษาความสามารถในการแข่งขันโดยใช้แบบจำลองเพชร (Diamond Model) ของ Porter (1990) เพื่อช่วยในการอธิบายถึงภาพรวมของการส่งออกทุเรียนไทยไปยังตลาดจีน รวมถึงศึกษาอุปสรรคต่อการแข่งขัน โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสรุปผลในรูปแบบจำลองเพชร ดังหัวข้อต่อไปนี้

3.2.4.1.1 ปัจจัยการผลิตในประเทศ (Factor Condition) ศึกษาสถานการณ์การผลิตทุเรียนไทย ทรัพยากร ปัญหาที่พบ

3.2.4.1.2 อุปสงค์ในประเทศ (Demand Condition) ศึกษาขนาดของตลาดภายในประเทศ การบริโภคทุเรียน ปัญหาที่พบ

3.2.4.1.3 อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ (Support and Related Industries) ศึกษาถึงนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และช่องทางการขนส่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.4.1.4 กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของธุรกิจ (Firm Strategy, Structure, and Rivalry) ศึกษาถึงสถานการณ์การแข่งขันตลาดทุเรียน การวางแผนกลยุทธ์ในการส่งออก

3.2.4.1.5 บทบาทของรัฐบาล (Role of Government) ศึกษามาตรการที่ส่งเสริมและอุปสรรคต่อผู้ส่งออกทุเรียนไทย

3.2.4.1.6 โอกาสและอุปสรรค (Opportunity and Threat) ศึกษาถึงโอกาสและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนไทย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีน ซึ่งผู้วิจัยได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูลทางการค้าระหว่างประเทศของสหประชาชาติ รวมทั้งสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักจากตัวแทนในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 18 คน โดยทำการสัมภาษณ์ถึงโครงสร้างตามทฤษฎีแบบจำลองเพชร จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

4.2 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

4.1 ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

4.1.1 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA)

ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) เป็นการศึกษาขีดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนระหว่างประเทศ โดยคำนวณจากสัดส่วนมูลค่าการส่งออกทุเรียนของ (ประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย) เทียบกับสัดส่วนมูลค่าการส่งออกทุเรียนทั้งหมดของโลก เป็นระยะเวลา 10 ปี โดยเริ่มตั้งแต่ พ.ศ.2554 - พ.ศ.2563 ผลการศึกษา พบว่า ประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ทุกช่วงเวลา หมายความว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกทุเรียนไปตลาดจีนทุกช่วงเวลา เมื่อพิจารณาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีนรายปี พบว่า ปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2556 ค่า RCA ของประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จนกระทั่งปี พ.ศ.2557 - พ.ศ.2560 ค่า RCA ของประเทศไทยมีแนวโน้มที่ลดลง โดยปี พ.ศ.2560 เป็นปีที่มีค่า RCA น้อยที่สุดในระยะเวลา 10 ปี ซึ่งมีค่าเท่ากับ 14.20 แสดงว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีนน้อยที่สุด หลังจากนั้นแนวโน้มค่า RCA เพิ่มขึ้น จนกระทั่งปี พ.ศ.2563 เป็นปีที่มีค่า RCA มากที่สุดในระยะเวลา 10 ปี ซึ่งมีค่าเท่ากับ 38.18 แสดงว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีนมากที่สุด

ในขณะที่ประเทศเวียดนามมีค่า RCA มากกว่า 1 บางช่วงเวลา หมายความว่า ประเทศเวียดนามมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกทุเรียนไปตลาดจีนบางช่วงเวลา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

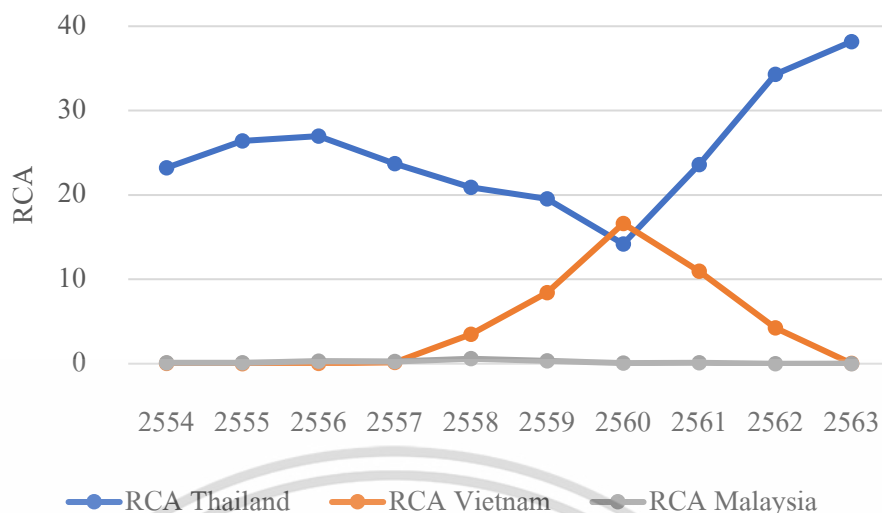
เมื่อพิจารณาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนเวียดนามไปตลาดจีนรายปี พบว่า ปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2557 ค่า RCA ของประเทศเวียดนามมีค่าน้อยกว่า 1 จนกระทั่งปี พ.ศ.2558 - พ.ศ.2561 ค่า RCA ของประเทศเวียดนามมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและมีค่ามากกว่า 1 โดยปี พ.ศ.2560 เป็นปีที่มีค่า RCA มากที่สุดในระยะเวลา 10 ปี ซึ่งมีค่าเท่ากับ 16.62 แสดงว่าประเทศเวียดนามมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกทุเรียนไปตลาดจีนมากที่สุด หลังจากนั้นค่า RCA ของประเทศเวียดนามมีแนวโน้มน้อยลง และในปี พ.ศ.2563 ประเทศเวียดนามมีค่า RCA น้อยกว่า 1 แสดงว่าเสียเปรียบในการส่งออกทุเรียนไปยังตลาดจีน

ส่วนประเทศมาเลเซียมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ทุกช่วงเวลา ซึ่งหมายความว่าประเทศมาเลเซียอยู่ในฐานะเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกทุเรียนไปตลาดจีนทุกช่วงเวลา โดยค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในการส่งออกทุเรียนไปตลาดจีนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง คือ ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย ระหว่างปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2563 แสดงดังตารางที่ 4.1 และ ภาพที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซียระหว่างปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2563

ปี พ.ศ.	ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA)		
	ไทย	เวียดนาม	มาเลเซีย
2554	23.22	0.01	0.09
2555	26.41	0.01	0.10
2556	26.96	0.02	0.29
2557	23.72	0.13	0.25
2558	20.92	3.49	0.58
2559	19.55	8.43	0.33
2560	14.20	16.62	0.06
2561	23.61	10.96	0.12
2562	34.29	4.26	0.01
2563	38.18	0.02	0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.1 ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และ ประเทศมาเลเซียระหว่างปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2563

4.1.2 พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (DRCA)

พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (DRCA) ในการส่งออกทุเรียนไปยัง ตลาดจีน ระหว่างปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2563 ผู้วิจัยทำการแบ่งออกเป็น 2 ช่วงเวลาที่ศึกษา คือ ปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2558 และ ปี พ.ศ.2559 - พ.ศ.2563 โดยค่าพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ที่ปรากฏ (DRCA) แสดงดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (DRCA) ของประเทศไทย ประเทศ เวียดนาม และประเทศมาเลเซีย ระหว่างปี พ.ศ.2554 – พ.ศ.2558

ปี พ.ศ.	ประเทศ	แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของ		DRCA	สถานการณ์
		การส่งออกของ ประเทศผู้ส่งออก	การนำเข้าของ ประเทศผู้นำเข้า		
2554-2558	ไทย	1.00	<	ลดลง	คว่ำไม่ทัน
	เวียดนาม	462.78	>	เพิ่มขึ้น	ดาวรุ่งพุ่งแรง
	มาเลเซีย	3.93	>	เพิ่มขึ้น	ดาวรุ่งพุ่งแรง
2559-2563	ไทย	2.88	>	เพิ่มขึ้น	ดาวรุ่งพุ่งแรง
	เวียดนาม	-0.72	<	ลดลง	เสียโอกาส
	มาเลเซีย	-2.58	<	ลดลง	เสียโอกาส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (DRCA) ของประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย ในการส่งออกทุเรียนไปยังตลาดจีน ระหว่างปี พ.ศ.2554 – พ.ศ.2558 พบว่า ประเทศไทยมีค่า DRCA ลดลง และการส่งออกของประเทศผู้ส่งออก น้อยกว่า การนำเข้าของประเทศผู้นำเข้า ทำให้ประเทศไทยอยู่ในสถานการณ์ “คว่ำไม่ทัน” ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่ตลาดจีนมีแนวโน้มนำเข้าทุเรียนเพิ่มขึ้น และประเทศไทยสามารถส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น แต่ความสามารถในการส่งออกทุเรียนไทยกลับขยายตัวต่ำกว่าอัตราการขยายตัวของการนำเข้าทุเรียนจีน ขณะเดียวกัน ประเทศคู่แข่งอย่าง ประเทศเวียดนามและประเทศมาเลเซียมีค่า DRCA เพิ่มขึ้น และการส่งออกของประเทศผู้ส่งออก มากกว่า การนำเข้าของประเทศผู้นำเข้า ทำให้ประเทศคู่แข่งอยู่ในสถานการณ์ “ดาวรุ่งพุ่งแรง” เป็นสถานการณ์ที่ตลาดจีนมีแนวโน้มนำเข้าทุเรียนเพิ่มขึ้น และประเทศคู่แข่งอย่าง ประเทศเวียดนาม ประเทศมาเลเซีย ก็สามารถส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น ซึ่งส่งออกได้รวดเร็วกว่าการนำเข้าของตลาดจีน

ในส่วน ปี พ.ศ.2559 – พ.ศ.2563 พบว่า ประเทศไทยมีค่า DRCA เพิ่มขึ้น และการส่งออกของประเทศผู้ส่งออก มากกว่า การนำเข้าของประเทศผู้นำเข้า ทำให้ประเทศไทยอยู่ในสถานการณ์ “ดาวรุ่งพุ่งแรง” เป็นสถานการณ์ที่ตลาดจีนมีแนวโน้มนำเข้าทุเรียนเพิ่มขึ้น และประเทศไทยก็สามารถส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น ซึ่งส่งออกได้รวดเร็วกว่าการนำเข้าของตลาดจีน ขณะเดียวกัน ประเทศคู่แข่งอย่าง ประเทศเวียดนามและประเทศมาเลเซียมีค่า DRCA ลดลง และการส่งออกของประเทศผู้ส่งออก น้อยกว่า การนำเข้าของประเทศผู้นำเข้า ทำให้ประเทศคู่แข่งอยู่ในสถานการณ์ “เสียโอกาส” ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่ตลาดจีนมีแนวโน้มนำเข้าทุเรียนมากขึ้น แต่ประเทศเวียดนาม ประเทศมาเลเซียกลับมีความสามารถในการส่งออกทุเรียนลดลง

4.1.3 ส่วนแบ่งทางการตลาด (MS)

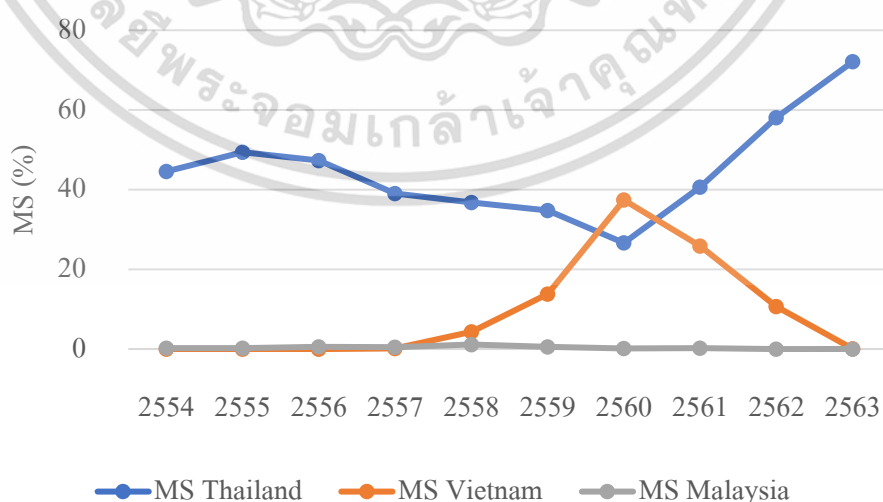
ส่วนแบ่งทางการตลาด (MS) ในการส่งออกทุเรียนไปยังตลาดจีน ระหว่างปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2563 พบว่า ส่วนใหญ่ประเทศไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาดในการส่งออกทุเรียนไปตลาดจีนมากกว่าประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย โดยปีที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุด คือ ปี พ.ศ.2563 คิดเป็นร้อยละ 72.09 รองลงมาคือ ปี พ.ศ.2562 ; ปี พ.ศ.2555 มีค่าส่วนแบ่งทางการตลาด ร้อยละ 58.05 ; ร้อยละ 49.36 ตามลำดับ สำหรับปี พ.ศ.2560 ประเทศไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาดต่ำสุดในระยะเวลา 10 ปี หมายความว่า ประเทศไทยมีความสามารถในการครองส่วนแบ่งทางการตลาดต่ำ ซึ่งสวนทางกับประเทศเวียดนามที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดในระยะเวลา 10 ปี มีค่าส่วนแบ่งทางการตลาด ร้อยละ 37.39

เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งทางการตลาดระหว่างประเทศเวียดนามกับประเทศมาเลเซีย พบว่า ในช่วงแรก ปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2557 ประเทศเวียดนามครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้ต่ำกว่า

ประเทศมาเลเซีย หลังจากปี พ.ศ.2558 เป็นต้นไป ประเทศเวียดนามสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้สูงกว่าประเทศมาเลเซีย ปีที่ประเทศเวียดนามสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุด คือ ปี พ.ศ.2560 ซึ่งมีค่าส่วนแบ่งทางการตลาด ร้อยละ 37.39 โดยค่าส่วนแบ่งทางการตลาด (MS) ในการส่งออกทุเรียนไปยังตลาดจีนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง คือ ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย ระหว่างปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2563 แสดงดังตารางที่ 4.3 และ ภาพที่ 4.2

ตารางที่ 4.3 ส่วนแบ่งทางการตลาด (MS) ของประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย ระหว่าง ปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2563

ปี พ.ศ.	ส่วนแบ่งทางการตลาด MS (%)		
	ไทย	เวียดนาม	มาเลเซีย
2554	44.56	0.01	0.19
2555	49.36	0.01	0.20
2556	47.28	0.01	0.57
2557	39.02	0.12	0.46
2558	36.79	4.29	1.13
2559	34.73	13.82	0.59
2560	26.63	37.39	0.11
2561	40.65	25.88	0.23
2562	58.05	10.65	0.02
2563	72.09	0.05	0.01



ภาพที่ 4.2 ส่วนแบ่งทางการตลาด (MS) ของประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย ระหว่างปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2563

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

4.2.1 แบบจำลองเพชร (Diamond Model)

การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีน ด้วยแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ถึงโครงสร้างตามทฤษฎีแบบจำลองเพชร โดยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักจากตัวแทนในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 18 คน ซึ่งรหัสที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ แสดงดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 รหัสผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

รหัส	ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ลำดับที่	ผู้ให้ข้อมูลหลักจากตัวแทนในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
A1	1	กรมการค้าระหว่างประเทศ
A2	2	กรมการค้าระหว่างประเทศ
A3	3	กรมการค้าระหว่างประเทศ
B1	1	กรมส่งเสริมการเกษตร
B2	2	กรมส่งเสริมการเกษตร
B3	3	กรมส่งเสริมการเกษตร
C1	1	กรมศุลกากร
C2	2	กรมศุลกากร
C3	3	กรมศุลกากร
D1	1	กรมวิชาการเกษตร
D2	2	กรมวิชาการเกษตร
D3	3	กรมวิชาการเกษตร
E1	1	สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
E2	2	สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
E3	3	สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
F1	1	ผู้ประกอบการทุเรียน
F2	2	ผู้ประกอบการทุเรียน
F3	3	ผู้ประกอบการทุเรียน

จากการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีน โดยการสัมภาษณ์ มีผลการศึกษาแสดงดังตารางที่ 4.5 และ ภาพที่ 4.3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 แบบจำลองเพชร (Diamond Model)

แบบจำลองเพชร (Diamond Model)

1.ปัจจัยการผลิตในประเทศ

ปัจจัยการผลิต

- 1.สภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศเหมาะสมต่อการเพาะปลูกทุเรียน
- 2.ชื่อเสียงทุเรียนไทยเป็นที่นิยมมากในภูมิภาคอาเซียน อีกทั้งทุเรียนมีผลผลิตเกือบตลอดทั้งปี
- 3.นวัตกรรมและการเก็บรักษาผลผลิตทางการเกษตรมีประสิทธิภาพ รสชาติดี ราคาถูกลงใหญ่ เนื้อแน่น เปลือกบาง เม็ดเล็ก ต้นทุนการขนส่งต่ำ จากความได้เปรียบระยะทางการขนส่ง
- 4.มีการพัฒนาสายพันธุ์และเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องทำให้ได้พันธุ์ที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะการผลิตทุเรียนนอกฤดู ซึ่งเป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งในและต่างประเทศ
- 5.ดำเนินการปฏิบัติพิธีการศุลกากรส่งออกสินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์แบบไร้เอกสาร หรือ e-Export ที่รวดเร็ว
- 6.กรมส่งเสริมการเกษตรมีแนวทางบริหารจัดการทุเรียนเพื่อส่งออก ด้วยการช่วยเหลือเกษตรกร และผู้ประกอบการ ได้ทันท่วงทีหากเกิดเหตุการณ์ไม่ปกติ รวมทั้งให้ความรู้ และความร่วมมือกับเกษตรกรในการสร้างผลผลิตที่มีคุณภาพก่อนส่งออก

ปัญหาที่พบในปัจจัยการผลิต มีดังนี้

- 1.สายพันธุ์ทุเรียนของประเทศไทยไม่หลากหลาย มีการเก็บผลผลิตตอนทุเรียนเริ่มสุกร้อยละ 70 และใช้สารเอทิลีนเพื่อควบคุมการสุก
- 2.ภาคเอกชนและเกษตรกรมีส่วนร่วมน้อยในการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค
- 3.กรมส่งเสริมการเกษตรช่วยเหลือตามมาตรการช่วยเหลือของรัฐ และทางกรมมีกำลังพลไม่เพียงพอ
- 4.พิธีการศุลกากรและระบบการขนส่งทางบก ทางเรือที่ล่าช้าในแต่ละประเทศ ทำให้ทุเรียนเกิดความเสียหายระหว่างการขนส่ง
- 5.การขนส่งบนมาตรฐานการคัดกรองอย่างละเอียดทำให้เกิดความล่าช้า
- 6.ความไม่แน่นอนของคุณภาพของสินค้า เช่น ปัญหาทุเรียนอ่อน ความสุกไม่ทั่วผล
- 7.ผลผลิตไม่คงที่ในแต่ละปี สาเหตุมาจากภัยธรรมชาติ หรือ โรคพืช ส่งผลให้เกิดความเสียหาย บางปีผลผลิตทุเรียนส่งออกสู่ตลาดพร้อมกันเกิดการกระจุกตัว ทำให้ราคาต่ำลง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

แบบจำลองเพชร (Diamond Model)

ช่องทางการชำระเงินของผู้ส่งออก

1. ชำระเงินสด เงิน โอนผ่านธนาคาร เช็ค และ เครดิตการ์ด
2. ชำระเงินมัดจำก่อนหนึ่งส่วน จากนั้นส่งของเสร็จ ค่อยชำระเงินส่วนที่เหลือ
3. การชำระเงินของผู้ส่งออกสามารถชำระค่าภาษีอากรและค่าธรรมเนียมศุลกากรได้ 3 ช่องทาง คือ ชำระด้วยตนเองที่หน่วยรับชำระเงินทุกแห่งของกรมศุลกากร ชำระในระบบ e-Payment และ ชำระในระบบ e-Bill Payment

ปัญหาและอุปสรรคในการรับซื้อทุเรียน มีดังนี้

1. การสวมสิทธิเป็นทุเรียนไทยโดยไม่ได้มาจากสวนและโรงงานคัดบรรจุที่ถูกรับรอง
2. ปัญหาทุเรียนคือคุณภาพ หรือทุเรียนอ่อนจากการเร่งตัดเพื่อจำหน่ายทำกำไร
3. การซื้อขายตัดหน้าของพ่อค้าคนกลาง
4. ผู้ส่งออกจัดทำใบขนสินค้าทุเรียนออกไม่เป็นไปตามรูปแบบและมาตรฐานที่กรมศุลกากรกำหนด
5. กรมวิชาการเกษตรมีกำลังเจ้าหน้าที่เข้าไปปฏิบัติงานและเวลาในการปิดตู้ไม่เพียงพอ ทำให้สามารถตรวจรับรองการส่งออกได้ล่าช้า
6. ผลผลิตของทุเรียนไม่แน่นอน บางปีมีผลผลิตเพียงพอ บางปีผลผลิตไม่ตรงตามมาตรฐาน

2. อุปสงค์ในประเทศ

การบริหารทุเรียน

- ผู้บริโภคชาวจีนส่วนใหญ่ชอบทุเรียนสุกในระดับความสุกที่หลากหลาย เป็นเนื้อครีมมีกลิ่นหอม และระดับความสุกกำลังพอดีไม่ละ

- ทุเรียนหอมทองของประเทศไทยได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคชาวจีน และทุเรียนเป็นผลไม้ที่ให้ความอบอุ่น คนจีนจึงนิยมรับประทานเพราะประเทศจีนมีอากาศที่หนาวเย็น

- ความนิยมบริโภคทุเรียนของคนจีนมีมากขึ้น ดูจากตัวเลขการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี โดยปี พ.ศ.2564 สามารถส่งออกผลไม้สูงสุดเป็นประวัติการณ์ โดยเฉพาะทุเรียนสามารถขายทะลุหนึ่งแสนล้านบาทเป็นครั้งแรก และประเทศคู่แข่งก็มีมากขึ้น เนื่องจากทุเรียนเป็นผลไม้ที่มีราคาค่อนข้างสูง

- จากการสำรวจ พบว่า ผู้บริโภคชาวจีนในทุก 100 คน จะมีผู้บริโภคจำนวน 8 คน ที่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ผู้ใดเห็นใจในประโยชน์ที่นำมาใช้ ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

แบบจำลองเพชร (Diamond Model)

บริโภคนุเรียน เมื่อคำนึงถึงจำนวนประชากรชาวจีนที่มีมากถึง 1,400 ล้านคน จึงทำให้ความต้องการนุเรียนของชาวจีนมีปริมาณมาก

ปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกนุเรียน มีดังนี้

1. ผู้ส่งออกผ่านขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพนานเกินไปจนทำให้นุเรียนเน่าเสีย
2. กฎระเบียบการนำเข้าของจีนมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ส่งผลต่อการส่งออก
3. การใช้ใบรับรอง GAP แบบไม่ถูกต้อง หรือสวมสิทธิ์นุเรียนไทย
4. ผลกระทบของนโยบายและมาตรการ Zero Covid-19 ส่งผลให้การส่งออกทางบกติดขัดล่าช้า การส่งออกทางเรือติดปัญหาระบบหมุนเวียนตู้คอนเทนเนอร์ ติดปัญหาความพร้อมของจุดตรวจมาตรการด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช ส่วนการส่งออกทางเครื่องบินติดปัญหาค่าใช้จ่ายสูง

5. ประเทศไทยยังไม่สามารถส่งออกนุเรียนทางรถไฟจีน-ลาวได้
6. ภัยธรรมชาติ ทำให้นุเรียนบางปีไม่เพียงพอต่อการส่งออก
7. ไม่สามารถอำนวยความสะดวกสนับสนุนการส่งออกให้เป็นไปอย่างรวดเร็วได้ เพราะการตรวจสอบความแก่-อ่อนของนุเรียนควบคู่ไปกับการตรวจสอบศัตรูพืชและการปฏิบัติตามมาตรการป้องกันเชื้อโควิด-19 ของโรงคัดบรรจุจำเป็นต้องตรวจสอบอย่างละเอียด ตลอดจนตรวจสอบการใช้ใบรับรอง GAP ให้เป็นไปอย่างถูกต้องเพื่อเฝ้าระวังและป้องกันการสวมสิทธิ์นุเรียนที่ไม่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจะไม่ได้สิทธิในการนำเข้า

3.อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ

การเตรียมบรรจุภัณฑ์

- การเตรียมบรรจุภัณฑ์ผู้ส่งออกต้องเตรียมภาชนะบรรจุภัณฑ์ตามมาตรฐานของกรมวิชาการเกษตร โดยบรรจุภัณฑ์ต้องใหม่ สะอาด พร้อมทั้งติดป้ายฉลากเป็นภาษาอังกฤษให้ชัดเจนที่ภาชนะบรรจุ ได้แก่ ชื่อและหมายเลขทะเบียนผู้ส่งออก ; หมายเลขทะเบียนโรงคัดบรรจุ; ชื่อพืชและพันธุ์ ; ชั้นและน้ำหนักของสินค้า ; ประเทศผู้ผลิต ; วันที่ผลิต รวมถึงระบุข้อความ "Export to the People's Republic of China" เป็นภาษาอังกฤษหรือภาษาจีน

- การเตรียมบรรจุภัณฑ์เป็นการบรรจุสินค้าและส่งข้อมูลใบกำกับการขนย้ายสินค้าเสร็จแล้ว ผู้ส่งของออกจะต้องนำยานพาหนะมายังด่านศุลกากรที่จะส่งของออก แจ้งเลขที่ใบกำกับการขนย้าย เจ้าพนักงานศุลกากรจะทำการตรวจสอบข้อมูลใบขนสินค้าขาออกที่ระบบไว้ในใบกำกับและทำการตัดบัญชีการเคลื่อนย้าย หลังจากนั้นวิเคราะห์ความเสี่ยงของระบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ผู้ใดเห็นใบเซอร์เวอชิงนี้เห็นการคัดลอกหรือการนำข้อมูลไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมายและต้องแจ้งถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

แบบจำลองเพชร (Diamond Model)

คอมพิวเตอร์

ช่องทางการขนส่งทุเรียนไปจีน มีดังนี้

1. การขนส่งทางบก เส้นทางถนนหมายเลข 9 (R9) ; ถนน R3A ใช้ระยะเวลา 6-7 วัน
2. การขนส่งทางเรือ จากท่าเรือแหลมฉบัง ผู้ ท่าเรือกวางโจว จากท่าเรือแหลมฉบัง ผู้ ท่าเรือเซี่ยงไฮ้ ใช้ระยะเวลา 7-10 วัน
3. การขนส่งทางอากาศ โดยเครื่องบินเช่าเหมาลำ ใช้ระยะเวลา 1-2 วัน และ ในอนาคตจะเพิ่มทางรถไฟจีน-ลาว

4. กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของธุรกิจ

สถานการณ์

- ประเทศไทยกับประเทศมาเลเซียมีโครงสร้างเชิงบวกทางด้านกฎระเบียบเพราะมีการลงนาม

- สภาพการแข่งขันของตลาดทุเรียนมีแนวโน้มประเทศจีนต้องการมากขึ้น ในปัจจุบันประเทศไทยได้รับอนุญาตให้ส่งออกทุเรียนผลสดมายังตลาดจีน ประเทศมาเลเซียได้รับอนุญาตเฉพาะทุเรียนแช่แข็งทั้งลูกและเนื้อทุเรียน ส่วนประเทศเวียดนามยังไม่ได้รับอนุญาตให้นำเข้าอย่างถูกกฎหมาย อีกทั้งประเทศในกลุ่มอาเซียนเริ่มหันมาปลูกทุเรียนเพื่อส่งออกมากขึ้น ส่วนผลกระทบด้านอื่นๆ จะเป็นในเรื่องผลผลิตที่ไม่คงที่ สาเหตุมาจากภัยธรรมชาติ

ผลกระทบภายใน

- ไม่สามารถควบคุมผลผลิตทุเรียน สาเหตุเกิดจากภัยธรรมชาติ เช่น ฝนตกทำให้น้ำท่วมสวนทุเรียน ผลผลิตบางส่วนอาจเกิดความเสียหาย

ผลกระทบภายนอก

- คู่แข่งการส่งออกทุเรียนทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- Zero Covid-19 ของจีนเข้มงวด ส่งผลกระทบต่อระบบโลจิสติกส์ทั้งในและต่างประเทศ
- เกิดจากการตรวจสอบผู้สินค้าที่ด่านปลายทางเกิดความล่าช้าในการหมุนเวียนผู้สินค้ากลับ ผู้ขาดแคลนและขึ้นราคา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

แบบจำลองเพชร (Diamond Model)

การวางแผนกลยุทธ์การตลาดในการส่งออกมีดังนี้

1. การเพิ่มช่องทางการขายผ่านออนไลน์
2. การขยายตลาดต่างประเทศไปยังตลาดอื่นๆ
3. การแปรรูป เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม
4. ควบคุมคุณภาพผลผลิตทุเรียนให้ได้มาตรฐาน
5. ผลักดันทุเรียนพันธุ์พรีเมียมใหม่ที่มีศักยภาพในการทำการตลาด
6. ยกระดับสินค้าให้เป็นสินค้าระดับพรีเมียม เพื่อให้มีมูลค่ามากกว่าเดิม
7. การจัดทำแผนแก้ไขปัญหาผลไม้เศรษฐกิจล่วงหน้า
8. คู่มือภาพลักษณ์ทุเรียนไทยให้ผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศสนใจทุเรียนไทยให้มากยิ่งขึ้น
9. สนับสนุนให้ดำเนินการปฏิบัติพิธีการศุลกากรทางอิเล็กทรอนิกส์มาใช้กับทางบกและทางเรือ พร้อมทั้งลดขั้นตอนดำเนินการปฏิบัติพิธีการศุลกากรส่งออกสินค้าให้รวดเร็วขึ้น
10. โฆษณาและประชาสัมพันธ์ทุเรียนทั้งในสื่อออนไลน์ โทรทัศน์ และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของไทยของทัวร์จีน โดยให้ผู้บริโภคชาวจีนเดินทางมากินทุเรียนสดๆ จากสวนของไทย
11. เร่งรัดให้งานตรวจสอบและออกใบรับรองสุขอนามัยพืชให้เร็วขึ้น
12. สร้างความร่วมมือกับกลุ่มนายทุนรับซื้อทุเรียนไทยจากต่างชาติให้มากขึ้น

5. บทบาทของรัฐบาล

วิกฤติ (Zero Covid-19) ทำให้รัฐบาลยกระดับเป็นวาระแห่งชาติ โดยรัฐบาลได้จัดทำแผนการแก้ไข ดังนี้

1. จัดทำแผนการแก้ไขปัญหาผลไม้เศรษฐกิจล่วงหน้าทั้งระบบ
2. ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อทุเรียนไทยในสายตาผู้บริโภค
3. เร่งเจรจาเปิดด่านขอความช่วยเหลือให้สามารถส่งออกได้ รวมถึงประชาสัมพันธ์ทุเรียนไทยได้รับมาตรฐานและปลอดภัยโควิด-19 เพื่อให้ต่างประเทศมั่นใจในทุเรียนไทย
4. เจรจาผ่อนผันข้อกีดกันต่างๆ รวมทั้งขอลดอัตราภาษีระหว่างการขนส่ง
5. ผลักดันการขนส่งผลไม้ทางเรือ เป็นเส้นทางขนส่งผลไม้โดยตรงไม่ผ่านประเทศที่สาม
6. เร่งรัดงานจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกผลทุเรียนสดไปสาธารณรัฐประชาชนจีน ตาม

ประกาศกรมวิชาการเกษตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

แบบจำลองเพชร (Diamond Model)

7. พิธีการศุลกากรส่งออกของออก ในระบบการขนส่งทางบก ทางเรือ ให้รวดเร็วยิ่งขึ้น

อุปสรรคต่อผู้ส่งออกจะเป็นในด้าน

1. กฎระเบียบการนำเข้าของจีนมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ส่งผลต่อการส่งออกคิดขัด
2. ประเทศจีนมีหน่วยงานที่ดูแลสุขอนามัยและการตรวจสอบความปลอดภัยที่เข้มงวด

6. โอกาสและอุปสรรค

ประเทศไทยมีความได้เปรียบในการส่งออก ดังนี้

1. สภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศเหมาะแก่การเพาะปลูก
2. ชื่อเสียงทุเรียนไทยเป็นที่นิยมมากในภูมิภาคอาเซียน
3. นวัตกรรม และการเก็บรักษาผลผลิตทางการเกษตรที่มีประสิทธิภาพ
4. ราคาถูก รสชาติดี และมีต้นทุนในการขนส่งต่ำกว่าประเทศคู่แข่ง เนื่องจากทำเลที่ตั้ง

อยู่ใกล้ประเทศจีน

5. ระบบการขนส่งมีหลายช่องทาง
6. รัฐบาลได้มีการส่งเสริมและสนับสนุนการแก้ปัญหาการส่งออกอย่างต่อเนื่อง
7. ประเทศไทยเข้มงวดในการเฝ้าระวังเชื้อ Covid-19 ไม่ให้ติดไปกับทุเรียน โดยที่ผ่านมามีประเทศจีนยังไม่เคยตรวจพบ
8. มีการปรับปรุงสายพันธุ์เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

ปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีนในอนาคต คาดว่ามีดังนี้

1. สถานการณ์โรคระบาดส่งผลอย่างแน่นอนไม่มากก็น้อย
2. มาตรการต่างๆ ข้อกีดกันทางการค้า และอัตราภาษีที่เพิ่มขึ้น ส่งผลต่อราคาทุเรียนสด

ในอนาคต

3. ประเทศไทยอาจเสียเปรียบประเทศมาเลเซียและเวียดนามที่ทำการค้าโดยตรงกับจีน
4. ปัญหาราคาตก เนื่องจากทุเรียนด้อยคุณภาพมีมากขึ้น
5. การเพิ่มพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนจากประเทศเพื่อนบ้าน อาจทำให้ทุเรียนล้นตลาด
6. ประเทศจีนศึกษาพันธุ์ทุเรียนที่มีความเหมาะสมกับการเพาะปลูก หากประสบความสำเร็จ อาจส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนไทยในอนาคตลดลง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.โอกาสและอุปสรรค

- สภาพแวดล้อมเหมาะสมเพาะปลูก
- นวัตกรรม และ เกษตรกรรมผลผลิตมีประสิทธิภาพ
- ปรับปรุงสายพันธุ์
- ราคาถูก รสชาติดี ต้นทุนต่ำ ทำเลใกล้จีน
- การขนส่งหลายช่องทาง
- รัฐบาลแก้ปัญหาการส่งออกอย่างต่อเนื่อง ;
- เพิ่มจวกระวังเชื้อ Covid-19 ไม่ให้คิดไปกับ
- ทุเรียน โดยที่ผ่านมามีเงินยังไม่พบ

1.ปัจจัยการผลิตในประเทศ

- ภูมิประเทศเหมาะแก่การเพาะปลูก
- พัฒนาสายพันธุ์ มีผลผลิตนอกฤดู ; มีชื่อเสียง
- นวัตกรรม และ การเก็บรักษาผลผลิตมีประสิทธิภาพ
- รสชาติดี ราคาถูก ต้นทุนการขนส่งต่ำ ทำเลที่ตั้งใกล้จีน
- พิธีการศุลกากร e-Export ที่รวดเร็ว

อุปสรรค

- เงินศึกษาพันธุ์ทุเรียนที่เหมาะสม หากสำเร็จ
- ส่งผลต่อการส่งออกไทย
- ทุเรียนด้อยคุณภาพ ; สันตลาค ; ราคาดอก ; ภัย
- เพิ่มขึ้น ; Covid-19
- เวียดนาม กับ มาเลเซีย ทำการค้ากับจีนโดยตรง

ปัญหาที่พบ

- สายพันธุ์ไม่หลากหลาย ; เก็บตอนเริ่มสุกร้อยละ 70 ; ใช้
- สารเคมี ; กำล้างไม่เพียงพอ ; พิธีการศุลกากรล่าช้า ;
- ผลผลิตและคุณภาพไม่แน่นอน

2.อุปสงค์ในประเทศ

- คนจีนชอบทุเรียนสุกพอดีไม่และ
- หมอนทองได้รับความนิยม
- ทุเรียนให้ความอบอุ่น คนจีนจึงนิยมกิน
- เพราะประเทศจีนมีอากาศหนาว
- คนจีนนิยมกินทุเรียนมากขึ้น ดูจากตัวเลข
- การส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี และประเทศคู่แข่งก็
- มีมากขึ้น เนื่องจากทุเรียนมีราคาแพง

4.กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันใน

ประเทศของธุรกิจ

- ประเทศไทยกับมาเลเซีย มีโครงสร้างเชิงบวกด้าน
- กฎระเบียบเพราะมีการลงนาม
- แนวโน้มเงินต้องการทุเรียนมากขึ้น ปัจจุบันไทย
- ส่งออกทุเรียนได้ ; มาเลเซียส่งเฉพาะทุเรียนแช่
- แข็งทั้งลูกและเนื้อ ; เวียดนามยังไม่ได้รับอนุญาต
- นำเข้าอย่างถูกกฎหมาย

ปัญหาที่พบในการส่งออก

- รอขึ้นตอนตรวจสอบคุณภาพนาน
- กฎระเบียบนำเข้าเปลี่ยนแปลงบ่อย
- Zero Covid-19 ทำให้ขนส่งติดขัด
- ไม่รองรับการส่งทางรถไฟจีน-ลาว
- สามสิทธิ์ ; ทุเรียนอ่อน ; ชื่อขาดคั่นหน้า ;
- ผลผลิตไม่แน่นอน

