



ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร  
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การพัฒนาการส่งออกผลไม้ของไทยไปสาธารณรัฐเกาหลี  
Development of Thai Fruits Export to The Republic of Korea

ของ


นางสาวสุภัทรา ริงรองชานินทร์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร


ว.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2538

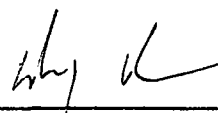
อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

  
...../...../.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์รังสรรค์ ไนชัย)

กรรมการปัญหาพิเศษ

  
...../...../.....  
(รองศาสตราจารย์อำนาจ แสงโนรี)

หัวหน้าภาควิชาฯ

  
...../...../.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตยา สิทธิโชค)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งหากมีให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้  
ร.พ.  
๘๓๖ ก  
๒๕๓๘



ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การพัฒนาการส่งออกผลไม้ของไทยไปสาธารณรัฐเกาหลี  
Development of Thai Fruits Export to The Republic of Korea



โดย

นางสาวสุภัทรา รังรองชานินทร์

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2538

รฟ.  
ศษ๖๖ก  
2538

เลขหมู่..... 87845

เลขทะเบียน..... 94311 2603

เอกสารนี้เป็นเอกสารสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้




ชื่อเรื่อง : การพัฒนาการส่งออกผลไม้ของไทยไปสาธารณรัฐเกาหลี

โดย : นางสาวสุภัทรา รังรองชานินทร์

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาพิเศษ :  ๒๕๖๑-๐๖-๓๘

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์รังสรรค์ โนนชัย)

ผลไม้เป็นกลุ่มพืชที่รัฐบาลให้ความสำคัญ และส่งเสริมให้มีการส่งออกเพื่อทดแทนพืชไร่บางชนิดที่มีปัญหาในปัจจุบันผลไม้มีบทบาทมากในการนำเงินตราเข้าประเทศ ผลไม้ของไทยเป็นที่นิยมของนานาประเทศ เนื่องจากมีคุณภาพที่ดี มีการส่งออกไปจำหน่ายยังประเทศต่าง ๆ มากมาย แต่สำหรับสาธารณรัฐเกาหลีนั้น ประเทศไทยยังมีมูลค่าการส่งออกผลไม้ที่น้อยมาก ทั้ง ๆ ที่สาธารณรัฐเกาหลีเป็นประเทศในแถบเอเชียและมีแนวโน้มว่าจะต้องการบริโภคผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศมากขึ้น จากเหตุผลดังกล่าวสาธารณรัฐเกาหลีจึงน่าจะเป็นตลาดสำคัญสำหรับประเทศไทยในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อ ศึกษาสภาวะการส่งออกผลไม้ของไทยไปยังสาธารณรัฐเกาหลี เพื่อศึกษาโครงสร้างตลาด ความต้องการ ชนิดและคุณสมบัติ รวมทั้งภาวะการแข่งขันในสาธารณรัฐเกาหลี ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการส่งออก เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการส่งออกผลไม้ของไทยไปสาธารณรัฐเกาหลี วิธีการศึกษาใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยอาศัยข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้ส่งออกและข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในช่วงปี.ศ. 2531-2536

ผลการศึกษาพบว่า สภาวะการส่งออกผลไม้สดของไทยไปสาธารณรัฐเกาหลีมีมูลค่า

น้อยเพียง 164.60 พันบาทหรือร้อยละ 0.07 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้ของไทยไปสาธารณรัฐเกาหลี เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ เนื่องจากสาธารณรัฐเกาหลีมีกฎหมายกีดกันผลไม้สดของไทยหลายชนิด ส่วนการส่งออกไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งหากมีการนำไปใช้

ผลไม้แปรรูปมีมูลค่ามากถึง 225,527.20 พันบาทหรือร้อยละ 99.93 ของมูลค่าการส่งออก  
ผลไม้ของไทยไปสาธารณรัฐเกาหลี และมีแนวโน้มที่จะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นในอนาคต ผลไม้แปรรูปที่มี  
มูลค่าการส่งออกมากได้แก่ สับปะรดกระป๋อง ผลไม้รวมกระป๋อง และน้ำสับปะรด โครงการสร้าง  
การตลาดผลไม้ของสาธารณรัฐเกาหลีผู้ผลิตภายในประเทศจะนำผลผลิตมาจำหน่ายยังตลาดชายฝั่ง  
โดยตรงหรือผ่านพ่อค้าหรือผู้รวบรวมท้องถิ่น สำหรับผลไม้ที่นำเข้าจากต่างประเทศนั้นจะนำมา  
จำหน่ายยังตลาดชายฝั่งผลไม้เช่นกัน วิธีการซื้อขายที่ตลาดชายฝั่งใช้วิธีการประมูลผู้ประมูลเป็น  
ผู้ค้าปลีก คือ ร้านอาหาร กัดตาคาร ซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านค้าปลีก จากนั้นจะนำไปจำหน่ายยัง  
ผู้บริโภคต่อไป ร้านกัดตาคารหรือซูเปอร์มาร์เก็ตรายใหญ่ อาจไม่ทำการประมูลโดยทำตัวเสมือน  
ผู้นำเข้า เพื่อลดความไม่แน่นอนด้านปริมาณและราคาของผลไม้ เดิมผลไม้เมืองร้อนเป็นสินค้า  
ฟุ่มเฟือยสำหรับชาวเกาหลี แต่ในปัจจุบันรัฐบาลให้นำเข้าผลไม้เมืองร้อนอย่างเสรี และรายได้  
ของชาวเกาหลีเพิ่มขึ้น ดังนั้นความต้องการผลไม้เมืองร้อนของชาวเกาหลีจึงเพิ่มขึ้น ชาวเกาหลี  
นิยมบริโภคสับปะรดมาก ทั้งสับปะรดสดและสับปะรดแปรรูป และผลไม้เมืองร้อนอื่น ๆ เช่น กล้วย  
มะพร้าว ลิ้นจี่ เป็นต้น ผลไม้เหล่านี้จะต้องมีคุณสมบัติตามกฎหมายการนำเข้าผลไม้ของสาธารณรัฐ  
เกาหลี ผลไม้กระป๋องที่นำเข้าจากไทยมีทั้งการวางจำหน่ายในเครื่องหมายการค้าเดิมและเปลี่ยน  
บรรจุภัณฑ์ใหม่โดยใช้เครื่องหมายการค้าของสาธารณรัฐเกาหลีเอง แต่ระบุที่มาข้างกระป๋อง  
ประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทยในการนำเข้าสับปะรดกระป๋องได้แก่ ประเทศฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย  
ไต้หวันและสหรัฐอเมริกา อุปสรรคในการส่งออกได้แก่ สาธารณรัฐเกาหลีใช้มาตรการกีดกันสินค้า  
เกษตรที่นำเข้าจากต่างประเทศเพื่อส่งเสริมการผลิตภายในประเทศ และยังมีกฎหมายห้ามนำเข้า  
ผลไม้สดของไทยอีกหลายชนิด ซึ่งผลไม้สดเหล่านั้นเป็นผลไม้ที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตสูง  
ปัญหาการส่งออกอีกปัญหาหนึ่งคือ ชาวเกาหลีรู้จักผลไม้เมืองร้อนเพียงไม่กี่ชนิด

จากการศึกษา มีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการส่งออกดังนี้ รัฐบาลควรเจรจาเพื่อขอ  
ลดหย่อนภาษีการนำเข้าผลไม้สด แก้ไขกฎหมายห้ามนำเข้าผลไม้สดของไทย แนะนำให้ชาวเกาหลี  
รู้จักผลไม้ไทย ควรจัดให้มีการส่งเสริมการตลาด การนำผู้ซื้อรายสำคัญเข้ามาพบกับผู้ส่งออกใน  
ประเทศ การนำผู้ส่งออกไปร่วมงานแสดงสินค้าในสาธารณรัฐเกาหลี และสำหรับสถานการณ์

เช่นนี้ ผู้ส่งออกควรส่งออกผลไม้แปรรูปเป็นหลัก ควรปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด และ  
เอกสารเป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
สินค้าที่ส่งออกนั้นต้องมีคุณภาพดี มีการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าอย่างเคร่งครัด

ไม่มีการรับประกันใดๆ ทั้งสิ้น ผู้ใช้พึงอ่านที่พิมพ์ด้านหลังเสมอ และพึงปฏิบัติตามเงื่อนไขของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## คำนิยม

การศึกษาและเรียบเรียงปัญหาพิเศษฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์รังสรรค์ โนชัย ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ผู้เขียนขอขอบพระคุณ เป็นอย่างสูง และขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์อำนาจ แสงโนรี ในการให้คำแนะนำ และปรึกษา ตลอดจนการตรวจแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ ให้มีความถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ผู้เขียนขอขอบคุณ สมาชิกในครอบครัวของผู้เขียน ญาติ ๆ และเพื่อน ๆ ที่ช่วยเหลือทางด้านข้อมูลและช่วยเป็นกำลังใจที่เต็มอามา

ศุภัทธา รังรองชานินทร์  
มกราคม 2538

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(4)
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
ขอบเขตการศึกษา	8
นิยามศัพท์	8
การตรวจเอกสาร	8
วิธีการศึกษา	10
<b>บทที่ 2 สภาพทั่วไปด้านการตลาดและการส่งออกผลไม้ของไทย</b>	<b>12</b>
การตลาดผลไม้สดของไทย	12
การตลาดผลไม้แปรรูปของไทย	17
ภาวะการส่งออกผลไม้ของไทย	20
ภาวะการส่งออกผลไม้สดของไทย	20
ภาวะการส่งออกผลไม้แปรรูปของไทย	27
<b>บทที่ 3 สภาพทั่วไปและการตลาดผลไม้ของสาธารณรัฐเกาหลี</b>	<b>38</b>
สภาพทั่วไปของสาธารณรัฐเกาหลี	38
สภาพทั่วไปเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศ	39
ลักษณะของผู้บริโภคชาวเกาหลี	44
โครงสร้างการตลาดผลไม้	46
วิถีการตลาดผลไม้	49
การนำเข้าผลไม้ของสาธารณรัฐเกาหลี	50

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 การส่งออกผลไม้ของไทยไปสาธารณรัฐเกาหลี	61
ภาวะการส่งออกผลไม้ของไทยไปยังสาธารณรัฐเกาหลี	61
ภาวะการแข่งขันผลไม้ในสาธารณรัฐเกาหลี	65
ขั้นตอนการส่งออกผลไม้ของไทยไปยังสาธารณรัฐเกาหลี	66
กฎระเบียบการส่งออก	70
ปัญหาการส่งออก	72
แนวทางการพัฒนาการส่งออก	74
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	75
สรุป	75
ข้อเสนอแนะ	77
เอกสารอ้างอิง	80

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้ของประเทศไทย ระหว่างปีพ.ศ. 2532-2536	3
2	มูลค่าการส่งออกของประเทศไทยทั้งหมดเปรียบเทียบกับ มูลค่าการส่งออกผลไม้ของไทยระหว่างปีพ.ศ. 2532-2536	3
3	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้สดที่สำคัญของไทย ระหว่างปีพ.ศ. 2534-2535	4
4	มูลค่าการส่งออกผลไม้ของไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ระหว่างปีพ.ศ. 2534-2535	5
5	ชนิดและแหล่งที่มาของผลไม้ที่เข้าสู่ตลาดขายส่งกรุงเทพมหานคร	14
6	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้ของไทยปี พ.ศ. 2531-2536	21
7	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้สดของไทยปีพ.ศ. 2531-2536	22
8	โครงสร้างตลาดส่งออกผลไม้สดของไทยปีพ.ศ. 2536	23
9	ลักษณะการกระจายตลาดส่งออกผลไม้สดของไทยปี พ.ศ. 2536	25
10	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้สดและผลิตภัณฑ์ผลไม้ของไทย ระหว่างปีพ.ศ. 2531-2536	28
11	สัดส่วนการส่งออกผลไม้แปรรูปปีพ.ศ. 2536	29
12	ตลาดส่งออกผลไม้แปรรูปของไทย	32
13	การคาดคะเนภาวะเศรษฐกิจของสาธารณรัฐเกาหลีในปีพ.ศ. 2543	43
14	ค่าใช้จ่ายในการบริโภคของชาวเกาหลี	46
15	การนำเข้าผลไม้ของสาธารณรัฐเกาหลีระหว่างปี พ.ศ. 2534-2536	53
16	โครงสร้างตลาดผลไม้นำเข้าของสาธารณรัฐเกาหลีปี พ.ศ. 2536	54
17	ปริมาณการส่งออกผลไม้ของไทยไปยังสาธารณรัฐเกาหลี ปีพ.ศ. 2532-2536	62

18. ส่วนแบ่งการตลาดผลไม้ของไทยในสาธารณรัฐเกาหลี ไม่น้อยกว่าร้อยละห้าของการค้า  
19. ภูมิภาคนี้ได้รับมาตรฐานสำหรับการใช้สารปรุงแต่งตามกฎหมาย Food Sanitation Act มีการใช้

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	วิธีการตลาดผลไม้ในประเทศไทย	16
2	โครงสร้างตลาดผักและผลไม้ในสาขารัฐเกาหลี	48
3	กระบวนการขนส่งผลไม้สดจากประเทศไทยถึงสาขารัฐเกาหลี	68
4	กระบวนการขนส่งผลไม้แปรรูปจากประเทศไทยถึงสาขารัฐเกาหลี	69
5	วิธีการตลาดผลไม้ในสาขารัฐเกาหลี	71



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

### ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ประเทศไทยมีสินค้าเกษตรเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญ โดยในปี.ศ. 2536 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกรวม 925,000 ล้านบาท เป็นสินค้าเกษตรถึง 151,860 ล้านบาทและสำหรับในปี.ศ. 2537 คาดว่าจะมีมูลค่าการส่งออกรวม 1,085,000 ล้านบาท คาดว่าจะเป็นสินค้าเกษตรถึง 152,950 ล้านบาท (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ , 2536) และเนื่องจากปัจจุบันการส่งออกสินค้าเกษตรหลัก เช่น ข้าว ข้าวโพด มันสำปะหลัง ยางพาราและธัญพืช มักจะประสบปัญหาหลายด้านไม่ว่าจะเป็นภาวะการผลิต และการตลาดสินค้าเกษตรของโลกได้เปลี่ยนแปลงไปประเทศที่เคยเป็นผู้นำเข้าได้เปลี่ยนฐานะกลายเป็นผู้ส่งออกการแข่งขัน หรือการกีดกันทางการค้าทวีความรุนแรงขึ้น โอกาสขยายการส่งออกสินค้าเกษตรหลักมีลู่ทางน้อยลงดังนั้น การกระจายการผลิตสินค้าเกษตร จากสินค้าดั้งเดิมที่มีปัญหาไปสู่สินค้าอื่น ๆ ที่มีโอกาสและช่องทางทางการตลาดทั้งภายในประเทศและเพื่อการส่งออก จึงถูกกำหนดไว้ในแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 ซึ่งผลไม้ก็เป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่ถูกกำหนดไว้