กลยุทธ์

- ขายผ่านออนไลน์ ; ขายตลาดต่างประเทศ ;
- แปรรูป ; ควบคุมคุณภาพทุเรียน ; ประชาสัมพันธ์
- ทุกช่องทาง พร้อมส่งเสริมการท่องเที่ยวให้นักิน
- ทุเรียนในสวนของไทย
- สนับสนุน e-Export ใช้ทางบก ทางเรือ
- ออกใบรับรองเร็วขึ้น

3.อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ

- การเตรียมบรรจุภัณฑ์ ดัดข้อความภาษาอังกฤษ ตาม
- ประกาศของกรมวิชาการเกษตร จากนั้นดำเนินพิธีการ
- ตามศุลกากร

ช่องทางการขนส่งทุเรียนไปจีน

- 1.ทางบก : ถนน R9 ; ถนน R3A ใช้เวลา 6-7 วัน
- 2.ทางเรือ ใช้เวลา 7-10 วัน

ทำเรือแหลมฉบัง-ท่าเรือกวางโจว

ทำเรือแหลมฉบัง-ท่าเรือเซี่ยงไฮ้

- 3.ทางอากาศ โดยเครื่องบินเช่าเหมาลำ ใช้เวลา 1-2 วัน

ในอนาคตจะเพิ่มทางรถไฟจีน-ลาว

5.บทบาทของรัฐบาล

จัดทำแผนแก้ไข ดังนี้

- ปัญหาผลไม้เศรษฐกิจล้นทั้งระบบ ;
- ส่งเสริมภาพลักษณ์ ; เจริญเปิดด่าน ; ผ่อน
- ผันข้อกีดกัน ; ขอลดภาษี ; ผลักดันขนส่ง
- ทางเรือ ; เร่งรัดงานจดทะเบียนเป็นผู้
- ส่งออก ; พิธีศุลกากรรวดเร็วทางบก
- ทางเรือ

อุปสรรค

- กฎระเบียบการนำเข้าเงินเปลี่ยนแปลงบ่อย
- เงินมีหน่วยงานตรวจสอบความปลอดภัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่

ภาพที่ 4.3 แบบจำลองเพชร (Diamond Model)

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้เผยแพร่สิ่งนี้ออกไปโดยไม่ได้รับอนุญาต

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีน ซึ่งผู้วิจัยได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูลทางการค้าระหว่างประเทศของสหประชาชาติ รวมทั้งสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 18 คน โดยทำการสัมภาษณ์ถึงโครงสร้างตามทฤษฎีแบบจำลองเพชร จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยในบทที่ 4 สามารถสรุปผลการวิจัยโดยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ

5.2 สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

5.1 สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ

5.1.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1.1 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA)

ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีน เป็นระยะเวลา 10 ปี โดยเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2563 เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) พบว่า ประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ทุกช่วงเวลา ประเทศเวียดนามมีค่า RCA มากกว่า 1 บางช่วงเวลา ส่วนประเทศมาเลเซียมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ทุกช่วงเวลา เมื่อเปรียบเทียบ RCA ทั้ง 3 ประเทศ พบว่า ส่วนใหญ่ประเทศไทยมีค่า RCA มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีนมากกว่าประเทศคู่แข่ง นอกจากนี้เมื่อพิจารณาถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงค่า RCA ของทั้ง 3 ประเทศ พบว่า มีทิศทางที่ตรงข้ามกัน เช่น ในปี พ.ศ.2560 พบว่า ค่า RCA ของประเทศไทยมีแนวโน้มลดลง ขณะที่ RCA ของประเทศเวียดนามเพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏระหว่างประเทศเวียดนามกับประเทศมาเลเซีย พบว่า ในช่วง ปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2557 ค่า RCA ของประเทศเวียดนามนั้นน้อยลง ขณะเดียวกัน ค่า RCA ของประเทศมาเลเซียมากขึ้น หลังจาก ปี พ.ศ.2558 เป็นต้นไป พบว่า ค่า RCA ของประเทศเวียดนามมากขึ้น ขณะเดียวกัน ค่า RCA ของประเทศมาเลเซียน้อยลง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.1.2 พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (DRCA)

ผลการวิเคราะห์พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (DRCA) ในการส่งออกทุเรียนไปยังตลาดจีน เป็นระยะเวลา 10 ปี โดยเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2563 เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (DRCA) พบว่า ปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2558 ประเทศไทยอยู่ในสถานการณ์ “คว้าไม่ทัน” ขณะเดียวกันประเทศคู่แข่งอย่างประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย อยู่ในสถานการณ์ “ดาวรุ่งพุ่งแรง” ในช่วงปี พ.ศ.2559 - พ.ศ.2563 ประเทศไทยอยู่ในสถานการณ์ “ดาวรุ่งพุ่งแรง” ขณะเดียวกันประเทศคู่แข่งอย่างประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย อยู่ในสถานการณ์ “เสียโอกาส”

5.1.1.3 ส่วนแบ่งทางการตลาดทุเรียน (MS)

ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งทางการตลาดทุเรียนไทยในตลาดจีน เป็นระยะเวลา 10 ปี โดยเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2563 เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ส่วนแบ่งทางการตลาด (MS) พบว่า ประเทศไทยมีค่าส่วนแบ่งทางการตลาดในการส่งออกทุเรียนไปตลาดจีนมากกว่าประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซียเกือบทุกปี แสดงว่าประเทศไทยสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดในการส่งออกทุเรียนไปยังตลาดจีนมากกว่าประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย

5.1.2 อภิปรายผล

5.1.2.1 อภิปรายผลความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA)

ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในการส่งออกทุเรียนไปยังตลาดจีน ระหว่างปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2563 พบว่า ประเทศไทยมีค่า RCA มีค่ามากกว่า 1 ทุกช่วงเวลา หมายความว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกทุเรียนไปยังตลาดจีนทุกช่วงเวลา โดยปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2556 ค่า RCA ของประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยปี พ.ศ.2554 มีค่า RCA เท่ากับ 23.22 จนกระทั่งปี พ.ศ.2557 - พ.ศ.2560 ค่า RCA ของประเทศไทยมีแนวโน้มที่ลดลง ในปี พ.ศ.2560 เป็นปีที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบน้อยที่สุดในระยะเวลา 10 ปี ซึ่งมีค่าเท่ากับ 14.20 แสดงว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีนน้อยที่สุด สาเหตุเกิดจากภัยทางธรรมชาติโดยที่ประเทศไทยเจอฝนตกในช่วงกำลังออกดอกทุเรียน ส่งผลให้ทุเรียนแตกใบอ่อน แทนที่จะเป็นดอก อีกทั้งไม้ผลที่ออกดอกไปแล้วเมื่อเจอฝนตกชุกก็ทำให้ดอกร่วงก่อให้เกิดความเสียหายแก่เกษตรกร ทำให้ได้ผลผลิตน้อยและไม่เพียงพอต่อความต้องการของคนจีน จึงเป็นสาเหตุให้ประเทศจีนได้นำเข้าทุเรียนจากประเทศคู่แข่งมากยิ่งขึ้น (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2561)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลังจากนั้นแนวโน้มค่า RCA เพิ่มขึ้นจนในปี พ.ศ.2563 เป็นปีที่มีค่า RCA มากที่สุดในระยะเวลา 10 ปี ซึ่งมีค่าเท่ากับ 38.18 แสดงว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีนมากที่สุด เนื่องจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้การนำเข้าส่งออกของทั่วโลกหยุดชะงัก แต่ทุเรียนในประเทศไทยออกผลสู่ตลาดในช่วงที่ประเทศจีนเปิดประเทศ อีกทั้งชาวจีนมีความเชื่อว่าทุเรียนมีกัมมะถัน กินแล้วเกิดความร้อน และสามารถช่วยป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้ ทำให้คนจีนหันมาบริโภคทุเรียนจากประเทศไทยมากขึ้น (ไทยพีบีเอส. 2563) สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภารัตน์ สุขเลิศ (2564) พบว่า ทุเรียนไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในตลาดจีน ในปี พ.ศ.2561 มีค่า RCA เท่ากับ 26.92 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2560 คิดเป็นร้อยละ 9.37 และสอดคล้องกับศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2564 ก) กล่าวว่า ปี พ.ศ.2564 ประเทศไทยยังคงมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ เนื่องจากทุเรียนไทยสามารถทำตลาดได้ด้วยพื้นที่ปลูกและปริมาณผลผลิตที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ประเทศคู่แข่งเสียเปรียบตรงกำลังการผลิตทุเรียนยังมีปริมาณน้อยและกว่าจะเพิ่มผลผลิตต้องใช้ระยะเวลาอย่างน้อย 4-5 ปี ดังนั้นในระหว่างประเทศคู่แข่งอยู่ในช่วงเพิ่มผลผลิต ประเทศไทยควรนำเสนอดูเรียนสายพันธุ์อื่นๆ ให้มีความหลากหลายเพื่อขยายตลาด พร้อมทั้งทำตลาดผ่านสื่อโซเชียลและทำการค้าแบบอีคอมเมิร์ซ

ในขณะที่ประเทศเวียดนามมีค่า RCA มากกว่า 1 บางช่วงเวลา ซึ่งหมายความว่าประเทศเวียดนามมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกทุเรียนไปยังตลาดจีนบางช่วงเวลา โดยปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2557 ค่า RCA ของประเทศเวียดนามมีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่าประเทศเวียดนามอยู่ในฐานะเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกทุเรียนในตลาดจีน จนกระทั่งปี พ.ศ.2558 - พ.ศ.2561 ค่า RCA ของประเทศเวียดนามมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและมีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าประเทศเวียดนามมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกทุเรียนในตลาดจีน เนื่องด้วยประเทศไทยเจอกับแล้ง ส่งผลให้ปริมาณการส่งออกไม่เพียงพอต่อความต้องการของคนจีน ทำให้ประเทศจีนได้นำเข้าทุเรียนจากประเทศเวียดนามมากขึ้น ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวนั้นทำให้ประเทศเวียดนามมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ โดยเฉพาะปี พ.ศ.2560 เป็นปีที่ประเทศเวียดนามมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด ในระยะเวลา 10 ปี ซึ่งมีค่าเท่ากับ 16.62 แสดงว่าประเทศเวียดนามมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกทุเรียนไปตลาดจีนมากที่สุด เนื่องด้วยเวียดนามเจรจาตกลงทางการค้ากับหลายประเทศ ทำให้ภาคการเกษตรเวียดนามมีโอกาสเพิ่มการส่งออกมากขึ้นแต่ยังไม่เสถียรภาพ หลังจากนั้นค่า RCA ของประเทศเวียดนามมีแนวโน้มน้อยลง และในปี พ.ศ.2563 ประเทศเวียดนามมีค่า RCA น้อยกว่า 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แสดงว่าเสียเปรียบในการส่งออกทุเรียนไปยังตลาดจีน เนื่องจากประเทศไทยได้พบขบวนการนำเข้าทุเรียนเวียดนามมาสวมสิทธิเป็นทุเรียนไทยโดยใช้เอกสารรับรอง GAP และ GMP ปลอมเพื่อส่งออกไปจีน โดยมีเหตุจูงใจ คือ ราคาทุเรียนเวียดนามกิโลกรัมละ 70 บาท แต่เมื่อนำมาสวมสิทธิเป็นทุเรียนไทยส่งออก จะขายได้ถึงกิโลกรัมละ 160 บาท ซึ่งประเทศไทยสามารถจับกุมกลุ่มดังกล่าวได้ทันเวลาที่ โดยดำเนินคดีขึ้นศาลขาดทั้งทางอาญาและทางแพ่งพร้อมกับถอนใบรับรอง GAP และ GMP สำหรับผู้ที่มีส่วนร่วมในการกระทำผิดทุกคน ทำให้ประเทศจีนมีความเชื่อมั่นในคุณภาพของทุเรียนไทย (ฐานเศรษฐกิจ. 2564)

ส่วนประเทศมาเลเซียมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ทุกช่วงเวลา ซึ่งหมายความว่าประเทศมาเลเซียอยู่ในฐานะเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกทุเรียนไปยังตลาดจีนทุกช่วงเวลา เนื่องด้วยประเทศจีนได้อนุญาตนำเข้าเฉพาะเนื้อทุเรียนแช่แข็งจากมาเลเซียเท่านั้น ต่างจากประเทศไทยที่สามารถส่งออกทุเรียนสด ทุเรียนแช่แข็ง ทุเรียนอบแห้ง ทุเรียนกวน ไปประเทศจีนได้ จึงทำให้ประเทศมาเลเซียนั้นเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ในปี พ.ศ.2562 ประเทศจีนได้อนุญาตนำเข้าทุเรียนแช่แข็งแบบทั้งลูกจากประเทศมาเลเซียเข้ามาจำหน่ายในประเทศจีนได้ ทำให้ประเทศมาเลเซียกลายเป็นประเทศที่สองนอกจากประเทศไทยที่สามารถส่งออกทุเรียนแช่แข็งทั้งลูกไปจีนได้ อีกทั้งรัฐบาลมาเลเซียได้ประกาศนโยบายส่งเสริมการปลูกทุเรียนแทนการปลูกพืชเศรษฐกิจดั้งเดิม โดยตั้งเป้าเพิ่มผลผลิตทุเรียนให้ได้ ปีละ 443,000 ตัน ภายในปี พ.ศ.2573 ทั้งนี้ผลผลิตทุเรียนในประเทศมาเลเซียที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในอนาคตจะกลายเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อผลผลิตการส่งออกของประเทศไทย รวมทั้งเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดทุเรียนแช่แข็งและทุเรียนสดของประเทศไทยในตลาดจีน (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. 2562) สอดคล้องกับงานวิจัยของ เสาวนีย์ รอดหุ่ย (2559) ศึกษาเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกมังคุดไทยไปตลาดจีน ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในการส่งออกมังคุดมากกว่าประเทศอื่น โคนีเซียทุกช่วงเวลาการศึกษา เนื่องด้วยมังคุดเป็นผลไม้ที่ไม่สามารถผลิตได้ในประเทศจีน อีกทั้งมังคุดเป็นที่ได้รับความนิยมจากชาวจีน เพราะมังคุดของประเทศไทยมีความสดใหม่ได้คุณภาพ มีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ และทำเลที่ตั้งของประเทศไทยนั้นอยู่ใกล้กับประเทศจีนทำให้สะดวกในการขนส่ง ต่างจากประเทศอินโดนีเซียที่ยังไม่สามารถผลิตมังคุดคุณภาพดี และปริมาณไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดต่างประเทศทำให้ประเทศอินโดนีเซียเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ และสอดคล้องกับบทความของ ตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (2564) ได้มีการจัดอันดับผลไม้ที่ส่งออกมากที่สุดของไทยในปี พ.ศ.2563 พบว่า ส่งออกทุเรียนมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ลำไย และมังคุด เป็นจำนวน 620 ; 464 และ 291 ล้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิโกรัม ตามลำดับ โดยเปรียบเทียบแล้วพบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบทางด้านทุเรียนมากกว่าระดับผลไม้ทั่วไป ซึ่งยืนยันได้ว่าประเทศไทยมีความเด่นด้านทุเรียน

5.1.2.2 อภิปรายผลพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (DRCA)

ผลการวิเคราะห์พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (DRCA) ในการส่งออกทุเรียนไปยังตลาดจีน ระหว่างปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2563 พบว่า ปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2558 ประเทศไทยอยู่ในสถานการณ์ “คว้าไม่ทัน” เนื่องจากประเทศไทยประสบปัญหาภัยแล้ง เกิดโรคเพลี้ยไฟ และหนอนแดงเจาะลูกทุเรียน บางวันเจอฝนตกทำให้ดอกทุเรียนที่กำลังจะออกดอกเกิดอาการแห้งและฟ่อ ทำให้ผลผลิตที่จะออกมาสู่ตลาดน้อยกว่าทุกปีที่ผ่านมา จึงเป็นสาเหตุให้ประเทศจีนได้นำเข้าทุเรียนจากประเทศคู่แข่งมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ประเทศคู่แข่งอย่างประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย อยู่ในสถานการณ์ “ดาวรุ่งพุ่งแรง” ในช่วงปี พ.ศ.2559 - พ.ศ.2563 ประเทศไทยอยู่ในสถานการณ์ “ดาวรุ่งพุ่งแรง” เนื่องจากการเข้ามาของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้การส่งออกทั่วโลกหยุดชะงัก และผลผลิตทุเรียนของประเทศไทยออกมาในช่วงประเทศจีนสถานการณ์คลี่คลายแล้ว อีกทั้งประเทศจีนเชื่อว่ากินทุเรียนแล้วสามารถต้านโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้ ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนนำเข้าทุเรียนจากประเทศไทยมากขึ้น อีกสาเหตุที่ประเทศไทยอยู่ในสถานการณ์ดาวรุ่งพุ่งแรง เกิดจากมาตรการโควิดเป็นศูนย์ (Zero Covid-19) ของจีนทำให้การขนส่งทางบกติดขัดอย่างรุนแรง ประเทศไทยจึงนิยมหันมาส่งออกทางเรือมากยิ่งขึ้น และที่ผ่านมาประเทศจีนยังไม่เจอเชื้อโควิดจากทุเรียนไทย ขณะเดียวกันประเทศคู่แข่งอย่างประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย ประสบปัญหาด้านการส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนด้านความปลอดภัย ซึ่งประเทศจีนเจอทุเรียนที่ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ติดมากับข้าวทุเรียนจากประเทศคู่แข่ง จึงเป็นสาเหตุที่ประเทศคู่แข่งอยู่ในสถานการณ์ “เสียโอกาส” ซึ่งสถานการณ์ในแต่ละช่วงของประเทศไทยสอดคล้องกับ กลุ่มพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก (2563) โดยทำการเปรียบเทียบการผลิตทุเรียนระหว่างปี พ.ศ.2553 - พ.ศ.2562 พบว่า ปี พ.ศ.2553 ประเทศไทยมีผลผลิตรวม จำนวน 568,660 ตัน ทำให้ในช่วงปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2558 ประเทศไทยจึงอยู่ในสถานการณ์ “คว้าไม่ทัน” ส่วนปี พ.ศ.2562 ประเทศไทยมีผลผลิตรวม จำนวน 1,017,097 ตัน ส่งผลให้ช่วงปี พ.ศ.2559 - พ.ศ.2563 ประเทศไทยอยู่ในสถานการณ์ “ดาวรุ่งพุ่งแรง” และสอดคล้องกับแนวคิดของ ลงทุนแมน (2564) กล่าวว่า ทุเรียนไทยเป็นสินค้าที่ดาวรุ่งกำลังพุ่งแรง โดยทำการเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกทุเรียนสดตั้งแต่ปี พ.ศ.2559 - พ.ศ.2563 ซึ่งมีมูลค่า 17,506 ; มูลค่า 22,098 ; มูลค่า 30,187 ; มูลค่า 45,482 และ มูลค่า 65,631 ล้านบาท ตามลำดับ สังเกตได้ว่าแนวโน้มในการส่งออกเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งจุดหมายปลายทางในการส่งออกทุเรียนปี พ.ศ.2563 ได้แก่ ประเทศจีน คิดเป็นร้อยละ 73 รองลงมา คือ ฮองกง เวียดนาม และประเทศอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 14 ; ร้อยละ

12 และ ร้อยละ 1 ตามลำดับ แล้วยังกล่าวว่า เดือนมกราคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ ของปี พ.ศ.2564 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศไทยส่งออกทุเรียนสด คิดเป็นมูลค่า 4,532 ล้านบาท ซึ่งเติบโตจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าถึงร้อยละ 259

5.1.2.3 อภิปรายผลส่วนแบ่งทางการตลาด (MS)

ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งทางการตลาด (MS) ในการส่งออกทุเรียนไปยังตลาดจีน ระหว่างปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2563 พบว่า ส่วนใหญ่ประเทศไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาดในการส่งออกทุเรียนไปตลาดจีนมากกว่าประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย โดยปีที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุด คือ ปี พ.ศ.2563 คิดเป็นร้อยละ 72.09 รองลงมาคือ ปี พ.ศ.2562 ปี พ.ศ.2555 มีค่าส่วนแบ่งทางการตลาด ร้อยละ 58.05 ; ร้อยละ 49.36 ตามลำดับ สำหรับปี พ.ศ.2560 ประเทศไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาดต่ำสุดในระยะเวลา 10 ปี ซึ่งหมายความว่า ประเทศไทยมีความสามารถในการครองส่วนแบ่งทางการตลาดต่ำ ซึ่งสวนทางกับประเทศเวียดนามที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดในระยะเวลา 10 ปี มีค่าส่วนแบ่งทางการตลาด ร้อยละ 37.39 สอดคล้องกับงานวิจัยของ เสาวนีย์ รอดหุ่ย (2559) ศึกษาเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกมังคุดไทยไปตลาดจีน ผลการศึกษาพบว่า ในปี พ.ศ.2556 ประเทศไทยส่งออกมังคุดไทยไปตลาดจีน มีส่วนแบ่งทางการตลาด ร้อยละ 20.54 ซึ่งน้อยกว่าประเทศไทยส่งออกทุเรียนไปตลาดจีน มีส่วนแบ่งทางการตลาด ร้อยละ 47.28 นั้นหมายความว่า ทุเรียนนั้นมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากกว่าผลไม้ทั้งหมดของประเทศไทย

เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งทางการตลาดระหว่างประเทศเวียดนามกับประเทศมาเลเซีย พบว่า ในช่วงแรก ปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2557 ประเทศเวียดนามครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้ต่ำกว่าประเทศมาเลเซีย หลังจากปี พ.ศ.2558 เป็นต้นไป ประเทศเวียดนามสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้สูงกว่าประเทศมาเลเซีย ปีที่ประเทศเวียดนามสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุด คือ ปี พ.ศ.2560 ซึ่งมีค่าส่วนแบ่งทางการตลาด ร้อยละ 37.39 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชันยพร ศรีแก้ว (2559) ศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันการส่งออกลำไยสดของประเทศไทยในตลาดจีน ผลการศึกษาพบว่า ในปี พ.ศ.2556 ประเทศเวียดนามส่งออกลำไยไปตลาดจีน มีส่วนแบ่งทางการตลาด ร้อยละ 19.93 ซึ่งมากกว่าประเทศไทยส่งออกลำไยไปตลาดจีน มีส่วนแบ่งทางการตลาด ร้อยละ 16.47 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุดารัตน์ สุขเลิศ (2564) ที่พบว่า ในปี พ.ศ.2561 มีอัตราการเปลี่ยนแปลงลดลงจากปี พ.ศ.2560 เนื่องด้วยสภาวะแวดล้อมทางการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไป

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีความสามารถในการครองส่วนแบ่งทางการตลาดด้านทุเรียนมากกว่าผลไม้ชนิดอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2564 ก) กล่าวว่า ประเทศจีนเป็นประเทศที่มีประชากรมากที่สุดในโลก อีกทั้งประเทศจีนเป็นประเทศที่มีผู้บริโภครายใหญ่อันดับ 1 ของโลก ทำให้ตลาดจีนแห่งเดียวก็สามารถครองตลาดทุเรียนไปเกือบทั้งหมด เมื่อมองในด้านส่วนแบ่งทางการตลาดด้านการส่งออกทุเรียน พบว่าประเทศไทยสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดทั้งด้านปริมาณและมูลค่าเป็นอันดับ 1 ของโลก ในปี พ.ศ.2562 – พ.ศ.2563 มีค่าส่วนแบ่งทางการตลาด ร้อยละ 65.9 และ ร้อยละ 75.9 ตามลำดับ สังกัดได้ว่าส่วนแบ่งทางการตลาดทุเรียนของโลกมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าในปัจจุบันทุเรียนไทยสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดจีนร่วมกับฮ่องกง ได้ถึงร้อยละ 99 เพราะว่ามีปริมาณผลผลิตไทยมีอยู่อย่างจำกัด ทำให้ไม่เพียงพอต่อผู้บริโภครายใหญ่ของจีน ส่งผลให้ประเทศจีนนำเข้าทุเรียนจากประเทศคู่แข่ง ได้แก่ ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย ดังนั้นประเทศไทยควรเพิ่มกำลังการผลิตทุเรียน รวมทั้งทำการตลาดผ่านแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซของจีน และทำการยกระดับทุเรียนไทยให้มีความพรีเมียมตั้งแต่การปลูก ตลอดจนการขนส่งเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประทานทุเรียนที่รสชาติเหมือนทานที่ประเทศไทย

5.1.3 ข้อเสนอแนะ

5.1.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

5.1.3.1.1 ประเทศไทยส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนน้อยในบางปี ยกตัวอย่างเช่น ในปี พ.ศ.2558 ประเทศไทยประสบปัญหาภัยแล้ง เพื่อป้องกันปัญหาดังกล่าว รัฐบาลควรสนับสนุนให้เกษตรกรเจาะบ่บาดาลเก็บน้ำไว้ใช้ตอนเกิดภัยแล้ง เพื่อไม่ให้ต้นทุเรียนขาดน้ำเกิน 14 วัน สนับสนุนให้เกษตรกรขุดบ่อหรือสระ เพื่อกักเก็บน้ำ และสนับสนุนให้เกษตรกรสูบน้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติมาใช้ในสวนทุเรียน

5.1.3.1.2 ในปี พ.ศ.2554 – พ.ศ.2558 ประเทศไทยอยู่ในสถานการณ์ “คว่ำไม่ทัน” ขณะที่ประเทศคู่แข่งอย่างประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย อยู่ในสถานการณ์ “ดาวรุ่งพุ่งแรง” สาเหตุเกิดจากในช่วงเวลาดังกล่าวประเทศไทยประสบปัญหาด้านภัยธรรมชาติ ทำให้ผลผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการ จึงทำให้ผู้บริโภครายใหญ่หันมาซื้อทุเรียนจากประเทศคู่แข่ง ทำให้ประเทศคู่แข่งอยู่ในสถานการณ์ดาวรุ่งพุ่งแรง ดังนั้น ประเทศไทยควรเพิ่มผลผลิต โดยเน้นปลูกทั้งทุเรียนในฤดู และทุเรียนนอกฤดู เพื่อเป็นการกระจายปริมาณผลผลิต รวมทั้งกระจายความเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยภายนอก

5.1.3.1.3 ปัจจุบันประเทศไทยอยู่ในสถานการณ์ “ดาวรุ่งพุ่งแรง” ขณะที่ประเทศคู่แข่งอย่างประเทศเวียดนาม และ ประเทศมาเลเซีย อยู่ในสถานการณ์ “เสียโอกาส” สาเหตุ

เกิดจากการเข้ามาของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ส่งผลให้การกีดกันทางการค้ามีมากขึ้น จากมาตรการโควิดเป็นศูนย์ (Zero Covid-19) ของจีนทำให้การขนส่งทางบกติดขัดอย่างรุนแรง ประเทศไทยจึงนิยมหันมาส่งออกทางเรือมากยิ่งขึ้น และที่ผ่านมามีประเทศจีนยังไม่เจอเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จากทุเรียนไทย ในขณะที่ประเทศคู่แข่งอย่างประเทศเวียดนาม และ ประเทศมาเลเซีย อยู่ในสถานการณ์ เสียโอกาส สาเหตุเกิดจากประเทศจีนเจอทุเรียนที่ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ติดมากับขั้วทุเรียนจากประเทศคู่แข่ง หากประเทศไทยยังต้องการรักษาตำแหน่งดาวรุ่งพุ่งแรงต่อไป ประเทศไทยควรรักษามาตรฐานการส่งออกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสินค้าไทย

5.1.3.1.4 ประเทศเวียดนามเริ่มส่งออกทุเรียนไปประเทศจีน ครั้งแรกในปี พ.ศ.2551 และ ปี พ.ศ.2554 จนถึงปัจจุบัน สำหรับปัญหาการส่งออกทุเรียนเวียดนามไปประเทศจีนจะเป็นในด้านการลักลอบนำเข้าทุเรียนอย่างไม่ถูกต้องตามกฎหมาย รวมทั้งแอบสวมสิทธิ์ทุเรียนไทย เพื่อป้องกันการสวมสิทธิ์ทุเรียนไทยจากประเทศเวียดนาม หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องดำเนินคดีขั้นเด็ดขาดทั้งทางอาญาและทางแพ่งพร้อมกับการออกรหัสรับรอง GAP และ GMP สำหรับผู้ที่มีส่วนร่วมในการกระทำผิดทุกคน รวมทั้งเข้มงวดในการออกหนังสือรับรองทุเรียน โดยให้ผู้ยื่นขอหนังสือรับรองจะต้องทำการระบุข้อความยืนยันแหล่งที่มาของทุเรียน

5.1.3.1.5 ประเทศมาเลเซียเริ่มส่งออกทุเรียนไปประเทศจีน ครั้งแรกในปี พ.ศ.2552 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งประเทศมาเลเซียสามารถส่งออกได้เพียงเนื้อทุเรียนแช่แข็งเท่านั้น เนื่องจากประเทศมาเลเซียไม่สามารถรักษาคุณภาพตลอดการขนส่ง ในปี พ.ศ.2562 ประเทศจีนอนุญาตให้ประเทศมาเลเซียสามารถส่งออกทุเรียนแช่แข็งทั้งลูกไปประเทศจีนได้ อีกทั้งรัฐบาลมาเลเซีย ส่งเสริมการปลูกทุเรียน โดยตั้งเป้าเพิ่มผลผลิตทุเรียนให้ได้ ปีละ 443,000 ตัน ภายในปี พ.ศ.2573 ดังนั้นประเทศไทยควรติดตามสถานการณ์การผลิตทุเรียนของประเทศมาเลเซียอย่างใกล้ชิด รวมทั้งควบคุมคุณภาพผลผลิตทุเรียนไทยให้ได้มาตรฐานก่อนทำการส่งออก

5.1.3.1.6 ข้อเสนอแนะด้านส่วนแบ่งทางการตลาดทุเรียนจะสอดคล้องกับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ โดยส่วนใหญ่ปีที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดน้อยมักเกิดจากภัยทางธรรมชาติ ผลผลิตไม่เพียงพอ ทุเรียนด้อยคุณภาพ ทำให้ไม่สามารถส่งออกไปประเทศจีนได้ จึงบริโภครภายในประเทศ สำหรับแนวทางป้องกันภัยธรรมชาติที่เกิดจากน้ำท่วม เกษตรกรควรปรับตัวดังนี้ 1.จัดวางระบบน้ำเข้าน้ำออกในสวน เช่น การทำร่องระบายน้ำ การทำคูระบายน้ำในสวน 2.ใช้เครื่องสูบน้ำ สำหรับกรณีเจอปัญหาโรคระบาดทุเรียน หน่วยงานภาครัฐควรรักษาความรู้แนวทางในการป้องกันการเกิดโรคต่างๆ จากต้นทุเรียน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

5.1.3.2.1 การวิจัยในครั้งนี้อธิบายความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีน โดยมุ่งเน้นทุเรียนเป็นหลัก ดังนั้นในการศึกษาครั้งถัดไปควรศึกษาถึงผลไม้อื่นๆ

5.1.3.2.2 การวิจัยในครั้งนี้อธิบายความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีน โดยใช้เครื่องมือความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (DRCA) ส่วนแบ่งทางการตลาด (MS) และแบบจำลองเพชร (Diamond Model) หากมีผู้สนใจจะศึกษาเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวในอนาคต ควรใช้เครื่องมืออื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ความสามารถในการแข่งขันทางการค้า (Trade Competitiveness : TC) การพยากรณ์ด้วยแบบจำลองอาร์ไอมา (Autoregressive integrated moving average : ARIMA) มาประกอบกับงานวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลในมุมมองที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

5.2 สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

5.2.1 สรุปผลการวิจัย

5.2.1.1 แบบจำลองเพชร (Diamond Model)

5.2.1.1.1 ปัจจัยการผลิตในประเทศ

ประเทศไทยมีสภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศเหมาะแก่การเพาะปลูก อีกทั้งมีนวัตกรรมและการเก็บรักษาผลผลิตทางการเกษตรที่มีประสิทธิภาพ ในปัจจุบันประเทศไทยได้มีการพัฒนาสายพันธุ์อย่างต่อเนื่องทำให้ได้พันธุ์ที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะการผลิตทุเรียนนอกฤดู ซึ่งเป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งทุเรียนไทยมีชื่อเสียงในเรื่องรสชาติดี ราคาถูก ต้นทุนการขนส่งต่ำ เนื่องจากทำเลที่ตั้งประเทศไทยอยู่ใกล้กับประเทศจีน ด้านศุลกากรพบว่า มีการใช้ระบบ e-Export ทำให้มีความสะดวกมากขึ้น สำหรับปัญหาที่พบในปัจจัยการผลิตจะเป็นในเรื่องของสายพันธุ์ทุเรียนไม่หลากหลาย มีการเก็บผลผลิตตอนทุเรียนเริ่มสุกร้อยละ 70 ผลผลิตและคุณภาพไม่คงที่ในแต่ละปีสาเหตุเกิดจากภัยธรรมชาติ โรคพืช และการดำเนินการศุลกากรล่าช้าในแต่ละประเทศ ทำให้ทุเรียนเสียหายระหว่างการขนส่ง

5.2.1.1.2 อุปสงค์ในประเทศ

คนจีนส่วนใหญ่ชอบทุเรียนสุกเป็นเนื้อครีมมีกลิ่นหอม ระดับความสุกกำลังพอดีไม่ละ สายพันธุ์ทุเรียนไทยที่คนจีนชอบมากที่สุด ได้แก่ พันธุ์หมอนทอง โดยคนจีนเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิคมบริ โภคทุเรียน เนื่องจากประเทศจีนมีสภาพภูมิอากาศที่หนาวเย็น อีกทั้งทุเรียนไทยเป็นผลไม้ ที่ให้ความอบอุ่น จึงทำให้คนจีนหันมาบริ โภคทุเรียน สำหรับการบริ โภคทุเรียนของคนจีนมี แนวโน้มเพิ่มขึ้น สามารถดูจากตัวเลขการส่งออกที่เพิ่มขึ้นทุกปี และประเทศคู่แข่งก็มีมากขึ้น เนื่องจากทุเรียนเป็นผลไม้ที่มีราคาแพง สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่พบในการส่งออกทุเรียน เกิด จากผลกระทบของนโยบายและมาตรการ Zero Covid-19 ส่งผลให้การส่งออกทางบกติดขัดล่าช้า โดยผู้ส่งออกผ่านขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพนานเกินไปทำให้ทุเรียนเน่าเสีย การส่งออกทาง เรือติดปัญหาระบบหมุนเวียนตู้คอนเทนเนอร์ การส่งออกทางเครื่องบินค่าใช้จ่ายสูง ปัจจุบันยังไม่ สามารถส่งทางรถไฟจีน-ลาว อุปสรรคการส่งออกในบางปีเกิดจากภัยธรรมชาติทำให้ทุเรียนไม่ เพียงพอต่อความต้องการ มีการสวมสิทธิ์ทุเรียนไทย และบางหน่วยงานไม่สามารถอำนวยความสะดวก สดวกสนับสนุนการส่งออกให้เป็นไปได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งกฎระเบียบการนำเข้าของจีนมักจะมีการ เปลี่ยนแปลงบ่อยส่งผลต่อการส่งออกติดขัด

5.2.1.1.3 อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ

การเตรียมบรรจุภัณฑ์ ผู้ส่งออกจะต้องติดป้ายฉลากเป็นภาษาอังกฤษให้ ชัดเจนที่ภาชนะบรรจุ ตามประกาศของกรมวิชาการเกษตร หลังจากนั้นดำเนินการพิธีการศุลกากร ให้เรียบร้อย สำหรับช่องทางการขนส่งมี 3 ช่องทาง คือ การขนส่งทางบก เส้นทาง R9 ; R3A ใช้ เวลา 6-7 วัน การขนส่งทางเรือ จากท่าเรือแหลมฉบังสู่ท่าเรือกวางโจว ; ท่าเรือแหลมฉบังสู่ท่าเรือ เชียงไฮ้ ใช้เวลา 7-10 วัน และการขนส่งทางอากาศ โดยเครื่องบินเช่าเหมาลำ ใช้เวลา 1-2 วัน ใน อนาคตจะเพิ่มทางรถไฟจีน-ลาว

5.2.1.1.4. กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของธุรกิจ

ประเทศไทยกับประเทศมาเลเซียมีโครงสร้างเชิงบวกทางด้านกฎระเบียบ เพราะมีการลงนาม ในปัจจุบันประเทศไทยได้รับอนุญาตให้ส่งออกทุเรียนผลสดมายังตลาดจีน ประเทศมาเลเซียได้รับอนุญาตเฉพาะทุเรียนแช่แข็งทั้งลูกและเนื้อทุเรียน ส่วนประเทศเวียดนาม ยังไม่ได้รับอนุญาตให้นำเข้าอย่างถูกกฎหมาย อีกทั้งประเทศในกลุ่มอาเซียนเริ่มหันมาปลูกทุเรียน เพื่อส่งออกมากขึ้น ส่วนผลกระทบด้านอื่นๆ จะเป็นในเรื่องผลผลิตไม่คงที่ สาเหตุมาจากภัย ธรรมชาติ ส่วนผลกระทบภายนอกเกิดจาก Zero Covid-19 ของจีนเข้มงวด ส่งผลต่อระบบ โลจิสติกส์ทั้งในและต่างประเทศ สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด โดยการเพิ่มช่องทางการขาย ผ่านออนไลน์ ขยายตลาดต่างประเทศไปยังตลาดอื่นๆ การแปรรูปทุเรียนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ควบคุมคุณภาพผลผลิตทุเรียนให้ได้มาตรฐาน คุณแลภาพลักษณ์ทุเรียนไทย โฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ทุเรียนทั้งในสื่อออนไลน์ โทรทัศน์ การจัดทำแผนแก้ไขปัญหาผลไม้เศรษฐกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ล่วงหน้า การตรวจสอบและออกไปรับรองสุขอนามัยพืชให้รวดเร็ว การปรับปรุงระบบศุลกากรโดยใช้เอกสารแบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และทันสมัย