นอกจากนั้น ผลไม้เป็นกลุ่มพืชที่รัฐบาลจะต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษในการส่งเสริมและพัฒนาทั้งทางด้าน การผลิต การตลาด เนื่องจากแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ถึง 6 ยังให้ความสนใจน้อยมาก และแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 รัฐบาลได้ให้การสนับสนุนให้ความสนใจเป็นพิเศษ เพื่อผลไม้จะได้ไปทดแทนพื้นที่พืชไร่บางตัวที่กำลังมีปัญหา เช่น ข้าว พืชไร่บางชนิด เนื่องจากสถานการณ์ของโลกเปลี่ยนแปลงไปตามข้อตกลงรัฐบาลกับระหว่างประเทศ เช่น การประชุมรอบอุรุกวัย (GATT) ซึ่งเป็นเวทีตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ และเขตการค้าเสรีของแต่ละภูมิภาค ซึ่งก่อตั้งขึ้นมาเพื่อดูแลผลประโยชน์ทางการค้าของประเทศสมาชิก เช่น เขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) เขตการค้าเสรีอเมริกาเหนือ (NAFTA) และกลุ่มประชาคมยุโรป (EC) เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลไม้กำลังเพิ่มพูนความสำคัญในการทำรายได้ให้แก่ประเทศ เพราะความต้องการในต่างประเศยังมีอีกมาก ประกอบกับประเทศไทยมีความเหมาะสมในการลงทุนเพาะปลูกผลไม้ เนื่องจากที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทยเหมาะแก่การผลิตผลไม้เมืองร้อน คือ ปริมาณน้ำฝนเพียงพอ และมีสภาพภูมิอากาศที่เอื้ออำนวย ดังนั้น ความพยายามใด ๆ ที่จะเสริมสร้างให้ผลผลิตเหล่านี้ดีขึ้นนั้น เป็นไปได้อย่างแน่นอนและเสียค่าใช้จ่ายน้อย จึงเป็นเหตุให้ ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้ ได้เพิ่มขึ้นตามลำดับ ในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา การส่งออกผลไม้ของไทยมีปริมาณไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาดและปริมาณการผลิต สำหรับในปี.ศ.2538 มีปริมาณการส่งออกทั้งสิ้น 870,916 เมตริกตัน มูลค่า 15,473 ล้านบาท เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งมีปริมาณการส่งออก 825,534 เมตริกตัน มูลค่า 16,149 ล้านบาท หรือปริมาณและมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.3 และร้อยละ -6.2 ตามลำดับ (ตารางที่ 1) ในปี.ศ.2536 ประเทศไทยส่งออกผลไม้ เป็นสัดส่วนร้อยละ 1.5 ของการส่งออกผลผลิตทั้งหมดของประเทศ มูลค่าการส่งออกผลไม้ของไทยเมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกผลผลิตทั้งหมดของไทยแล้วยังมีสัดส่วนน้อยมาก (ตารางที่ 2) สำหรับปี.ศ.2537 ได้ตั้งเป้าหมายการส่งออกไว้ 536,100 เมตริกตัน มูลค่า 15,270.0 ล้านบาท การส่งออกเพิ่มขึ้นเนื่องจากผลไม้หลายชนิด เป็นที่ต้องการของต่างประเทศ เช่น ทูเรียน ลำไย ส้มโอ มะม่วง มังคุดและสตรอเบอร์รี่ เป็นต้น โดยเฉพาะมะม่วงของไทยที่ส่งไปจำหน่ายยังตลาดญี่ปุ่น ได้รับอนุญาตให้นำเข้าเพิ่มขึ้นอีก 3 พันธุ์ คือน้ำดอกไม้ แรด และพิมเสน จากที่เคยอนุญาตให้นำเข้าพันธุ์หนึ่งกลางวันเพียงชนิดเดียว ผลไม้สดที่มีความสำคัญต่อการส่งออกได้แก่ ลำไย ทูเรียน ส้มโอ มะม่วง ลิ้นจี่ ส้ม เงาะ มังคุด น้อยหน่า สับปะรด องุ่น ฝรั่ง แดงโม มะละกอ เป็นต้น (ตารางที่ 3) ตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ฮองกง ญี่ปุ่น ไต้หวัน สิงคโปร์ แคนาดา สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และเนเธอร์แลนด์ ตามลำดับ (ตารางที่ 4)

ตลาดส่งออกที่สำคัญของผลไม้ไทยนั้นยังคงเป็นตลาดเดิม ๆ ซึ่งได้แก่ ฮองกง มาเลเซีย ญี่ปุ่น สิงคโปร์ แคนาดา สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และเนเธอร์แลนด์ เป็นต้น ซึ่งควรจะมีการพัฒนาการส่งออกผลไม้ของไทยไปยังประเทศอื่น ๆ นอกเหนือไปจากประเทศคู่ค้าเดิม เพื่อเป็นการขยายการส่งออกผลไม้ให้มิตตลาดที่กว้างขึ้น อันจะนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศมากขึ้น เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า ประเทศสาธารณรัฐเกาหลี เป็นประเทศหนึ่งในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออก ในช่วง 30 ปี

ตารางที่ 1 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้ของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2532-2536

ปี	ปริมาณ (เมตริกตัน)	ส่วนเปลี่ยนแปลง ของปริมาณ (ร้อยละ)	มูลค่า (ล้านบาท)	ส่วนเปลี่ยนแปลง ของมูลค่า (ร้อยละ)
2532	554,131	-	8,507.2	-
2533	650,546	17.4	11,112.3	30.8
2534	698,006	7.3	14,836.3	33.5
2535	794,634	13.8	15,573.0	4.9
2536 <sup>1/</sup>	828,700	4.3	14,603.0	-6.2

หมายเหตุ 1/ ตัวเลขประมาณการ  
ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ , 2537)

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกผลไม้ของประเทศไทยเปรียบเทียบกับมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของไทย  
ระหว่างปี 2532-2536

ปี	มูลค่าการส่งออกผลไม้ (ล้านบาท)	มูลค่าการส่งออกรวม (ล้านบาท)	อัตราส่วน (ร้อยละ)
2532	8,691	516,315	1.6
2533	11,327	589,813	1.8
2534	14,697	725,449	2.0
2535	16,149	814,643	1.8
2536 <sup>1/</sup>	15,473	934,473	1.5

หมายเหตุ 1/ ตัวเลขประมาณการ  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ , 2537)  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่ต่อแบล็กเน็ต และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้สดที่สำคัญของไทยระหว่างปี พ.ศ.2534-2535

ชนิดของผลไม้สด	2534		2535		ส่วนเปลี่ยนแปลง34/35	
	ปริมาณ (เมตริกตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (เมตริกตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ร้อยละ)	มูลค่า (ร้อยละ)
กล้วย	2,140.4	16.9	2,240.7	15.6	4.6	-7.6
สัปปะรด	507.9	3.2	812.3	5.2	59.9	62.5
ฝรั่ง	67.3	1.5	29.2	0.6	-56.6	-0.6
มะม่วง	3,235.9	26.1	3,946.7	31.6	21.9	21.0
มังคุด	353.5	5.2	1,116.4	24.7	215.8	375.0
ส้มเกลี้ยง ส้มตรา และ ส้มเขียว	1,668.0	12.1	3,116.0	19.5	86.8	61.1
ส้มจุก และ ส้มเขียวหวาน	643.0	1.2	644.0	0.3	0.1	75.0
ส้มโอ	7,038.9	66.6	5,889.0	71.8	-16.3	7.8
องุ่น	53.6	1.6	52.1	1.1	-2.8	-31.2
แตงโม และ แตงแคนตาลูป	282.0	1.5	1,291.0	10.0	357.8	566.7
มะละกอ	89.2	0.9	71.7	1.4	-19.6	55.5
สตรอเบอรี่	22.4	0.6	171.7	4.9	666.5	716.7
ลำไย	7,617.5	162.6	12,810.6	267.1	68.1	64.3
เงาะ	870.9	7.1	1,699.9	10.7	95.2	3.6
ทุเรียน	7,978.4	151.1	15,116.1	274.1	89.5	81.4
น้อยหน่า	334.1	3.8	38.0	0.5	-88.6	-86.8
ลิ้นจี่	563.4	18.7	1,447.3	59.1	156.8	216.0
ผลไม้สดอื่น ๆ	16,516.2	45.6	24,196.7	368.3	32.3	88.8
รวม	49,982.6	526.3	74,689.4	1,166.5	1,671.4	2,269.2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต  
ที่มา : (กรมศุลกากร, 2535)

ไม่มีการแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4 มูลค่าการส่งออกผลไม้ของไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ระหว่างปี.ศ.2534-2535

ประเทศ	มูลค่า(ล้านบาท)		สัดส่วนการส่งออก		เปอร์เซ็นต์ การเปลี่ยนแปลง
	2534	2535	2534	2535	
1. สหรัฐอเมริกา	4,535	5,073	31.6	32.6	11.8
2. เนเธอร์แลนด์	1,078	1,277	7.5	8.2	18.5
3. ญี่ปุ่น	1,154	1,136	8.0	7.3	-1.5
4. เยอรมัน	1,273	1,027	8.9	6.6	-19.3
5. ฮังการี	580	749	4.0	4.8	29.1
6. แคนาดา	647	634	4.5	4.1	-2.0
7. สเปน	827	625	5.8	4.0	-24.4
8. ไต้หวัน	253	588	1.8	3.8	132.4
9. ฝรั่งเศส	566	528	3.9	3.4	-6.7
10. สหราชอาณาจักร	325	474	2.3	3.0	45.8
11. สิงคโปร์	291	409	2.0	2.6	40.5
12. อิตาลี	312	308	2.2	2.0	-1.2
13. มาเลเซีย	131	302	0.9	1.9	130.5
14. ออสเตรเลีย	342	286	2.4	1.8	-16.3
15. เกาหลี	485	267	3.4	1.7	-44.9
16. ฟินแลนด์	212	267	1.4	1.7	25.9
อื่น ๆ	1,696	2,199	12.2	14.1	19.2
รวม	14,697	16,149	100.0	100.0	337.4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้เฉพาะเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่เอามาคัดลอกไปทำไปโดยไม่ขออนุญาต  
ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ , 2536)

ที่ผ่านมา กลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออก ได้แก่ ญี่ปุ่น ไต้หวัน สาธารณรัฐเกาหลี และฮ่องกง ได้ทวีความสำคัญมากขึ้น จนกลายเป็นศูนย์กลางทางการค้าอุตสาหกรรม และการพัฒนาเศรษฐกิจของโลกทั้งนี้ เนื่องจากตั้งแต่ทศวรรษ 1960 เป็นต้นมา กลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกมีการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่สำคัญ โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่นได้กลายเป็นประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจ และการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วของกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมใหม่ เช่น ไต้หวัน ฮ่องกงและสาธารณรัฐเกาหลี และการส่งเสริมการค้าเสรีและนโยบายเปิดตลาดนำเข้าให้เสรีมากขึ้น จากการที่กลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูง ทำให้คาดการณ์ได้ว่าศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของโลกจะเคลื่อนย้ายจากสหรัฐอเมริกา และยุโรปตะวันตก มาสู่ประเทศในเอเชียตะวันออกและอาเซียนต่อไปในอนาคต และจะทำให้กลุ่มประเทศเหล่านี้เป็นกลุ่มเศรษฐกิจที่มีความสำคัญ รวมทั้งเป็นตลาดสำคัญต่อการส่งออกในอนาคต

จากการที่กลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกได้ทวีความสำคัญขึ้น จนกลายเป็นศูนย์กลางทางการค้าอุตสาหกรรมและการพัฒนาเศรษฐกิจของโลก และมีการส่งเสริมการค้าและนโยบายเปิดตลาดนำเข้าให้เสรีมากขึ้นนั้น ทำให้ประเทศสาธารณรัฐเกาหลี ต้องเปิดตลาดกว้างขึ้น ประกอบกับค่าแรงงานที่สาธารณรัฐเกาหลีสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด สาธารณรัฐเกาหลีเองเริ่มปรับตัวโดยการหันไปผลิตสินค้าประเภทเทคโนโลยีขั้นสูง และแข่งขันขั้นสูงมากขึ้นทำให้สินค้าที่ใช้แรงงานหรือฝีมือ เช่น สินค้าหมวดอาหาร และสินค้าประเภทที่ใช้ฝีมือแรงงาน ต้องใช้การนำเข้าแทนการผลิตด้วยตนเอง เฉพาะอย่างยิ่งในประเทศสาธารณรัฐเกาหลี รัฐบาลเกาหลีพยายามรักษาผลประโยชน์แก่เกษตรกรของสาธารณรัฐเกาหลี จึงทำให้ราคาสินค้าบริโภคหมวดอาหาร ซึ่งรวมถึงผลไม้ด้วยนั้น มีราคาสูงกว่าความเป็นจริงมาก จึงเป็นโอกาสที่ดีของนักธุรกิจไทยที่น่าจะลงทุนในช่วงนี้ นอกจากนี้ประเทศสาธารณรัฐเกาหลียังมีเขตที่ตั้งอยู่ใกล้ไทยมากกว่าตลาดใหญ่อื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นสหรัฐอเมริกา หรือสหภาพยุโรป จึงไม่เป็นที่น่าสงสัยว่าจะเป็นตลาดที่สำคัญที่สุด ที่นักธุรกิจไทยจะต้องศึกษาตลาดในประเทศสาธารณรัฐเกาหลีและมุ่งมั่นในการส่งสินค้าไปจำหน่าย เพราะยังมีโอกาสที่ไทยจะขยายการส่งออกไปยังตลาดนี้ได้อีกเป็นจำนวนมากในอนาคต

อันใกล้นี้ สินค้าของไทยที่มีแนวโน้มจะครองตลาดได้มากที่สุด คือ สินค้าประเภทที่ใช้ฝีมือ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ตามการค้าแรงงาน เช่น สินค้าเครื่องประดับ สินค้าในครัวเรือน และสินค้าหมวดอาหาร ซึ่งรวมถึงผลไม้ไม่ว่ากรรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งหากนำไปใช้

ด้วย ในปี พ.ศ. 2535 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกผลไม้ไปยังประเทศสาธารณรัฐเกาหลี เพียงร้อยละ 1.7 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้ของไทยทั้งหมด ซึ่งยังถือว่าเป็นสัดส่วนที่น้อยมาก เมื่อเทียบกับการส่งออกผลไม้ของไทยไปยังประเทศอื่น ๆ

ผลไม้ยังมีศักยภาพในการส่งออกสูง ทั้งในรูปผลไม้สด ผลไม้แช่แข็งและผลไม้แปรรูป หากได้รับการปรับปรุงการผลิตให้สอดคล้องกับ ความต้องการของตลาดประเทศสาธารณรัฐเกาหลีและประเทศอื่น ๆ โดยความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐบาลและเอกชนโดยการส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มกันผลิตเพื่อขยาย ศึกษาความต้องการของตลาดต่างประเทศเพื่อทราบถึงชนิด คุณภาพและมาตรฐาน รสนิยมในการบริโภค การบรรจุหีบห่อ ตลอดจนกฎระเบียบต่าง ๆ ในการนำเข้าของประเทศสาธารณรัฐเกาหลี จึงควรรักษาเพื่อหาแนวทางพัฒนาให้การส่งออกผลไม้ของไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐเกาหลีมีมูลค่าเพิ่มขึ้นในอนาคต

#### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการส่งออกผลไม้ของไทย ไปยังประเทศสาธารณรัฐเกาหลี
2. เพื่อศึกษาโครงสร้างการตลาด ความต้องการ ชนิดและคุณสมบัติ รวมทั้งภาวะการแข่งขันของผลไม้ในประเทศเกาหลี ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการส่งออก
3. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการส่งออก ผลไม้ของไทย ไปยังประเทศสาธารณรัฐเกาหลี