5.2.1.1.5. บทบาทของรัฐบาล

มาตรการ Zero Covid-19 ทำให้รัฐบาลยกระดับเป็นวาระแห่งชาติ โดยรัฐบาลได้จัดทำแผนการแก้ไขปัญหาผลไม้เศรษฐกิจล่วงหน้าทั้งระบบ ถึงสถานการณ์ปัญหาการขนส่งผลไม้ส่งออกไปจีน โดยการผลักดันการขนส่งผลไม้ทางเรือ เป็นเส้นทางขนส่งผลไม้โดยตรงที่ไม่ผ่านประเทศที่สาม การส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อทุเรียนไทยในสายตาผู้บริโภค รวมทั้งแก้ไขปัญหาเรื่องพิธีการศุลกากรส่งออก ในระบบการขนส่งทางบก ทางเรือ ให้รวดเร็วขึ้น พร้อมทั้งจัดทำแผนการแก้ไขปัญหาเรื่องภาษีระหว่างการค้าขนส่ง และเร่งรัดงานจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกทุเรียนสด สำหรับอุปสรรคต่อผู้ส่งออกจะเป็นในเรื่องประเทศจีนมีหน่วยงานที่ดูแลด้านสุขอนามัยและการตรวจสอบความปลอดภัยที่เข้มงวด และกฎระเบียบการนำเข้าของเงินมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ส่งผลต่อการส่งออกติดขัดอยู่บ่อยครั้ง

5.2.1.1.6. โอกาสและอุปสรรค

ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านสภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศเหมาะแก่การเพาะปลูก อีกทั้งทุเรียนไทยมีชื่อเสียงเป็นที่นิยมในอาเซียน เนื่องด้วยทุเรียนไทยมีราคาถูก รสชาติดี ต้นทุนการขนส่งต่ำ มีวิธีการรักษาผลผลิตที่มีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ป้องกันเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ไม่ให้ติดไปกับทุเรียน โดยที่ผ่านมามีเงินยังไม่เคยตรวจพบ จึงทำให้คนจีนนิยมบริโภคทุเรียนจากประเทศไทย สำหรับอุปสรรคในการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีนในอนาคต คาดว่า ประเทศไทยอาจเสียเปรียบประเทศเวียดนามและประเทศมาเลเซียที่ทำการค้าโดยตรงกับประเทศจีนและการมีโรคระบาดทำให้การกีดกันทางการค้ามีมากขึ้น อีกทั้งการเพิ่มพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนของประเทศคู่แข่ง อาจทำให้ทุเรียนล้นตลาดส่งผลให้ราคาตก ในปัจจุบันประเทศจีนได้มีการศึกษาพันธุ์ทุเรียนที่มีความเหมาะสมกับภูมิประเทศและภูมิอากาศ หากประสบความสำเร็จ เงินจะขยายพื้นที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้น ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนของไทยในอนาคตลดลง

5.2.2 อภิปรายผล

5.2.2.1 อภิปรายผลแบบจำลองเพชร (Diamond Model)

5.2.2.1.1 ปัจจัยการผลิตในประเทศ

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองเพชร ด้านปัจจัยการผลิตในประเทศ พบว่า ประเทศไทยมีสภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศเหมาะแก่การเพาะปลูก อีกทั้งมีนวัตกรรมและการเก็บรักษาผลผลิตทางการเกษตรที่มีประสิทธิภาพ ปัจจุบันประเทศไทยได้มีการพัฒนาสายพันธุ์อย่างต่อเนื่องทำให้ได้พันธุ์ที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะการผลิตทุเรียนนอกฤดู ซึ่งเป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งทุเรียนไทยมีชื่อเสียงในเรื่องรสชาติดี ราคาถูก ต้นทุนการขนส่งต่ำ เนื่องจากทำเลที่ตั้งประเทศไทยอยู่ใกล้กับประเทศจีน สอดคล้องกับแนวคิดของ กรมส่งเสริมการเกษตร (2559) กล่าวว่า ทุเรียนของประเทศไทยเป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ ส่งผลให้ประเทศไทยมีความสามารถในการส่งออกทุเรียน เพื่อให้ทุเรียนสามารถออกสู่ตลาดได้ตลอดทั้งปี ประเทศไทยจึงผลิตทุเรียนนอกฤดู ซึ่งช่วยในการตรึงราคาทุเรียนในฤดูให้ไม่ตก อีกทั้งสามารถสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนได้มากยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จรุ ถิ่นพระบาท (2563) ศึกษาเกี่ยวกับทุเรียนกรุงชิงอนาคตไกลเกษตรไทยสู่ตลาดต่างแดน กล่าวว่า ตำบลกรุงชิง อำเภอหนองปีตา จังหวัดนครศรีธรรมราช มีความได้เปรียบด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ซึ่งเหมาะแก่การเพาะปลูกทุเรียน โดยสายพันธุ์ที่นิยมปลูก คือ พันธุ์หมอนทอง เนื่องจากรสชาติดี มีกลิ่นหอม และทำเลที่ตั้งของตำบลกรุงชิง มีความได้เปรียบด้านความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้ ความอุดมสมบูรณ์ของดิน ใกล้กับแหล่งน้ำ ทำให้เกษตรกรสามารถผลิตทุเรียนนอกฤดูได้ สำหรับแนวโน้มการขยายพื้นที่ปลูกทุเรียนในตำบลกรุงชิงมีมากขึ้น ส่งผลให้อุตสาหกรรมทุเรียนกรุงชิงจะเป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศ

5.2.2.1.2 อุปสงค์ในประเทศ

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองเพชร ด้านอุปสงค์ในประเทศ พบว่า คนจีนส่วนใหญ่ชอบทุเรียนสุกเป็นเนื้อครีมมีกลิ่นหอม ระดับความสุกกำลังพอดีไม่เละ สายพันธุ์ทุเรียนไทยที่คนจีนชอบมากที่สุด ได้แก่ พันธุ์หมอนทอง โดยคนจีนนิยมบริโภคทุเรียน เนื่องจากประเทศจีนมีสภาพภูมิอากาศที่หนาวเย็น อีกทั้งทุเรียนไทยเป็นผลไม้ที่ให้ความอบอุ่น จึงทำให้คนจีนหันมาบริโภคทุเรียน สำหรับการบริโภคทุเรียนของคนจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น สามารถดูจากตัวเลขการส่งออกที่เพิ่มขึ้นทุกปี และประเทศคู่แข่งก็มีมากขึ้น เนื่องจากทุเรียนเป็นผลไม้ที่มีราคาแพง สอดคล้องกับงานวิจัยของ จาง เซิน และคณะ (2559) กล่าวว่า ผลไม้ของประเทศไทยได้รับความนิยมนในตลาดจีน เนื่องจากผลไม้ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านรูปปลักษณ์ภายนอก สี สัน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ ทำให้เป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภคชาวจีน ซึ่งผลไม้ที่ผู้บริโภคชาวจีนนิยมทานมากที่สุด ได้แก่ ทุเรียนหมอนทอง มังคุด ลำไย และสอคค้องกับบทความของ ภากร กัทซลี (2565) กล่าวว่า ประเทศจีนนิยมบริโภคทุเรียนจากประเทศไทย โดยเฉพาะทุเรียนหมอนทอง ซึ่งนอกจากมีกลิ่นหอม รสชาติดี คนจีนมักนิยมนำทุเรียนไทยมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์และเมนูอาหารต่างๆ เช่น นักเก็ตไก่ใส่ทุเรียน จากเคเอฟซี ; พิซซ่าทุเรียนหมอนทองจากไทย ; น้ำหอมกลิ่นทุเรียน ; เครื่องหอมโรม่า กลิ่นทุเรียน ; น้ำปั่นทุเรียน ซึ่งมีทั้งปั่นเนื้อทุเรียนเพียวๆ และผสมกับผลไม้อื่น โดยที่นิยมจะเป็น 2 ผลไม้หลัก คือ ผสมมะม่วงและอโวคาโด

5.2.2.1.3 อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองเพชร ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ พบว่า การเตรียมบรรจุภัณฑ์ ผู้ส่งออกจะต้องติดป้ายฉลากเป็นภาษาอังกฤษ ให้ชัดเจนที่ภาชนะบรรจุ ตามประกาศของกรมวิชาการเกษตร หลังจากนั้นดำเนินการพิธีการศุลกากรให้เรียบร้อย สำหรับช่องทางการขนส่งมี 3 ช่องทาง คือ การขนส่งทางบก เส้นทาง R9 ; R3A ใช้เวลา 6-7 วัน การขนส่งทางเรือ จากท่าเรือแหลมฉบังสู่ท่าเรือกว่างโจว ; ท่าเรือแหลมฉบังสู่ท่าเรือเซี่ยงไฮ้ ใช้เวลา 7-10 วัน การขนส่งทางอากาศ โดยเครื่องบินเช่าเหมาลำ ใช้เวลา 1-2 วัน และในอนาคตจะเพิ่มทางรถไฟจีน-ลาว สอดคล้องกับบทความของ เกรียงไกร สุกโคษะ (2562) ได้พูดถึงข้อกำหนดด้านการกักกันโรคที่ส่งออกจากประเทศไทยไปประเทศจีน โดยผลไม้ที่จะส่งต้องมาจากสวนและโรงคัดบรรจุที่ได้ขึ้นทะเบียนกับทางกรมวิชาการเกษตรให้เรียบร้อย โดยผลไม้จะต้องไม่มียาฆ่าแมลง และสารตกค้างต้องไม่เกินค่ามาตรฐานที่ประเทศจีนกำหนด สำหรับฉลากที่ติดลงบนบรรจุภัณฑ์ จะต้องระบุชนิดผลไม้ หมายเลขทะเบียนสวน หมายเลขทะเบียน โรงบรรจุหีบห่อ หมายเลขผู้ส่งออก วันที่บรรจุ และที่สำคัญต้องระบุข้อความเป็นภาษาอังกฤษ หรือ ภาษาจีน ว่า “Export to the People’s Republic of China” และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วุฒิภาค พูลบัว (2561) กล่าวถึง ช่องทางการขนส่งทุเรียนสดไปประเทศจีน มี 3 ช่องทางหลัก คือ การขนส่งทางถนน แบ่งออกเป็น เส้นทาง R3 R9 และ R12 การขนส่งทางเรือ แบ่งออกเป็น เส้นทางจากท่าเรือแหลมฉบังไปเมืองกว่างโจว มณฑลกวางตุ้ง และเส้นทางจากท่าเรือแหลมฉบังไปเมืองเซี่ยงไฮ้ การขนส่งทางอากาศ โดยมีสถานีปลายทาง คือ เซี่ยงไฮ้ กว่างโจว เซี่ยะเหมิน ฉิงตู คุณหมิง หานหนิง ปักกิ่ง และซีอาน อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วงธรรม สรณะ (2561) กล่าวถึง ข้อตกลงทางการค้าของจีนในช่วงแรก โดยนำเข้าทุเรียนไทยทางอากาศมีความรวดเร็ว แต่ต้นทุนสูง ทำให้นายทุนชาวจีนรายย่อยสนับสนุนในการขนส่งสินค้าทางบกและทางเรือ ซึ่งใช้เวลานานกว่า 11 วัน ทำให้สินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บางส่วนเสียหาย หลังจากนั้น ปี พ.ศ.2553 ได้มีการพัฒนาเส้นทางขนส่ง R13 ทำให้การขนส่งทางบกใช้เวลา 7 วัน

5.2.2.1.4 กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของธุรกิจ

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองเพชร ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของธุรกิจ พบว่า ประเทศไทยกับประเทศมาเลเซียมีโครงสร้างเชิงบวกทางด้านกฎระเบียบเพราะมีการลงนาม ในปัจจุบันประเทศไทยได้รับอนุญาตให้ส่งออกทุเรียนผลสดมายังตลาดจีน ประเทศมาเลเซียได้รับอนุญาตเฉพาะทุเรียนแช่แข็งทั้งลูกและเนื้อทุเรียน ส่วนประเทศเวียดนามยังไม่ได้รับอนุญาตให้นำเข้าอย่างถูกกฎหมาย อีกทั้งประเทศในกลุ่มอาเซียนเริ่มหันมาปลูกทุเรียนเพื่อส่งออกมากขึ้น ส่วนผลกระทบต่อด้านอื่นๆ จะเป็นในเรื่องผลผลิตที่ไม่คงที่ สาเหตุมาจากภัยธรรมชาติ ส่วนผลกระทบต่อภายนอกเกิดจาก Zero Covid-19 ของจีนเข้มงวด ส่งผลกระทบต่อระบบโลจิสติกส์ทั้งในและต่างประเทศ สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด โดยการเพิ่มช่องทางการขายผ่านออนไลน์ ขยายตลาดต่างประเทศไปยังตลาดอื่นๆ การแปรรูปทุเรียนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ควบคุมคุณภาพผลผลิตทุเรียนให้ได้มาตรฐาน คุณภาพลักษณะทุเรียนไทย โฆษณาและประชาสัมพันธ์ทุเรียนทุกช่องทาง ในส่วนสาเหตุที่ประเทศมาเลเซียได้รับอนุญาตส่งออกเฉพาะทุเรียนแช่แข็งทั้งลูกและเนื้อทุเรียน เกิดจากประเทศมาเลเซียไม่สามารถรักษาคุณภาพตลอดการขนส่งได้ สอดคล้องกับบทความของ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (2562) กล่าวถึง วิธีการเก็บทุเรียนของมาเลเซีย เริ่มจากเก็บทุเรียนก็ต่อเมื่อทุเรียนสุก และทุเรียนต้องตกลงจากต้นตามธรรมชาติ ซึ่งการเก็บทุเรียนดังกล่าวสามารถรักษาความอร่อยอย่างเต็มที่ แต่ทุเรียนที่ตกลงมาบนพื้น อาจทำให้เนื้อและเปลือกทุเรียนติดเชื้อโรคจากดิน ทำให้ไม่สะดวกขนส่งทางไกล จึงเน้นวิธีส่งออกด้วยเนื้อทุเรียนแช่แข็ง สำหรับผลกระทบต่อภายนอกจะสอดคล้องกับบทความของฐานเศรษฐกิจดิจิทัล (2565 ข) กล่าวถึง มาตรการ Zero Covid-19 ประเทศจีนมีการตรวจสอบสินค้าทุเรียนทุกตู้ ทุกช่องทางการนำเข้า ไม่ว่าจะเป็นทางบก ทางเรือ ทางอากาศ ซึ่งการตรวจสอบดังกล่าวส่งผลให้การส่งออกทางบกติดขัดเกือบทุกด่าน วิธีการแก้ปัญหาของประเทศไทย คือ การจัดทำ GAP Plus กับผู้ผลิตชาวสวนทุเรียน และทำ GMP Plus กับล้งทุเรียน พร้อมสนับสนุนให้ผู้ส่งออกขนส่งทางเรือมากขึ้น ในส่วนการวางแผนกลยุทธ์จะสอดคล้องกับบทความของ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2564 ก) โดยพูดถึงวิธีการรับมือคู่แข่งในอนาคต คือ 1.ประเทศไทยต้องชูจุดขายด้านสายพันธุ์แปลกใหม่ให้เป็นที่รู้จักในประเทศจีน 2.ทำการตลาดผ่านแพลตฟอร์ม E-Commerce ของจีน 3. ควบคุมคุณภาพเพื่อครองรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ และ 4.ขยายตลาดไปยังประเทศอื่นๆ และ สอดคล้องกับงานวิจัยของธัชชัย เจียรกุล (2559) ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูปของไทยของวัยรุ่นชาวจีนที่มาศึกษาในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า สิ่ง
ที่วัยรุ่นชาวจีนตัดสินใจในการซื้อผลไม้แปรรูป คือ รสชาติ ประโยชน์ต่อสุขภาพ หาซื้อง่าย โดย
ผลไม้แปรรูปที่ชื่นชอบที่สุดได้แก่ ทุเรียนทอด

5.2.2.1.5 บทบาทของรัฐบาล

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองเพชร ด้านบทบาทของรัฐบาล พบว่า มาตรการ
Zero Covid-19 ทำให้รัฐบาลยกระดับเป็นวาระแห่งชาติ โดยรัฐบาลได้จัดทำแผนการแก้ไขปัญหา
ผลไม้เศรษฐกิจล่วงหน้าทั้งระบบ ถึงสถานการณ์ปัญหาการขนส่งผลไม้ส่งออกไปประเทศจีน
โดยการผลักดันการขนส่งผลไม้ทางเรือ เป็นเส้นทางขนส่งผลไม้โดยตรงที่ไม่ผ่านประเทศที่สาม
การส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อทุเรียนไทยในสายตาผู้บริโภค รวมทั้งแก้ไขปัญหาเรื่องพิธีการ
ศุลกากรส่งออก ในระบบการขนส่งทางบก ทางเรือ ให้รวดเร็วยิ่งขึ้น พร้อมทั้งจัดทำแผนการ
แก้ไขปัญหาเรื่องภาษีระหว่างขนส่ง สำหรับอุปสรรคต่อผู้ส่งออกจะเป็นในเรื่องประเทศจีนมี
หน่วยงานที่ดูแลด้านสุขอนามัยและการตรวจสอบความปลอดภัยที่เข้มงวด และกฎระเบียบการ
นำเข้าของจีนมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ส่งผลต่อการส่งออกติดขัดอยู่บ่อยครั้ง สอดคล้องกับบทความ
ของ รัฐบาลไทย (2565) ได้กำหนดแผนการแก้ไขปัญหาผลไม้เศรษฐกิจล่วงหน้าทั้งระบบ ปี
พ.ศ.2565 กรณีเหตุการณ์ไม่ปกติ จำนวน 5 มาตรการ ประกอบด้วย 1.มาตรการป้องกันเพื่อเตรียม
รองรับเหตุการณ์ไม่ปกติ 2.มาตรการช่วยเหลือในการกระจายสินค้า ควบคุมคุณภาพ และกระตุ้น
การบริโภคผลไม้ 3.มาตรการช่วยเหลือสนับสนุนการส่งออกผลไม้ไทย 4.มาตรการแปรรูปสร้าง
มูลค่าเพิ่ม และ 5.มาตรการช่วยเหลือเยียวยา และฟื้นฟูเกษตรกรที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ไม่
ปกติ และสอดคล้องกับไทยรัฐออนไลน์ (2565) กล่าวว่า การส่งออกทางบกจากประเทศไทยไป
ประเทศจีนยังมีปัญหาที่ด่านนำเข้าของประเทศจีนยังปิดบ้าง ปิดบ้าง หรือบางด่านยังปิดอยู่ เพื่อ
ป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จึงได้สั่งการให้กรม
ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ปรับแผนการส่งออก เพื่อให้การส่งออกคล่องตัว และสามารถ
ส่งออกได้ตามเป้าหมาย สำหรับการปรับแผนดังกล่าว จะเป็นการเพิ่มปริมาณการส่งออกผ่านทาง
เรือ และทางอากาศให้มากขึ้น

5.2.2.1.6 โอกาสและอุปสรรค

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองเพชร ด้าน โอกาสและอุปสรรค พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านสภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศเหมาะแก่การเพาะปลูก อีกทั้งทุเรียน
ไทยมีชื่อเสียงเป็นที่นิยมในอาเซียน เนื่องจากทุเรียนไทยมีราคาถูกรสชาติดี ต้นทุนการขนส่งต่ำ มี
วิธีการรักษาผลผลิตที่มีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ป้องกันเชื้อไวรัส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนเวลาหรือการเขียนเพื่อการศึกษาค้นคว้า ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โคโรนา 2019 (COVID-19) ไม่ให้คิดไปกับทุเรียน โดยที่ผ่านมาประเทศจีนยังไม่เคยตรวจพบ จึงทำให้คนจีนนิยมบริโภคทุเรียนจากประเทศไทย สำหรับอุปสรรคในการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีนในอนาคต คาดว่า ประเทศไทยอาจเสียเปรียบประเทศเวียดนามและประเทศมาเลเซียที่ทำการค้ากับประเทศจีนโดยตรง และการมีโรคระบาดทำให้การกีดกันทางการค้ามีมากขึ้น อีกทั้งการเพิ่มพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนของประเทศคู่แข่ง อาจทำให้ทุเรียนล้นตลาดส่งผลให้ราคาคด ปัจจุบันประเทศจีนได้มีการศึกษาพันธุ์ทุเรียนที่มีความเหมาะสมกับภูมิประเทศและภูมิอากาศ หากประสบความสำเร็จ ประเทศจีนจะขยายพื้นที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้น ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยในอนาคตลดลง สอดคล้องกับศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2564 ข) โดยพูดถึงความได้เปรียบในการส่งออกทุเรียนไทย หลักๆ มีอยู่ด้วยกัน 3 ข้อ คือ 1.รสชาติทุเรียนของประเทศไทยเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก 2.ทำเลที่ตั้งของประเทศไทยเอื้อต่อการขนส่งไปประเทศจีนซึ่งเป็นผู้บริโภครายใหญ่ และ 3.ประเทศไทยมีความเชี่ยวชาญในการทำตลาดส่งออกผลไม้ ในเรื่องของประเทศเวียดนามทำการค้ากับประเทศจีนโดยตรง สอดคล้องกับบทความของ ศักดา ศรีนิเวศน์ (2565) กล่าวว่า ประเทศเวียดนามสามารถส่งออกทุเรียนหอมทอง และพันธุ์อื่นๆ ไปประเทศจีนผ่านประตูพรมแดนทั้งหมดได้ตั้งแต่วันที่ 11 กรกฎาคม พ.ศ.2565 เป็นต้นไป ซึ่งประเทศเวียดนามนับเป็นประเทศที่สามต่อจากประเทศไทย และ ประเทศลาว ที่ทางการจีนอนุญาตให้ส่งทุเรียนผลสดเข้าได้ และในอนาคตไม่นานประเทศกัมพูชากำลังจะตามมา ในส่วนประเทศจีนที่ได้มีการศึกษาพันธุ์ทุเรียนที่มีความเหมาะสม จะสอดคล้องกับบทความของ ศูนย์บริการข้อมูลธุรกิจไทยในจีน (2562) กล่าวว่า ประเทศจีนประสบความสำเร็จในการทดลองปลูกทุเรียนหอมทองเป็นครั้งแรกในประเทศจีนที่เมืองเป่าถิง มณฑลไห่หนาน โดยนำพันธุ์หอมทองจากประเทศเวียดนาม จำนวน 40 ต้น มาทดลองปลูกในปี พ.ศ.2557 และเก็บเกี่ยวผลผลิตครั้งแรกในเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2562 สำหรับรสชาติของทุเรียนจะหวานปนขมเล็กน้อย เนื้อนุ่ม มีกลิ่นหอมจางๆ ทั้งนี้ประเทศจีนพยายามศึกษาต่อยอดถัดไปเพื่อเป็นแหล่งเพาะปลูกในอนาคต และสอดคล้องกับบทความของ ห้องสมุดเพื่อเกษตรกรไทย (2565) กล่าวว่า ประเทศจีน เมืองเม่าหมิง มณฑลกวางตุ้ง เริ่มปลูกทุเรียนพันธุ์มูซังคิง และพันธุ์หนามดำ โดยนำต้นกล้าจากประเทศมาเลเซียมาทดลองปลูกครั้งแรกในปี พ.ศ.2561 ประมาณ 41.66 ไร่ ปัจจุบันมีต้นกล้าที่ติดตามต่อกิ่งแล้วจำนวน 20,000 ต้น ประเทศจีนประสบความสำเร็จในการปลูกทุเรียนสายพันธุ์มูซังคิงและพันธุ์หนามดำ ที่เมืองเม่าหมิง มณฑลกวางตุ้งครั้งแรกเมื่อเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2565 และคาดว่าเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ในเดือนตุลาคม พ.ศ.2565 จากการทดลองปลูกทุเรียนของประเทศจีน พบว่า ปลูกทุเรียนสำเร็จครั้งแรกในปี พ.ศ.2562 ที่ มณฑล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้หนาน และการทดลองปลูกที่เมืองเม่าหมิง มณฑลกวางตุ้งครั้งนี้ นับว่าเป็นความสำเร็จในการทดลองปลูกทุเรียนครั้งที่ 2 ของประเทศจีน

5.2.3 ข้อเสนอแนะ

5.2.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

5.2.3.1.1 ประเทศไทยมักประสบปัญหาด้านทุเรียนอ่อน หรือทุเรียนด้อยคุณภาพ ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ทุเรียนไทย ดังนั้นภาครัฐควรสนับสนุนให้นักวิจัยสร้างนวัตกรรมโดยการผลิตเครื่องตรวจสอบ วัดความอ่อน ความแก่ของทุเรียน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการตรวจสอบควรมีความถูกต้องและแม่นยำ เพื่อให้เกษตรกรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำเครื่องมือนี้มาใช้ประโยชน์

5.2.3.1.2 กรมการค้าระหว่างประเทศและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรรับมือเกี่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านสวมสิทธิทุเรียนไทยส่งออกไปประเทศจีน ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของทุเรียนไทย ดังนั้นทางกรมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้มงวดในการพิจารณาออกหนังสือรับรองทุกประเภทที่เกี่ยวกับทุเรียน โดยให้ผู้ยื่นขอหนังสือรับรองจะต้องระบุข้อความยืนยันแหล่งที่มาของทุเรียนในประเทศ ลงในใบแบบขอรับการตรวจสอบคุณสมบัติของสินค้าทางด้านถิ่นกำเนิด เพื่อป้องกันการสวมสิทธิทุเรียนไทยไปตลาดจีน

5.2.3.1.3 มาตรการ Zero Covid-19 ส่งผลให้การส่งออกทางบกติดขัดล่าช้า การส่งออกทางเรือติดปัญหาาระบบหมุนเวียนตู้คอนเทนเนอร์ การส่งออกทางเครื่องบินติดปัญหาค่าใช้จ่ายสูง เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาดังกล่าวนี้ในอนาคต ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเจรจาระหว่างประเทศลดหย่อนผ่อนปรนมาตรการป้องกันโควิด-19 ที่ด่านปลายทางและการเปิดช่องทางพิเศษ (Green Way) ควรพยากรณ์ปริมาณผลผลิตทุเรียนและสั่งจองตู้คอนเทนเนอร์ล่วงหน้า และสนับสนุนให้เกษตรกร ผู้ประกอบการ ส่งออกทุเรียนแปรรูป ทุเรียนพรีเมียม ไปยังตลาดอื่นที่มีศักยภาพ เช่น ประเทศอินเดีย รวมทั้งควรเพิ่มช่องทางการขนส่งทางรถไฟจีน-ลาว นอกจากนี้จะช่วยลดค่าใช้จ่ายแล้ว ยังสามารถลดระยะเวลาขนส่ง ซึ่งการขนส่งทางรถไฟจีน-ลาว ใช้ระยะเวลา 1 วัน

5.2.3.1.4 การเพิ่มพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนจากประเทศคู่แข่ง อาจทำให้ทุเรียนล้นตลาด เพื่อป้องกันผลผลิตจากประเทศคู่แข่งอย่างประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซียที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในอนาคต ดังนั้นประเทศไทยควรติดตามสถานการณ์การผลิตทุเรียนของประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซียอย่างใกล้ชิด และควรรับมือต่อสถานการณ์ดังกล่าว จากผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ประเทศไทยส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนเป็นหลัก ดังนั้น ประเทศไทย

ควรรหาดลาดส่งออกอื่นๆ ที่มีศักยภาพ เช่น ตลาดตะวันออกกลาง และตลาดอินเดีย เนื่องจากมีประชากรจำนวนมาก และนิยมบริโภคทุเรียนเช่นกัน เพื่อลดการพึ่งพิงตลาดจีนเพียงตลาดเดียว

5.2.3.1.5 ประเทศไทยอาจเสียเปรียบประเทศเวียดนามที่ทำการค้าโดยตรงกับประเทศจีน เนื่องจากประเทศเวียดนาม สามารถส่งออกทุเรียนไปประเทศจีน ผ่านประตูพรมแดนทั้งหมดได้ตั้งแต่วันที่ 11 กรกฎาคม พ.ศ.2565 เป็นต้นไป สามารถส่งออกทุเรียนหอมทองและทุเรียนพันธุ์อื่นๆ เข้าประเทศจีนได้อย่างเป็นทางการ ดังนั้นประเทศไทยควรรักษาชื่อเสียงทุเรียนไทย พัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตร ผลักดันทุเรียนสายพันธุ์ใหม่เพื่อแข่งขันส่วนแบ่งทางการตลาด รวมถึงส่งเสริมผลิตภัณฑ์แปรรูป และสร้างตลาดใหม่เพิ่มขึ้น

5.2.3.1.6 ปัจจุบันประเทศจีน ได้มีการศึกษาพันธุ์ทุเรียนที่มีความเหมาะสมกับภูมิประเทศและภูมิอากาศ หากประสบความสำเร็จ ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนไทยในอนาคต ดังนั้นประเทศไทยควรรักษาคุณภาพมาตรฐานทุเรียนไทย รวมทั้งเข้มงวดด้านกฎหมาย เรื่องการลักลอบส่งพันธุ์ทุเรียนออกนอก โดยพืชสวนของประเทศไทยมีทั้งหมด 11 ชนิด ได้แก่ ทุเรียน ส้มโอ อุ่น ลำไย ลิ้นจี่ มะขาม มะพร้าว กวาวเครือ ทองเครือ สละ และสับปะรด รวมทั้งเพิ่มช่องทางการขยายตลาดไปประเทศอื่นๆ ที่มีศักยภาพ เช่น ประเทศอินเดีย

5.2.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

5.2.3.2.1 การวิจัยในครั้งนี้ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีน โดยการสัมภาษณ์ถึงโครงสร้างตามทฤษฎีแบบจำลองเพชร โดยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักจากตัวแทนในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการเกษตร กรมศุลกากร กรมวิชาการเกษตร สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ผู้ประกอบการ รวมจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมด 18 คน หากมีผู้สนใจเรื่องดังกล่าวในอนาคต ควรเพิ่มจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์เพิ่มเติม เช่น ตัวแทนจากเกษตรกรปลูกทุเรียน ตัวแทนจากบริษัทนำเข้าส่งออกทุเรียนไปประเทศจีน เพื่อให้ได้มุมมองที่หลากหลายมากขึ้น

5.2.3.2.2 การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ถึงโครงสร้างตามทฤษฎีแบบจำลองเพชร หากมีผู้สนใจเรื่องดังกล่าวในอนาคต ควรเปลี่ยนรูปแบบการสัมภาษณ์ เช่น การสัมภาษณ์ไม่เป็นทางการ (Informal Interview) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เป็นต้น เพื่อให้ได้มุมมองที่แตกต่าง

บรรณานุกรม

กรมวิชาการเกษตร. 2562. ผลกระทบจากการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรน่า ต่อการส่งออกผลไม้ไทยไปจีน. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.moac.go.th/foreignagri-news-files-421991791226>.

กรมศุลกากร. 2563. สถิติการนำเข้า-ส่งออกผลไม้ไทยไปประเทศจีน. [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://www.customs.go.th/index.php?lang=th&left_menu=menu_homepage.

กรมส่งเสริมการเกษตร. 2559. การผลิตทุเรียนนอกฤดู. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.agri-man.doae.go.th/km62/download/1283leaflet.pdf>.

กรมส่งเสริมการเกษตร. 2563ก. ไทย (Kingdom of Thailand: ราชอาณาจักรไทย). [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://www.plan.doae.go.th/userfiles/Thailand_Banner.pdf.

กรมส่งเสริมการเกษตร. 2563ข. มาเลเซีย (Malaysia). [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://www.plan.doae.go.th/userfiles/Malaysia_Banner.pdf.

กรมส่งเสริมการเกษตร. 2563ค. เวียดนาม (Socialist Republic of Vietnam: สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม). [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://www.plan.doae.go.th/userfiles/Vietnam_Banner.pdf.

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. 2562. ทุเรียนแช่แข็งทั้งลูกของมาเลเซียเข้าประเทศจีนแล้ว. [Online]. เข้าถึงได้จาก : https://www.ditp.go.th/contents_attach/560254/560254.pdf.

กระทรวงพาณิชย์. 2562. 10 อันดับส่งออกของไทย. [Online]. เข้าถึงได้จาก : https://www.financethai.com/Advertorial/AdvertorialMain.aspx?name=ad_201901241159.

กลุ่มพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก. 2563. ทุเรียน ราชอาณาจักรไทย ถูกใจคนต่างแดน. [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://www.tpsoc.moc.go.th/sites/default/files/thueriyn_240863.pdf.

การค้าไทย. 2563. โครงสร้างสินค้าส่งออกของประเทศไทย ปี พ.ศ.2556-2563 (ม.ค.-ก.พ.). [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://tradereport.moc.go.th/TradeThai.aspx>.