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงสภาพทั่วไป ทางการส่งออกผลไม้ของไทยไปประเทศสาธารณรัฐเกาหลี
2. ทราบถึงโครงสร้างการตลาด และช่องทางการจำหน่ายผลไม้ ในประเทศ

สาธารณรัฐเกาหลี เอกชนเป็นต้นไป เพื่อให้สามารถใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้ง 3. ยึดราบถึงปัญหาต่างลง ๆ น้อหา ที่เกิดขึ้นด้านกัรตลาดในการส่งออกไปยังประเทศ

สาธารณรัฐเกาหลี เพื่อเป็นแนวทางในการเสนอแนะต่อไป

4. ทราบถึงแนวทางในการพัฒนาการส่งออก เพื่อนำไปใช้ในการทำธุรกิจการส่งออกผลไม้ไปประเทศเกาหลีอย่างมีประสิทธิภาพ

#### ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษา การพัฒนาการส่งออกผลไม้ของไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐเกาหลี โดยศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างการตลาดและการส่งออกผลไม้ของไทย ไปยังประเทศสาธารณรัฐเกาหลี ปัญหาที่เกิดขึ้นในขบวนการการส่งออก รวมทั้งชนิดและคุณสมบัติของผลไม้ไทยที่ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีต้องการนำเข้า ผลไม้ที่จะศึกษานี้ หมายถึง ผลไม้สด ผลไม้แช่แข็งและผลไม้แปรรูป ช่วงระยะเวลาของการศึกษาอยู่ระหว่าง ปี พ.ศ. 2531-2536 ซึ่งจะทำให้ข้อมูลมีช่วงระยะเวลาการศึกษากว้าง ทำให้ผลการวิเคราะห์ที่ได้มีความชัดเจนและถูกต้องมากยิ่งขึ้น

#### นิยามศัพท์

โครงสร้างการตลาด หมายถึง การศึกษาลักษณะของตลาด จำนวนผู้ซื้อผู้ขาย ตลอดจนลักษณะของสินค้า

ผลไม้แช่แข็ง หมายถึง ผลไม้ที่ผ่านกรรมวิธีที่คงสภาพของผลผลิตไว้เกือบจะเหมือนสภาพเดิมของผลผลิตทั้งหมด หรืออาจมีการตัด ตกแต่ง ก่อนเข้ากระบวนการแช่เย็นเพื่อยืดอายุการเก็บรักษา ไม่ให้เน่าเสียด้วยวิธีการแช่แข็งไว้ในห้องที่มีอุณหภูมิที่เย็นจัด

ผลไม้แปรรูป หมายถึง ผลไม้ที่ผ่านกรรมวิธีการถนอมอาหารเพื่อยืดอายุการเก็บรักษาได้แก่ ผลไม้บรรจุกระป๋อง น้ำผลไม้เข้มข้นบรรจุกระป๋อง ผลไม้บด และผลไม้แปรรูปอื่น ๆ เช่น ผลไม้กวน แยม เยลลี่ แยมผลไม้ แยมผลไม้ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### การตรวจเอกสาร

เกียรติ ลีละเศรษฐกุล (2530) ได้ทำการทดสอบตลาดผลไม้ในต่างประเทศ พบว่า ที่ต้องส่งผลไม้แช่แข็งไปญี่ปุ่น เพราะผลไม้ทุกชนิดที่มีกำหนดไว้ในเรื่องของแมลงวันทองท่าลาย ญี่ปุ่นกำหนดไว้ว่าเป็นผลไม้ห้ามเข้า ผลไม้เหล่านี้เมื่อผ่านวิธีการแช่แข็งแล้ว จะอนุญาตให้นำเข้าได้ การบรรจุหีบห่อในประเทศญี่ปุ่นนั้นมาก จะต้องส่วราคาแพงไม่เป็นไร ผลไม้ของไทยที่ส่งไปขายญี่ปุ่น เช่น ทุเรียน เงาะ มังคุด ฯ จะเป็นแบบแช่แข็ง แต่หีบห่อไม่ชวนซื้อ

รังสรรค์ โนชัย อำนวย แสงโนรี และอมรศรี ตันนิหัตน์ (2530) ได้วิจัย การพัฒนาตลาดส่งออกผลไม้ของประเทศไทยพบว่า การส่งออกสินค้าประเภทผลไม้ของไทยมีคู่แข่ง แข่งขันในอนาคต แต่ก็มีปัญหาการส่งออกผลไม้ของประเทศไทย คือ ปัญหาด้านการรวบรวมผลผลิต ปัญหาด้านคุณภาพและการจัดชั้นมาตรฐานเพื่อการส่งออกผลไม้อย่างเป็นทางการ ปัญหาด้านการบรรจุหีบห่อยังไม่ก้าวหน้าเท่าที่ควร ปัญหาด้านการขนส่งที่ระวางสินค้าไม่เพียงพอในช่วงผลไม้ ออกหัก ค่าระวางขนส่งแพง ปัญหาด้านพิธีการศุลกากรที่ล่าช้า ปัญหาเกี่ยวกับผู้ส่งออกเองและ ปัญหาเกี่ยวกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก ทำงานซ้ำซ้อนกัน สำหรับการพัฒนา การส่งออกผลไม้สดของไทย ควรมีการพัฒนา ทั้งทางด้านการผลิตควบคู่ไปกับ การพัฒนาทาง ด้านการส่งออก และส่งเสริมให้เกษตรกรผลิตสินค้าที่มีคุณภาพในปริมาณมากพอที่จะสนองต่อ ความต้องการของตลาดได้

ฉันทนา เจิมเจริญสุข (2532) ได้ศึกษาและวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจการส่งออก ผลไม้สดของไทย พบว่า การส่งออกผลไม้ของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทั้งปริมาณและมูลค่า ทั้งนี้เป็น ผลเนื่องมาจาก การส่งเสริมของรัฐบาลให้มีการส่งออกมากขึ้น ให้มีการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาใช้มากขึ้น ประกอบกับตลาดส่งออกได้มีการปรับปรุงประสิทธิภาพด้านการรวบรวม การขนส่ง การบรรจุหีบห่อ การจัดชั้นมาตรฐานผลิตผล และการทดสอบตลาดผลไม้ในตลาดต่างประเทศ ทำให้ตลาดผลไม้ของไทยได้ขยายออกไป ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผลไม้

ในประเทศฮ่องกงในช่วงปี 2522-2525 และ 2526-2529 พบว่า ส่วนแบ่งตลาดส้มเพิ่มขึ้น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการทำงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า 2,012 ตันฯ เป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นขนาดของตลาดร้อยละ 93.67 และการแข่งขันร้อยละ ๕ ไม่ว่างกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งหากมีการนำไปใช้

91.16 ผลการวิเคราะห์ทำให้ทราบว่า การเปลี่ยนแปลงของการแข่งขันมีอิทธิพลต่อการขยาย ส่วนแบ่งตลาดมากกว่าการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของตลาด ดังนั้นกลยุทธ์ด้านการแข่งขันเพื่อ เพิ่มคุณภาพสินค้าในราคาที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งจำเป็นในการขยายตลาดส่งออก