เกรียงไกร สุภโตษะ. 2562. ระบบควบคุมการส่งออกลำไยสดไปสาธารณรัฐประชาชนจีน. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.doa.go.th/psco/wp-content/uploads/2020/06/-Sep-2019.pdf>

จรูญรัตน์พระบาท. 2563. “ทุเรียนกรุงชิงอนาคตไกลเกษตรกรไทยสู่ตลาดต่างแดน.” วารสารวิชาการสังคมมนุษย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช. 10(2) : 54-68.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- จักรี เตชะวารี, ปิยะลักษณ์ พุทธรังษี, กนต์สินี กันทะวงษ์วาร และวรินทร์ ชัยวิวัฒน์. 2553. “การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน ในตลาดผลไม้ไทย-จีน.” วารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 14(1) : 2-21.
- จาง เซิน, โสรัจ กายบริบูรณ์ และไพรัช มากกาญจนกุล. 2559. “ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อและพฤติกรรมการซื้อผลไม้จากประเทศไทยของผู้บริโภคชาวจีนในเมืองหนานหนิง เขตปกครองตนเองชนชาติจ้วงกวางสี สาธารณรัฐประชาชนจีน.” วารสารวิทยาการ จัดการ. 3(1) : 23-34.
- เฉลิม ใจตั้ง. 2556. “ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมยางพาราไทย.” วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชาคริต ศิริรัตน์. 2549. “ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตรส่งออกของไทยไปยังประเทศจีน.” วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฐานเศรษฐกิจ. 2564. ขยายผลสมมติฐานทุเรียนไทย โยงขบวนการค้าข้ามชาติ. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.thansettakij.com/business/485241>.
- ฐานเศรษฐกิจดิจิทัล. 2565ก. การส่งออกผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้งของไทยปี 2564. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.thansettakij.com/economy/523596>.
- ฐานเศรษฐกิจดิจิทัล. 2565ข. ส่งออกทุเรียนไทยไปจีนแสนล้านต่อวิกฤติ Zero Covid คุมเข้มด่านบก เรือ อากาศ ทำขนส่งติดหนึบ “ฟรู่ทบอร์ด” ดันแผนเพิ่มส่งออกทางเรือ-ราง เพิ่มบริโภคในประเทศ รับผิดชอบผลิต พ.ค.นี้ สมาคมทุเรียนไทยห่วงทุบราคาร่วง วอนทุกฝ่ายช่วยคุมเข้ม นักวิชาการส่งสัญญาณหน้าสวนโลละร้อย. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.thansettakij.com/economy/523060>.
- ตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ. 2564. 10 อันดับผลไม้ส่งออกของไทยนำส่งออก. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.grtcargo.com/content/4429>.
- ทวีศักดิ์ เกิดโภคา และนัฐพล ไก่แก้ว. 2561. อนาคตทุเรียนไทยภายใต้ความท้าทาย ราคาดีปีนี้อีก 5 ปี อยู่ตรงไหน. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://prachatai.com/journal/2018/07/78050>.
- ทัศนนันท์ พิทักษ์เสถียร. 2560. “วิเคราะห์ศักยภาพ การแข่งขันของอุตสาหกรรมถั่งม่อย่าง ของประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ไทยพีบีเอส. 2563. “ทุเรียน” ราคากระชูด! ออเดอร์จากจีนแน่น ดับฝันนักกินชาวไทย. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://news.thaipbs.or.th/content/292411>.
- ไทยรัฐออนไลน์. 2565. “พาณิชย์” ปรับแผนส่งผลไม้ไทยไปจีน ตั้งวอร์รูม ส่งทีมเจรจาเปิดด่าน. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.thairath.co.th/business/economics/2384466>.
- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. 2562. จับตาผลกระทบทุเรียนไทย...เมื่อจีนเปิดรับทุเรียนแช่แข็งจากมาเลเซีย. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://kmc.exim.go.th/detail/hot-issues/20191016083250>.
- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. 2564. เกาะกระแสมะพร้าว น้ำหอมอิตติต ตลาดในจีน. [Online]. เข้าถึงได้จาก : https://www.exim.go.th/eximinter/e-news/20810/0221_trend.html.
- ธัญพร ศรีแก้ว. 2559. “ศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันการส่งออกกล้วยสดของประเทศไทยในตลาดจีน.” วารสารรัฐศาสตร์ปริทัศน์. 58(1) : 22-33.
- ธัญมัย เจียรกุล. 2559. “พฤติกรรมการค้าสินค้าผลไม้แปรรูปของไทยของวัยรุ่นชาวจีนที่มาศึกษาในประเทศไทย.” วารสาร ธุรกิจปริทัศน์. 8(1) : 43-60.
- นลินี ทองประเสริฐ และใหม่่นภา พุฒพิมพ์. 2561. “ศักยภาพการแข่งขันของกล้วยสดส่งออกอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป จังหวัดศรีสะเกษ.” สุทธิปริทัศน์. 32(102) : 223-238.
- นวชน นามพรหม. 2550. “การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทย.” วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ประภาพร พรหมเมตจิต. 2551. “ผลกระทบจากการใช้มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดประเทศไทยของกระเจี๊ยบนำเข้าจากอินโดนีเซีย.” วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิติ ศรีแสงนาม. 2561. สงครามทุเรียน : ไทย VS มาเลเซีย. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.the101.world/durian-war/>.
- พรรณวดี เลิศลุมพลีพันธุ์. 2562. “ขีดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกมะม่วงของไทยโดยเปรียบเทียบกับประเทศ ฟิลิปปินส์ และประเทศอินเดีย.” วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี. 13(2) : 68-77.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ภัทรกร จิรมหาโกคา. 2557. “แนวทางการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ภากร กัทชลี. 2565. **จริงหรือไม่? ที่ “ทุเรียนไทย” ฮิตใน “จีน”**. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.bangkokbiznews.com/columnist/1003175>.
- มงคล เอกพันธ์. 2562. “โครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถการเรียนรู้องค์กรกับความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงาน:การศึกษาเชิงประจักษ์บริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย.” **วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่**. 12(2) : 1-20.
- มิ่งสรรพ ขาวสะอาด, จีราวรรณ ฉายสุวรรณ และอัศพรพงษ์ อันทอง. 2545. **โครงการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา (สาขาอัญมณีและเครื่องประดับ)**. เชียงใหม่ : สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เมธาพร กิ่งสะกุน. 2562. “ศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกลำไยทุเรียน มังคุดสดของไทยไปในตลาดจีน.” การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- รัฐบาลไทย. 2565. **ฟรุ้ทบอร์ดโควิดระบดหนักในจีนกระทบการส่งออกผลไม้ไทย เน้ผู้ส่งออกเพิ่มการขนส่งทางเรือเป็น 55%**. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/53408>.
- รุ่งระวี วีระเวสส์. 2561. “ศึกษารูปแบบการค้าและพฤติกรรมการส่งออกของประเทศไทยในตลาดเอเชียตะวันออก.” **วารสารเกษมบัณฑิต**. 19(1) : 169-181.
- ลงทุนแมน. 2564. **ทุเรียนไทย ดินค้ำดาวรุ่งกำลังพุ่งแรง**. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.longtunman.com/28726>.
- วงธรรม สรณะ. 2561. “เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยห่วงโซ่สินค้าของผลไม้ภาคตะวันออก : ศึกษากรณีทุเรียน.” **วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา**. 7(1) : 82-92.
- วสุธิดา นักเกษม และประสพชัย พสุนนท์. 2561. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร.” **วารสารอิเล็กทรอนิกส์ Veridian มหาวิทยาลัยศิลปากร (มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ)**. 11(1) : 2148-2167.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- วันทนารอดบุตร. 2561. “วิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกมันสำปะหลังไทยไปตลาดจีน.” วารสารสถาบันวิชาการป้องกันประเทศ. 9(3) : 99-110.
- วิไลวงศ์ โคตรโยธา. 2558. “การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสินค้าของสปป.ลาว กัมพูชา และเวียดนาม ที่ส่งออกไปยังตลาดอาเซียน.” การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วุฒิภาค พูลบัว. 2561. “การพัฒนาแบบจำลองรูปแบบการส่งออกผลไม้จากประเทศไทยไปประเทศจีน ภายใต้ต้นนโยบายหนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง : กรณีศึกษาการส่งออกทุเรียน.” วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์ บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศักดิ์ดา ศรีนิเวศน์. 2565. **ทุเรียนเวียดนามส่งออกไปยังจีนผ่านประตูปรมแดนทั้งหมดได้ตั้งแต่วันที่ 11 กรกฎาคม 2565.** [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.facebook.com/sakda.sinives>.
- ศิริขวัญ ศรีทองกุล. 2559. “การวิเคราะห์ความสามารถการส่งออกยางพาราของไทยโดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและแบบจำลองเพชร.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ศูนย์ข้อมูลประเทศจีน. 2559. **ทำไมคนจีนชอบกินทุเรียน.** [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.facebook.com/studywiz.china/posts/551458288373697:0>.
- ศูนย์บริการข้อมูลธุรกิจไทยในจีน. 2561. **การส่งออกสินค้าไปจีน.** [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://thaibizchina.com/qa/ต้องการส่งออกผลไม้ไทยไป/print/>.
- ศูนย์บริการข้อมูลธุรกิจไทยในจีน. 2562. **มณฑลไห่หนานปลูกทุเรียนหอมทองเป็นผลสำเร็จ.** [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://thaibizchina.com/มณฑลไห่หนานปลูกทุเรียน/>.
- ศูนย์บริการข้อมูลเศรษฐกิจระหว่างประเทศ. 2563. **ไวรัสโคโรนาออกฤทธิ์ กระทบการส่งออกสินค้าเกษตรไทยไปจีน.** [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://globthailand.com/china18022020/>.
- ศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทย. 2563ก. **รายงานมังคุดของไทยในตลาดจีน.** [Online]. เข้าถึงได้จาก : https://www.ditp.go.th/contents_attach/669759/669759.pdf.
- ศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทย. 2563ข. **รายงานสินค้าลำไยในตลาดจีน.** [Online]. เข้าถึงได้จาก : https://www.ditp.go.th/contents_attach/659730/659730.pdf.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2564ก. กสิกรฯ เผยไทยส่งออกทุเรียน พ.ค.64 ขยายตัว 95.3% มูลค่ารายเดือนสูงสุด. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.efinancethai.com/LastestNews/LatestNewsMain.aspx?ref=A&id=akZ6ZWlhRXITN289&security=KBANK>.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2564ข. ส่งออกทุเรียนไทยพุ่งทุบสถิติ ตลาดจีนยังคงมาแรง. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Durian-export.aspx>
- สมพร อิศวิลานนท์. 2562. สถานการณ์การผลิตและการบริโภคทุเรียนของโลกและการส่งออกทุเรียนของไทย. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.trf.or.th/component/attachments/download/4827>.
- สำนักข่าวอินโฟเควสท์. 2563. เกษตรกรไทยเฮ ส่งออกทุเรียนไปจีนช่วงโควิดเพิ่มขึ้น 30%. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.infoquest.co.th/2020/22767>.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2561. เคาะไม้ผล 7 จ.ภาคใต้ตอนล่าง ปีนี้ผลผลิตดี เตรียมดันยุทธศาสตร์ผลไม้ภาคใต้ 61-64 พัฒนาทั้งระบบ. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.oae.go.th/view/1/รายละเอียดภาวะเศรษฐกิจการเกษตร/28335/TH-TH>.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2565. สถิติการส่งออก (Export). [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://impexp.oae.go.th/service/export.php?S_YEAR=2564.
- สุภารัตน์ สุขเลิศ. 2564. “ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน กรณีศึกษาความร่วมมือกับกลุ่มอาลีบาบา.” วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่. 22(1) : 23-36.
- สุพินดา วะสินรัตน์. 2539. “การศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย.” วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสาวนีย์ บุญประดับ. 2552. “ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน.” วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสาวนีย์ รอดหุ่ย. 2559. “วิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกมังคุดไทยไปตลาดจีน.” วารสารสถาบันวิชาการป้องกันประเทศ. 7(2) : 75-86.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ห้องสมุดเพื่อเกษตรกรไทย. 2565. **มณฑลกวางตุ้งปลูกทุเรียนสำเร็จ อนาคตตลาดทุเรียนที่ไทยต้องจับตามอง.** [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://thaifarmer.lib.ku.ac.th/news/6284ad8a6ba4095e41804f9b>.
- อัศรพงศ์ อันทอง และอริยา เผ่าเครื่อง. 2553. “ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตรที่สำคัญของไทยในตลาดจีน.” **วารสารเศรษฐศาสตร์.** 14(1) : 22-47.
- Balassa, B. 1965. “Trade Liberalization and 'Revealed' Comparative Advantage.” **Manchester School.** 1(33) : 99-123.
- Christensen, K. and Fahey, L. 1984. “Building distinctive competences into competitive advantage.” **Strategic Planning Management.** 2(1) : 113-123.
- Harvests, D. 2019. **Durian Fruit Common Varieties.** [Online]. Available : <https://www.durianharvests.com/durian-types/>.
- Krisiukeniene, D. and Pilinkiene, V. 2020. “Export Competitiveness Analysis of Creative Industries in the European Union.” **Economics and Culture.** 17(1) : 28-37.
- Kurniawan, W. 2016. “Dynamic Revealed Comparative Advantage of Indonesian in ASEAN.” **Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan.** 9(2) : 117-125.
- Lindsay, R. 2012. **Vietnam Durian Varieties.** [Online]. Available : <https://www.yearofthedurian.com/2012/08/vietnamese-durian-varieties.html>.
- Noodaeng, S. 2017. “Export Competitiveness of Thai Durian in China Market.” **European Journal of Business and management.** 9(36) : 48-55.
- Porter, M.E. 1990. “The Competitive Advantage of Nations.” **Harvard Business Review.** 3(4) : 73-91.
- Rosiana, N. Nurmalina, R. Winandi, R. and Rifin, A. 2017. “The Level Of Comparative Advantages Of World Main Coffee Producers.” **Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan.** 11(2) : 227-246.
- Gunes, S. and Tan, M. 2017. “Static and Dynamic Revealed Comparative Advantage : A Comparative Analysis of Turkey and Russia.” **Iktisadi Yenilik Dergisi.** 4(3) : 22-38.
- UN Comtrade. 2020. **United Nations Commodity Trade Statistics Database.** [Online]. Available : <https://comtrade.un.org/>.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ก
แบบสัมภาษณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบสัมภาษณ์

เรื่อง ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีน

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์ชุดนี้จัดทำขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีน ซึ่งนำข้อมูลไปประกอบการทำวิจัยของ นางสาวพิชชา ลิขิตพิชิตชัย นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ทางผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ในการให้ข้อมูลที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุด โดยข้อมูลของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ และใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาเท่านั้น โดยแบบสัมภาษณ์ มี 2 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีน ด้วยแบบจำลองเพชร

ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่า ในการตอบแบบสัมภาษณ์มา ณ โอกาสนี้

นางสาวพิชชา ลิขิตพิชิตชัย

นักศึกษาระดับปริญญาโท สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

แบบสัมภาษณ์

ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

- 1.หน่วยงานสังกัด
- 2.สถานที่ตั้ง
- 3.ประสบการณ์ในการส่งออกทุเรียน

ส่วนที่ 2 ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีน ด้วยแบบจำลองเพชร

2.1 ปัจจัยการผลิตในประเทศ (นำเข้า)

- 2.1.1 จุดแข็งปัจจัยการผลิต มีอะไรบ้าง
- 2.1.2 จุดอ่อนปัจจัยการผลิต มีอะไรบ้าง
- 2.1.3 ขั้นตอนในการซื้อทุเรียนของท่านเป็นอย่างไร
- 2.1.4 วิธีการชำระเงิน เป็นอย่างไร
- 2.1.5 ท่านมีวิธีการคัดเลือกทุเรียนในการส่งออกอย่างไร
- 2.1.6 ปัญหาและอุปสรรคในการรับซื้อทุเรียน มีอะไรบ้าง
- 2.1.7 แนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการรับซื้อทุเรียนมีอะไรบ้าง

2.2 อุปสงค์ในประเทศ (ส่งออก)

- 2.2.1 ความต้องการบริโภคทุเรียนของคนจีนเป็นอย่างไร
- 2.2.2 ขั้นตอนในการส่งออกต้องเตรียมอะไรบ้าง
- 2.2.3 มาตรฐานในการส่งออกทุเรียน
- 2.2.4 กฎระเบียบที่ใช้ในการส่งออกเป็นอย่างไร
- 2.2.5 กฎหมาย หรือการกีดกันทางการค้าที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปจีน มีอะไรบ้าง
- 2.2.6 ปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียน มีอะไรบ้าง
- 2.2.7 มีการส่งสินค้ากลับคืนหรือไม่ แล้วท่านมีวิธีการแก้ไขปัญหาอย่างไร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ

- 2.3.1 มีวิธีการเตรียมบรรจุภัณฑ์อย่างไร
- 2.3.2 วิธีการขนส่งทุเรียนไปประเทศจีนทางไหน
- 2.3.3 ระยะเวลาในการขนส่งกี่วัน
- 2.3.4 ขั้นตอนการชำระเงินเป็นอย่างไร

2.4 กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของธุรกิจ

- 2.4.1 สถานการณ์ทางการตลาดทุเรียน ทั้งคู่แข่ง ลูกค้า และผลกระทบจากปัจจัยภายนอกอื่นๆ เป็นอย่างไร
- 2.4.2 คู่แข่งที่สำคัญของหน่วยงาน/ผู้ประกอบการ ทั้งในและต่างประเทศ มีใครบ้าง
- 2.4.3 จุดแข็งและจุดอ่อนของหน่วยงาน/ผู้ประกอบการ มีผลต่อการแข่งขันอย่างไร
- 2.4.4 สาเหตุของปัญหาคืออะไร มีแนวทางในการแก้ไขปัญหาอย่างไร
- 2.4.5 แนวทางในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของท่านเป็นอย่างไร
- 2.4.6 เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างไร
- 2.4.7 ทำการตลาดอย่างไรให้คนจีนหันมาบริโภคทุเรียนจากประเทศไทย
- 2.4.8 ปัญหาเกี่ยวกับคู่แข่งเป็นอย่างไร

2.5 บทบาทของรัฐบาล

- 2.5.1 รัฐบาลช่วยในการส่งออกอย่างไรบ้าง
- 2.5.2 กฎหมายนำเข้าผลไม้จีนมีอุปสรรคอย่างไรบ้าง

2.6 โอกาส

- 2.6.1 ท่านคิดว่าสิ่งใดเป็นโอกาสให้ทุเรียนไทย มีความได้เปรียบในการแข่งขัน
- 2.6.2 แนวโน้มความนิยมในการบริโภคทุเรียนไทย ของคนจีนเป็นอย่างไร
- 2.6.3 ปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียนสดในอนาคตจะเป็นอย่างไร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.วิธีการคำนวณความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA)

RCA ใช้ในการวิเคราะห์ชี้วัดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าระหว่างประเทศ โดยสูตรที่ใช้ในการคำนวณ มีดังนี้

$$RCA = \frac{\text{สัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าเป้าหมายของไทย}}{\text{สัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าเป้าหมายของโลก}} \quad (1)$$

สามารถเขียนเป็นสูตรการคำนวณทางคณิตศาสตร์ ได้ดังนี้

$$RCA_{ij} = \frac{\left[\frac{X_{ij}}{X_{tj}} \right]}{\left[\frac{X_{iw}}{X_{tw}} \right]} \text{ or } \frac{X_{ij}}{X_{tj}} \times \frac{X_{tw}}{X_{iw}} \quad (2)$$

โดยที่ RCA_{ij} = ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศ j ในสินค้า i

X_{ij} = มูลค่าการส่งออกสินค้า i ของประเทศ j

X_{tj} = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ j

X_{iw} = มูลค่าการส่งออกสินค้า i ทั้งหมดของโลก

X_{tw} = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก

i = สินค้าเป้าหมายที่กำลังพิจารณา

j = ประเทศที่กำลังพิจารณา

ค่า RCA ที่ได้จะนำไปเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของโลกซึ่งมีค่าเท่ากับ 1 สามารถแปลงผลได้ดังนี้

ค่า $RCA_{ij} > 1$ หมายถึง ประเทศ j มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกสินค้า i ใน ตลาดโลก

ค่า $RCA_{ij} < 1$ หมายถึง ประเทศ j เสียเปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกสินค้า i ในตลาดโลก

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกทุเรียนของประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย

มูลค่าการส่งออก (US\$)			
X _{ij} => Report : Thai, Vietnam, Malaysia / Partner : China / HS : 081060			
ปี พ.ศ.	X _{ij} Thai	X _{ij} Vietnam	X _{ij} Malaysia
2554	83,398,980	20,349	364,288
2555	127,788,490	16,200	508,771
2556	142,988,549	39,375	1,719,229
2557	160,924,503	513,245	1,893,854
2558	196,833,040	22,938,672	6,036,313
2559	257,691,862	102,562,805	4,344,358
2560	217,383,648	305,234,233	899,508
2561	418,360,624	266,308,267	2,340,107
2562	849,599,699	155,841,104	286,641
2563	1,508,952,059	1,066,064	293,159

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย

มูลค่าการส่งออก (US\$)			
X _{ij} => Report : Thai, Vietnam, Malaysia / Partner : China / HS : Total - Total of all HS commodities			
ปี พ.ศ.	X _{ij} Thai	X _{ij} Vietnam	X _{ij} Malaysia
2554	27,402,402,319	11,613,323,632	29,821,382,323
2555	26,899,634,089	12,835,975,642	28,742,900,356
2556	27,238,223,902	13,177,694,493	30,775,462,371
2557	25,084,369,426	14,928,317,706	28,222,682,560
2558	23,732,457,481	16,567,685,858	26,062,953,599
2559	23,799,611,178	21,950,444,543	23,753,270,471
2560	29,505,999,885	35,394,308,576	29,332,532,146
2561	30,175,446,054	41,366,458,747	34,413,744,810
2562	28,068,462,812	41,434,238,020	33,690,411,939
2563	29,756,612,456	48,879,761,897	37,774,198,881

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 มูลค่าการส่งออกทุเรียนทั้งหมดของโลก

มูลค่าการส่งออก (US\$)	
$X_{i,w}$ => Report : All / Partner : China / HS : 081060	
ปี พ.ศ.	$X_{i,w}$
2554	187,158,744
2555	258,911,678
2556	302,439,229
2557	412,366,134
2558	534,954,302
2559	741,884,375
2560	816,421,382
2561	1,029,104,540
2562	1,463,620,430
2563	2,093,048,500

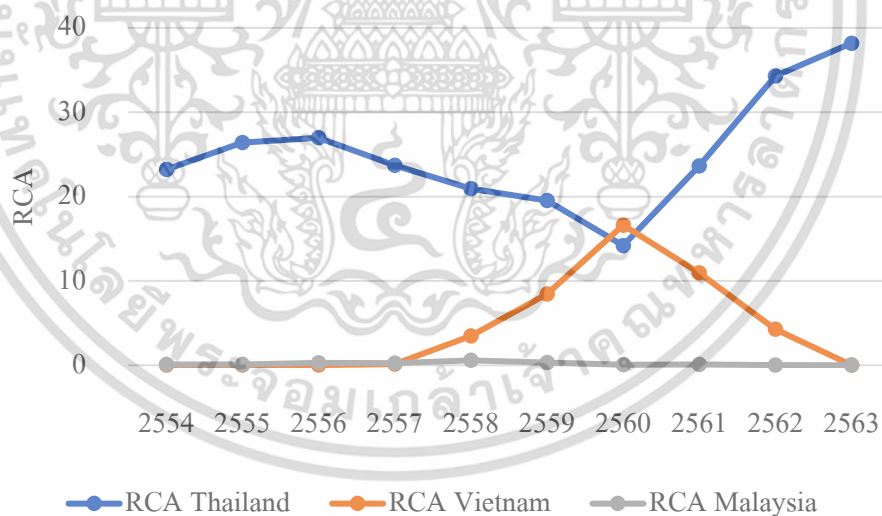
ตารางที่ 4 มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก

มูลค่าการส่งออก (US\$)	
$X_{i,w}$ => Report : All / Partner : China / HS : Total - Total of all HS commodities	
ปี พ.ศ.	$X_{i,w}$
2554	1.4280E+12
2555	1.4395E+12
2556	1.5530E+12
2557	1.5245E+12
2558	1.3494E+12
2559	1.3392E+12
2560	1.5732E+12
2561	1.7526E+12
2562	1.6581E+12
2563	1.5758E+12

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และ ประเทศมาเลเซียระหว่างปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2563

ปี พ.ศ.	ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA)		
	ไทย	เวียดนาม	มาเลเซีย
2554	23.22	0.01	0.09
2555	26.41	0.01	0.10
2556	26.96	0.02	0.29
2557	23.72	0.13	0.25
2558	20.92	3.49	0.58
2559	19.55	8.43	0.33
2560	14.20	16.62	0.06
2561	23.61	10.96	0.12
2562	34.29	4.26	0.01
2563	38.18	0.02	0.01



ภาพที่ 1 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และ ประเทศมาเลเซียระหว่างปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2563

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.วิธีการคำนวณพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (DRCA)

DRCA เป็นทฤษฎีที่ถูกพัฒนาจาก RCA โดยค่า DRCA สามารถวิเคราะห์ออกมาเป็น 6 สถานการณ์ ได้แก่ คาวรุ่งพุ่งแรง สวนกระแส ตั้งรับปรับตัว คว่าไม่ทัน เสียโอกาส ถอยนำ โดยสูตรของ DRCA สามารถคำนวณได้จาก

$$\frac{\Delta RCA_{ij}}{RCA_{ij}} = \frac{\Delta \left\{ \frac{X_{ij}}{X_{tj}} \right\}}{\left\{ \frac{X_{ij}}{X_{tj}} \right\}} - \frac{\Delta \left\{ \frac{X_{iw}}{X_{tw}} \right\}}{\left\{ \frac{X_{iw}}{X_{tw}} \right\}} \quad (3)$$

โดยที่ $\Delta \frac{RCA_{ij}}{RCA_{ij}}$ = พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศ j ในสินค้า i
 RCA_{ij} = ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศ j ในสินค้า i
 X_{ij} = มูลค่าการส่งออกสินค้า i ของประเทศ j
 X_{tj} = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ j
 X_{iw} = มูลค่าการส่งออกสินค้า i ทั้งหมดของโลก
 X_{tw} = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก
 i = สินค้าเป้าหมายที่กำลังพิจารณา
 j = ประเทศที่กำลังพิจารณา

ตารางที่ 6 นิยามสถานการณ์ทางการตลาดส่งออกโดยวิธีพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของ RCA	แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของ			นิยาม
	การส่งออกของประเทศผู้ส่งออก		การนำเข้าของประเทศผู้นำเข้า	
เพิ่มขึ้น	↑	>	↑	คาวรุ่งพุ่งแรง
	↑		↓	สวนกระแส
	↓	<	↓	ตั้งรับปรับตัว
ลดลง	↑	<	↑	คว่าไม่ทัน
	↓		↑	เสียโอกาส
	↓	>	↓	ถอยนำ

ที่มา: อัครพงศ์ อันทอง และอริยา เผ่าเครื่อง. 2553

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เริ่มจากการหา DRCA เพื่อดูแนวโน้ม โดยนำผลที่ได้จากการคำนวณ RCA มาวิเคราะห์
แสดงดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 การหาค่าแนวโน้ม DRCA โดยอ้างอิงตาราง RCA ที่ได้จากการคำนวณมาก่อนหน้า

ประเทศ	RCA ปี พ.ศ.2554	RCA ปี พ.ศ.2558	* Δ RCA เป็น ตัวเลข	แนวโน้ม Δ RCA หรือ DRCA
ไทย	23.22	20.92	-2.30	ลดลง
เวียดนาม	0.01	3.49	3.4	เพิ่มขึ้น
มาเลเซีย	0.09	0.58	0.49	เพิ่มขึ้น
ประเทศ	RCA ปี พ.ศ.2559	RCA ปี พ.ศ.2563	** Δ RCA เป็น ตัวเลข	แนวโน้ม Δ RCA หรือ DRCA
ไทย	19.55	38.18	18.63	เพิ่มขึ้น
เวียดนาม	8.43	0.02	-8.42	ลดลง
มาเลเซีย	0.33	0.01	-0.32	ลดลง

หมายเหตุ: * Δ RCA เกิดจาก RCA ปี พ.ศ.2558 - RCA ปี พ.ศ.2554

** Δ RCA เกิดจาก RCA ปี พ.ศ.2563 - RCA ปี พ.ศ.2559

วิเคราะห์ทีละส่วน เริ่มจากการหาค่าสัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าเป้าหมายของประเทศที่

ศึกษา $\frac{\Delta \left\{ \frac{X_{ij}}{X_{tj}} \right\}}{\left\{ \frac{X_{ij}}{X_{tj}} \right\}}$ แสดงดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าเป้าหมายของประเทศที่ศึกษา

ประเทศ	$\Delta \left\{ \frac{X_{ij}}{X_{tj}} \right\}$ จำนวนปี พ.ศ. 2558 - พ.ศ. 2554	$\Delta \left\{ \frac{X_{ij}}{X_{tj}} \right\}$ จำนวนปี พ.ศ. 2563 - พ.ศ. 2559
	$\left\{ \frac{X_{ij}}{X_{tj}} \right\}$ จำนวนปี พ.ศ. 2556	$\left\{ \frac{X_{ij}}{X_{tj}} \right\}$ จำนวนปี พ.ศ. 2561
ไทย	1.0001	2.8766
เวียดนาม	462.7808	-0.7224
มาเลเซีย	3.9272	-2.5755

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลังจากนั้นหา สัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าเป้าหมายของโลก $\frac{\Delta\left\{\frac{X_{iw}}{X_{tw}}\right\}}{\left\{\frac{X_{iw}}{X_{tw}}\right\}}$ แสดงดัง

ตารางที่ 9

ตารางที่ 9 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าเป้าหมายของโลก

ประเทศ	$\Delta\left\{\frac{X_{iw}}{X_{tw}}\right\}$ จำนวนปี พ.ศ. 2558 – พ.ศ. 2554	$\Delta\left\{\frac{X_{iw}}{X_{tw}}\right\}$ จำนวนปี พ.ศ. 2563 – พ.ศ. 2559
	$\left\{\frac{X_{iw}}{X_{tw}}\right\}$ จำนวนปี พ.ศ. 2556	$\left\{\frac{X_{iw}}{X_{tw}}\right\}$ จำนวนปี พ.ศ. 2561
ไทย	1.3626	1.3185
เวียดนาม	1.3626	1.3185
มาเลเซีย	1.3626	1.3185

นำข้อมูลที่ได้จากตารางที่ 7 ; ตารางที่ 8 และ ตารางที่ 9 มาใส่ในตารางพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (DRCA) แสดงดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (DRCA) ของประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย ในการส่งออกทุเรียนไปยังตลาดจีน ระหว่างปี พ.ศ.2554 – พ.ศ.2563

ปี พ.ศ.	ประเทศ	แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของ		DRCA	สถานการณ์
		การส่งออกของประเทศผู้ส่งออก	การนำเข้าของประเทศผู้นำเข้า		
2554-2558	ไทย	1.00	<	ลดลง	คว่ำไม่ทัน
	เวียดนาม	462.78	>	เพิ่มขึ้น	ดาวรุ่งพุ่งแรง
	มาเลเซีย	3.93	>	เพิ่มขึ้น	ดาวรุ่งพุ่งแรง
2559-2563	ไทย	2.88	>	เพิ่มขึ้น	ดาวรุ่งพุ่งแรง
	เวียดนาม	-0.72	<	ลดลง	เสียโอกาส
	มาเลเซีย	-2.58	<	ลดลง	เสียโอกาส

3.วิธีการคำนวณส่วนแบ่งทางการตลาด (MS)

MS ใช้ในการวิเคราะห์ความสามารถในการครองส่วนแบ่งทางการตลาด มีสูตรการคำนวณดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$MS_{ij} = \left(\frac{X_{ij}}{X_{iw}} \right) \times 100 \quad (4)$$

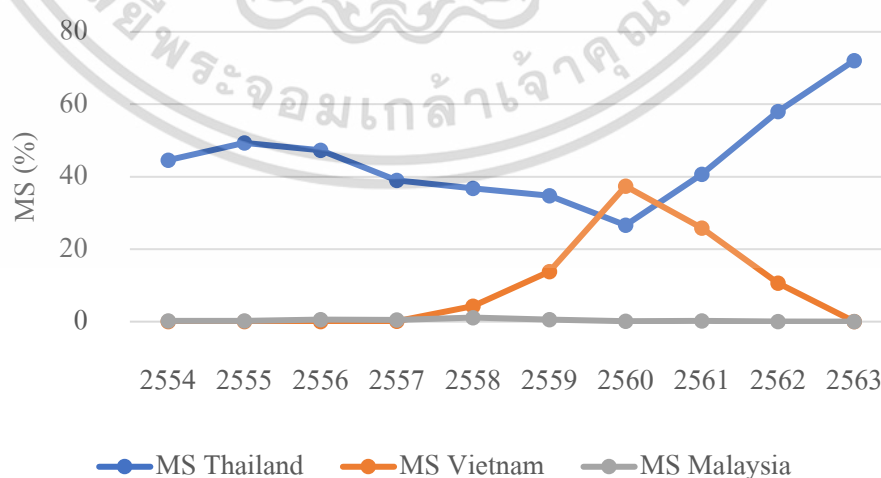
MS_{ij} = ส่วนแบ่งทางการตลาดสินค้า i ของประเทศ j

X_{ij} = มูลค่าการส่งออกสินค้า i ของประเทศ j

X_{iw} = มูลค่าการส่งออกสินค้า i ทั้งหมดของโลก

ตารางที่ 11 ส่วนแบ่งทางการตลาด (MS) ของประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย
ระหว่าง ปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2563

ปี พ.ศ.	ส่วนแบ่งทางการตลาด MS (%)		
	ไทย	เวียดนาม	มาเลเซีย
2554	44.56	0.01	0.19
2555	49.36	0.01	0.20
2556	47.28	0.01	0.57
2557	39.02	0.12	0.46
2558	36.79	4.29	1.13
2559	34.73	13.82	0.59
2560	26.63	37.39	0.11
2561	40.65	25.88	0.23
2562	58.05	10.65	0.02
2563	72.09	0.05	0.01



ภาพที่ 2 ส่วนแบ่งทางการตลาด (MS) ของประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย
ระหว่างปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2563

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีน ด้วยแบบจำลองเพชร

ตารางที่ 1 รหัสผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

รหัส	ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ลำดับที่	ผู้ให้ข้อมูลหลักจากตัวแทนในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
A1	1	กรมการค้าระหว่างประเทศ
A2	2	กรมการค้าระหว่างประเทศ
A3	3	กรมการค้าระหว่างประเทศ
B1	1	กรมส่งเสริมการเกษตร
B2	2	กรมส่งเสริมการเกษตร
B3	3	กรมส่งเสริมการเกษตร
C1	1	กรมศุลกากร
C2	2	กรมศุลกากร
C3	3	กรมศุลกากร
D1	1	กรมวิชาการเกษตร
D2	2	กรมวิชาการเกษตร
D3	3	กรมวิชาการเกษตร
E1	1	สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
E2	2	สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
E3	3	สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
F1	1	ผู้ประกอบการทุเรียน
F2	2	ผู้ประกอบการทุเรียน
F3	3	ผู้ประกอบการทุเรียน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

1. นักวิชาการพาณิชย์ กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ โดยแต่ละท่านมีประสบการณ์ในการส่งออกทุเรียนเป็นจำนวน 5 ; จำนวน 14 และ จำนวน 10 ปี ตามลำดับ ซึ่งสถานที่ตั้งอยู่จังหวัดนนทบุรี

2. นักวิชาการเกษตร โดยแต่ละท่านมีประสบการณ์ในการกำหนดมาตรฐาน GAP ตั้งแต่ปี พ.ศ.2556 ซึ่งสถานที่ตั้งอยู่จังหวัดกรุงเทพมหานคร

3. เจ้าพนักงานศุลกากรปฏิบัติงาน โดยแต่ละท่านมีประสบการณ์ในการปฏิบัติหน้าที่

นำเข้า ส่งออก หรือนำของผ่านแดน ตาม พรบ.ศุลกากร พ.ศ.2560 ซึ่งสถานที่ตั้งอยู่จังหวัด เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรุงเทพมหานคร สำหรับอีกท่านทำงานอยู่ในสำนักงานศุลกากร ภาคที่ 3 มีประสบการณ์ในการส่งออกทุเรียนตั้งแต่ปี พ.ศ.2532 ซึ่งสถานที่ตั้งอยู่จังหวัดเชียงใหม่

4. นักวิชาการเกษตร (สำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 2) โดยแต่ละท่านมีประสบการณ์ในการส่งออกทุเรียนเป็นจำนวน 10 และ จำนวน 5 ปี ตามลำดับ ซึ่งสถานที่ตั้งอยู่จังหวัดพิษณุโลก สำหรับอีกท่านเป็น นักวิชาการเกษตร (สำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 5) โดยท่านมีประสบการณ์ในการส่งออกทุเรียนเป็นจำนวน 8 ปี ซึ่งสถานที่ตั้งอยู่จังหวัดชัยนาท

5. นักวิชาการเกษตรชำนาญการ โดยแต่ละท่านมีประสบการณ์ในการส่งออกทุเรียนเป็นจำนวน 5 ; จำนวน 6 และ จำนวน 12 ปี ตามลำดับ ซึ่งสถานที่ตั้งอยู่จังหวัดกรุงเทพมหานคร

6. ผู้ประกอบการค้าทุเรียน โดยท่านมีประสบการณ์ในการส่งออกทุเรียนเป็นจำนวน 10 ปี ซึ่งสถานที่ตั้งอยู่จังหวัดจันทบุรี สำหรับผู้ประกอบการค้าทุเรียนคนที่ 2 ท่านมีประสบการณ์ในการส่งออกทุเรียนเป็นจำนวน 15 ปี ซึ่งสถานที่ตั้งอยู่จังหวัดปทุมธานี และผู้ประกอบการค้าทุเรียนคนที่ 3 ท่านมีประสบการณ์ในการส่งออกทุเรียนเป็นจำนวน 10 ปี ซึ่งเป็นล้งรับซื้อทุเรียนเพื่อการส่งออกในจังหวัดจันทบุรี

ส่วนที่ 2 แบบจำลองเพชร

2.1 ปัจจัยการผลิตในประเทศ

A1 กล่าวว่า ทุเรียนของประเทศไทยมีความได้เปรียบทางด้านรสชาติ ราคาถูก และทำเลที่ตั้งของประเทศไทยอยู่ใกล้กับประเทศจีน ทำให้มีข้อได้เปรียบด้านต้นทุนการขนส่งทางด้านการระยะเวลา สำหรับปัญหาด้านปัจจัยการผลิตจะเป็นในเรื่องสายพันธุ์ทุเรียนไทยไม่หลากหลาย มีการเก็บผลผลิตตอนทุเรียนเริ่มสุกร้อยละ 70 สำหรับขั้นตอนในการรับซื้อทุเรียนเพื่อส่งออก มาจากผู้ส่งออกจังหวัดจันทบุรี และจังหวัดใกล้เคียง ในส่วนการชำระเงินของผู้ส่งออก มีทั้งชำระเงินสด เงินโอนผ่านธนาคาร และ เช็ค วิธีในการคัดเลือกทุเรียนเพื่อส่งออกจะต้องเป็นทุเรียนจากผู้ส่งออกที่ได้จดทะเบียนเป็นผู้ส่งทุเรียนไว้ต่อกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ตามหลักเกณฑ์ เงื่อนไข ที่กรมวิชาการเกษตรกำหนด ในส่วนปัญหาและอุปสรรคในการรับซื้อทุเรียนทางกรมได้รับแจ้งว่ามีการนำทุเรียนจากเพื่อนบ้านมาสวมสิทธิ์เป็นทุเรียนไทยส่งออกไปจีน ทำให้ขั้นตอนในการพิจารณาออกหนังสือรับรองมีมากกว่าสินค้าอื่นๆ แก้ไขโดยการกำหนดแนวปฏิบัติในการออกหนังสือรับรองทุเรียนประเภท (สำหรับสินค้าทุเรียน) โดยให้ผู้ยื่นขอหนังสือรับรอง ทำการระบุข้อความยืนยันแหล่งที่มาของทุเรียน

A2 กล่าวว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านการส่งออกทุเรียน โดยเฉพาะการส่งออกไปยังตลาดจีน เนื่องจากมีนวัตกรรมและการเก็บรักษาผลผลิตทางการเกษตรที่มีประสิทธิภาพ มีรสชาติดี ราคาถูก ลูกใหญ่ เนื้อแน่น เปลือกบาง เม็ดเล็ก ต้นทุนการขนส่งต่ำ จาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้เห็นแต่เห็น แต่ใช้ประโยชน์ในการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความได้เปรียบระยะทางการขนส่ง สำหรับปัญหาด้านปัจจัยการผลิต พบว่า เก็บผลผลิตตอนเริ่มสุก ร้อยละ 70 และใช้สารเอทิลีนเพื่อควบคุมการสุก สำหรับขั้นตอนในการรับซื้อทุเรียนเพื่อส่งออก โดยทั่วไปยึดตามกฎระเบียบการนำเข้าที่มุ่งเน้นด้านมาตรฐานสินค้า ความปลอดภัย และสุขอนามัยของสินค้าเป็นหลัก ซึ่งเกี่ยวข้องตั้งแต่ขั้นตอนการผลิตและจัดเตรียมสินค้า ในส่วนการชำระเงินของผู้ส่งออก มีทั้งชำระเงินสด เงินโอนผ่านธนาคาร และ เช็ค วิธีในการคัดเลือกทุเรียนเพื่อส่งออก จะต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่ผู้ส่งออกที่ได้จดทะเบียนไว้ต่อกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในส่วนปัญหาและอุปสรรคในการรับซื้อทุเรียน ทางกรมการค้าระหว่างประเทศ เคยได้รับแจ้งข่าวจากกรมการค้าภายใน ว่ามีการนำตู้คอนเทนเนอร์เปล่าไปบรรจุผลไม้ของประเทศเพื่อนบ้านแล้วส่งออกไปประเทศจีน โดยใช้หนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า Form E เพื่อขอรับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร ซึ่งเข้าข่ายแอบอ้างถิ่นกำเนิดสินค้าโดยใช้ประเทศไทยเป็นฐานปลอมแปลงถิ่นกำเนิด ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียงของผลไม้ไทย สำหรับแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ทางกรมการค้าระหว่างประเทศ ได้ดำเนินการกำหนดให้ทุเรียนสด อยู่ในบัญชีรายการสินค้าเฝ้าระวัง Watch-List ซึ่งจะทำให้ขั้นตอนในการพิจารณาออกหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า Form E เข้มงวดและรัดกุมยิ่งขึ้น