Lee Chong-Yeong (1989) ได้ศึกษาและวิเคราะห์การตลาด สำหรับผลไม้และ ผักเมืองร้อนในตลาดญี่ปุ่นและสาธารณรัฐเกาหลีพบว่าตลาดผักและผลไม้ของญี่ปุ่นและเกาหลีมีความ แตกต่างกันดังนี้ ในญี่ปุ่น ตลาดสำหรับกล้วยและสับปะรด เริ่มที่จะอึมตัวและการเติบโตของ ตลาดเป็นไปอย่างช้า ๆ สำหรับในตลาดเกาหลี กล้วยและสับปะรดได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค ในประเทศนี้ และตลาดจะมีขนาดใหญ่ขึ้น ถ้ามีราคาที่เหมาะสม ทางด้านการกีดกันทางการค้า ตลาดญี่ปุ่นมีกฎข้อห้ามมากกว่าตลาดเกาหลี โดยตลาดของเกาหลีสำหรับกล้วยและสับปะรด มีกฎ ห้ามนำเข้าเฉพาะในปี 1991 รัฐบาลของประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีบทบาทในการ ช่วยส่งเสริมการส่งออกสินค้าเกษตร และที่สำคัญและมีประสิทธิภาพในการส่งเสริมการส่งออก มากที่สุดคือ ผู้ส่งออกและสมาคมการตลาด สำหรับกลยุทธ์การส่งออกของผู้ส่งออกจากกลุ่ม ประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ไปยังประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีมีความแตกต่างกันดังนี้ ตลาด ในญี่ปุ่นเนื่องจากเป็นตลาดที่เติบโตเต็มที่แล้ว และการเพิ่มขนาดของตลาดจะไม่เป็นผล ดังนั้น ผู้ส่งออกควรจะปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สมบูรณ์และพยายามเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดของตนเอง โดยแย่ง จากบริษัทคู่แข่ง แต่ในเกาหลี ตลาดยังอยู่ในช่วงการเจริญเติบโต การเจาะตลาดโดยการเพิ่ม ขนาดของตลาดและสร้างชื่อเสียง (Brand Image) จะเป็นกลยุทธ์ที่ใช้ได้ในประเทศนี้ไม่ว่าการ ส่งออกจะกำหนดโดยบริษัทใหญ่ (ในฟิลิปปินส์) หรือบริษัทเล็ก ๆ เช่น ใต้หวัน แต่ความต้องการ ขยายพื้นฐานและส่งเสริมตลาดสำหรับการนี้ คือจะต้องมีผู้ผลิตที่มีคุณภาพและมีจำนวนมากมีความมั่นคง และมีการควบคุมคุณภาพและมีมาตรฐานของสินค้าที่ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## วิธีการศึกษา

### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์หรือสอบถามผู้ที่เกี่ยวข้องกับกาส่งออกผลไม้ของประเทศไทย ซึ่งได้แก่ผู้ส่งออก และผู้ประกอบการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยการสุ่มตัวอย่างเลือกเพียง 3-4 บริษัท เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการศึกษาและวิเคราะห์เกี่ยวกับ ปัญหาที่เกิดขึ้นในขบวนการส่งออก วิธีการส่งออก ชนิดของผลไม้ที่ส่งออก กระบวนการการส่งออก และเป็นประโยชน์ต่อการเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการส่งออกผลไม้ของไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐเกาหลี เนื่องจากเรื่องการส่งออกผลไม้ไปยังประเทศเกาหลีนี้เป็นเรื่องค่อนข้างใหม่ จึงต้องอาศัยการสอบถามหรือสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งได้จากการศึกษา รายงาน เอกสาร งานวิจัยต่าง ๆ ตลอดจนข้อมูลทางสถิติที่หน่วยงานราชการได้รวบรวมไว้ เช่น กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ กรมวิชาการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกรมศุลกากร กระทรวงการคลัง และจากองค์การระหว่างประเทศ เช่น Korea Trade Promotion Corporation (KOTRA) สำนักงานกรรมการเศรษฐกิจและสังคมภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก (Economic and Social for Asia and Pacific : ESCAP) สถานทูตสาธารณรัฐประชาชนเกาหลี และองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) เป็นต้น

### วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Method) โดยอาศัยแผนภาพ ตารางและสถิติอย่างง่ายเพื่อช่วยในการอธิบาย รวมถึงการพรรณนาเพื่ออธิบายให้เห็นถึงขั้นตอนต่าง ๆ ของกระบวนการในการส่งออกผลไม้ของประเทศไทยไปยังสาธารณรัฐเกาหลี ทำการวิเคราะห์และสรุปผลเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการส่งออกผลไม้ของประเทศไทยไปยังสาธารณรัฐเกาหลี

## บทที่ 2

### สภาพทั่วไปด้านการตลาดผลไม้และการส่งออกของไทย

#### การตลาดผลไม้สด

##### โครงสร้างการตลาด

1. จำนวนผู้ซื้อขายมีลักษณะแข่งขันกันมาก ลักษณะการผลิตมีการกระจายกันมาก พ่อค้าคนกลางที่ติดต่อบริษัทสินค้าจากเกษตรกรมีหลายระดับ ฐานะการเงินของเกษตรกรส่วนใหญ่ อยู่ในสภาพที่ไม่ขาดแคลน เกษตรกรมีการรวมกลุ่มกันอยู่ในรูปของเกษตรกรหรือสหกรณ์การเกษตร เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองทางการค้า
2. ความแตกต่างของสินค้า ไม่มีการกำหนดคุณภาพมาตรฐานแน่นอนของผลไม้ชนิดต่าง ๆ และการคิดขนาด และคุณภาพผลไม้สามารถทำได้ตั้งแต่ระดับเกษตรกรขึ้นมา แต่การคิดคุณภาพเป็นไปอย่างหลวม ๆ เพราะปริมาณผลไม้ออกสู่ตลาดมีมาก เมื่อเทียบกับแรงงานที่มีการคิดจำเป็นต้องทำตามอายุของผลไม้หรือความสุกงอม เพื่อไม่ให้เน่าเสียเร็ว
3. อุปสรรคในการเข้าตลาดของธุรกิจใหม่ มีไม่มากนัก เนื่องจากลักษณะของตลาดผลไม้มีการกระจาย และมีตลาดผลไม้ใหม่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

##### การกำหนดราคาผลไม้

ราคาผลไม้ขึ้นอยู่กับอุปสงค์และอุปทานในแต่ละระดับเป็นสำคัญ อุปสงค์ของผลไม้ จัดได้ว่ามีการเคลื่อนไหวน้อยเมื่อเทียบกับอุปทาน ราคาจึงขึ้นอยู่กับปริมาณผลไม้ออกสู่ตลาดเป็นสำคัญ ปีใดมีผลไม้ชนิดใดออกชุกมาก หรือออกพร้อมผลไม้ชนิดอื่น ซึ่งทดแทนได้ ราคา ก็จะต่ำ อย่างไรก็ตาม ทั้งเกษตรกรและพ่อค้าจะร่วมกันกำหนดราคาโดยการต่อรองราคาระหว่างกัน โดยเกษตรกรทราบต้นทุนการผลิต และระดับผลผลิตในแต่ละปี แล้วนำมาปรับราคาให้เป็นไปตาม

##### ลักษณะอุปสงค์และอุปทาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## วิธีการตลาด

วิธีการตลาดของผลไม้อาจแบ่งได้เป็น 4 ระดับใหญ่ ๆ คือ

ตลาดท้องถิ่น จากส่วนผลไม้ออกสู่ตลาด 3 รูปแบบคือ ขายให้พ่อค้าที่เป็นตัวแทนรับซื้อผลไม้จากสวน ส่งให้พ่อค้าขายส่งในตลาดกรุงเทพฯ , ขายให้พ่อค้าขายส่งในท้องที่ซึ่งกระจายสินค้าไปยังพ่อค้าปลีกและผู้บริโภคต่อไป และการขายให้พ่อค้าส่งจากแหล่งอื่น ๆ เช่น กรุงเทพฯ หรือจังหวัดใกล้เคียง

ปัจจุบันการคมนาคมขนส่งสะดวก เกษตรกรจึงหันมานิยมใช้วิธีบรรทุกสินค้าออกมาขายเอง ในบางจังหวัดมีศูนย์กลางผลไม้เป็นตลาดกลางท้องที่ พ่อค้าและผู้บริโภคสามารถติดต่อซื้อผลไม้ได้จากชาวสวนโดยตรง