A3 กล่าวว่า ทุเรียนของประเทศไทยมีความได้เปรียบทางด้านราคาถูกรสชาติหวานกว่าทุเรียนมาเลเซีย และต้นทุนการขนส่งต่ำกว่าประเทศมาเลเซีย สำหรับปัญหาด้านปัจจัยการผลิตจะเป็นในเรื่องการขนส่งผลไม้ส่งออกไปประเทศจีนจากผลกระทบของมาตรการ Zero Covid-19 ทำให้เกิดปัญหาการส่งออกผลไม้ไปประเทศจีนทางบกติดขัด สำหรับขั้นตอนในการรับซื้อทุเรียนเพื่อส่งออก มาจากผู้ส่งออกในประเทศ ส่วนมากมาจากจังหวัดจันทบุรี และพื้นที่จังหวัดใกล้เคียง ในส่วนการชำระเงินของผู้ส่งออก มีทั้งชำระเงินสด เงินโอนผ่านธนาคาร และ เช็ค วิธีในการคัดเลือกทุเรียนเพื่อส่งออก จะต้องเป็นทุเรียนของผู้ส่งออกที่มีเลขทะเบียนผู้ส่งออกทุเรียน จากกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในส่วนปัญหาและอุปสรรคในการรับซื้อทุเรียน เกิดจากผู้ส่งออกอาจนำทุเรียนที่ไม่ใช่ผลผลิตในประเทศไทยมาสวมสิทธิ การขอหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว จะต้องมีพิจารณาออกหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า มีขั้นตอนที่เข้มงวดและรัดกุม

B1 กล่าวว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านทรัพยากรมนุษย์ โดยกรมส่งเสริมการเกษตรมีแนวทางบริหารจัดการทุเรียนเพื่อส่งออก สำหรับปัญหาที่พบ คือ ภาคเอกชนและเกษตรกรยังมีส่วนร่วมน้อยในการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค สำหรับขั้นตอนในการรับซื้อทุเรียนเพื่อส่งออก มาจากผู้ประกอบการนำทุเรียนสดไปจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกกับกรมวิชาการเกษตร ในส่วนการชำระเงินของผู้ส่งออก มีทั้งชำระเงินสด เงินโอนผ่านธนาคาร วิธีในการคัดเลือกทุเรียนเพื่อส่งออก จะต้องเป็นทุเรียนสดที่ได้จดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกแล้ว และดำเนินการพิธีการ

ศุลกากรส่งออกให้เรียบร้อย ในส่วนปัญหาและอุปสรรคในการรับซื้อทุเรียน เกิดจากปัญหาทุเรียน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้วยคุณภาพ หรือทุเรียนอ่อนจากการเร่งตัดเพื่อจำหน่ายทำกำไร สำหรับแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว จะต้องมีการควบคุมและป้องกันทุเรียนอ่อน กำหนดวันเก็บเกี่ยวทุเรียนแต่ละชนิดพันธุ์

B2 กล่าวว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านทรัพยากรมนุษย์ โดยทางกรมได้มีการช่วยเหลือเกษตรกร และผู้ประกอบการได้ทันทั่วถึงหากเกิดเหตุการณ์ไม่ปกติ สำหรับปัญหาที่พบคือ ช่วยเหลือเกษตรกร และผู้ประกอบการตามมาตรการช่วยเหลือของรัฐ สำหรับขั้นตอนในการรับซื้อทุเรียนเพื่อส่งออก มาจากผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนสด ในส่วนการชำระเงินของผู้ส่งออก มีทั้งชำระเงินสด เงินโอนผ่านธนาคาร และ เช็ค วิธีในการคัดเลือกทุเรียนเพื่อส่งออก จะต้องเป็นทุเรียนได้ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ส่งออก และทำการพิธีการศุลกากรเพื่อส่งออก ในส่วนปัญหาและอุปสรรคในการรับซื้อทุเรียน เกิดจากปัญหาทุเรียนด้วยคุณภาพ จากการเร่งตัดเพื่อจำหน่ายหรือส่งออก สำหรับแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว จะต้องกำหนดวันเก็บเกี่ยวทุเรียนแต่ละชนิดพันธุ์ คือ พันธุ์กระดุม พันธุ์ชะนี พันธุ์ฟวงมณี พันธุ์หมอนทอง และพันธุ์ก้านยาว

B3 กล่าวว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านทรัพยากรมนุษย์ โดยทางกรมสามารถให้ความรู้และความร่วมมือกับเกษตรกรในการสร้างผลผลิตที่มีคุณภาพก่อนส่งออก สำหรับปัญหาที่พบคือ ทางกรมมีกำลังพลไม่เพียงพอ สำหรับขั้นตอนในการรับซื้อทุเรียนเพื่อส่งออก มาจากเกษตรกรนำมาขึ้นทะเบียนเพื่อส่งออก ในส่วนการชำระเงินของผู้ส่งออก มีทั้งชำระเงินสด เงินโอนผ่านธนาคาร และ เครดิตการ์ด วิธีในการคัดเลือกทุเรียนเพื่อส่งออกต้องเป็น ทุเรียนสดที่ถึงระยะกำหนดในการตัดเพื่อจำหน่ายหรือส่งออก ในส่วนปัญหาและอุปสรรคในการรับซื้อทุเรียน พบเจอทุเรียนอ่อน เนื่องจากเกษตรกรทำการเร่งตัดนำไปจำหน่ายเพื่อเร่งทำกำไร สำหรับแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว คือ ควบคุมโดยใช้มาตรการกำหนดวันเก็บเกี่ยวในแต่ละพันธุ์ หากไม่ถึงระยะเวลาตัดห้ามเก็บเกี่ยวผลผลิต

C1 กล่าวว่า ทุเรียนของประเทศไทยมีความได้เปรียบทางด้านราคาถูก รสชาติเป็นที่นิยมมากกว่าทุเรียนจากประเทศเพื่อนบ้าน และต้นทุนการขนส่งต่ำ สำหรับปัญหาด้านปัจจัยการผลิต จะเป็นในเรื่องระบบการขนส่งล่าช้า ทำให้ทุเรียนเกิดความเสียหายระหว่างขนส่ง สำหรับขั้นตอนในการซื้อทุเรียนของทางกรม มาจากผู้ส่งออกหรือรับซื้อจากชาวสวนในจังหวัดจันทบุรี และจังหวัดใกล้เคียง ในส่วนการชำระเงินของผู้ส่งออก มีทั้งชำระเงินสด เงินโอนผ่านธนาคาร และ เช็ค วิธีในการคัดเลือกทุเรียนเพื่อส่งออกต้องเป็นทุเรียนของผู้ส่งออกที่มีเลขทะเบียนผู้ส่งออกทุเรียน จากกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีขั้นตอนการคัดแยกทุเรียน โดยเลือกทุเรียนที่มีน้ำหนัก 2-4 กิโลกรัม นำไปแพคในลัง ฝิวสวยงามไม่มีเชื้อรา ในส่วนปัญหาและอุปสรรคในการรับซื้อทุเรียน พบว่า มีการซื้อขายตัดหน้า ส่วนการส่งออกอาจมีทุเรียนที่ไม่ใช่ผลผลิตในไทยมาสวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สิทธิ หนังสือรับรองถิ่นกำเนิด แก๊ซ โดยผู้ส่งออกรับซื้อกับชาวสวนโดยตรง ซึ่งสามารถช่วยเรื่อง การซื้อทุเรียนตัดหน้าได้ และทางกรมควรพิจารณาออกหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดให้เร็วขึ้น

C2 กล่าวว่า ทุเรียนของประเทศไทยมีความได้เปรียบทางด้านพิธีการศุลกากรส่งออก สินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์แบบไร้เอกสาร หรือ e-Export ที่รวดเร็ว ปัญหาที่พบ คือ พิธีการศุลกากร และระบบการขนส่งทางบก ทางเรือที่ล่าช้าในแต่ละประเทศ สำหรับขั้นตอนในการซื้อทุเรียนของ ทางกรมจากผู้ส่งทุเรียนออก มาขึ้นใบขนสินค้าขาออก ชำระค่าภาษีอากร ส่งข้อมูลใบกำกับ การขนย้ายสินค้าขาออก ตรวจสอบและตัดบัญชีใบกำกับการขนย้ายสินค้า ในส่วนการชำระเงินของผู้ ส่งออกสามารถชำระค่าภาษีอากรและค่าธรรมเนียมศุลกากรได้ 3 ช่องทาง คือ ชำระด้วยตนเองที่ หน่วยรับชำระเงินทุกแห่งของกรมศุลกากร ชำระในระบบ e-Payment และ ชำระในระบบ e-Bill Payment วิธีในการคัดเลือกทุเรียนเพื่อส่งออกต้องเป็นทุเรียนที่จดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกจากกรม วิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในส่วนปัญหาและอุปสรรคในการรับซื้อทุเรียนเกิด จากผู้ส่งออกจัดทำใบขนสินค้าทุเรียนออกไม่เป็นไปตามรูปแบบและมาตรฐานที่กรมศุลกากร กำหนด แก๊ซ โดยผู้ส่งออกจัดทำใบขนสินค้าทุเรียนออก โดยจะต้องจัดทำข้อมูลใบขนส่งสินค้า ดังกล่าวในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ผู้ส่งออกไปดำเนินการชำระค่าภาษีอากร และทำการขน ย้ายของไปยังด่านศุลกากรเพื่อรับการตรวจปล่อยต่อไป

C3 กล่าวว่า ทุเรียนของประเทศไทยมีความได้เปรียบทางด้านพิธีการศุลกากรส่งออก สินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ e-Export ที่รวดเร็ว ปัญหาที่พบ คือ ระบบการขนส่งทางบก ทางเรือที่ล่าช้า สำหรับขั้นตอนในการซื้อทุเรียนของทางกรมจากผู้ส่งทุเรียนออก มาดำเนินการพิธีการศุลกากร ส่งของออกทางบก ทางเรือ และทางอากาศ ในส่วนการชำระเงิน ผู้ส่งออกสามารถชำระด้วยตนเอง ที่หน่วยรับชำระเงินทุกแห่งของกรมศุลกากร ทั้งในรูปแบบเงินสด บัตรภาษี บัตรเดบิต บัตรเครดิต และเช็ค ชำระในระบบ e-Payment และ e-Bill Payment ไปชำระ ณ เคาน์เตอร์ของธนาคารหรือ Internet Banking หรือ ATM หรือ ช่องทางการรับชำระเงินอื่นๆ ของธนาคาร หรือ ผ่านตัวแทนรับ ชำระเงิน ที่ทำความตกลงกับกรมศุลกากร ได้แก่ เคาน์เตอร์เซอร์วิสของ 7-11 และ บิ๊กซี วิธีในการ คัดเลือกทุเรียนเพื่อส่งออกจะต้องเป็นทุเรียนที่จดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกจากกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เท่านั้น ในส่วนปัญหาและอุปสรรคในการรับซื้อทุเรียนจากผู้ ส่งออกจัดทำใบขนสินค้าทุเรียนออกไม่ถูกต้อง แก๊ซ โดยผู้ส่งออกจัดทำใบขนสินค้าทุเรียนออกให้ ถูกต้องโดยขั้นตอนปฏิบัติพิธีการศุลกากรส่งออกทั้งทางบก ทางเรือ และทางอากาศ

D1 กล่าวว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านการส่งออกทุเรียนสดมายังตลาดจีน มากที่สุด สำหรับปัญหาด้านปัจจัยการผลิต คือ สายพันธุ์ทุเรียนไทยน้อยกว่าประเทศคู่แข่ง สำหรับ ขั้นตอนในการซื้อทุเรียนของทางกรม มาจากผู้ประกอบการนำทุเรียนผ่านการตรวจสอบคุณภาพ การส่งออก ในส่วนการชำระเงินของผู้ส่งออก มีทั้งชำระเงินสด เงินโอนผ่านธนาคาร เครดิตการ์ด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และ เช็ค วิธีในการคัดเลือกทุเรียนเพื่อส่งออกต้องเป็นทุเรียนสดที่ได้รับใบอนุญาตนำเข้าจากประเทศจีน ในส่วนปัญหาและอุปสรรคในการรับซื้อทุเรียน พบว่า มีการสวมสิทธิเป็นทุเรียนไทย โดยไม่ได้มาจากสวนและโรงงานคัดบรรจุที่ถูกรับรอง แก้ไขโดยปรับปรุงข้อมูลการขึ้นทะเบียนสวนและโรงคัดบรรจุให้กับประเทศจีน

D2 กล่าวว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านผลผลิต ปัจจุบันประเทศไทยเป็นประเทศเดียวที่ได้รับอนุญาตให้ส่งออกทุเรียนผลสดมายังตลาดจีน ปัญหาที่พบในการส่งออก คือ การขนส่งบนมาตรฐานการคัดกรองอย่างละเอียดทำให้เกิดความล่าช้า สำหรับขั้นตอนในการซื้อทุเรียนของทางกรมต้องมีการตรวจรับรองคุณภาพทุเรียนไทยที่ต้องการส่งออก ในส่วนการชำระเงินของผู้ส่งออก มีทั้งชำระเงินสด เงินโอนผ่านธนาคาร และ เช็ค วิธีในการคัดเลือกทุเรียนเพื่อส่งออกจะต้องเป็นทุเรียนสดที่อนุญาตให้นำเข้า-ส่งออกเป็นไปตามที่ทั้งสองฝ่ายกำหนด ในส่วนปัญหาและอุปสรรคในการรับซื้อทุเรียน พบว่า ทุเรียนสดที่อนุญาตให้นำเข้า-ส่งออกไม่เป็นไปตามที่ทั้งสองฝ่ายกำหนด โดยไม่ได้มาจากสวนและโรงงานคัดบรรจุที่ได้รับการขึ้นทะเบียน ประกาศโดยกรมวิชาการเกษตรและ GACC แก้ไขโดยให้ทั้งสองฝ่ายหารือการแลกเปลี่ยนข้อมูลการขึ้นทะเบียนสวนและโรงคัดบรรจุของทุเรียนสดเพิ่มเติม

D3 กล่าวว่า ทุเรียนของประเทศไทยมีความได้เปรียบทางด้านผลผลิต รสชาติดี มีกลิ่นหอม ในส่วนปัญหาด้านปัจจัยการผลิต คือ ความไม่แน่นอนของคุณภาพของสินค้า เช่น ปัญหาทุเรียนอ่อน ความสุกไม่ทั่วผล สำหรับขั้นตอนในการซื้อทุเรียนของทางกรม มาจากการตรวจรับรองการส่งออกจากผู้ประกอบการส่งออกในประเทศ ในส่วนการชำระเงินของผู้ส่งออก มีทั้งชำระเงินสด เงินโอนผ่านธนาคาร และ เช็ค วิธีในการคัดเลือกทุเรียนเพื่อส่งออก คือ การรับรองคุณภาพให้เป็นไปตามเงื่อนไขการนำเข้าของจีน ในส่วนปัญหาและอุปสรรคในการรับซื้อทุเรียน พบว่า กรมวิชาการเกษตร มีกำลังเจ้าหน้าที่เข้าไปปฏิบัติงานและเวลาในการปิดตู้ไม่เพียงพอ ทำให้สามารถตรวจรับรองการส่งออกได้ล่าช้า แก้ไขโดยเพิ่มกำลังเจ้าหน้าที่เข้าไปปฏิบัติงานและขยายเวลาในการปิดตู้ทำให้สามารถตรวจรับรองการส่งออกได้มากขึ้น

E1 กล่าวว่า ทุเรียนของประเทศไทยมีความได้เปรียบทางด้านชื่อเสียง จึงทำให้ผู้บริโภคทั้งไทยและต่างประเทศทราบกันดีในเรื่องของรสชาติและความอร่อย ในส่วนปัญหาด้านปัจจัยการผลิต คือ ปริมาณผลผลิต เนื่องจากบางปีผลผลิตมีเกินความต้องการของผู้บริโภค บางปีมีไม่เพียงพอต่อการบริโภค ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อตลาดจีน ทำให้ประเทศจีนหันไปรับซื้อทุเรียนจากประเทศอื่นแทน เนื่องจากผลผลิตมีจำนวนเพียงพอ สำหรับขั้นตอนในการซื้อทุเรียน ผู้ส่งออกจะรับซื้อจากเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียน โดยผ่านล้งของแต่ละภูมิภาคก่อนทำการส่งออก ในส่วนการชำระเงินของผู้ส่งออก มีทั้งชำระเงินสด เงินโอนผ่านธนาคาร วิธีในการคัดเลือกทุเรียนเพื่อส่งออก โดยคัดเลือกทุเรียนที่มีน้ำหนักได้มาตรฐาน 3-4 กิโลกรัม ต่อ 1 ลูก และมีผิวสวยไม่มีจุดดำดำ ซึ่งเป็นเกณฑ์มาตรฐานของ

การส่งออกไปยังประเทศจีน ในส่วนปัญหาและอุปสรรคในการรับซื้อทุเรียน พบว่า ผลผลิตไม่เพียงพอ ต่อความต้องการของตลาดต่างประเทศ และผลผลิตไม่มีคุณภาพในการส่งออก จำเป็นต้องขายในประเทศ แก้ไขโดยการกำหนดราคากลางของตลาดในแต่ละวัน เพื่อให้เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียน ลัง และผู้ส่งออกได้ซื้อขายในราคาที่เป็นธรรม

E2 กล่าวว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านสภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศเหมาะสมต่อการปลูกทุเรียน อีกทั้งทุเรียนมีผลผลิตเกือบตลอดทั้งปี ในส่วนปัญหาที่พบ คือ ผลผลิตบางปีมีไม่เพียงพอ และการหาตลาดนอกเหนือจากประเทศจีนยังมีน้อย สำหรับขั้นตอนในการซื้อทุเรียน ผู้ส่งออกจะสำรวจสวนที่ปลูกทุเรียนในแต่ละภูมิภาค ถ้าสวนไหนมีจำนวนผลผลิตมากก็จะติดต่อขอซื้อในราคาสูง และขอเป็นลูกค้าทางธุรกิจส่งออก หรือพ่วงๆ ก็คือหารับซื้อจากขาประจำ ในส่วนการชำระเงินของผู้ส่งออก จะเป็นในลักษณะมัดจำก่อนที่ผลผลิตจะออกสู่ตลาดเพื่อเป็นการรันตีว่าจะขายผลผลิตให้กับผู้ส่งออกรายนี้ วิธีในการคัดเลือกทุเรียนเพื่อส่งออก เป็นการคัดตามมาตรฐานการส่งออก 3-4 กิโลกรัม ต่อ ทุเรียน 1 ลูก เนื้อดี ผิวสวย ไม่มีตำหนิ ในส่วนปัญหาและอุปสรรคในการรับซื้อทุเรียน เกิดจากผลผลิตที่ไม่ได้มาตรฐานในบางปี และ ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด แก้ไขโดยการขยายพื้นที่เพาะปลูกทุเรียน ไปยังภูมิภาคอื่นๆ ในประเทศเพื่อให้ผลผลิตเพียงพอต่อตลาดในประเทศและต่างประเทศ

E3 กล่าวว่า ทุเรียนของประเทศไทยมีความได้เปรียบทางด้านสายพันธุ์ และรสชาติอร่อย ถูกปากคนจีน ทำให้ประเทศจีนซื้อทุเรียนจากประเทศไทยมากกว่าประเทศอื่นๆ ในส่วนปัญหาที่พบ คือ การขนส่งทุเรียนไปยังประเทศจีน ใช้ระยะเวลาอันนานทำให้สินค้าอาจเกิดความเสียหายได้ สำหรับขั้นตอนในการซื้อทุเรียน ผู้ส่งออกจะติดต่อขอซื้อทุเรียนที่มีขนาดตรงตามมาตรฐานจากเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียน ในทุกภาคของประเทศ แต่ส่วนใหญ่เน้นไปที่ภาคตะวันออก เช่น จังหวัดจันทบุรี จังหวัดระยอง และจังหวัดตราด ซึ่งเป็นพื้นที่ปลูกทุเรียนมากที่สุดในประเทศไทย ในส่วนการชำระเงินของผู้ส่งออก เป็นการชำระเงินสดหน้าสวน วิธีในการคัดเลือกทุเรียนเพื่อส่งออก จะต้องตรงตามมาตรฐานการส่งออก ลูกใหญ่ ผิวสวย ไม่มีตำหนิ ในส่วนปัญหาและอุปสรรคในการรับซื้อทุเรียน พบว่า ในทุกๆ ปี ผลผลิตของทุเรียนไม่แน่นอน บางปีมีผลผลิตเพียงพอ บางปีผลผลิตไม่ตรงตามมาตรฐานซึ่งก็จะเกิดปัญหาในการส่งออก แก้ไขโดยรัฐบาลควรมีการประกันราคาทุเรียนไทย เนื่องจากมีการขายตัดหน้ากันระหว่างผู้ส่งออกด้วยกัน ทำให้เกษตรกรเลือกขายทุเรียนให้กับผู้ส่งออกรายใหญ่ซึ่งให้ราคาที่สูงกว่าผู้ส่งออกรายย่อย

F1 กล่าวว่า ทุเรียนของประเทศไทยมีความได้เปรียบทางด้านผลผลิต ซึ่งสามารถส่งขายไปยังประเทศต่างๆ ได้ทั่วโลก ในส่วนปัญหาที่พบของการส่งออกทุเรียนไปยังประเทศจีน มาจากระบบการขนส่งที่ล่าช้าทำให้ทุเรียนเกิดความเสียหายระหว่างการขนส่ง สำหรับขั้นตอนในการซื้อทุเรียนโดยรับซื้อจากชาวสวนในละแวกจังหวัดจันทบุรี จังหวัดระยอง และจังหวัดใกล้เคียง ซึ่งสวน

ที่เราคัดเลือกก็จะซื้อกันมาตลอดทุกปี ในส่วนการชำระเงินของผู้ส่งออก มีทั้งชำระเงินสด เงินโอนผ่านธนาคาร และ เช็ค วิธีในการคัดเลือกทุเรียนเพื่อส่งออก โดยมีขั้นตอนการคัดแยกทุเรียนจะเลือกทุเรียนที่มีน้ำหนัก 2-4 กิโลกรัม เพื่อนำไปแพคในลัง ซึ่งลังละ ไม่เกิน 18 กิโลกรัม ผิวต้องสวยงาม ไม่มีเชื้อรา จากนั้นนำมาเป่าทำความสะอาด หุ่น้ำขมิ้นผสมน้ำ ค่อยบรรจุเพื่อส่งออก ในส่วนปัญหาและอุปสรรคในการรับซื้อทุเรียน พบว่า มีเรื่องของการซื้อขายตัดหน้า เพราะพ่อค้าบางคนต้องการทุเรียนที่อ่อน และให้ราคาที่สูงกว่า ถ้าชาวสวนร้อนเงินหรืออยากได้เงินก่อน ก็จะถูกตัดหน้าไปก่อน แก้ไขโดยต้องรับซื้อในราคาที่ยุติธรรมกับชาวสวน ขึ้นอยู่กับราคาตลาดของแต่ละปี และควรมีจรรยาบรรณเรื่องการซื้อทุเรียนตัดหน้า

F2 กล่าวว่า ทุเรียนของประเทศไทยมีความได้เปรียบทางด้านผลผลิต มีทุเรียนหลากหลายสายพันธุ์ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดที่บริ โภคทุเรียนได้เป็นอย่างดี ในส่วนปัญหาที่พบ คือ สินค้าไม่ได้รับมาตรฐานของประเทศจีนกำหนด สำหรับขั้นตอนในการซื้อทุเรียน รับซื้อจากชาวสวนในละแวกจังหวัดจันทบุรี จังหวัดระยอง จังหวัดตราด ชาวสวนจะขนส่งมาให้ถึงที่ตลาดไท ส่วนใหญ่จะรับซื้อจากเจ้าของสวนที่เป็นเคยซื้อขายกันเป็นประจำ ส่วนเจ้าของสวนรายใหม่ๆ ที่ไม่เคยซื้อกันก็มีผิคนัดบ้าง ผลผลิตไม่ตรงตามที่ต้องการ ในส่วนการชำระเงินของผู้ส่งออก มีทั้งชำระเงินสด เงินโอนผ่านธนาคาร และ เช็ค ขั้นตอนในการคัดเลือกทุเรียนเพื่อส่งออก โดยทำการคัดแยกทุเรียนลูกขนาดใหญ่ ผิวสวยไม่ขึ้นรา นำไปบรรจุในลังกระดาษ จากนั้นนำไปทำความสะอาดด้วยน้ำยาทำความสะอาดทุเรียนโดยเฉพาะ ก่อนบรรจุหีบห่อเพื่อส่งออก ในส่วนปัญหาและอุปสรรคในการรับซื้อทุเรียน ส่วนใหญ่ก็จะเป็นเรื่องการซื้อขายตัดหน้าของพวกพ่อค้าคนกลาง และเรื่องของการรับซื้อทุเรียนในราคาแพง แต่ส่งออกไม่ได้ เนื่องจากไม่ได้มาตรฐานของทางประเทศจีน จะทำให้ร้านเราจำหน่ายกับคนไทยเอง และจำเป็นต้องขายในราคาที่ถูก แก้ไขโดยดูแลโน้มทั้งตลาดไทยและตลาดจีน เพราะบางที่จะเน้นส่งออกอย่างเดียวก็ไม่ได้ ก็ต้องเน้นขายคนไทยด้วย เพื่อให้ร้านเป็นที่รู้จักทั้งในประเทศไทยและประเทศจีน

F3 กล่าวว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านสภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศเอื้อต่อการเพาะปลูกทุเรียนทำให้ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ของโลก ปัจจุบันประเทศไทยมีการพัฒนาสายพันธุ์และเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องทำให้ได้พันธุ์ที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะการผลิตทุเรียนนอกฤดู ซึ่งเป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ในส่วนปัญหาที่พบ คือ ผลผลิตทุเรียนส่งออกสู่ตลาดพร้อมกันเกิดการกระจุกตัว ทำให้ราคาต่ำลง สำหรับขั้นตอนในการซื้อทุเรียน เริ่มจากการรับซื้อจากชาวสวนในจังหวัดจันทบุรี และ ส่งให้กับบริษัทซุเปอร์ฟรุตไทยแลนด์ เพื่อจะนำสินค้าส่งต่อไปยังประเทศจีนอีกที ในส่วนการชำระเงินของผู้ส่งออก มีทั้งชำระเงินสด เงินโอนผ่านธนาคาร และ เช็ค วิธีในการคัดเลือกทุเรียนเพื่อส่งออก จะทำการคัดแยกทุเรียนหอมทองเกรด A และ เกรด B ที่รับมาจากเกษตรกรชาวสวนใน อ.ขลุง และ อ.มะขาม ที่เนินเปอร์เซ็นดี ทรงสวย ผิวสวย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สวนไผ่สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

น้ำหนักไม่ต่ำกว่า 2 กิโลกรัม ในส่วนปัญหาและอุปสรรคในการรับซื้อทุเรียน ส่วนใหญ่ก็จะเป็นเรื่องของราคาที่ได้รับซื้อกันหน้าสวน เพราะเกษตรกรลงทุนสูง แต่ราคาทุเรียนทั้งตลาดในไทยและต่างประเทศกลับตกต่ำ ทำให้เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนได้กำไรจากการขายทุเรียนน้อยด้วยเช่นกัน แก้ไขโดยหาตลาดใหม่ๆ เพื่อส่งออกทุเรียนนอกเหนือจากตลาดในจีน ซึ่งตลาดหลักๆ จะอยู่ที่เมืองกวางโจว เมืองเจียงหนาน เพื่อให้ได้ตลาดที่สามารถรับซื้อทุเรียนจากไทยในราคาที่สูงขึ้น

2.2 อุปสงค์ในประเทศ

A1 กล่าวว่า ความต้องการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จากการสำรวจพบว่าผู้บริโภคชาวจีนในทุก 100 คน จะมี ผู้บริโภคจำนวน 8 คน ที่บริโภคทุเรียน เมื่อคำนวณถึงจำนวนประชากรชาวจีนที่มีมากถึง 1,400 ล้านคน จึงทำให้ความต้องการทุเรียนของชาวจีนมีปริมาณมาก และเป็นตลาดขนาดใหญ่ของการส่งออกทุเรียนไทยมายังประเทศจีน สำหรับขั้นตอนในการส่งออก ผู้ส่งออกจะต้องแจ้งบัญชีรายชื่อและหมายเลขทะเบียนผู้ส่งออกทุเรียนสดให้กรมศุลกากรทราบเพื่อประกอบการส่งออก และการส่งออกทุเรียนต้องเป็นไปตามข้อกำหนดการตรวจสอบคุณภาพ ตามประกาศของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่องมาตรฐานทุเรียนไทย พ.ศ.2545 สำหรับกฎระเบียบที่ใช้ในการส่งออกจะต้องเป็นผู้ที่ได้จดทะเบียนเป็นผู้ส่งทุเรียนสดออกไปนอกราชอาณาจักร กฎหมายที่ส่งผลกระทบต่อส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศจีนจะเน้นไปในด้านขั้นตอนการส่งออกทุเรียนไปประเทศจีน โดยต้องขออนุญาตเป็นผู้ส่งออก ขอใบรับรองปลอดโรคพืช ตรวจใบอนุญาตนำเข้าของผู้นำเข้าจีน และเตรียมการด้านศุลกากร โดยเฉพาะข้อกำหนดด้านสุขอนามัยผลไม้ที่จะนำเข้ามายังจีนที่ผู้นำเข้าจากทุกประเทศต้องปฏิบัติตาม โดยหน่วยงาน AQSIQ ของจีน สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียนของทางกรม พบว่า มีการปิดพรมแดนของประเทศจีน และจำกัดจำนวนชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศ ตลอดจนกักตัวผู้ที่เดินทางมาจากต่างประเทศ จากสถานการณ์ Covid-19 สาเหตุและปัญหาที่ประเทศจีนส่งสินค้ากลับคืน คือ ขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพ ที่เข้มงวดมีหลายขั้นตอน นานหลายวันทำให้ทุเรียนเน่าส่งผลให้ประเทศจีนไม่รับซื้อสินค้า แก้ไขโดยรัฐบาลควรเจรจากับประเทศจีนให้ขั้นตอนการตรวจสอบทุเรียนเร็วที่สุด

A2 กล่าวว่า ความต้องการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีนมีมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากตัวเลขการส่งออกมายังประเทศจีน เพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่าภายใน 5 ปี สำหรับขั้นตอนในการส่งออก ผู้ส่งออกจะต้องดำเนินการเรื่องอนุญาตเป็นผู้ส่งออกสินค้ากับกรมการค้าระหว่างประเทศ การยื่นเอกสารใบรับรองปลอดโรคพืชจากกรมวิชาการเกษตร การเตรียมเอกสารสำหรับใช้ในการนำเข้ามายังจีน และพิธีการศุลกากรจากกรมศุลกากรส่งออกสินค้าจากประเทศไทย ซึ่งคุณภาพของทุเรียนสดที่ส่งออก ต้องเป็นไปตามข้อกำหนดมาตรฐานทุเรียนไทย ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำหรับ

กฎระเบียบที่ใช้ในการส่งออก ผู้ส่งออกจะต้องได้รับการจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกทุเรียนสด ถึงจะ
 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่หรือใช้ในการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สามารถดำเนินการส่งออกได้ การกีดกันทางการค้าที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน คือ การกำหนดให้ผลไม้สดและทุเรียนที่สามารถนำเข้าประเทศจีนได้ โดยจะต้องขออนุญาตการนำเข้าทุเรียนให้เรียบร้อยก่อนการนำเข้า เท่านั้น สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียนของทางกรมพบว่า กฎระเบียบการนำเข้าของทางการจีนมักจะมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ส่งผลต่อการส่งออก จึงทำให้ผู้ส่งออกจำเป็นต้องติดตามกฎระเบียบการนำเข้าผลไม้ของทางการจีนอย่างใกล้ชิด สาเหตุและปัญหาที่ประเทศจีนส่งสินค้ากลับคืน คือ ผู้ส่งออกผ่านขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพนานเกินไป จนทำให้ทุเรียนเน่าเสีย จีนไม่สามารถรับซื้อได้ แก้ไขโดยรัฐบาลเร่งเจรจากับจีน โดยใช้การทูตในการสร้างความร่วมมือและการสร้างความเข้าใจ ผ่านกลไกทุกระดับ โดยเฉพาะคณะกรรมการความร่วมมือระหว่างกระทรวงเกษตรและสหกรณ์กับกระทรวงเกษตรของประเทศจีน เพื่อเร่งให้ขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพนั้นเร็วขึ้น

A3 กล่าวว่า ความต้องการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีนมีมากขึ้น เนื่องจากการส่งออกไปยังประเทศจีนเพิ่มขึ้น 2-3 เท่า ในแต่ละปี สำหรับขั้นตอนในการส่งออก ผู้ส่งออกจะต้องได้รับอนุญาตเป็นผู้ส่งออกสินค้ากับกรมการค้าระหว่างประเทศ เตรียมเอกสารใบรับรองปลอดโรคพืชจากกรมวิชาการเกษตร เตรียมเอกสารสำหรับการนำเข้า และพิธีการศุลกากรจากกรมศุลกากร เพื่อส่งออกสินค้าจากไทย ซึ่งคุณภาพของทุเรียนสดที่ส่งออก ต้องเป็นไปตามข้อกำหนดมาตรฐานของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำหรับกฎระเบียบที่ใช้ในการส่งออก ผู้ส่งออกจะต้องจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกทุเรียนสดก่อนจึงจะสามารถส่งออกได้ กฎหมายที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศจีน ผู้ส่งออกจะต้องขออนุญาตการนำเข้าทุเรียนไทยจากประเทศจีนให้เรียบร้อยก่อนการนำเข้าเท่านั้น สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียน ประเทศจีนได้มีการวางกฎระเบียบการนำเข้าผลไม้ที่เข้มงวด โดยเฉพาะในสถานการณ์ Covid-19 เช่นนี้ ผู้ส่งออกจึงจำเป็นต้องทำตามกำหนดกฎระเบียบการนำเข้าผลไม้ที่เปลี่ยนแปลงบ่อย และส่งผลอย่างมากต่อการส่งออก สาเหตุและปัญหาที่ประเทศจีนส่งสินค้ากลับคืน คือ ประเทศจีนไม่รับซื้อทุเรียนเน่าเสีย เนื่องจากเน่าเสียในระหว่างขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพที่ล่าช้า แก้ไขโดยรัฐบาลควรเจรจาเพื่อลดหรือเร่งขั้นตอนในการตรวจสอบคุณภาพ

B1 กล่าวว่า ความต้องการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยในปี พ.ศ.2564 ประเทศไทยสามารถส่งออกผลไม้สูงสุดเป็นประวัติการณ์ โดยเฉพาะทุเรียนขายทะเลหนึ่งแสนล้านบาทเป็นครั้งแรก สำหรับขั้นตอนในการส่งออก ผู้ประกอบการจะต้องนำทุเรียนสดไปจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกกับกรมวิชาการเกษตร และดำเนินการพิธีการศุลกากรส่งออกกับกรมศุลกากร ซึ่งทุเรียนที่ใช้ในการส่งออกต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพ ตามประกาศของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำหรับกฎระเบียบที่ใช้ในการส่งออก ผู้ส่งออกทุเรียนต้องได้รับการจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกไปนอกราชอาณาจักร การกีดกันทางการค้าที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน คือ ข้อกำหนดด้าน

สุขอนามัยผลไม้นำเข้าของประเทศจีน สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียน พบว่า มีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งสวนไรสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การใช้ใบรับรอง GAP แบบไม่ถูกต้อง หรือสวมสิทธิ์ สาเหตุและปัญหาที่ประเทศจีนส่งสินค้ากลับคืน คือทุเรียนที่ไม่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพของประเทศจีน แก้ไขโดยให้สำนักงานเกษตรจังหวัดในพื้นที่ควบคุมคุณภาพผลผลิตทุเรียนให้ได้มาตรฐานก่อนส่งออก

B2 กล่าวว่า ความต้องการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยสามารถส่งออกเพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี สำหรับขั้นตอนในการส่งออก ผู้ส่งออกทุเรียนสดจะต้องขึ้นทะเบียนเป็นผู้ส่งออกกับกรมวิชาการเกษตร และดำเนินพิธีการศุลกากรที่กรมศุลกากร อีกทั้งการส่งออกทุเรียนต้องผ่านการรับรองคุณภาพ ตามที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์กำหนดไว้ สำหรับกฎระเบียบที่ใช้ในการส่งออก ผู้ส่งออกทุเรียนต้องได้รับการจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกจากกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ การกีดกันทางการค้าที่ส่งผลกระทบต่อการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศจีน คือ นโยบายโควิดเป็นศูนย์ทุกมณฑลจีน (Zero Covid-19) สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียน พบว่า มีการตรวจเข้มผลไม้ทุกชนิดไม่มีศัตรูพืช สารตกค้าง และตรวจโควิด-19 หากพบผลบวกจะสั่งล็อกดาวน์ และอาจจะระงับการนำเข้า สาเหตุและปัญหาที่ประเทศจีนส่งสินค้ากลับคืน คือ ทุเรียนในกรณีที่ไม่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพของประเทศจีน แก้ไขโดยรัฐบาลเจรจาทางออก

B3 กล่าวว่า ความต้องการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยจากตัวเลขการส่งออกที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ สำหรับขั้นตอนในการส่งออก ผู้ส่งออกจะต้องขึ้นทะเบียนเป็นผู้ส่งออกทุเรียนโดยผ่านการรับรองคุณภาพจากกรมวิชาการเกษตร และดำเนินพิธีการทางศุลกากรให้เรียบร้อย อีกทั้งทุเรียนต้องได้รับการรับรองคุณภาพจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำหรับกฎระเบียบที่ใช้ในการส่งออก ผู้ส่งออกจะต้องดำเนินการจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกกับกรมวิชาการเกษตรก่อนถึงจะสามารถนำทุเรียนส่งออกไปขายยังต่างประเทศได้ กฎหมายที่ส่งผลกระทบต่อการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปจีน คือ นโยบายตรวจคุณภาพอย่างเข้มงวดของประเทศจีน ทำให้เกิดความล่าช้าติดขัดที่ด่านตรวจนานหลายวัน ทุเรียนสุกและเน่าเสียก่อนถึงจุดหมายปลายทาง สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียน พบว่า ประเทศไทยยังไม่สามารถส่งออกทางรถไฟ จีน-ลาวได้ การส่งออกทางเรือยังติดปัญหาระบบหมุนเวียนตู้คอนเทนเนอร์ และการส่งออกทางเครื่องบินค่าใช้จ่ายยังสูงมาก สาเหตุและปัญหาที่ประเทศจีนส่งสินค้ากลับคืน คือ ทุเรียนที่เน่าเสียหรือคีย์คุณภาพ เนื่องจากสาเหตุติดขัดความล่าช้า แก้ไขโดยการเจรจาระหว่างประเทศขอลดหย่อนผ่อนปรนมาตรการป้องกันโควิด-19 ที่ด่านปลายทาง และการเปิดช่องทางพิเศษ (Green Way) สำหรับขนส่งผลไม้ไทย