วิธีการขายคิดตามปริมาณมากขึ้น เพราะการระบายสินค้าออกจากสวนทำได้หลายวิธี การขายแบบเหมาสวนหรือเหมาต้นมีน้อยลง ถึงแม้ว่าเกษตรกรบางส่วนจะเห็นว่าสะดวกรวดเร็วขายได้จำนวนมากและได้เงินเป็นก้อน ตลอดจนภาวะเกี่ยวกับการตัดและขาย แต่เกษตรกรมักเสียเปรียบเรื่องการตลาดและการคาดคะเนราคา ส่วนวิธีการชำระเงินมีทั้งเงินสดและเงินเชื่อขึ้นกับลักษณะพ่อค้าที่มาติดต่อด้วย ส่วนใหญ่เป็นการขายเงินสดเนื่องจากการแข่งขันกันซื้อผลไม้ระหว่างพ่อค้ามีมากขึ้น

ตลาดขายส่ง ตลาดขายส่งมีศูนย์กลางอยู่ที่กรุงเทพฯ เช่นเดียวกับตลาดกลางผัก ลักษณะการกระจายของระบบตลาดมีมากกว่า โดยกระจายไปยังแหล่งบริโภคโดยตรง ตลาดขายส่งผลไม้ในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ตลาดมหานาค 2 ตลาด คือ ตลาดวังมหานาคกับตลาดผดุงกรุงเกษม บริเวณปากคลองตลาด 3 ตลาดคือ องค์การตลาด ตลาดยอดพิมาน และตลาดพืชผลเกษตร (ตลาดสะพานพุทธ) บริเวณตลาดท่าเตียน และบริเวณตลาดรังสิต เป็นต้น

ผลไม้ที่จำหน่ายในตลาดขายส่งหลัก ๆ ดังกล่าวนั้น ขนส่งจากแหล่งผลิตที่สำคัญ ๆ ทั่วทุกภาคของเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรวิจัยงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ในประเทศ (ตารางที่ 5)

ไม่มีการเปิดเผยข้อมูลอื่น ๆ ให้แก่บุคคลอื่นใด และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 5 ชนิดและแหล่งที่มาของผลไม้ที่เข้าสู่ตลาดขายส่งกรุงเทพมหานคร**

ชนิดของผลไม้	แหล่งที่มา
กล้วยหอม-น้ำว้า-ไข่	ปทุมธานี นครปฐม นนทบุรี ราชบุรี เพชรบุรี กำแพงเพชร
ขนุน	นครปฐม ชลบุรี ระยอง ปราชญ์บุรี สงขลา นครราชสีมา
เงาะ-มังคุด-ทุเรียน	ระยอง จันทบุรี ตราด ปราชญ์บุรี สุราษฎร์ธานี ชุมพร
แตงโม	ปทุมธานี (รังสิต) ชลบุรี
น้อยหน่า	นครราชสีมา ราชบุรี สระบุรี ลพบุรี
มะนาว	นครปฐม ราชบุรี เพชรบุรี
มะม่วง	นครปฐม ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ปราชญ์บุรี
ลำไย	เชียงใหม่
ลิ้นจี่	เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง
ส้มโอ	เชียงใหม่ เชียงราย สมุทรสงคราม
ส้มเขียวหวาน	นครปฐม ราชบุรี สมุทรสงคราม
ส้มตรา	ปทุมธานี (รังสิต) บางมด นครปฐม เพชรบุรี จันทบุรี
สับปะรด	ระยอง น่าน
ลองุ่น	นครปฐม ราชบุรี สมุทรสงคราม
ลองุ่น	ประจวบคีรีขันธ์ ราชบุรี ชลบุรี
ลองุ่น	ราชบุรี นครปฐม สมุทรสาคร

ที่มา : (ปฤษฎางค์ , 2530)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

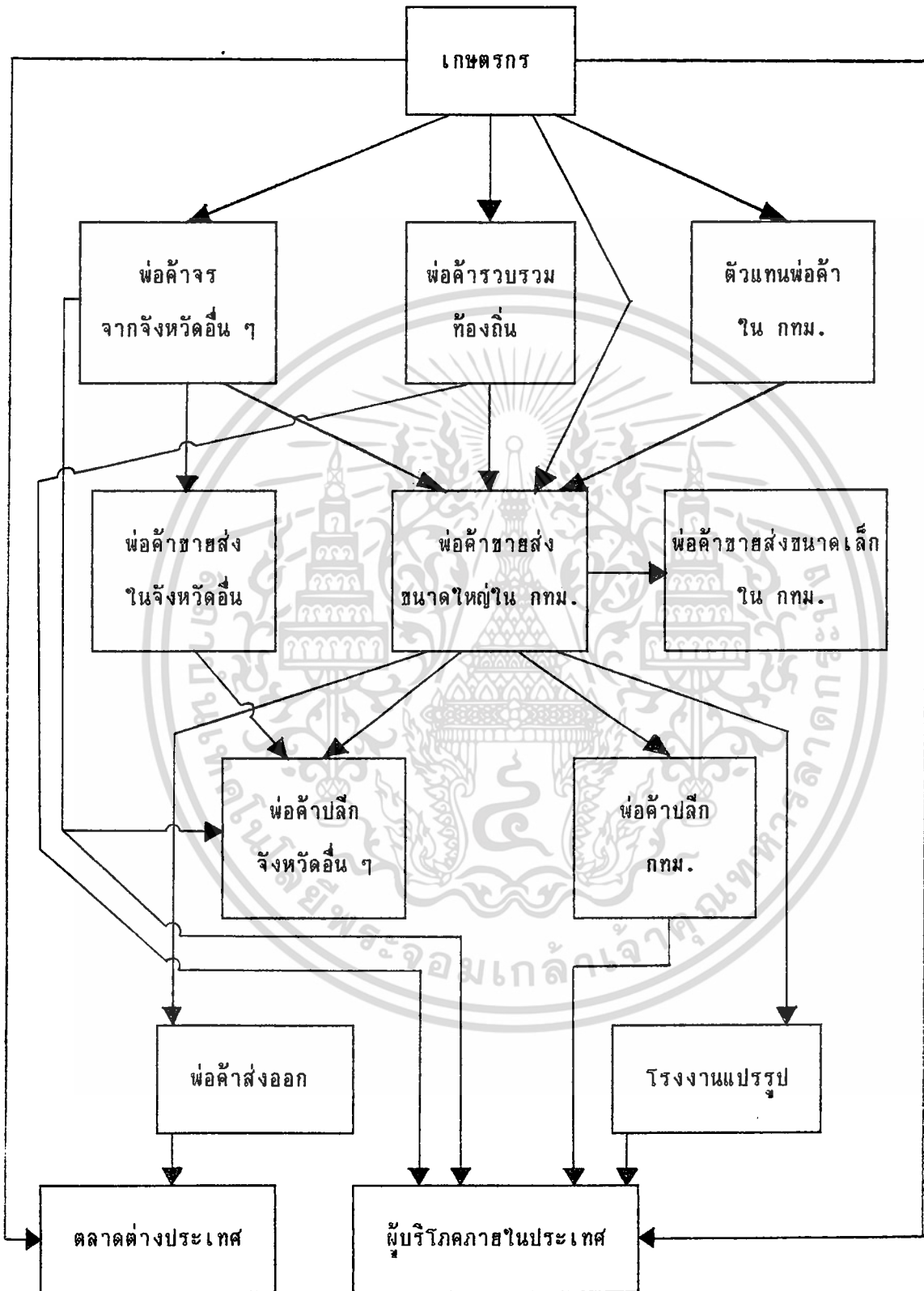
ปัจจุบันสินค้าผลไม้ลำเลียงมาตลาดกลางโดยรถบรรทุกที่จะใช้เรือ รถจะเข้าเทียบเวลาเช้า 04.00-08.00 น. เพื่อให้พ่อค้าเข้ามาติดต่อเลือกซื้อ ส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าชายปลีกตลาดสดกรุงเทพฯ หรือพ่อค้าปลีกอื่น ๆ เช่นพวกร้านของชำหรือพ่อค้าเร่ รองลงมาคือผู้บริโภครายใหญ่ เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล ร้านอาหาร นอกจากนั้นยังมีพ่อค้าจากจังหวัดใกล้เคียง โรงงานผลไม้ และพ่อค้าส่งออก เป็นต้น