C1 กล่าวว่า ความต้องการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีนมีมากขึ้นเรื่อยๆ จากการส่งออกไปยังประเทศจีนเพิ่มขึ้น 2 เท่า 3 เท่า ในแต่ละปี สำหรับขั้นตอนในการส่งออก ผู้ส่งออกจะต้องเตรียมทุเรียนที่ซื้อมาจากชาวสวน คัดแยก บรรจุกล่อง และเตรียมการขนส่งผู้กับกรมการค้าระหว่าง

ประเทศ เตรียมเอกสารใบรับรองปลอดโรคพืชจากกรมวิชาการเกษตร เตรียมเอกสารสำหรับการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารทูลงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นำเข้า และพิธีการศุลกากรจากกรมศุลกากร โดยมาตรฐานในการส่งออกทุเรียนจะต้องเป็นทุเรียนเกรดส่งออก ความสุขของทุเรียนจะต้องเป็นทุเรียนที่รอสุกอีก 7-10 วัน และเป็นทุเรียนตามข้อกำหนดมาตรฐานของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำหรับกฎระเบียบที่ใช้ในการส่งออก ผู้ส่งออกจะต้องจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกทุเรียนก่อนถึงจะทำการส่งออกได้ กฎหมายที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกทุเรียน คือ ประเทศจีนกำหนดมาตรการนำเข้าผลไม้จากประเทศไทย โดยต้องผ่านการขึ้นทะเบียนสวนและโรงงานผลิตให้ได้ตามมาตรฐาน และจะต้องขออนุญาตการนำเข้าทุเรียนไทยจากประเทศจีนให้เรียบร้อยก่อนการนำเข้าเท่านั้น หากไม่มีจะถูกปฏิเสธนำเข้า สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียน จะเป็นในเรื่องของระยะเวลาขนส่งใช้เวลานานอาจทำให้ทุเรียนเสีย โดยเฉพาะในสถานการณ์ Covid-19 กรณีที่ประเทศจีนไม่รับซื้อทุเรียนเนื่องจากปัญหาใดก็ตามสามารถส่งสินค้าคืน วิธีการแก้ไขโดยให้รัฐบาลเจรจาเรื่องปัญหานี้ๆ

C2 กล่าวว่า ความต้องการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีนมีมากขึ้น สายพันธุ์ทุเรียนที่คนจีนนิยมนทาน คือ ทุเรียนหมอนทอง เนื่องจากมีกลิ่นหอม รสชาติดี ราคาถูก สำหรับขั้นตอนในการส่งออก ผู้ส่งออกจะต้องมายื่นใบขนสินค้าขาออก ชำระค่าภาษีอากร ส่งข้อมูลใบกำกับการขนย้ายสินค้าขาออก ตรวจสอบและตัดบัญชีใบกำกับการขนย้ายสินค้า ซึ่งมาตรฐานในการส่งออกทุเรียนคือ ผู้ส่งของออกที่ประสงค์จะส่งสินค้าทุเรียน ออกจากราชอาณาจักรผ่านเขตแดน จะต้องจัดทำข้อมูล ใบขนสินค้าขาออก (กศก. 101/1) ตามรูปแบบและมาตรฐานที่กรมศุลกากรกำหนด ส่วนพิธีการศุลกากรส่งออกอากาศยาน เป็นระบบอิเล็กทรอนิกส์แบบไร้เอกสาร โดยมีจุดมุ่งหมาย ในการอำนวยความสะดวกทางการค้าและเพื่อส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันบนเวทีการค้าโลก สำหรับกฎระเบียบที่ใช้ในการส่งออกจะต้องเดินพิธีการศุลกากรส่งของออกให้เรียบร้อยจึงจะส่งออกได้ กฎหมายที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศจีน คือ ประเทศจีนกำหนดให้ผู้นำเข้าทำเรื่องขออนุญาตการนำเข้าทุเรียนให้เรียบร้อยก่อนจึงนำเข้าได้ สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียนจะเป็นในเรื่องของระยะเวลาขนส่ง ใช้ระยะเวลานานส่งผลทำให้ทุเรียนเน่าเสีย สาเหตุและปัญหาที่ประเทศจีนส่งสินค้ากลับคืน คือ ทุเรียนเน่าเสีย แก้ไขโดยให้รัฐบาลเจรจาเร่งการตรวจสอบให้เร็วขึ้น

C3 กล่าวว่า ความต้องการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีน พบว่า คนจีนชอบทานทุเรียนหมอนทองมากและมีแนวโน้มบริโภคมากขึ้นเรื่อยๆ สำหรับขั้นตอนในการส่งออก ผู้ส่งออกจะต้องดำเนินการปฏิบัติพิธีการศุลกากรส่งออก โดยผู้ส่งออกจะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ และประกาศที่กรมศุลกากรและหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการส่งออกกำหนดไว้ ซึ่งมาตรฐานในการส่งออกทุเรียนจะต้องเป็นทุเรียนที่ดำเนินการปฏิบัติพิธีการศุลกากรส่งออกแล้ว สำหรับกฎระเบียบที่ใช้ในการส่งออกผ่านทางพิธีการศุลกากรส่งออกทางบก โดยการยื่นใบขนสินค้าขาออก การชำระค่าภาษีอากร การส่งข้อมูลใบกำกับการขนย้ายสินค้าขาออก การตรวจสอบและตัดบัญชีใบกำกับการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้เผยแพร่เป็นการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขนย้ายสินค้า พิธีการศุลกากรส่งออกทางเรือ โดยผู้ส่งออกจะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ และประกาศที่กรมศุลกากรและหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการส่งออกกำหนดไว้ ส่วนการปฏิบัติ พิธีการศุลกากรส่งออกสินค้าทางอากาศ เป็นการดำเนินการปฏิบัติพิธีการศุลกากรส่งออกสินค้าทาง อิเล็กทรอนิกส์แบบไร้เอกสาร (e-Export) ณ สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ กฎหมายที่ส่งผลกระทบต่อส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศจีน คือ กฎหมายด้านการนำเข้า โดยผู้นำเข้าจะต้องขออนุญาตการนำเข้าทุเรียนตามมาตรฐานให้เรียบร้อยก่อนนำเข้า สำหรับปัญหา และอุปสรรคในการส่งออกทุเรียน พบว่า การดำเนินปฏิบัติพิธีการศุลกากรส่งออกลำช้า สาเหตุและ ปัญหาที่ประเทศจีนส่งสินค้ากลับคืนจะเป็นในกรณีที่สินค้าเสียหาย แก้ไขโดยให้หน่วยงานรัฐเจรจา

D1 กล่าวว่า ความต้องการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีนมีแนวโน้มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง สำหรับขั้นตอนในการส่งออก ผู้ส่งออกจะต้องตรวจสอบคุณภาพทุเรียนสดโดยออกไปรับรอง สุขอนามัยพืชก่อนส่งออก อีกทั้งมีมาตรฐานตามที่ประเทศจีนกำหนด และตรวจสอบโดยกรม วิชาการเกษตร สำหรับกฎระเบียบที่ใช้ในการส่งออก ผู้ส่งออกจะต้องเป็นผู้ส่งออกจากการขึ้น ทะเบียนของกรมวิชาการเกษตร กฎหมายที่ส่งผลกระทบต่อส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปจีน คือ ข้อกำหนดด้านการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 เป็นศูนย์กลางของประเทศจีน ส่งผลกระทบต่อ การขนส่งทุเรียนติดขัดลำช้า สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียน พบว่า การส่งทุเรียนไป ประเทศจีนทางบกติดขัดลำช้า การส่งทางเรือติดปัญหาตู้คอนเทนเนอร์หมุนเวียนขาดแคลน การ ขนส่งทางเครื่องบินติดปัญหาค่าขนส่งแพง สาเหตุและปัญหาที่ประเทศจีนส่งสินค้ากลับคืน คือ ทุเรียนที่เน่าเสียก่อนถึงปลายทาง แก้ไขโดยให้รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเจรจาเร่งรัดขั้นตอน การตรวจสอบให้เร็วขึ้น

D2 กล่าวว่า ความต้องการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีนมีแนวโน้มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง สำหรับขั้นตอนในการส่งออก ผู้ส่งออกจะต้องตรวจสอบทุเรียนสดและออกไปรับรองสุขอนามัย พืชสำหรับการนำเข้าและส่งออกผลไม้ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน อีกทั้งมีมาตรฐานตาม พิธีสารระหว่างกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของประเทศไทยกับกระทรวงควบคุมคุณภาพและ ตรวจสอบกักกันโรคของประเทศจีน และตามประกาศกรมวิชาการเกษตรกำหนดไว้ สำหรับ กฎระเบียบที่ใช้ในการส่งออก ผู้ส่งออกผลทุเรียนสดออกไปนอกราชอาณาจักร จะต้องจดทะเบียน เป็นผู้ส่งออกผลทุเรียนสดออกไปนอกราชอาณาจักรกับกรมวิชาการเกษตร กฎหมายที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศจีน คือ ข้อกำหนดด้านการกักกันโรคและตรวจสอบ ทุเรียนที่ส่งออกจากประเทศไทยไปประเทศจีน กำหนดให้ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขการนำเข้าและ เพิ่มมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 อย่างเข้มงวด ส่งผลกระทบต่อขนส่งสินค้าจาก ประเทศไทยไปประเทศจีนมีความติดขัดลำช้าตามด่านตรวจของประเทศที่ผ่าน เช่น ผ่านประเทศ ลาวและประเทศเวียดนาม สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียน พบว่า การขนส่งทุเรียน

จากประเทศไทยไปประเทศจีนทางบกมีความติดขัดลำช้า จึงใช้การขนส่งทางเรือเพิ่มขึ้นแต่ยังคงมี เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุปสรรคด้านความพร้อมของจุดตรวจมาตรการด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช สาเหตุและปัญหาที่ประเทศจีนส่งสินค้ากลับคืน คือ ทูเรียนที่ไม่ผ่านการตรวจสอบ แก๊ซโคโยรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันแก้ไขให้มีการส่งออกทูเรียนที่มีคุณภาพให้เป็นที่ไปตามเงื่อนไขของประเทศจีน

D3 กล่าวว่า ความต้องการบริโภคทูเรียนไทยของคนจีนมีมากขึ้น โดยส่วนใหญ่ชอบทูเรียนสุกในระดับความสุกที่หลากหลาย เป็นเนื้อครีมมีกลิ่นหอม และระดับความสุกกำลังพอดีไม่เละ สำหรับขั้นตอนในการส่งออกของผู้ส่งออกจะต้องปฏิบัติตามตรวจสอบและออกไปรับรองสุขอนามัยพืช อีกทั้งผลผลิตมีมาตรฐานเป็นที่ไปตามเงื่อนไขการนำเข้าของประเทศจีน สำหรับกฎระเบียบที่ใช้ในการส่งออก ผู้ส่งออกทูเรียนจะต้องได้รับการจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกจากทางกรมกฎหมายที่ส่งผลต่อการส่งออกทูเรียนจากประเทศไทยไปประเทศจีน คือ ผู้ส่งออกจะต้องมีใบอนุญาตจากประเทศจีนให้นำเข้าทูเรียนได้เท่านั้น สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทูเรียน พบว่า ไม่สามารถอำนวยความสะดวกสนับสนุนการส่งออกให้เป็นที่ไปอย่างรวดเร็วได้ เพราะการตรวจสอบความแก่-อ่อนของทูเรียนควบคู่ไปกับการตรวจสอบศัตรูพืชและการปฏิบัติตามมาตรการป้องกันเชื้อ โควิด-19 ของโรงคัดบรรจุจำเป็นต้องตรวจสอบอย่างละเอียด ตลอดจนตรวจสอบการใช้ใบรับรอง GAP ให้เป็นที่ไปอย่างถูกต้องด้วย เพื่อเฝ้าระวังและป้องกันการสวมสิทธิ์ทูเรียนที่ไม่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจะไม่ได้สิทธิในการนำเข้า แก๊ซโคโยโดยทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องร่วมมือกันผลักดันให้มีการส่งออกผลผลิตที่มีคุณภาพให้เป็นที่ไปตามเงื่อนไขการนำเข้าของประเทศจีนอย่างเข้มข้นมากขึ้น

E1 กล่าวว่า ความต้องการบริโภคทูเรียนไทยของคนจีนมีมากขึ้น และกำลังซื้อของคนจีนก็มีมากขึ้น สำหรับขั้นตอนในการส่งออก ผู้ส่งออกจะต้องคัดทูเรียนเกรด A คุณภาพได้มาตรฐานทำความสะอาดฉีดพ่นน้ำยาเพื่อรักษาผิวของทูเรียนให้สด และสิ่งสำคัญต้องมีมาตรการป้องกันโรคโควิด-19 ด้วยทั้งบรรจุภัณฑ์ และคนที่ทำการขนส่ง เพื่อให้ได้มาตรฐานของทางประเทศจีน อีกทั้งทูเรียนสดต้องได้มาตรฐานทั้งสินค้าและการขนส่ง สำหรับกฎระเบียบที่ใช้ในการส่งออกผู้ประกอบการจะต้องยื่นหลักฐานการจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออก (กรณีที่ไม่เคย) ถ้าเคยยื่นแล้วต้องต่ออายุการจดทะเบียน การกีดกันทางการค้าที่ส่งผลต่อการส่งออกทูเรียนจากประเทศไทยไปประเทศจีน คือ ขั้นตอนการตรวจรับในแต่ละด่านตรวจสินค้าประจำเมืองต่างๆ ที่ใช้ระยะเวลาในการตรวจสอบสินค้าก่อนผ่านไปยังด่านอื่นๆ บางครั้งอาจทำให้สินค้าได้รับความเสียหาย สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทูเรียน ส่วนใหญ่ที่ส่งทูเรียนออกจำหน่ายก็จะเป็นประเทศจีน แต่ยังไม่ทั่วประเทศ ดังนั้น การตลาดใหม่ๆ ของประเทศจีนจะทำให้ประเทศไทยได้รับออเดอร์เพิ่มขึ้น เพราะตลาดจีนเป็นตลาดขนาดใหญ่และคนจีนมีกำลังในการซื้อสินค้ามากด้วยเช่นเดียวกัน สำหรับการส่งสินค้ากลับคืน ก็มีบ้าง เพราะในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เจ้าหน้าที่ทางจีนตรวจพบเชื้อโควิดในกล่องบรรจุทูเรียนที่มาจากประเทศไทย

ต้องระงับและส่งกลับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

E2 กล่าวว่าการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีนมีมากขึ้น จากการส่งออกทุกปี มีอัตราการเพิ่มขึ้น สำหรับขั้นตอนในการส่งออก ผู้ส่งออกจะต้องเตรียมยื่นเอกสารขอเป็นผู้ส่งออกผลไม้ไปต่างประเทศ คัดทุเรียนให้ได้ตามเกรดที่ได้มาตรฐาน และการขนส่งสินค้า ซึ่งมีมาตรฐานในการส่งออกทุเรียน คือ ขนาดผลทุเรียน ขนาดผลที่เป็นพันธุ์ทางการค้าทั่วไป ควรมีน้ำหนักต่อผล ดังนี้ 1.พันธุ์ชะนี 1.5 – 4.5 กิโลกรัม 2.พันธุ์หมอนทอง 1.5 – 6 กิโลกรัม 3.พันธุ์ก้านยาว 1.5 - 4 กิโลกรัม 4.พันธุ์กระดุมทอง 1.3 – 4 กิโลกรัม 5.พันธุ์นวลทองจันทร์ 1.5 – 4.5 กิโลกรัม 6.พันธุ์พวงมณี ไม่น้อยกว่า 1 กิโลกรัม 7.พันธุ์หลงลับแล ไม่น้อยกว่า 1 กิโลกรัม และ 8.พันธุ์อื่นๆ ที่เป็นพันธุ์ทางการค้า ไม่น้อยกว่า 0.5 กิโลกรัม สำหรับกฎระเบียบที่ใช้ในการส่งออก ผู้ประกอบการจะต้องยื่นคำขอจดทะเบียนเป็นผู้ส่งผลทุเรียนสดออกไปนอกราชอาณาจักร ตามประกาศของกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ การกีดกันทางการค้าที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปจีน คือ เรื่องของ GAP และ GMP คือ ก่อนหน้านี้ยังสามารถใช้สิทธิ GAP และ GMP ของฝั่งเครือข่ายได้ แต่ปัจจุบันต้องมีใบรับรองเฉพาะฝั่งเท่านั้น ซึ่งต้องใช้ระยะเวลาไม่น้อยกว่า 15 วัน อาจเป็นมาตรการกีดกันทางการค้าของจีน สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียน มาจากผลกระทบของนโยบายและมาตรการ Zero Covid-19 ทำให้เกิดปัญหาการส่งออกผลไม้ไปจีนทางบกติดขัดอย่างรุนแรงเกือบทุกด่านบริเวณพรมแดนจีน-ลาว และพรมแดนจีน-เวียดนาม สาเหตุและปัญหาที่ประเทศจีนส่งสินค้ากลับคืน คือ บางกรณีประเทศจีนตีทุเรียนไทยกลับประมาณ 3 ตู้คอนเทนเนอร์เนื่องจากทุเรียนไม่ได้มาตรฐานตามที่ตลาดจีนกำหนด แก้ไขโดยต้องคัดเลือกให้สินค้าได้รับมาตรฐาน ผ่านขั้นตอนคัดแยกอย่างละเอียด

E3 กล่าวถึง ตลาดทุเรียนมีแนวโน้มที่ประเทศจีนหันมาบริโภคทุเรียนกันมากขึ้น แต่คู่แข่งด้านการส่งออกทุเรียนก็ยังคงมีมากขึ้นเช่นกัน เนื่องจากประเทศต่างๆ ในแถบอาเซียนหันมาปลูกทุเรียนกันมากขึ้น เพราะทุเรียนเป็นผลไม้ที่มีราคาค่อนข้างสูง สำหรับขั้นตอนในการส่งออก มีดังนี้ 1.ต้องจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกผลไม้ไทยไปจีน (ผ่านประเทศลาว) 2.ต้องมาจากสวนที่ผ่านการรับรองมาตรฐานเกษตรดีที่เหมาะสม (GAP) และโรงคัดบรรจุที่ผ่านการรับรองคุณภาพและมาตรฐานตามระบบการผลิตที่ดี (GMP) 3. ทุเรียนต้องปลอดจากศัตรูพืชควบคุมของประเทศจีน ซึ่งมีมาตรฐานในการส่งออกทุเรียนจะต้องเป็นพันธุ์ที่เป็นที่นิยมของคนไทย เช่น พันธุ์หมอนทอง พันธุ์ชะนี พันธุ์ก้านยาว เป็นต้น ส่วนน้ำหนักก็จะอยู่ที่ 2-4 กิโลกรัมต่อลูก สำหรับกฎระเบียบที่ใช้ในการส่งออก ผู้ประกอบการจะต้องยื่นคำขอจดทะเบียนเป็นผู้ส่งผลทุเรียนสดออกไปนอกราชอาณาจักร ตามประกาศของกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ การกีดกันทางการค้าที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศจีน คือ มาตรฐานเรื่องความปลอดภัยของทุเรียนมีมากขึ้น เนื่องจากเป็นสินค้าที่นำไปบริโภคจึงต้องมีวิธีการและขั้นตอนที่

ยุ่งยากมากกว่าเดิม และน่าจะเป็นเรื่องของการมีโรคระบาดด้วยทำให้ประเทศจีนกังวลเรื่องการเอ็กซเรย์เป็นเอกสารที่ส่งสวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นำเข้าผลไม้จากประเทศไทย สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียน พบว่า การขนส่งที่
ต้องใช้ระยะเวลาขนส่งนานพอสมควร อาจทำให้สินค้าเสียหายได้ และการเพิ่มมาตรฐานป้องกันโควิด-19
ระหว่างการขนส่งสินค้า สาเหตุและปัญหาที่ประเทศจีนส่งสินค้ากลับคืน คือ ทุเรียนดิบส่งไปขายยัง
ประเทศจีนทำให้ไม่ผ่านการตรวจรับที่ประเทศจีน และต้องขนส่งสินค้ากลับเพื่อเปลี่ยนให้ ซึ่งเป็น
ปัญหาของประเทศไทยที่ต้องมีการแก้ไขอย่างเร่งด่วน

F1 กล่าวถึง ความต้องการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีนมีมากขึ้นเรื่อยๆ ในอดีตคนจีนไม่
ค่อยบริโภคแต่ตอนนี้ตลาดในจีนต่างก็อยากซื้อทุเรียนไปเพื่อจำหน่ายให้กับคนจีน สำหรับขั้นตอน
ในการส่งออก ผู้ส่งออกจะต้องเตรียมทุเรียนที่ซื้อมาจากชาวสวน คัดแยก บรรจุกล่อง และเตรียมการ
ขนส่ง ซึ่งมีมาตรฐานในการส่งออกทุเรียนจะต้องเป็นทุเรียนเกรด A และความสุกของทุเรียนจะต้อง
เป็นทุเรียนที่ยังไม่สุก ต้องรอประมาณ 7-10 วัน ถึงจะสุก เพื่อให้ทุเรียนสุกและขายได้ในตลาด
ประเทศจีน สำหรับกฎระเบียบที่ใช้ในการส่งออกผู้ประกอบการจะต้องจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออก
ทุเรียนก่อนจะทำการส่งออกได้ การกีดกันทางการค้าที่ส่งผลกระทบต่อส่งออกทุเรียนจากประเทศไทย
ไปประเทศจีน คือ ประเทศจีนกำหนดมาตรการส่งออกผลไม้จากประเทศไทย โดยต้องผ่านการขึ้น
ทะเบียนสวนและโรงงานผลิตให้ได้ตามมาตรฐาน หากไม่มีจะถูกปฏิเสธนำเข้าทันที สำหรับปัญหา
และอุปสรรคในการส่งออกทุเรียน อาจจะมีในเรื่องของระยะเวลาขนส่ง (ทางบก) เพราะการขนส่ง
อาจจะต้องผ่านหลายประเทศว่าจะถึงปลายทางประเทศจีน และขั้นตอนของแต่ละประเทศ
ค่อนข้างใช้ระยะเวลานานบางที่อาจทำให้ทุเรียนเสียหายได้ สาเหตุและปัญหาที่ประเทศจีนส่งสินค้า
กลับคืน คือ ขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพของทุเรียนจากเดิมเข้มงวดมากขึ้น จึงทำให้ทุเรียนคงค้าง
ที่ด่านตรวจของประเทศจีนหลายวัน ทำให้ทุเรียนแตกเน่า สุดท้ายตลาดจีนก็ไม่รับซื้อ ทำให้ต้องส่ง
สินค้ามาคืน หรือเรียกว่าเคลมสินค้า แก้ไขโดยต้องให้รัฐบาลเจรจาเรื่องขั้นตอนการตรวจสอบ
ทุเรียนให้หน่อยลง

F2 กล่าวถึง ความต้องการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีนมีมากขึ้น สามารถดูจากออเดอร์
การรับซื้อทุเรียนจากประเทศจีนมีเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แสดงให้เห็นว่าคนจีนนิยมบริโภคทุเรียนมากขึ้น
สำหรับขั้นตอนในการส่งออก ผู้ส่งออกจะต้องเตรียมทุเรียนลูกที่ผิวสวยงาม น้ำหนักตรงตาม
มาตรฐานการส่งออก ความสุกพอเหมาะ ซึ่งมีมาตรฐานในการส่งออกทุเรียนต้องเป็นทุเรียนเกรด A
ผิวสวย เนื้อดี พันธุ์หมอนทอง พันธุ์ก้านยาว ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดไทยและตลาดจีน สำหรับ
กฎระเบียบที่ใช้ในการส่งออก ส่วนใหญ่ก็จะเป็นเรื่องขั้นตอนการได้รับอนุญาตเป็นผู้ส่งออกผลไม้
ไปยังต่างประเทศ (ถ้ามีใบอนุญาตแล้วก็จะส่งออกได้เร็วขึ้น) การกีดกันทางการค้าที่ส่งผลกระทบต่อ
ส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศจีน เป็นเรื่องขั้นตอนการผลิตหรือการปลูกต้องได้รับ
มาตรฐานของทางประเทศจีนกำหนด โรงงานผลิตต้องได้รับมาตรฐาน สำหรับปัญหาและอุปสรรค
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการส่งออกทุเรียนอย่างที่ทราบกันจะมีอยู่ 3 ทาง หลัก คือ ขนส่งทางรถยนต์ ทางเรือ และทางอากาศ (เครื่องบินขนส่ง) ซึ่งแต่ละวิธีอาจจะมีขั้นตอนหรือวิธีการที่แตกต่างกัน ทั้งเรื่องค่าใช้จ่าย รวมถึงระยะเวลาการขนส่งที่ผู้ส่งออกต้องคำนึงถึง เพราะถ้าเลือกวิธีการส่งออกที่ไม่เหมาะสม ก็จะทำให้สินค้าเกิดความเสียหาย และขาดทุนในที่สุด สำหรับการส่งสินค้ากลับคืน ยังไม่มีเรื่องการตีกลับของสินค้า อาจจะเป็นเพราะทางเราเน้นเรื่องมาตรฐานการส่งออก สินค้า (ทุเรียน) คัดเฉพาะเกรดคุณภาพ เลยทำให้ร้านเราไม่เจอปัญหาเรื่องนี้

F3 กล่าวถึง ความต้องการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีนมีมากขึ้น เนื่องจากทุเรียนเป็นผลไม้ที่ให้ความอบอุ่น คนจีนจึงนิยมรับประทานเพราะประเทศจีนมีอากาศที่หนาวเย็น สำหรับขั้นตอนในการส่งออก ผู้ส่งออกจะต้องคัดเลือกทุเรียนเฉพาะเกรด A ที่มีคุณภาพ ทำความสะอาดทุเรียน ก่อนบรรจุหีบห่อ และ ขั้นตอนสุดท้าย คือ การฉีดพ่นแอลกอฮอล์เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งมีมาตรฐานในการส่งออกทุเรียนจะต้องเป็นทุเรียนเกรด A ตรงตามมาตรฐานของประเทศจีนกำหนด สำหรับกฎระเบียบที่ใช้ในการส่งออก จะต้องจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกผลทุเรียน ตามประกาศกรมวิชาการเกษตร การกีดกันทางการค้าที่ส่งผลกระทบต่อส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศจีน เป็นเรื่องของคุณภาพของทุเรียน เมื่อส่งไปถึงตลาดจีน เช่น ทุเรียนสุกเกินไปรับประทาน หรือทุเรียนอ่อนเกินไป ทำให้ทุเรียนไม่มีมาตรฐานตรงตามที่ตลาดจีนกำหนด ดังนั้น ก่อนการส่งออกผู้ประกอบการค้าทุเรียนจะต้องมีความรู้เรื่องการขนส่งทุเรียนเป็นอย่างดี สามารถคัดเลือกทุเรียนให้สุกพอดีเมื่อทุเรียนไปถึงมือผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียน พบว่า ทุเรียนไม่เพียงพอต่อการส่งออก หรือความต้องการของตลาดทำให้ต้องยกเลิกออเดอร์ และทำให้เสียลูกค้า ส่วนสาเหตุของผลผลิตไม่เพียงพออาจเกิดจากภัยธรรมชาติของประเทศไทย ซึ่งส่งผลกระทบต่อผลผลิตของทุเรียนเสียหาย สำหรับการส่งสินค้ากลับคืน ยังไม่มีเรื่องการตีกลับของสินค้า เพราะก่อนส่งออกต้องมีการดูแลและกำกับในทุกๆ ขั้นตอนของการขนส่ง ตรวจสอบอย่างรอบคอบจึงไม่มีปัญหานี้

2.3 อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ

A1 กล่าวว่า การเตรียมบรรจุภัณฑ์ ผู้ส่งออกจะต้องจัดทำป้าย หรือ ฉลาก หรือ ประทับข้อความเป็นภาษาอังกฤษที่ภาษาบรรจ ตามประกาศของกรมวิชาการเกษตร สำหรับช่องทางการขนส่งทุเรียนไปประเทศจีนเป็นการส่งออกผ่านการค้าผ่านแดน ทั้งทางบก ทางเรือ และทางอากาศ ด้านระยะเวลาในการขนส่งขึ้นอยู่กับความสามารถของบริษัทขนส่งที่ผู้ส่งออกเลือกใช้บริการ โดยปัจจุบัน การขนส่งทางบก เส้นทางถนนหมายเลข 9 (R9) ; ถนน R3A ใช้เวลา 6-7 วัน ทางเรือ จากท่าเรือแหลมฉบัง-ท่าเรือกวางโจว ; จากท่าเรือแหลมฉบัง-ท่าเรือเซียงไฮ้ 7-10 วัน และทางอากาศ โดยเครื่องบินเช่าเหมาลำ 1-2 วัน สำหรับช่องทางการชำระเงิน ผู้ส่งออก มีระบบ แบบจ่ายเงินเป็น

ของตนเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

A2 กล่าวว่า การเตรียมบรรจุภัณฑ์ผู้ส่งออกจะต้องติดป้ายฉลากเป็นภาษาอังกฤษให้ชัดเจนที่ภาชนะบรรจุ ได้แก่ ชื่อและหมายเลขทะเบียนผู้ส่งออก ; ชื่อพืชและพันธุ์ ; ชั้นและน้ำหนักของสินค้า ; และประเทศผู้ผลิต สำหรับช่องทางการขนส่งมี 3 ช่องทาง คือ การขนส่งทางบก ใช้เวลา 7 วัน ทางเรือ ใช้เวลา 10 วัน และทางอากาศโดยเครื่องบินเช่าเหมาลำ ใช้เวลาไม่เกิน 1-2 วัน สำหรับช่องทางการชำระเงิน ขึ้นอยู่กับผู้ส่งออกตกลงวิธีการชำระเงินกับผู้นำเข้าของประเทศจีน

A3 กล่าวว่า การเตรียมบรรจุภัณฑ์ผู้ส่งออกต้องติดฉลากข้อความภาษาอังกฤษที่ภาชนะบรรจุ ตามที่กรมวิชาการเกษตรกำหนดไว้ สำหรับช่องทางการขนส่งมี 3 ช่องทาง คือ การขนส่งผ่านทางบกบนถนน ใช้เวลา 6-7 วัน ทางเรือ จากท่าเรือแหลมฉบัง ใช้เวลา 7-10 วัน และทางอากาศโดยเครื่องบินเช่าเหมาลำ ใช้เวลา 1-2 วัน สำหรับช่องทางการชำระเงิน ผู้ส่งออกใช้วิธี ชำระเงินสด เงินโอนผ่านธนาคาร หรือ เช็ค

B1 กล่าวว่า วิธีการเตรียมบรรจุภัณฑ์จะต้องเป็นภาชนะบรรจุที่ผ่านการตรวจสอบมาตรฐานจากกรมวิชาการเกษตร สำหรับช่องทางการขนส่งมี 3 ช่องทาง คือ การขนส่งทางบกเส้นทาง R9 และ R3A ใช้เวลาประมาณ 7 วัน ทางเรือ จากท่าเรือแหลมฉบัง ใช้เวลาประมาณ 10 วัน และทางอากาศโดยเครื่องบินเช่าเหมาลำ ใช้เวลาประมาณ 2 วัน สำหรับช่องทางการชำระเงิน ผู้ส่งออกใช้วิธี ชำระเงินสด หรือเงินโอนผ่านระบบของธนาคาร

B2 กล่าวว่า การเตรียมบรรจุภัณฑ์ ผู้ประกอบการต้องเตรียมภาชนะบรรจุภัณฑ์ตามมาตรฐานของกรมวิชาการเกษตร สำหรับช่องทางการขนส่งมี 3 ช่องทาง หลักๆ คือ การขนส่งผ่านทางบก ใช้เวลาประมาณ 7 วัน ทางเรือ ใช้เวลาประมาณ 10 วัน และทางอากาศโดยเครื่องบินเช่าเหมาลำ ใช้เวลาประมาณ 1 วัน และ ในอนาคตจะเพิ่มทางรถไฟจีน-ลาว สำหรับช่องทางการชำระเงิน ผู้ส่งออกใช้วิธี ชำระเงินสด เงินโอนผ่านระบบของธนาคาร และเครดิตการ์ด

B3 กล่าวว่า การเตรียมบรรจุภัณฑ์สำหรับทุเรียนเพื่อส่งออก จะต้องทำตามรูปแบบตามกรมวิชาการเกษตรกำหนดไว้ สำหรับช่องทางการขนส่งมี 3 ช่องทาง คือ การขนส่งทางบกด้วยรถใช้เวลาประมาณ 6-7 วัน ทางเรือ ใช้เวลาประมาณ 7-10 วัน และทางอากาศโดยเครื่องบินเช่าเหมาลำ ใช้เวลาประมาณ 1-2 วัน สำหรับช่องทางการชำระเงิน ผู้ส่งออกใช้วิธี ชำระเงินสด เงินโอนผ่านระบบของธนาคาร และเครดิตการ์ด

C1 กล่าวว่า การเตรียมบรรจุภัณฑ์เป็นการบรรจุในลัง ลังตู้คอนเทนเนอร์ สำหรับที่บรรจุภัณฑ์ ต้องมีข้อความภาษาอังกฤษ ตามที่กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์กำหนดไว้ สำหรับช่องทางการขนส่งมี 3 ช่องทาง คือ การขนส่งผ่านทางบกโดยรถยนต์ ใช้เวลาประมาณ 6-7 วัน ทางเรือ ใช้เวลา 7-10 วัน และทางอากาศโดยเครื่องบินเช่าเหมาลำ ใช้เวลา 1-2 วัน สำหรับช่องทางการชำระเงินเป็นแบบจ่ายเงินล่วงหน้าเพื่อจอง และ แบบเครดิตโดยรับของก่อนค่อยจ่ายเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

C2 กล่าวถึง วิธีการเตรียมบรรจุภัณฑ์ เมื่อทำการบรรจุสินค้าและส่งข้อมูลใบกำกับ การขนย้ายสินค้าแล้วเสร็จ ผู้ส่งของออกจะต้องควบคุมยานพาหนะมายังด่านศุลกากรที่จะส่งของออก แล้วแจ้งเลขที่ใบกำกับการขนย้ายต่อเจ้าพนักงานศุลกากร เจ้าพนักงานศุลกากรจะทำการตรวจสอบ ความถูกต้องและทำการตัดบัญชีใบกำกับการเคลื่อนย้าย สำหรับช่องทางการขนส่งมี 3 ช่องทาง คือ การขนส่งผ่านทางบก ใช้เวลา 6-7 วัน ทางเรือ ใช้เวลา 7-10 วัน และทางอากาศโดยเครื่องบินเช่าเหมาลำ ใช้เวลา 1-2 วัน สำหรับช่องทางการชำระเงินค่าภาษีอากรและค่าธรรมเนียมศุลกากรได้ทั้ง ในรูปแบบเงินสด บัตรภาษี บัตรเดบิต บัตรเครดิต และเช็คของผู้ประกอบการที่มีธนาคารค้าประกัน และได้รับอนุมัติจากกรมศุลกากร

C3 กล่าวว่า การเตรียมบรรจุภัณฑ์เป็นการบรรจุสินค้าและส่งข้อมูลใบกำกับการขนย้าย สินค้าแล้วเสร็จแล้ว ผู้ส่งของออกจะต้องนำยานพาหนะมายังด่านศุลกากรที่จะส่งของออก แจ้งเลขที่ ใบกำกับการขนย้าย เจ้าพนักงานจะทำการตรวจสอบข้อมูลใบขนสินค้าขาออกที่ระบุไว้ในใบกำกับ และทำการตัดบัญชีการเคลื่อนย้าย แล้วดำเนินการตามคำสั่งการตรวจตามผลการวิเคราะห์ความ เสี่ยงของระบบคอมพิวเตอร์ สำหรับช่องทางการขนส่งดำเนินการปฏิบัติพิธีการศุลกากร มี 3 ช่องทาง คือ การขนส่งผ่านทางบก ใช้เวลาประมาณ 7 วัน ทางเรือ ใช้เวลาประมาณ 10 วัน และ ทางอากาศโดยเครื่องบินเช่าเหมาลำ ใช้เวลา 1-2 วัน สำหรับช่องทางการชำระเงินเป็นการชำระค่า ภาษีอากรและค่าธรรมเนียมศุลกากรได้ทั้งในรูปแบบเงินสด บัตรภาษี บัตรเดบิต บัตรเครดิต และ เช็คของผู้ประกอบการ

D1 กล่าวว่า การเตรียมบรรจุภัณฑ์จะต้องติดฉลากโดยแสดงรายละเอียดตามที่กรม วิชาการเกษตรกำหนดเป็นภาษาอังกฤษหรือภาษาจีน สำหรับช่องทางการขนส่งมี 3 ช่องทาง คือ การขนส่งผ่านทางบก ใช้เวลา 6-7 วัน ทางเรือ ใช้เวลา 7-10 วัน และทางอากาศโดยเครื่องบินเช่า เหมาลำ ใช้เวลา 1-2 วัน สำหรับช่องทางการชำระเงินสามารถจ่ายเป็นเงินสด เงินโอน และ เช็ค

D2 กล่าวว่า การเตรียมบรรจุภัณฑ์ ภาชนะที่ใช้ในการบรรจุต้องใหม่ สะอาด และติด ฉลากโดยแสดงรายละเอียด ทั้งชื่อผู้ส่งออก ชื่อผลไม้ หมายเลขทะเบียนสวน หมายเลขทะเบียน โรง คัดบรรจุ วันที่ผลิต รวมถึงระบุข้อความ “Export to the People’s Republic of China” เป็น ภาษาอังกฤษหรือภาษาจีนด้วย สำหรับช่องทางการขนส่งมี 3 ช่องทาง คือ การขนส่งผ่านประเทศที่ สามทางบกตามเส้นทาง R3 และ R9 ใช้เวลา 6-7 วัน ทางเรือ ใช้เวลา 7-10 วัน และทางอากาศโดย เครื่องบินเช่าเหมาลำ ใช้เวลา 1-2 วัน สำหรับช่องทางการชำระเงินสามารถจ่ายเป็นเงินสด เงินโอน และ เช็ค

D3 กล่าวว่า การเตรียมบรรจุภัณฑ์จะต้องลงข้อความภาษาอังกฤษ ตามที่กรมวิชาการ เกษตรกำหนด และงานตรวจสอบการปิดตู้บรรจุทุเรียน สำหรับช่องทางการขนส่งมี 3 ช่องทาง คือ การขนส่งผ่านทางบก ใช้เวลา 6 วัน ทางเรือ ใช้เวลา 10 วัน และทางอากาศโดยเครื่องบินเช่าเหมาลำ ใช้เวลา 1 วัน สำหรับช่องทางการชำระเงินสามารถจ่ายเป็นเงินสด เงินโอน และ เช็ค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

E1 กล่าวว่า การเตรียมบรรจุภัณฑ์จะต้องทำความสะอาดทุเรียน ใส่กล่องบรรจุตามมาตรฐานกำหนด และนำไปรวมกันในตู้คอนเทนเนอร์เพื่อขนส่งไปทางรถยนต์ ใช้เวลาประมาณ 7 วัน ทางเรือ 7-10 วัน หรือทางเครื่องบินเช่าเหมาลำ ประมาณ 1-2 วัน สำหรับช่องทางการชำระเงิน คือ การส่งจองล่วงหน้าระหว่างผู้ส่งออกทุเรียน และจ่ายส่วนที่เหลือเมื่อทางตลาดจีนได้รับสินค้าเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

E2 กล่าวว่า การเตรียมบรรจุภัณฑ์โดยการคัดทุเรียนเกรด A ลงกล่องบรรจุ ปิดผนึกกล่องให้เรียบร้อยและเตรียมขนส่งไปยังตู้คอนเทนเนอร์ เพื่อเตรียมการส่งออก สำหรับช่องทางการขนส่งมี 3 ช่องทาง คือ การขนส่งผ่านทางบกไปทางรถยนต์ ตามด่านต่างๆ ผ่านประเทศลาว ประเทศเวียดนาม เข้าตลาดจีน ใช้เวลาประมาณ 7 วัน ทางเรือ ใช้เวลา 7-10 วัน และทางอากาศโดยเครื่องบินเช่าเหมาลำ ใช้เวลา 1-2 วัน สำหรับช่องทางการชำระเงินเป็นการนัดรับของและชำระเงิน

E3 กล่าวว่า การเตรียมบรรจุภัณฑ์จะต้องทำความสะอาดทุเรียนที่คัดเกรดแล้วบรรจุลงลังฉีดพ่นน้ำยาป้องกันโควิด-19 และเตรียมขนส่งไปยังประเทศจีน สำหรับช่องทางการขนส่งมี 3 ช่องทาง คือ การขนส่งผ่านทางบควัรถยนต์ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมขนส่ง เพราะใช้เวลาไม่นานมากกว่าทุเรียนจะถึงประเทศจีนก็สามารถรับประทานได้ ใช้เวลาประมาณ 7 วัน ในส่วนการขนส่งทางเรืออาจจะล่าช้า ทำให้ทุเรียนเสียหาย ใช้เวลาประมาณ 10 วัน และการขนส่งทางอากาศโดยเครื่องบินเช่าเหมาลำ ต้องใช้ต้นทุนสูงมากในการขนส่ง ทำให้ไม่คุ้มทุน ใช้เวลา 1-2 วัน สำหรับช่องทางการชำระเงิน ผู้ส่งออกทำการนัดรับของและชำระเงิน

F1 กล่าวว่า การเตรียมบรรจุภัณฑ์โดยการใส่ลัง และบรรจุในตู้คอนเทนเนอร์ สำหรับช่องทางการขนส่งมี 3 ช่องทาง คือ การขนส่งผ่านทางบควัรถยนต์ ใช้เวลาประมาณ 7 วัน ทางเรือ ใช้เวลา 7-10 วัน และทางอากาศโดยเครื่องบินเช่าเหมาลำ ใช้เวลาประมาณ 1-2 วัน แต่ต้นทุนสูงสำหรับช่องทางการชำระเงินเป็นในลักษณะแบบจ่ายเงินก้อน หรือการจองล่วงหน้า และ รับของก่อนค่อยชำระเงิน

F2 กล่าวว่า การเตรียมบรรจุภัณฑ์ทำการใส่ลัง บรรจุในกล่อง และเตรียมบรรจุในตู้คอนเทนเนอร์ สำหรับช่องทางการขนส่งส่วนใหญ่จะส่งกันทางรถยนต์ ใช้เวลาประมาณ 1 สัปดาห์ สำหรับช่องทางการชำระเงินเป็นในลักษณะมัดก่อนครั้งหนึ่ง จากนั้นส่งของเสร็จ ค่อยชำระเงินส่วนที่เหลือ

F3 กล่าวถึง วิธีการเตรียมบรรจุภัณฑ์โดยการทำความสะอาดทุเรียน ฉีดพ่นน้ำยาป้องกันผิวทุเรียนเสียหาย บรรจุลงในลังกระดาษ และ รวบรวมลงตู้คอนเทนเนอร์ สำหรับช่องทางการขนส่งมี 2 ช่องทาง คือ การขนส่งทางบควัรถยนต์ ใช้เวลาประมาณ 7 วัน และการขนส่งทางอากาศโดยเครื่องบินเช่าเหมาลำ ใช้เวลา 1-2 วัน สำหรับช่องทางการชำระเงิน เป็นการชำระเงินหลังจากส่งให้บริษัทซูเปอร์ฟู้ดไทยแลนด์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของธุรกิจ

A1 กล่าวได้ว่า ผลกระทบจากปัจจัยภายนอกเกิดจากการดำเนินนโยบายและมาตรการ Zero Covid-19 ของประเทศจีน บังคับใช้มาตรการที่เข้มงวดในการควบคุมการระบาดทำให้เกิดปัญหาการส่งออกผลไม้ไปประเทศจีนทางบกติดขัดอย่างรุนแรงเกือบทุกด่านบริเวณพรมแดน อีกทั้งคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทย คือ ประเทศมาเลเซีย เนื่องด้วยประเทศมาเลเซียมีพันธุ์ทุเรียนจดทะเบียนมากกว่า 200 สายพันธุ์ อีกทั้งทุเรียนมีความหอมมากกว่าทุเรียนไทย ปรากฏจากสารเคมีสำหรับจุดอ่อนของประเทศมาเลเซีย คือ ต้นทุนในการขนส่งค่อนข้างสูง ทุเรียนมีขนาดเล็ก และราคาแพง สำหรับจุดแข็งทุเรียนของประเทศไทย จะเน้นไปทางรสชาติ ซึ่งหวานละมุนกว่าทุเรียนมาเลเซีย อีกทั้งราคาถูก แล้วยังมีข้อได้เปรียบด้านต้นทุนการขนส่งทางด้านระยะเวลา สำหรับจุดอ่อนจะเป็นในลักษณะสายพันธุ์ทุเรียนของประเทศไทยไม่หลากหลาย มีการเก็บผลผลิตตอนทุเรียนเริ่มสุกร้อยละ 70 สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด คือ การเพิ่มช่องทางการขายผ่านออนไลน์ มีเป้าหมายในการส่งเสริมค้าขายแดน-ผ่านแดนอย่างต่อเนื่อง โดยการทำงานร่วมกันอย่างหนักของ กรอ.พาณิชย์ การแก้ไขทุเรียนขาดตลาด พบว่า ปัจจุบันเกษตรกรในหลายพื้นที่ปลูกยางพาราในไทย ได้มีการตัดต้นยางมาปลูกทุเรียนแทน ก็ยังทำให้มีปริมาณทุเรียนมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคชาวจีนที่มีมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง สาเหตุที่คนจีนหันมาบริโภคทุเรียนจากประเทศไทย เพราะ ผู้บริโภคชาวจีนส่วนใหญ่ที่ชื่นชอบการกินทุเรียนสดของประเทศไทย มักจะเดินทางไปเที่ยวประเทศไทย เนื่องจากได้บริโภคทุเรียนที่มีราคาถูก และรสชาติดี ปัญหาเกี่ยวกับคู่แข่งที่ทางกรมทราบ คือ ประเทศมาเลเซียและประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตทุเรียนรายใหญ่ แต่ทุเรียนของทั้งสองประเทศนั้นมีความแตกต่างกัน เดิมทีประเทศมาเลเซียเป็นประเทศผู้ผลิตทุเรียนที่มีชื่อเสียงแต่ไม่สามารถส่งออกต่างประเทศได้ เนื่องจากนวัตกรรมและการเก็บรักษาผลผลิตทางการเกษตรที่ไม่มีประสิทธิภาพจึงทำให้ไม่สามารถรักษาคุณภาพของทุเรียนจนสามารถส่งออกได้ ส่วนทุเรียนจากประเทศไทยสามารถส่งออกไปยังประเทศต่างๆ ได้

A2 กล่าวถึง สถานการณ์ทุเรียนไทย และทุเรียนมาเลเซีย โดยประเทศจีนและประเทศมาเลเซียได้มีการลงนามในพิธีสารของการบริหารทั่วไปของศุลกากรของจีน กระทรวงเกษตร และอุตสาหกรรมเกษตรของมาเลเซีย ในการตรวจสอบและกักกันทุเรียนแช่แข็งมาเลเซียเพื่อการส่งออกทุเรียนเข้าสู่ตลาดจีน โดยการลงนามข้อตกลงการค้าทวิภาคีระหว่างจีนและอาเซียน ความร่วมมือระหว่างประเทศจีนและประเทศมาเลเซียมีความลึกซึ้งยิ่งขึ้น ทำให้ทุเรียนของประเทศมาเลเซียเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคชาวจีนมากขึ้น ส่วนประเทศไทยก็ได้มีการลงนามในพิธีสารว่าด้วยการนำเข้า-ส่งออก ผลไม้/พืชผล กับประเทศจีนเช่นกัน ทำให้ประเทศไทยสามารถส่งออกทุเรียนสดมายังประเทศจีนได้ตามกฎระเบียบของประเทศจีน ส่งผลให้ตลาดทุเรียนในประเทศจีนส่วนมากเป็นทุเรียนที่มาจากประเทศไทย สำหรับจุดแข็งทุเรียนของประเทศไทย คือ ประเทศไทยสามารถส่งออกไปยังประเทศต่างๆ ได้มาก โดยเฉพาะการส่งออกไปยังประเทศจีน เนื่องจากมีนวัตกรรม

และการเก็บรักษาผลผลิตทางการเกษตรที่มีประสิทธิภาพ มีรสชาติดี ราคาถูก ลูกใหญ่ เนื้อแน่น เปลือกบาง เม็ดเล็ก ต้นทุนการขนส่งต่ำ จากความได้เปรียบทางระยะทางการขนส่ง ส่วนข้อเสียก็คือ เก็บผลผลิตตอนเริ่มสุกร้อยละ 70 และใช้สารเอทิลีนเพื่อควบคุมการสุก ปัญหาที่พบในการส่งออก พบว่า ในปีที่ผ่านมามาตรการ Zero Covid-19 ของจีน บังคับใช้อย่างเข้มงวด เกิดปัญหาการส่งออก ทุเรียนไปประเทศจีนทางบก ติดขัดบริเวณด่านพรมแดน ทำให้เกิดปัญหาความล่าช้าต่างๆ วิธีแก้ไข รัฐบาลได้มีมาตรการเป็นแนวทางการทำงาน ได้แก่ การเร่งเจรจาเปิดด่าน ; Covid Certification ; การเร่งเปิดบริการขนส่งผ่านเส้นทางรถไฟลาวจีน ; การเร่งจัดระบบโลจิสติกส์ สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด คือ การขยายตลาดต่างประเทศไปยังตลาดรองอื่นๆ และ การแปรรูป เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม การจัดเก็บผลไม้ระบบสต็อก การเก็บผลผลิตผลไม้ นอกฤดูฤดูกาล ทางกรมมีเป้าหมายในการขยายตลาดทุเรียนไปยังมณฑลตอนในของจีน ทั้งการเร่งเจาะตลาดในรูปแบบอื่นเพื่อยกระดับทุเรียนไทยให้ครองใจผู้บริโภคชาวจีนได้ วิธีทำการตลาดให้คนจีนหันมาบริโภค ทุเรียนจากประเทศไทย โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ผู้บริโภคชาวจีนเดินทางมากินทุเรียนสดๆ จากสวนของไทย เนื่องจากทุเรียนมีราคาถูกและรสชาติดี ปัญหาเกี่ยวกับคู่แข่ง พบว่า ประเทศมาเลเซียเป็นประเทศผู้ผลิตทุเรียนที่มีชื่อเสียงแต่ไม่สามารถส่งออกไปต่างประเทศได้ เนื่องจาก นวัตกรรมและการเก็บรักษาผลผลิตทางการเกษตรยังไม่มีประสิทธิภาพทำให้ไม่สามารถรักษาคุณภาพของทุเรียนให้สามารถส่งออกได้

A3 กล่าวถึง สถานการณ์ทุเรียนไทยจากข้อมูลศุลกากรของประเทศจีน พบว่า มีปริมาณ การนำเข้าทุเรียนสดของประเทศจีน ปริมาณกว่า 600,000 ตัน และมีมูลค่าการนำเข้ากว่า 16,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในช่วง 3 เดือนแรกของปี มีปริมาณการนำเข้ากว่า 56,000 ตัน มูลค่าการนำเข้ากว่า 2,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ทั้งนี้คาดการณ์ว่าจีนจะมีการนำเข้ามากขึ้นอย่างต่อเนื่อง คู่แข่งที่สำคัญทั้ง ในและต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย และประเทศไทย ซึ่งเป็นผู้ส่งออกทุเรียนรายใหญ่ สำหรับจุดแข็งทุเรียนของประเทศไทย คือ ทุเรียนไทยมีราคาถูก รสชาติหวานกว่าทุเรียนมาเลเซีย และต้นทุนการขนส่งต่ำกว่ามาเลเซีย ปัญหาที่พบในการส่งออก พบว่า การขนส่งผลไม้ส่งออกไป ประเทศจีนจากผลกระทบของนโยบายและมาตรการ Zero Covid-19 ทำให้เกิดปัญหาการส่งออก ผลไม้ไปจีนทางบกติดขัดทุกด่านบริเวณพรมแดนจีน-ลาว และพรมแดนจีน-เวียดนาม ซึ่งประเทศไทยต้องขนส่งผ่านแดน เช่น ด่านโมฮ่าน ด่านเหอโจว ด่านตงซิง ด่านผิงเสียง และด่านโหยวอี๋กวน วิธีแก้ไข รัฐบาลมีการแต่งตั้งคณะกรรมการระดับชาติประกอบด้วยหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเข้ามาทำงาน มอบหมายคณะกรรมการบริหารจัดการผลไม้ Fruit Board เป็นหลักในการทำงานร่วมกับภาคส่วนต่างๆ สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด คือ สนับสนุนผู้ส่งออกเพิ่มการขายผ่านทางออนไลน์ อีกทั้งทางกรมมีเป้าหมายในการสนับสนุน ขยายเพิ่มตลาดต่างประเทศให้มากขึ้น วิธีทำการตลาดให้คนจีนหันมาบริโภคทุเรียนจากประเทศไทย คือ ล้าง ซึ่งล้างคอยคัดเลือกรักษาคุณภาพตามที่คนจีนชื่นชอบ ก่อนส่งออกไปขาย ส่วนใหญ่เป็นพันธุ์หมอนทอง ปัญหาเกี่ยวกับคู่แข่ง พบว่า ประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาเลเซียมีพันธุ์ทุเรียนที่มีชื่อเสียงแต่ส่งออกไม่ได้ ติดปัญหาการเก็บรักษาคุณภาพของทุเรียนไม่ได้ตลอดระยะเวลาการขนส่ง

B1 กล่าวถึง ผลกระทบจากปัจจัยภายนอก เกิดจากการตรวจสอบผู้สินค้าที่ด่านปลายทางเกิดความล่าช้าในการหมุนเวียนผู้สินค้ากลับ ผู้ขาดแคลนและขึ้นราคา กลุ่มผู้ส่งออกทั่วโลก หรือร่วมกับองค์การการค้าโลก (WTO) โดยอยู่ระหว่างหาแนวทางแก้ไข คู่แข่งที่สำคัญในการส่งออกทุเรียนไปประเทศจีน ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย และประเทศเพื่อนบ้าน สำหรับจุดแข็งของทางกรมคือ กรมส่งเสริมการเกษตรมีแนวทางการบริหารจัดการทุเรียนเพื่อการส่งออก ในส่วนจุดอ่อนคือ ภาคเอกชนและเกษตรกรยังมีส่วนร่วมน้อยในการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค ปัญหาที่พบในการส่งออก พบว่า ขั้นตอนการขนส่ง ทางเรือยังติดปัญหาระบบหมุนเวียนตู้คอนเทนเนอร์ ในขณะที่ทางอากาศเจอปัญหาค่าเช่าเหมาลำยังแพง วิธีแก้ไขปัญหาโดยรัฐบาลเร่งดำเนินการ และเจรจาแก้ไขปัญหาแบบ G TO G สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของทางกรม คือ กำหนดมาตรการแก้ไขปัญหาผลไม้เศรษฐกิจล่วงหน้าทั้งระบบ กรณีเหตุการณ์ไม่ปกติ เป้าหมายในการดำเนินของทางกรมจะเป็นในกรณีเหตุการณ์ไม่ปกติ พร้อมช่วยเหลือเกษตรกร และผู้ประกอบการได้อย่างทันที่ วิธีทำการตลาดให้คนจีนหันมาบริโภคทุเรียนจากประเทศไทย คือ ควบคุมคุณภาพผลผลิตทุเรียนให้ได้มาตรฐาน ผู้บริโภคได้รับประทานทุเรียนคุณภาพ และส่งผลดีด้านการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ ปัญหาเกี่ยวกับคู่แข่ง พบว่า ทุเรียนจากประเทศเพื่อนบ้านยังติดปัญหาการเก็บรักษาผลผลิตทางการเกษตรที่ไม่มีประสิทธิภาพ

B2 กล่าวถึง ผลกระทบจากปัจจัยภายนอก เกิดจากโรคระบาดโควิด-19 ส่งผลต่อระบบโลจิสติกส์ทั้งในและต่างประเทศ ผลกระทบที่เกิดขึ้นคือ ระบบขนส่งล่าช้า ติดขัด ผลผลิตไม่สามารถขนส่งได้ ทำให้กระจุกตัวเสียหาย จนถึงราคาตกต่ำ คู่แข่งที่สำคัญในการส่งออกทุเรียนสดและทุเรียนแช่แข็ง มาจากประเทศเพื่อนบ้าน จุดแข็งของทางกรมคือ ช่วยเหลือเกษตรกร และผู้ประกอบการได้ทันที่หากเกิดเหตุการณ์ไม่ปกติ ในส่วนจุดอ่อนคือ ช่วยเหลือเกษตรกร และผู้ประกอบการตามมาตรการช่วยเหลือของรัฐ ปัญหาที่พบในการส่งออกคือ ด้านการผลิต พบว่า ภัยทางธรรมชาติหรือโรคพืช ส่งผลให้เกิดความเสียหาย ไม่สามารถเก็บผลผลิตได้ แก้ไขโดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์พิจารณาช่วยเหลือตามมาตรการช่วยเหลือของรัฐ ส่วนด้านการตลาด พบว่า ไม่สามารถขนส่งได้ แก้ไขโดยกระจายผลผลิตออกจากแหล่งผลิตให้ได้โดยเร็ว สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดคือ การจัดทำแผนแก้ไขปัญหาผลไม้เศรษฐกิจล่วงหน้า ทางกรมมีเป้าหมายในการกำกับดูแลภาพลักษณ์ทุเรียนไทยในสายตาผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ วิธีทำการตลาดให้คนจีนหันมาบริโภคทุเรียนจากประเทศไทย โดยมุ่งเน้นการทำตลาดออนไลน์ ปัญหาเกี่ยวกับคู่แข่ง พบว่า ทุเรียนจากประเทศคู่แข่งไม่สามารถส่งสินค้าออกไปยังประเทศปลายทางได้ ต้นทุนเพิ่มขึ้น ทำให้

เกิดข้อเสียเปรียบทางการแข่งขัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

B3 กล่าวถึง ผลกระทบจากปัจจัยภายนอก เกิดจากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้ระบบโลจิสติกส์และระบบขนส่งล่าช้า คู่แข่งที่สำคัญจะเป็นในลักษณะทุเรียนสายพันธุ์พรีเมียมจากประเทศเพื่อนบ้าน จุดแข็งของทางกรม คือ สามารถให้ความรู้และความร่วมมือกับเกษตรกรในการสร้างผลผลิตที่มีคุณภาพก่อนส่งออก ในส่วนจุดอ่อน คือ ทางกรมมีกำลังพลไม่เพียงพอ ปัญหาที่พบในการส่งออกสำคัญจะเป็นในเรื่องระบบ โลจิสติกส์ ด้านทางบกทุกด้านมีปัญหา เนื่องจากการตรวจโควิด-19 เป็นศูนย์ (Zero Tolerance) ถ้าตรวจพบเชื้อจะมีการปิดด่านชั่วคราว เป็นผลให้มีรถติดที่ด่านจากปกติใช้เวลา 13 วันเป็น 30-40 วัน ถ้าเป็นทุเรียนจะเสียหาย แก๊ซโดยให้ภาครัฐไทยไปเจรจากับภาครัฐจีน โดยขอผ่อนปรนขอเปิดช่องทางส่ง GREEN WAY เพื่อลดความเสียหาย สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด คือ ภาครัฐบาลได้จัดทำแผนล่วงหน้าสำหรับการแก้ไขปัญหาผลไม่เศรษฐกิจ ทางกรมมีเป้าหมายในการกำกับดูแลพหุลักษณะทุเรียนไทยให้ผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศสนใจทุเรียนไทยให้มากยิ่งขึ้น วิธีทำการตลาดให้คนจีนหันมาบริโภคทุเรียนจากประเทศไทย โดยการทำการตลาดออนไลน์และออฟไลน์ รวมถึงการขายตรงด้วย ปัญหาเกี่ยวกับคู่แข่งพบว่า ทุเรียนจากประเทศคู่แข่งราคาสูงกว่าทุเรียนไทยมากในขณะที่รสชาติใกล้เคียงกัน

C1 กล่าวถึง สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ส่งผลกระทบอย่างต่อเนื่อง โดยคู่แข่งที่สำคัญในการส่งออก คือ ผู้ประกอบการภายในประเทศ และผู้ประกอบการจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย สำหรับจุดแข็งคือ ทุเรียนไทยมีราคาถูก รสชาติเป็นที่นิยมมากกว่าทุเรียนจากประเทศเพื่อนบ้าน และต้นทุนการขนส่งต่ำกว่า ทำให้ทุเรียนของประเทศไทยส่งออกเป็นอันดับ 1 ในส่วนจุดอ่อน คือ ระบบการขนส่งล่าช้า ทำให้ทุเรียนเกิดความเสียหายระหว่างการขนส่ง ปัญหาที่พบในการส่งออกจะเป็นในเรื่องขั้นตอนการตรวจสอบการส่งออกล่าช้าในด้านตรวจของแต่ละประเทศ ทำให้ทุเรียนได้รับความเสียหายไม่สามารถคงความสดได้ แก๊ซโดยรัฐบาลและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้เข้าเจรจากับประเทศต่างๆ เพื่อเร่งหรือลดขั้นตอนในการตรวจสอบ สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดคือ สนับสนุนให้ผู้ประกอบการทำการค้าแบบไดนามิก (ออฟไลน์กับออนไลน์) ทางกรมมีเป้าหมายในการสนับสนุนขยายเพิ่มตลาดต่างประเทศ โดยสามารถส่งออกไปทั่วโลกได้ วิธีทำการตลาดให้คนจีนหันมาบริโภคทุเรียนจากประเทศไทย โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เป็นสินค้ายอดนิยมตามที่คนจีนชื่นชอบ ส่วนใหญ่คนจีนเขาชอบพันธุ์หมอนทอง ปัญหาเกี่ยวกับคู่แข่ง พบว่า พันธุ์ทุเรียนของประเทศเพื่อนบ้าน ไม่สามารถส่งออกได้ ดิถีปัญหาเรื่องการเก็บรักษาคุณภาพระหว่างการขนส่ง

C2 กล่าวถึง สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ส่งผลกระทบต่อการขนส่งและพิธีการศุลกากรที่ล่าช้า คู่แข่งที่สำคัญในการส่งออก คือ ผู้ประกอบการจากประเทศมาเลเซีย สำหรับจุดแข็งของทางกรม คือ การดำเนินการปฏิบัติพิธีการศุลกากรส่งออกสินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์แบบไร้เอกสาร หรือ e-Export ที่รวดเร็ว ในส่วนจุดอ่อนและปัญหาที่พบในการส่งออก พบว่า พิธีการศุลกากรและระบบการขนส่งทางบก ทางเรือที่ล่าช้าในแต่ละประเทศ แก้ไขโดยรัฐบาลเจรจากับประเทศต่างๆ และส่งเสริมให้นำพิธีการศุลกากร e-Export มาใช้กับการขนส่งทางบก ทางเรือ สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด คือ สนับสนุนให้มีการดำเนินการปฏิบัติพิธีการศุลกากรส่งออกสินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์แบบไร้เอกสาร e-Export ในระบบการขนส่งทางบกและทางเรือ ทางกรมมีเป้าหมายในการลดขั้นตอนการดำเนินการปฏิบัติพิธีการศุลกากรส่งออกสินค้าให้รวดเร็วขึ้น วิธีการตลาดให้คนจีนหันมาบริโภคทุเรียนจากประเทศไทย โดยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้ประเทศไทยเป็นสวนทุเรียนโลก ปัญหาเกี่ยวกับคู่แข่งพบว่า ประเทศมาเลเซียติดปัญหาการเก็บรักษาคุณภาพของทุเรียนสด และส่งออกทุเรียนแช่แข็งเป็นส่วนใหญ่ ขณะที่ประเทศเวียดนามยังติดปัญหาเรื่องการลักลอบนำเข้า

C3 กล่าวถึง สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ส่งผลกระทบต่อการดำเนินการปฏิบัติพิธีการศุลกากรล่าช้าขึ้น คู่แข่งที่สำคัญ คือ ผู้ส่งออกจากประเทศมาเลเซีย และประเทศเวียดนาม สำหรับจุดแข็งของทางกรม คือ การดำเนินการปฏิบัติพิธีการศุลกากรส่งออกสินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ e-Export ที่รวดเร็ว ในส่วนจุดอ่อน คือ ระบบการขนส่งทางบก ทางเรือที่ล่าช้า ปัญหาที่พบในการส่งออก คือ การตรวจสอบมาตรฐานและพิธีการศุลกากรที่ด่านตรวจของแต่ละประเทศล่าช้า แก้ไขโดยรัฐบาลเจรจากับประเทศต่างๆ ให้การตรวจสอบมาตรฐานและพิธีการศุลกากรให้เร็วขึ้น สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด คือ ดำเนินการปฏิบัติพิธีการศุลกากรทางอิเล็กทรอนิกส์มาใช้กับทางบกและทางเรือ ทางกรมมีเป้าหมายในการดำเนินการปฏิบัติพิธีการศุลกากรที่ถูกต้องครบถ้วนอย่างรวดเร็ว วิธีการตลาดให้คนจีนหันมาบริโภคทุเรียนจากประเทศไทย โดยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในทุกช่องทางสื่อสาร ปัญหาเกี่ยวกับคู่แข่ง พบว่า ประเทศมาเลเซียส่งออกทุเรียนแช่แข็งเป็นส่วนใหญ่เนื่องจากการขนส่งทุเรียนสดมีต้นทุนสูงกว่าประเทศไทย

D1 กล่าวถึง สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้ประเทศจีนกำหนดมาตรการโควิดเป็นศูนย์กลางเข้มงวด ทำให้การส่งออกมีความล่าช้า คู่แข่งที่สำคัญในการส่งออก คือ ประเทศเพื่อนบ้าน สำหรับจุดแข็ง คือ ประเทศไทยเป็นประเทศที่ส่งออกทุเรียนสดมายังประเทศจีนมากที่สุด ในส่วนจุดอ่อน คือ มีสายพันธุ์น้อยกว่าประเทศคู่แข่ง ปัญหา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยามให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่พบในการส่งออก จะเป็นในด้านการขนส่งทางบกเกิดความล่าช้าติดขัด แก้ไขโดยหันไปเน้นการขนส่งทางเรือมากขึ้น สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด คือ ปรับปรุงระบบให้มีความสะดวก รวดเร็ว และทันสมัย ทางกรมมีเป้าหมายในการรับรองมาตรฐานด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชที่สะดวกและรวดเร็ว วิธีการตลาดให้คนจีนหันมาบริโภคทุเรียนจากประเทศไทย โดยการเพิ่มช่องทางการขายผ่านทางออนไลน์ ปัญหาเกี่ยวกับคู่แข่ง พบว่า ประเทศเวียดนามติดปัญหาลักลอบนำเข้าโดยไม่ผ่านการตรวจสอบ ส่วนประเทศมาเลเซียส่งออกทุเรียนแช่แข็งเป็นส่วนใหญ่

D2 กล่าวถึง สถานการณ์ทางการตลาดทุเรียนมีแนวโน้มประเทศจีนต้องการมากขึ้น และรัฐบาลไทยได้ผลักดันสายพันธุ์ใหม่ เพื่อชิงส่วนแบ่งทางการตลาดพรีเมียมจากประเทศคู่แข่ง สำหรับคู่แข่งที่สำคัญในการส่งออก ได้แก่ ทุเรียนที่มาจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ประเทศมาเลเซีย ประเทศเวียดนาม เป็นต้น สำหรับจุดแข็งของการส่งออก พบว่า ปัจจุบันประเทศไทยเป็นประเทศเดียวที่ได้รับอนุญาตให้ส่งออกทุเรียนผลสดมายังประเทศจีน ทำให้มีการตรวจปราบปรามการค้าชายแดนอย่างเข้มงวด ส่งผลให้ทุเรียนสดที่มีการลักลอบจากประเทศคู่แข่ง มาจำหน่ายในประเทศจีนมีแนวโน้มลดน้อยลงมาก ในส่วนจุดอ่อนและปัญหาที่พบในการส่งออก คือ การขนส่งบนมาตรฐานการคัดกรองอย่างละเอียดทำให้เกิดความล่าช้า แก้ไขโดยเน้นการขนส่งทางเรือเพิ่มขึ้น สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด คือ เร่งรัดให้งานตรวจสอบและออกใบรับรองสุขอนามัยพืชให้เร็วขึ้น ทางกรมมีเป้าหมายในการเจรจาผลักดันจีนเปิดท่าเรือในแม่น้ำโขงเพิ่มเติมเพื่อความพร้อมของจุดตรวจมาตรฐานด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช วิธีการตลาดให้คนจีนหันมาบริโภคทุเรียนจากประเทศไทย โดยการเพิ่มส่งออกทุเรียนผลสดที่มีขนาดต่างกันและทุเรียนแช่แข็ง ปัญหาเกี่ยวกับคู่แข่ง พบว่า ทุเรียนมาเลเซียเป็น Premium Product ราคาสูงกว่าทุเรียนไทย

D3 กล่าวถึง สถานการณ์ทางการตลาดทุเรียนจากสำนักงานเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงสุโขทัย ณ นครกว่างโจว แจ้งว่า ปัจจุบันประเทศไทยเป็นประเทศเดียวที่ได้รับอนุญาตให้ส่งออกทุเรียนผลสดมายังประเทศจีน ประเทศมาเลเซียได้รับอนุญาตเฉพาะทุเรียนแช่แข็งทั้งลูกและเนื้อทุเรียน ส่วนประเทศเวียดนามยังไม่ได้รับอนุญาตให้นำเข้าอย่างถูกกฎหมาย และหลังจากที่ประเทศจีนได้ยุบรวมหน่วยงานตรวจสอบกักกันเข้ากับศุลกากรแห่งชาติจีนในปี พ.ศ.2561 ทำให้มีการตรวจปราบปรามการค้าชายแดนอย่างเข้มงวด ทุเรียนของประเทศเวียดนามจึงมีการลักลอบ มาจำหน่ายในประเทศจีน โดยมีแนวโน้มลดน้อยลง คู่แข่งที่สำคัญมาจากประเทศเพื่อนบ้าน สำหรับจุดแข็ง คือ ความต้องการบริโภคทุเรียนที่เพิ่มขึ้น โดยส่วนใหญ่ชอบทุเรียนสุกในระดับความสุกที่หลากหลาย เป็นเนื้อครีมมีกลิ่นหอม และระดับความสุกกำลังพอดีไม่ละ ในส่วนจุดอ่อน คือ ความไม่แน่นอนของคุณภาพของสินค้า เช่น ปัญหาทุเรียนอ่อน ความสุกไม่ทั่วผล

ส่งผลให้เลือกซื้อจากช่องทางจำหน่ายที่สามารถคืนเงินได้จากร้านที่ให้บริการปก หรือซื้อทุเรียนแบบแกะเนื้อพร้อมรับประทาน ปัญหาที่พบในการส่งออก จากสถานการณ์การขนส่งและความไม่แน่นอนของคุณภาพของสินค้า ผู้ประกอบการผลิตและส่งออกต้องให้ความสำคัญสำหรับผลผลิตฤดูกาลที่จะมาถึง เน้นการผลิตทุเรียนคุณภาพ มีมาตรฐาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงต้นฤดูกาลผลิตและช่วงที่ทุเรียนในตลาดมีราคาสูง ดังนั้น เพื่อให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการเลือกซื้อทุเรียนไทย จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องคัดเลือกทุเรียนที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ความสุขสำหรับการส่งออก ไม่ให้มีทุเรียนอ่อนหรือด้อยคุณภาพ รวมถึงการปฏิบัติตามพิธีสารการส่งออกผลไม้จากประเทศไทยมาประเทศจีนอย่างเคร่งครัด สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด คือ ระดมกำลังเจ้าหน้าที่ด้านตรวจพืชของกรมวิชาการเกษตรทั่วประเทศเพื่อปฏิบัติงานตรวจสอบและออกใบรับรองสุขอนามัยพืชในพื้นที่ภาคตะวันออก และเพิ่มอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ภายในหน่วยงานพื้นที่ภาคตะวันออกของกรมวิชาการเกษตรทั้งหมดให้ร่วมกันปฏิบัติงาน ทางกรมมีเป้าหมายในการอำนวยความสะดวกสนับสนุนการส่งออกให้เป็นไปอย่างรวดเร็วและมีความคล่องตัวมากขึ้น วิธีทำการตลาดให้คนจีนหันมาบริโภคทุเรียนจากประเทศไทย คือ การผลักดันทุเรียนพันธุ์พรีเมียมใหม่ที่มีศักยภาพในการทำการตลาด เน้นการสร้างแบรนด์ (Brand) จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับทุเรียนและแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดกับทุเรียนมุซังคิงของประเทศมาเลเซีย รวมทั้งเสริมสร้างภาพลักษณ์ของทุเรียนไทยได้มากยิ่งขึ้น ปัญหาเกี่ยวกับคู่แข่ง พบว่า ประเทศมาเลเซียจุดเด่นของทุเรียนมุซังคิง วางขายตลาดบนที่มีกำลังซื้อ (Niche Market) จึงถือได้ว่าเป็น Premium Product โดยให้คำนิยามว่าเป็น Hermes Durian

E1 กล่าวว่า ประเทศในกลุ่มอาเซียนเริ่มหันมาปลูกทุเรียนเพื่อส่งออกมากขึ้น เช่น ประเทศมาเลเซีย ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศฟิลิปปินส์ ทำให้มีคู่แข่งมากขึ้น และผลกระทบอื่นๆ ต่อการส่งออกทุเรียนส่วนใหญ่มักจะเกิดกับผลผลิตไม่คงที่ในแต่ละปี สาเหตุมาจากภัยธรรมชาติและต้นทุนที่แพงขึ้น คู่แข่งที่สำคัญ คือ ผู้ส่งออกทุเรียนที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันสูง และต่างประเทศก็จะมี ประเทศมาเลเซีย ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศฟิลิปปินส์ สำหรับจุดแข็ง คือ ประเทศไทยมีชื่อเสียงด้านการปลูกทุเรียนมาเป็นเวลายาวนาน จึงทำให้ผู้บริโภคทั้งไทยและต่างประเทศทราบกันดีในเรื่องของรสชาติและความอร่อย ในส่วนจุดอ่อน ก็จะเป็นเรื่องของตลาดเนื่องจากบางปีผลผลิตมีเกินความต้องการของผู้บริโภค บางปีมีไม่เพียงพอต่อการบริโภค ซึ่งจะส่งผลต่อตลาดจีน ที่จะหันไปรับซื้อทุเรียนจากประเทศอื่นแทนเนื่องจากผลผลิตมีจำนวนเพียงพอ ปัญหาที่พบในการส่งออก พบว่า บางปีผลผลิตขาดทุน แก้ไขโดย รัฐบาลต้องมีการประกันราคาของทุเรียนเพื่อให้เกษตรกรผู้ปลูกมีความมั่นใจว่าผลผลิตจะไม่ขาดทุน สำหรับการวางแผนกลยุทธ์

การตลาด คือ ผู้ส่งออกส่วนใหญ่จะเน้นขายให้กับตัวแทนของประเทศจีนในแต่ละตลาด และ หาตลาดเพิ่มเพื่อส่งสินค้าได้มากขึ้น ทางกรมมีเป้าหมายในการให้ผู้ส่งออกเน้นส่งออกสินค้า (ทุเรียน) ไปยังตลาดจีน และ ยังคงขายทุเรียนให้กับผู้บริโภคภายในประเทศด้วย วิธีทำการตลาดให้คนจีนหันมาบริโภคทุเรียนจากประเทศไทย จะเป็นเรื่องของการท่องเที่ยว โดยการนำทัวร์จีนไปเที่ยวตามสวนทุเรียนไทย ทำให้คนจีนได้บริโภคทุเรียน และ มีการบอกต่อแบบปากต่อปาก ส่งผลให้คนจีนหันมาบริโภคทุเรียนกันมากขึ้น ปัญหาเกี่ยวกับคู่แข่ง พบว่า ผู้ส่งออกบางรายรับซื้อทุเรียนดิบ ทำให้ทุเรียนตามฤดูกาลไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด

E2 กล่าวถึง สถานการณ์ทางการตลาดทุเรียนในประเทศจีนตอนนี้ยังถือได้ว่าคนจีนบริโภคทุเรียนน้อยเมื่อเทียบกับประชากรทั้งหมดของประเทศ ส่วนการแข่งขันการส่งออกจากประเทศเพื่อนบ้านเริ่มมีบ้างแล้ว หลังจากประเทศไทยส่งออกเป็นอันดับ 1 ของเอเชีย ในส่วนคู่แข่งที่สำคัญ คือ ผู้ส่งออกรายใหม่ๆ และ คู่แข่งการส่งออกจากต่างประเทศ สำหรับจุดแข็ง คือ ประเทศไทยมีสภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศเหมาะสมต่อการปลูกทุเรียน อีกทั้งทุเรียนมีผลผลิตเกือบตลอดทั้งปี ในส่วนจุดอ่อนและปัญหาที่พบในการส่งออก คือ การหาตลาดนอกเหนือจากประเทศจีนยังมีน้อย รวมถึงเรื่องต้นทุนการขนส่งที่แพง ทำให้ผู้ส่งออกได้กำไรน้อย หรือไม่ก็จะขาดทุนกำไร โดยหาตลาดในละแวกประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาว เขมร กัมพูชา ซึ่งจะสามารถประหยัดเรื่องการขนส่งสินค้า สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด คือ สร้างความร่วมมือกับกลุ่มนายทุนรับซื้อทุเรียนไทยจากต่างชาติให้มากขึ้น ทางกรมมีเป้าหมายในการส่งออกทุเรียนให้มากที่สุด เนื่องจากทุเรียนเป็นผลไม้ที่มีราคาแพง วิธีทำการตลาดให้คนจีนหันมาบริโภคทุเรียนจากประเทศไทย โดยการเน้นโฆษณาผ่านทางช่องทางออนไลน์ให้คนทั่วไปได้เห็น และอยากบริโภคทุเรียน ปัญหาเกี่ยวกับคู่แข่ง พบว่า มีการแย่งตลาดรับซื้อทุเรียนจากชาวบ้าน บางรายมีการซื้อตัดหน้ากัน

E3 กล่าวถึง สถานการณ์ทางการตลาดทุเรียนมีแนวโน้มที่ประเทศจีนหันมาบริโภคทุเรียนกันมากขึ้น แต่คู่แข่งด้านการส่งออกทุเรียนก็ยังคงมีมากขึ้นเช่นกัน เนื่องจากประเทศต่างๆ ในแถบอาเซียนหันมาปลูกทุเรียนกันมากขึ้น เพราะทุเรียนเป็นผลไม้ที่มีราคาค่อนข้างสูง ในส่วนคู่แข่งที่สำคัญ คือ พ่อค้าคนกลาง ที่มีการซื้อขายทุเรียนตัดหน้า หรือการกักตุนผลผลิตทำให้ทุเรียนไม่เพียงพอต่อความต้องการ แถมราคายังแพงมาก และส่งออกไม่ได้ สำหรับจุดแข็งของการส่งออกทุเรียนก็จะเป็นเรื่องสายพันธุ์และรสชาติของทุเรียนที่มีความได้เปรียบด้านความอร่อยถูกปากคนจีน ทำให้ประเทศจีนซื้อทุเรียนจากประเทศไทยมากกว่าประเทศอื่นๆ ในส่วนจุดอ่อนและปัญหาที่พบของการส่งออกทุเรียนเป็นเรื่องการขนส่งทุเรียนไปยังประเทศจีน ที่ต้องใช้ระยะเวลาอันยาวนานทำให้สินค้าอาจเกิดความเสียหายได้ กำไรโดยขนส่งทางเครื่องบินแทน และเพิ่มมูลค่าของสินค้าให้มีมาตรฐานมากขึ้น สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด คือ ยกกระตือรือร้นสินค้าให้เป็นสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับพรีเมียม เพื่อให้มีมูลค่ามากกว่าเดิม ทางกรมมีเป้าหมายในการหาตลาดส่งออกทุเรียนเพิ่ม วิธีทำการตลาดให้คนจีนหันมาบริโภคทุเรียนจากประเทศไทย โดยการประชาสัมพันธ์ทุเรียนทั้งในสื่อออนไลน์ โทรทัศน์ และการประชาสัมพันธ์ในการท่องเที่ยวของไทยของทัวร์จีน ปัญหาเกี่ยวกับคู่แข่งพบว่า ตอนนี้คู่แข่งเรื่องการส่งออกทุเรียนก็จะเป็นผู้ส่งออกด้วยกันภายในประเทศ

F1 กล่าวถึง ผลกระทบจากปัจจัยภายนอกเกิดจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรง คู่แข่งที่สำคัญในการส่งออก คือ ผู้ประกอบการในประเทศไทยที่เป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ และ ผู้ประกอบการจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ประเทศมาเลเซีย สำหรับจุดแข็งในการส่งออก คือ ทุเรียนของประเทศไทยส่งออกเป็นอันดับ 1 ในภูมิภาคเอเชีย ถือได้ว่ามีผลผลิตที่สามารถส่งขายไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก ในส่วนจุดอ่อนและปัญหาที่พบของการส่งออกทุเรียนไปยังประเทศจีน มาจากระบบการขนส่งที่ล่าช้าทำให้ทุเรียนเกิดความเสียหายระหว่างการขนส่ง แก้ไขโดยรัฐบาลต้องเป็นสื่อกลางในการเจรจาเรื่องการลดขั้นตอนการตรวจสอบการส่งออกในด้านตรวจของแต่ละประเทศให้มีความรวดเร็ว เพื่อให้สินค้าคงความสด และไม่ได้รับความเสียหาย สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด คือ ต้องมีการขายทางออนไลน์ เป้าหมายในการส่งออกอยากให้มีการส่งออกไปทั่วโลก ให้ทุเรียนไทยได้เป็นที่รู้จัก เพราะคนส่วนใหญ่ ทั้งเอเชียและยุโรปก็หันมารับประทานทุเรียนกันมากขึ้นกว่าเดิม วิธีทำการตลาดให้คนจีนหันมาบริโภคทุเรียนจากประเทศไทย โดยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้ทุเรียนเป็นสินค้าที่นักท่องเที่ยวรู้จัก เช่น จัดทัวร์ชมสวนทุเรียน ปัญหาเกี่ยวกับคู่แข่ง จะเป็นในเรื่องการตัดราคาหน้าสวน หรือ การซื้อในปริมาณมาก และกดราคาชาวสวน

F2 กล่าวถึง ผลกระทบจากปัจจัยภายนอกเกิดจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งประเทศจีนไม่มีการนำเข้าทุเรียนจากประเทศไทยเลย ทำให้ตลาดทุเรียนที่ส่งออกไปยังประเทศจีน หดชะงัก และสถานการณ์คลี่คลายในปี พ.ศ.2021 ทำให้มียอดการส่งทุเรียนจากประเทศจีนเพิ่มขึ้น คู่แข่งที่สำคัญ คือ ผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนมีมากขึ้น สาเหตุจากการที่เกษตรกรหันมาปลูกทุเรียนกันมากขึ้น ในทุกภูมิภาคของประเทศไทย ทำให้มีคู่แข่งทางการค้ามากขึ้น และ คู่แข่งต่างประเทศ คือ ประเทศมาเลเซีย ประเทศอินโดนีเซีย และ ประเทศเวียดนาม เป็นต้น สำหรับจุดแข็ง คือ ทุเรียนไทยมีให้เลือกซื้อหลากหลายสายพันธุ์ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดที่บริโภคทุเรียนได้เป็นอย่างดี ในส่วนจุดอ่อนและปัญหาที่พบของทุเรียนไทยในการส่งออกไปยังประเทศจีน คือ สินค้าไม่ได้รับมาตรฐานของประเทศจีนกำหนดแก้ไขโดยการควบคุมผลผลิตของทุเรียนตั้งแต่การปลูก การดูแล และการตัดทุเรียนให้มีคุณภาพตรงตามความต้องการของตลาดจีนให้มากที่สุด สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด

นอกจากการส่งออกไปยังประเทศจีนแล้วก็ต้องมีการกระจายการส่งออกไปยังประเทศอื่นๆ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้วยเช่นเดียวกัน เช่น ประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลี ประเทศอินเดีย เป็นต้น เป้าหมายของผู้ค้าส่งทุเรียนก็ต้องการได้ผลจากการทำธุรกิจให้มากที่สุด เพื่อให้กิจการสามารถดำเนินต่อไปได้ สาเหตุที่คนจีนหันมาบริโภคทุเรียนจากประเทศไทย มาจากคุณแจ๊คหม่าได้ลงนามเซ็นสัญญากับทางบริษัทของประเทศไทยในการรับซื้อทุเรียน นั่นเป็นจุดเริ่มต้นของการค้าขายทุเรียนของตลาดในไทยส่งออกไปยังประเทศจีน และคนจีนก็หันมาบริโภคทุเรียนมากขึ้น ปัญหาเกี่ยวกับคู่แข่งก็จะเป็นเรื่องของประเทศเพื่อนบ้านหันมาปลูกทุเรียนมากขึ้นซึ่งก็จะทำให้มีการส่งออกทุเรียนไปยังประเทศจีนมากขึ้นด้วย ดังนั้นทุเรียนประเทศไทยอาจจะมีการเปรียบเทียบทั้งเรื่องของราคาและคุณภาพ

F3 กล่าวถึง ผลกระทบจากภายในน่าจะเป็นเรื่องของการควบคุมผลผลิตของทุเรียนไม่ได้ เช่น ฝนตกทำให้น้ำท่วมสวนทุเรียน ผลผลิตบางส่วนอาจเกิดความเสียหาย และ ปัจจัยภายนอกก็คงหนีไม่พ้นคู่แข่งในการส่งออกทุเรียนทั้งในประเทศและต่างประเทศ คู่แข่งที่สำคัญที่พบ คือ เกษตรกรนิยมหันมาปลูกทุเรียนมากขึ้น ทำให้บางปีมีผลผลิตล้นตลาด ส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศมีราคาถูกลง และ คู่แข่งจากต่างประเทศ คือ ประเทศอินโดนีเซียที่ปลูกทุเรียนส่งออกไปยังตลาดจีนเหมือนประเทศไทย ทำให้แย่งส่วนแบ่งทางการตลาดของประเทศไทย สำหรับจุดแข็งของการส่งออกทุเรียนไทยไปยังประเทศจีน คือ สภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศเอื้อต่อการเพาะปลูกทุเรียนทำให้ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ของโลก ปัจจุบันประเทศไทยมีการพัฒนาสายพันธุ์และเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องทำให้ได้พันธุ์ที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะการผลิตทุเรียนนอกฤดู ซึ่งเป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ในส่วนจุดอ่อนและปัญหาที่พบในการส่งออก คือ ผลผลิตทุเรียนส่งออกสู่ตลาดพร้อมกันเกิดการกระจุกตัว ทำให้ราคาต่ำลง แก้ไขโดยให้หน่วยงานของภาครัฐเข้ามาช่วยประเมินสถานการณ์ตลาดของทุเรียนที่จะทำการส่งออก เพื่อป้องกันทุเรียนล้นตลาดทำให้ขายได้ในราคาที่ถูกลง สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด คือ หาตลาดส่งออกแหล่งใหม่ๆ นอกเหนือจากภูมิภาคเอเชีย เช่น ตลาดทุเรียนในยุโรป ตลาดทุเรียนในอเมริกา เป็นต้น เพื่อเป็นการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมทุกภูมิภาคในโลก เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ เน้นการส่งออกไปยังตลาดจีน ในมลฑลต่างๆ เพิ่มขึ้น สาเหตุที่คนจีนหันมาบริโภคทุเรียนจากประเทศไทย มาจากการที่แจ๊คหม่าได้ร่วมลงนามรับซื้อทุเรียนจากประเทศไทยทำให้กระแสของการบริโภคทุเรียนเริ่มมีมากขึ้น ดังนั้น การโฆษณาทุเรียนผ่านสื่อออนไลน์ก็จะเป็นอีกวิธีหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคทั่วโลกได้รับรู้ถึงคุณภาพของทุเรียนไทย ปัญหาเกี่ยวกับคู่แข่ง ตอนนี้ประเทศไทยยังเป็นประเทศที่ส่งออกทุเรียนมาเป็นอันดับต้นๆ ของภูมิภาคเอเชีย ปัญหาตอนนี้อาจจะยังไม่เจอ ในอนาคตอันใกล้เมื่อประเทศอื่นๆ หันมาปลูกทุเรียนและพัฒนาพันธุ์ให้ทัดเทียมกับของประเทศไทยจะทำให้แย่งตลาดส่งออกไปยังประเทศไทยได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 บทบาทของรัฐบาล

A1 กล่าวว่า รัฐบาลได้จัดทำแผนการแก้ไขปัญหาผลไม้เศรษฐกิจล้นหน้าทั้งระบบ ถึงสถานการณ์ปัญหาการขนส่งผลไม้ส่งออกไปประเทศจีน สำหรับอุปสรรคต่อผู้ส่งออกจะเป็นในด้านกฎระเบียบการนำเข้าของประเทศจีน โดยเฉพาะข้อกำหนดด้านสุขอนามัยผลไม้ที่จะนำเข้ามายังประเทศจีนที่ผู้นำเข้าจากทุกประเทศต้องปฏิบัติตาม ทั้งนี้อาจสอบถามเพิ่มเติมได้ที่สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรประจำกรุงปักกิ่ง

A2 กล่าวว่า รัฐบาลประเมินนโยบายซีโร่โควิด (Zero Covid-19) กระทบส่งออกผลไม้ไทยไปประเทศจีนถึงขั้นวิกฤต จึงได้เสนอยกระดับปัญหาเป็นวาระแห่งชาติ สำหรับอุปสรรคต่อผู้ส่งออกจะเป็นในด้านกฎระเบียบการนำเข้าของประเทศจีนมักจะมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ส่งผลต่อการส่งออก ติดขัดอยู่บ่อยครั้ง

A3 กล่าวว่า รัฐบาลได้จัดทำแผนการแก้ไขปัญหาผลไม้เศรษฐกิจล้นหน้าทั้งระบบ สำหรับกฎหมายนำเข้าผลไม้จีนมีอุปสรรค คือ ประเทศจีนมีหน่วยงาน AQSIQ ที่ดูแลด้านสุขอนามัยและการตรวจสอบความปลอดภัยที่เกี่ยวข้อง และผู้ส่งออกต้องขออนุญาตการนำเข้าทุเรียนก่อนนำเข้ามาขายในประเทศจีน ส่งผลต่อการส่งออกไม่ต่อเนื่อง

B1 กล่าวว่า รัฐบาลช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อทุเรียนไทยในสายตาผู้บริโภค สำหรับกฎหมายนำเข้าผลไม้จีนมีอุปสรรค คือ ผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนต้องปฏิบัติตามกฎหมายการนำเข้าผลไม้ของประเทศจีนอย่างเคร่งครัด

B2 กล่าวว่า รัฐบาลได้มีการเร่งเจรจาเปิดด่านขอความช่วยเหลือให้สามารถส่งออกได้ เจรจาพ่นกันข้อกีดกันต่างๆ เพื่อให้ส่งออกได้ ขอลดอัตราภาษีเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ สำหรับอุปสรรคต่อผู้ส่งออกจะเป็นในด้านกฎระเบียบการนำเข้าของประเทศจีน ซึ่งประเทศจีนมีมาตรการนำเข้า ทั้งข้อกีดกันทางการค้าต่างๆ การปิดด่าน และอัตราภาษี

B3 กล่าวว่า รัฐบาลช่วยในการผลักดันการขนส่งผลไม้ทางเรือ เป็นเส้นทางขนส่งผลไม้โดยตรงที่ไม่ผ่านประเทศที่สาม และการเจรจาระหว่างประเทศ สำหรับอุปสรรคต่อผู้ส่งออกจะเป็นในด้านกฎระเบียบการนำเข้าของประเทศจีนและภาษีค่อนข้างเข้มงวดโดยมีข้อมาตรฐานในการดำเนินการหลายข้อด้วยกัน

C1 กล่าวว่า รัฐบาลช่วยในการจัดทำแผนการแก้ไขปัญหาเรื่องภาษีระหว่างการค้าขนส่ง สำหรับอุปสรรคต่อผู้ส่งออกจะเป็นในด้านความปลอดภัย ซึ่งประเทศจีนให้ความสำคัญมาก โดยมีหน่วยงานที่ดูแลด้านสุขอนามัยและการตรวจสอบความปลอดภัย

C2 กล่าวว่า รัฐบาลช่วยในการแก้ไขปัญหาระบบพิธีการศุลกากรส่งออก ในระบบการขนส่งทางบก ทางเรือ ให้รวดเร็วขึ้น สำหรับอุปสรรคต่อผู้ส่งออกจะเป็นในด้านทุเรียนที่ส่งออกมายังประเทศจีนมีหน่วยงานที่ดูแลด้านสุขอนามัยและการตรวจสอบความปลอดภัยที่เข้มงวด

C3 กล่าวว่า รัฐบาลช่วยในการพัฒนาระบบพิธีการศุลกากรการส่งออกเพื่อส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันบนเวทีการค้าโลก สำหรับอุปสรรคต่อผู้ส่งออก คือ ประเทศจีนมีเงื่อนไขการส่งออกทุเรียนไปประเทศจีน โดยมาตรการอย่างเข้มงวด และต้องปฏิบัติตามแนวทางป้องกันการปนเปื้อนในการคัดบรรจุอย่างเคร่งครัด

D1 กล่าวว่า รัฐบาลช่วยในการเจรจากับประเทศจีนในกรณีติดปัญหาการส่งออก สำหรับอุปสรรคต่อผู้ส่งออกจะเป็นในด้านการตรวจสอบคุณภาพตามด่านตรวจในประเทศต่างๆ มีการล่าช้า

D2 กล่าวว่า รัฐบาลช่วยในการเร่งรัดงานจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกผลทุเรียนสดไปสาธารณรัฐประชาชนจีน ตามประกาศกรมวิชาการเกษตร สำหรับอุปสรรคต่อผู้ส่งออก คือ ความติดขัดล่าช้าตามด่านตรวจของทั้ง 2 ประเทศ

D3 กล่าวว่า รัฐบาลช่วยในการติดตามสถานการณ์ปัญหาในระบบโลจิสติกส์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันพัฒนาเครือข่าย ระบบโลจิสติกส์ในประเทศและระหว่างประเทศ เพื่อรองรับการขยายตัวของ การส่งออกผลไม้ในอนาคที่จะเพิ่มมากขึ้น สำหรับอุปสรรคต่อผู้ส่งออก พบว่า หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในประเทศจีนเริ่มคลี่คลาย ทำให้ตลาดสินค้าเกษตรจีนเริ่มกลับเข้าสู่ภาวะปกติได้ประมาณร้อยละ 70-80 ภายใต้อำนาจหน้าที่ทำให้เกิดอุปสรรคปัญหาด้านการขนส่งบนมาตรการคัดกรองอย่างละเอียด แต่ยังสามารถทำการส่งออกผลไม้ไทยไปประเทศจีนได้ ท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

E1 กล่าวว่า รัฐบาลช่วยในการเจรจาการค้าระหว่างไทยและจีน รวมถึงประชาสัมพันธ์ทุเรียนไทยได้รับมาตรฐานและปลอดภัยโควิด-19 เพื่อให้ต่างประเทศมั่นใจในทุเรียนไทย สำหรับอุปสรรคต่อผู้ส่งออกจะเป็นในด้านการตรวจสอบคุณภาพสินค้าตามด่านตรวจสินค้าต่างๆ มากขึ้น เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดโรคโควิด-19

E2 กล่าวว่า ภาครัฐควรเข้ามามีบทบาททำให้ตลาดผลไม้ไทยคึกคักมากขึ้น โดยสนับสนุนและส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกทุเรียนที่มีคุณภาพ มีมาตรฐานเพื่อการส่งออกโดยตรง ตลอดจนเงินทุน และกฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ จากภาครัฐ ที่เอื้อให้ผู้ผลิตได้ทำงานเดินหน้าอย่างรวดเร็ว และเข้าปรึกษาหารือร่วมกันเป็นระบบตั้งแต่การวางรากฐานผลิตเพื่อการส่งออกตลอดจนถึงการเก็บเกี่ยวผล โดยการรวมกลุ่มองค์กรต่างๆ เพื่อการส่งออกทุเรียนโดยเฉพาะ สำหรับอุปสรรคต่อผู้ส่งออกจะเป็นในด้านกฎหมายประเทศจีนเรื่องคุณภาพของผลไม้ส่งออกจากประเทศไทย มี

มาตรการที่เข้มงวดมากขึ้นทำให้สินค้าบางอย่างโดนประเทศจีนตีกลับ ดังนั้นประเทศไทยควรปฏิบัติตามมาตรการความปลอดภัยของสินค้าให้มากขึ้น

E3 กล่าวว่า รัฐบาลควรลดภาษีเรื่องการส่งออกผลไม้ และ ประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยให้ต่างชาติได้รู้จัก สำหรับอุปสรรคต่อผู้ส่งออกจะเป็นในด้านการขนส่ง เพราะต้องมีวิธีการและขั้นตอนในการส่งออกมากขึ้น เพราะประเทศจีนมีมาตรการเรื่องความปลอดภัยของสินค้าเข้มงวด

F1 กล่าวว่า รัฐบาลช่วยในการเจรจาเรื่องภาษีระหว่างการขนส่ง และขั้นตอนการขนส่งที่ไม่ยุ่งยาก ตลอดจนรัฐบาลอาจจะต้องรับซื้อทุเรียน หรือการประกันราคาของทุเรียน สำหรับอุปสรรคต่อผู้ส่งออกจะเป็นในด้านความปลอดภัย

F2 กล่าวว่า รัฐบาลช่วยในการส่งออกเรื่องขั้นตอนการส่งออกและเรื่องของการเรียกเก็บภาษีจากการส่งออก สำหรับอุปสรรคต่อผู้ส่งออกจะเป็นในด้านกฎระเบียบการนำเข้าของประเทศจีน และกฎหมายของประเทศจีนอย่างเข้มงวดไม่เช่นนั้นเขาก็จะไม่รับซื้อสินค้าเรา

F3 กล่าวว่า รัฐบาลช่วยในการลดภาษีการส่งออก และลดขั้นตอนการขึ้นทะเบียนการเป็นผู้ส่งออก สำหรับอุปสรรคต่อผู้ส่งออก พบว่า ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้ประเทศจีนเข้มงวดการส่งออกทุเรียนจากไทยมากขึ้น ดังนั้น ผู้ส่งออกก็ต้องปฏิบัติตามมาตรการของประเทศจีนอย่างเข้มงวด

2.6 โอกาสและอุปสรรค

A1 กล่าวว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านนวัตกรรม และการเก็บรักษาผลผลิตทางการเกษตรที่มีประสิทธิภาพ สำหรับแนวโน้มความนิยมในการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีน คาดว่าความนิยมมีมากขึ้น เนื่องจากการสำรวจปริมาณการส่งออกทุเรียนมายังประเทศจีนประมาณ 300 ล้านกิโลกรัม พบว่า ผู้บริโภคชาวจีนในทุก 100 คน จะมีผู้บริโภคทุเรียนจำนวน 8 คน เมื่อคำนึงถึงจำนวนประชากรชาวจีนที่มีมากถึง 1,400 ล้านคน จึงทำให้ความต้องการทุเรียนของชาวจีนมีปริมาณมาก และเป็นตลาดขนาดใหญ่ของการส่งออกทุเรียนไทยมายังประเทศจีน การส่งออกทุเรียนสดในอนาคต คาดว่าขั้นตอนการนำผลไม้ไทยไปยังประเทศจีน มีขั้นตอนที่ง่ายขึ้น

A2 กล่าวว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในเรื่องราคาถูก รสชาติดี และมีต้นทุนในการขนส่งต่ำกว่าประเทศคู่แข่ง สำหรับแนวโน้มความนิยมในการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีน คาดว่าความนิยมมีมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากตัวเลขการส่งออกมายังประเทศจีน เพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่าภายใน 5 ปี สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีนในอนาคตอาจมีมากขึ้น จากสถานการณ์ Covid-19 ซึ่งสถานการณ์ทั่วโลกยังคงมีการระบาดอย่างต่อเนื่อง

A3 กล่าวว่า ทุเรียนไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขัน เนื่องด้วยรัฐบาลได้มีการส่งเสริม และสนับสนุนการแก้ไขปัญหาการส่งออกอย่างต่อเนื่อง สำหรับแนวโน้มความนิยมในการบริโภค

ทุเรียนไทยของคนจีน คาดว่า ความนิยมของคนจีนมีมากขึ้น เนื่องจากการส่งออกไปยังประเทศจีนเพิ่มขึ้น 2-3 เท่า ในแต่ละปี สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีนในอนาคต คือ สถานการณ์โรคระบาดส่งผลอย่างแน่นอนไม่มากนัก

B1 กล่าวว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านการเก็บรักษาผลผลิตที่มีประสิทธิภาพ และระบบการขนส่งที่มีหลายช่องทาง สำหรับแนวโน้มความนิยมในการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีน คาดว่า ความนิยมบริโภคทุเรียนของคนจีนมีมากขึ้น โดยในปี พ.ศ.2564 สามารถส่งออกผลไม้สูงสุดเป็นประวัติการณ์ โดยเฉพาะทุเรียนชายทะเลหนึ่งแสนล้านบาทเป็นครั้งแรก สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีนในอนาคต คือ ปัญหาราคาตกเนื่องจากทุเรียนด้อยคุณภาพมีมากขึ้น ส่งผลกระทบต่อราคาทุเรียนทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ

B2 กล่าวว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านต้นทุนต่ำสำหรับการส่งออก อีกทั้งคนจีนนิยมบริโภคทุเรียนไทยที่มีความอร่อยและราคาถูก สำหรับแนวโน้มความนิยมในการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีน คาดว่า ความนิยมของคนจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยสามารถส่งออกเพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีนในอนาคต คือ ปัญหามาตรการต่างๆ ขัดกีดกันทางการค้า และอัตราภาษีที่เพิ่มขึ้น ส่งผลกระทบต่อราคาทุเรียนสดในอนาคต

B3 กล่าวว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านต้นทุนต่ำในระบบ โลจิสติกส์และการขนส่งเนื่องจากอยู่ใกล้ประเทศจีนที่สุด ทำให้ราคาทุเรียนไทยที่ขายในประเทศจีนมีราคาถูกคุณภาพเทียบเท่าเกรดพรีเมียมจากประเทศคู่แข่ง สำหรับแนวโน้มความนิยมในการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีน คาดว่า ความนิยมของคนจีนเพิ่มขึ้นแน่นอน โดยดูจากตัวเลขการส่งออกที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีนในอนาคต คือ ประเทศไทยอาจต้องเสียเปรียบประเทศลาวและประเทศเวียดนามที่ทำการค้าโดยตรงกับประเทศจีน โดยเฉพาะปี พ.ศ.2565 ประเทศเวียดนามจะสามารถนำทุเรียนผลสดเข้าประเทศจีนเหมือนประเทศไทยได้

C1 กล่าวว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านสภาพแวดล้อม ซึ่งประเทศไทยปลูกทุเรียนได้มากที่สุดและใกล้กับประเทศจีนมากกว่าประเทศคู่แข่ง ทำให้ได้เปรียบเรื่องต้นทุนการขนส่ง และการส่งมอบ สำหรับแนวโน้มความนิยมในการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีน คาดว่า คนจีนนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ จากการส่งออกไปยังประเทศจีนเพิ่มขึ้น 2 เท่า 3 เท่า ในแต่ละปี สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีนในอนาคต คือ เรื่องการเก็บภาษี โดยลดขั้นตอนที่ยุ่งยากลง

C2 กล่าวว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านต้นทุนการขนส่งและการเก็บรักษาคุณภาพทุเรียนสด สำหรับแนวโน้มความนิยมในการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีน คาดว่า คนจีนนิยมทานทุเรียนสดของประเทศไทยมากขึ้น โดยเฉพาะทุเรียนหมอนทอง สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีนในอนาคต คือ หากการปฏิบัติพิธีการศุลกากรส่งออก

ทุเรียนในทุกช่องทาง เป็นระบบอิเล็กทรอนิกส์ในทุกประเทศ จะช่วยอำนวยความสะดวกทางการค้า ในอนาคตได้

C3 กล่าวว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค Covid-19 ทุเรียนไทยยังเป็นที่ต้องการของตลาด โดยเฉพาะการส่งออกผลไม้ไปยังประเทศจีน พร้อมควบคุมเข้มงวดในการเฝ้าระวังเชื้อ Covid-19 ไม่ให้ติดไปกับทุเรียน โดยที่ผ่านมามีประเทศจีนยังไม่เคยตรวจพบปัญหาการปนเปื้อนของเชื้อโควิด-19 ในสินค้าเกษตรจากประเทศไทย สำหรับแนวโน้มความนิยมในการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีน คาดว่า คนจีนชอบทานทุเรียนหอมทองมากและมีแนวโน้มการบริโภคมากขึ้นเรื่อยๆ สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีนในอนาคต จากการนำเข้าทุเรียนไทยในสัดส่วนที่สูงมากของประเทศจีน ทำให้ต้องตระหนักถึงการรักษาคุณภาพและปฏิบัติตามเงื่อนไขอย่างเคร่งครัด

D1 กล่าวว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านต้นทุนที่ถูกกว่า อีกทั้งประเทศไทยสามารถส่งออกในปริมาณมากกว่าประเทศเพื่อนบ้าน สำหรับแนวโน้มความนิยมในการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีน คาดว่า มีแนวโน้มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีนในอนาคต คือ การเพิ่มพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนจากประเทศเพื่อนบ้าน อาจทำให้ทุเรียนล้นตลาด และราคาตก

D2 กล่าวว่า สิ่งที่เป็นโอกาสให้ทุเรียนไทย มีความได้เปรียบในการแข่งขัน คือ ทุเรียนหอมทอง เนื้อหนาแน่น รสชาติหวาน มีกลิ่นหอม และส่งออกในปริมาณมาก อีกทั้งมีราคาถูก สำหรับแนวโน้มความนิยมในการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีน คาดว่า ปริมาณความต้องการบริโภคทุเรียนของจีนมีแนวโน้มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทุเรียนหอมทองของไทยได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคชาวจีน สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีนในอนาคต คือ การเพิ่มพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนจากประเทศเพื่อนบ้าน และประเทศจีนเองก็ได้เร่งศึกษาพันธุ์ทุเรียนที่มีความเหมาะสมกับภูมิประเทศและภูมิอากาศ รวมทั้งการนำเข้ากล้าพันธุ์ทุเรียนจากต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรทดลองปลูก คาดว่าผลผลิตจะเริ่มให้ผลผลิตในอนาคตข้างหน้า หากประสบผลสำเร็จ จีนจะขยายพื้นที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้น ทำให้ลดการนำเข้าจากต่างประเทศ ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยในอนาคตลดลง

D3 กล่าวว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านผลผลิต โดยทุเรียนหอมทองของประเทศไทยได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคชาวจีน เนื่องจากเนื้อหนานุ่ม หวานและมีกลิ่นหอม ในขณะที่มีปริมาณผลผลิตมาก วางจำหน่ายตลาดทั่วไป (Mass Product) ราคาจึงถูกกว่า เมื่อเทียบกับทุเรียนประเทศคู่แข่ง สำหรับแนวโน้มความนิยมในการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีน พบว่ากรมวิชาการเกษตรได้เตรียมรับมือฤดูกาลส่งออกทุเรียนซึ่งมีแนวโน้มประเทศจีนต้องการมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีนในอนาคต เกิดจากความต้องการบริโภคทุเรียนในประเทศจีนที่มีมากขึ้น จึงเป็นเป้าหมายของหลายประเทศที่ต้องการเข้ามาแข่งขัน ส่วนแบ่งทางการตลาดทุเรียนผลสดในประเทศจีน ดังนั้นจึงเป็นความท้าทายสำหรับทุเรียนไทยเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรักษาตลาดไว้และให้ครองใจผู้บริโภคชาวจีนอย่างยั่งยืน

E1 กล่าวว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านสภาพแวดล้อมในการเพาะปลูก โดยประเทศไทยสามารถปลูกทุเรียนได้มากที่สุด ในอาเซียน และมีการปรับปรุงสายพันธุ์เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นทุเรียนไทยจึงได้รับความนิยมจากต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศจีน สำหรับแนวโน้มความนิยมในการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีน คาดว่า คนจีนนิยมบริโภคทุเรียนมากขึ้น และกำลังซื้อของคนจีนก็มีมากขึ้น สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีนในอนาคต คือ เส้นทางขนส่งที่มากขึ้น ทำให้ลดระยะเวลาในการขนส่งสินค้า ทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปยังประเทศจีนง่ายและสะดวกขึ้น

E2 กล่าวว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านสภาพแวดล้อมในการเพาะปลูก ซึ่งประเทศไทยปลูกทุเรียนได้มากที่สุด ในอาเซียน และคนจีนรู้จักทุเรียนไทยเป็นอย่างดี เนื่องจากคนจีนมาเที่ยวและซื้อทุเรียนกลับประเทศ สำหรับแนวโน้มความนิยมในการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีน คาดว่า คนจีนนิยมบริโภคทุเรียนมากขึ้น จากการส่งออกทุกปี มีอัตราการเพิ่มขึ้น สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีนในอนาคต คือ ประเทศจีนอาจไม่สั่งซื้อทุเรียนจากประเทศไทย หันไปซื้อจากประเทศอื่นๆ แทน ดังนั้นผู้ส่งออกควรหาตลาดอื่นนอกเหนือจากประเทศจีน

E3 กล่าวว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบเรื่องทุเรียนไทยดังไกลไปทั่วโลก และคนจีนก็นิยมรับประทานทุเรียนไทยด้วยเช่นเดียวกัน หรือเรียกได้ว่าคนจีนจดจำรสชาติของทุเรียนไทยได้ สำหรับแนวโน้มความนิยมในการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีน คาดว่า มีมากขึ้น สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีนในอนาคต คาดว่าน่าจะมีเส้นทางขนส่งที่สามารถขนส่งได้อย่างรวดเร็ว เช่น การขนส่งโดยเครื่องบินอาจมีราคาไม่สูงมากกว่าในอดีต

F1 กล่าวว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านสภาพแวดล้อมในการเพาะปลูก ซึ่งประเทศไทยสามารถปลูกทุเรียนได้มากที่สุด ในอาเซียน อีกทั้งทุเรียนมีคุณภาพ ทำให้ต่างประเทศอยากซื้อทุเรียนจากประเทศไทย สำหรับแนวโน้มความนิยมในการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีน คาดว่า มีมากขึ้นเรื่อยๆ ในอดีตคนจีนไม่ค่อยบริโภคแต่ตอนนี้ตลาดในจีนต่างก็อยากซื้อทุเรียนไปเพื่อจำหน่ายให้กับคนจีน สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีนในอนาคต คือ การขนส่ง การเก็บภาษี และขั้นตอนที่ยุ่งยาก

F2 กล่าวว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านชื่อเสียง ซึ่งทุเรียนไทยเป็นที่นิยมมากในภูมิภาคอาเซียน เนื่องจากประเทศไทยมีการปลูกทุเรียนมาเป็นระยะเวลานาน ดังนั้น จึงเป็นข้อได้เปรียบเรื่องคุณภาพของทุเรียน สำหรับแนวโน้มความนิยมในการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีน จากออเดอร์การรับซื้อทุเรียนจากประเทศจีนก็มีเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แสดงให้เห็นว่าคนจีนนิยมบริโภคทุเรียนมากขึ้น สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีนในอนาคต น่าจะมีคู่แข่งเรื่องการส่งออกทุเรียนจากประเทศอาเซียนมากขึ้น

F3 กล่าวว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในเรื่องที่คนจีนหันมาบริโภคทุเรียนมากขึ้น ซึ่งประเทศจีนเป็นประเทศที่อยู่ไม่ไกลจากประเทศไทยมากนัก และตลาดจีนเป็นตลาดการส่งออกทุเรียนขนาดใหญ่ทำให้ประเทศไทยมีโอกาสในการดำเนินธุรกิจด้านการส่งออกทุเรียนไปยังประเทศจีนมากขึ้น สำหรับแนวโน้มความนิยมในการบริโภคทุเรียนไทยของคนจีน คาดว่าเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากทุเรียนเป็นผลไม้ที่ให้ความอบอุ่น คนจีนจึงนิยมรับประทานเพราะประเทศจีนมีอากาศที่หนาวเย็น สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดจีนในอนาคต อาจจะต้องเพิ่มคุณภาพของทุเรียนมากขึ้น ทั้งผลผลิต บรรจุภัณฑ์ และการรักษาความสดใหม่ของสินค้า

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล นางสาวพิชชา ลิขิตพิชิตชัย
วัน เดือน ปีเกิด 8 สิงหาคม 2539
ที่อยู่ 3/15-16 หมู่ 11 ถนนสุขุมวิท ตำบลหนองปรือ อำเภอบางละมุง
 จังหวัดชลบุรี รหัสไปรษณีย์ 20150
ประวัติการศึกษา พ.ศ.2561 วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาฟิสิกส์ประยุกต์
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 พ.ศ.2563 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้