ระยะเวลาของการซื้อขึ้นกับปริมาณที่ซื้อแต่ละครั้ง และระยะทางจากแหล่งที่ตั้งของลูกค้านำมาซึ่งตลาดกลาง กรณีพ่อค้าเร่ พ่อค้าปลีกรายย่อย และผู้บริโภครายใหญ่ทั่วไป ซื้อสินค้าวันต่อวัน ถึง 2-3 วันต่อครั้ง ตามอายุความคงทนของผลไม้ ผลไม้ที่มีมากเฉพาะบางช่วงฤดูจะมีการประมูลราคาในตลาดกลางในกรุงเทพฯ แต่ปัจจุบันมีการประมูลมีแนวโน้มน้อยลง เพราะตลาดผลไม้กระจายออกไปยังศูนย์กลางหลายแห่ง

ตลาดชายปลีก พ่อค้าปลีกจะซื้อสินค้าจากพ่อค้าชายส่งในปริมาณที่พอเพียงกับขนาดของธุรกิจ 1-3 วันในแต่ละครั้ง จากตลาดกลางชายส่งข้างต้น นำมาคิดผลไม้ตามคุณภาพและขนาดอายุของผลไม้ และคัดของเน่าเสียออก โดยผลไม้ที่ซื้อโดยตรงจากส่วนได้รับความนิยมว่ามีคุณภาพดีกว่าที่ซื้อจากตลาดชายส่งทั่วไป

ตลาดส่งออก การส่งออกผลไม้สดและแปรรูปของไทย ในอนาคตคาดว่าจะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลกรวมทั้งภาวะเศรษฐกิจในตลาดส่งออกสำคัญของไทย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น เริ่มฟื้นตัวดีขึ้น และความต้องการบริโภคสินค้าดังกล่าวยังคงเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ประกอบกับการผลิตผลไม้สดและแปรรูปของไทยมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับและนิยมบริโภคมากขึ้น สำหรับผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีตลาดอื่น ๆ ได้แก่ แคนาดา ออสเตรเลีย ตะวันออกกลาง แอฟริกาใต้และอินโดจีน ซึ่งมีแนวโน้มก็สามารถรองรับการส่งออกสินค้าผลไม้แปรรูปของไทยได้อีกจำนวนมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1 วิธีการตลาดผลไม้ในประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับการใช้ในเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ที่มาระบุ (เนิรนาม, 2531)มิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### การตลาดผลไม้แปรรูปของไทย

แม้ว่าธุรกิจการค้าส่งออกผลไม้สด จะมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มมากขึ้นในอนาคต แต่ในขณะเดียวกัน ปัญหาและข้อจำกัดด้านการส่งออกผลไม้สดมีมากเช่นกัน อาทิ ผลไม้สดเน่าเสียง่าย ทำให้ไม่สามารถส่งออกไปยังตลาดที่มีระยะทางไกล หรือเก็บรักษาให้นานวันได้ ปริมาณและคุณภาพของผลไม้ไม่ตรงกับความต้องการของต่างประเทศ ผลไม้หลายชนิดมีปริมาณการผลิตมากแต่ไม่เป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศ เป็นต้น สภาพปัญหาต่าง ๆ นี้ เป็นปัญหาที่ไม่สามารถแก้ไขได้ทั้งหมด ผลไม้แปรรูปเป็นอีกวิธีหนึ่งที่เป็นแนวทางการแก้ไขปัญหาล่าช้า ซึ่งจะช่วยให้การส่งออกผลไม้ของไทยเจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น

สภาพการผลิตผลไม้แปรรูปทั้งที่ใช้ในการบริโภคและการอุตสาหกรรม เพื่อสนองความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศยังมีน้อยมาก กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูปที่ผลิตในประเทศไทยมีอยู่เพียง 6 ประเภท ได้แก่ ผลไม้กระป๋อง น้ำผลไม้กระป๋อง ผลไม้แช่แข็ง ผลไม้อบหรือตากแห้ง ผลไม้บดและแยมผลไม้ ผลไม้ปรุงแต่งอื่น ๆ โดยไม่บรรจุกระป๋อง เช่น ดอง เชื่อม แห้วต้มและกวน ผลไม้ในสารละลายกัมมะถัน และผลไม้ใส่น้ำตาล

การแปรรูปผลไม้ที่ดำเนินการอยู่ในประเทศไทย ส่วนใหญ่จะใช้กรรมวิธีการผลิตแบบง่าย ๆ เช่น นำไปดอง เชื่อม แห้วต้มและกวน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการจำหน่ายภายในประเทศ ซึ่งเป็นวิถีการถนอมอาหารอันเนื่องมาจากกรณีที่ผลผลิตเหลือจากการบริโภคสด ๆ นั้นเอง เนื่องจากประเทศไทยมีผลไม้สดหลากหลายชนิดและนานาพันธุ์ ผลผลิตก็ผลิตเปลี่ยนหมุนเวียนออกมาตลอดทั้งปี การบริโภคสดนอกจากจะได้รสชาติ คุณค่าทางโภชนาการสูง สะดวกและสามารถเลือกบริโภคได้ตามรสนิยมแล้ว ยังมีราคาถูกอีกด้วย ดังนั้นอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน จึงเน้นการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นหลัก และดูเหมือนว่าอุตสาหกรรมการผลิตผลไม้กระป๋อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสับปะรดกระป๋อง เป็นอุตสาหกรรมเดียวของประเทศที่มีการแปรรูปในเชิงอุตสาหกรรมอย่างเต็มรูปแบบ กิจกรรมแปรรูปผลไม้อื่น ๆ ยังเป็นกิจการขนาดเล็กและ

ขนาดกลาง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ผลไม้แช่แข็ง (Frozen Fruit)

เป็นกรรมวิธีการแปรรูปที่คงสภาพของผลผลิตไว้ จนเกือบเหมือนสภาพเดิมทั้งหมด หรืออาจจะมีการตัด ตกแต่งก่อนเข้ากระบวนการแช่เย็น เพื่อยืดอายุการเก็บรักษาไม่ให้เกิดการเน่าเสียด้วยวิธีการแช่แข็งไว้ในห้องที่มีอุณหภูมิเย็นจัด ซึ่งวิธีการนี้จะสามารถยืดอายุของผลไม้ให้เก็บไว้ได้นานนับปี แต่มีข้อเสียตรงที่คุณภาพจะแย่ลง เพราะมีการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างเนื้อเยื่อต่าง ๆ ในผลไม้ (Texture) และเนื้อจะหยาบขึ้นหากอุณหภูมิไม่เพียงพอที่จะทำให้เนื้อผลไม้เน่มีอย่างไก็ตามผู้ผลิตก็ได้มีการพัฒนาระบบการผลิตแบบ IQF (Individual Quick Freeze) สภาพการผลิตผลไม้แปรรูปในลักษณะนี้ยังมีน้อยมาก ทั้งนี้เพราะต้องเผชิญกับปัญหาหลายประการ เช่น ตลาดในประเทศยังแคบเพราะนิยมบริโภคผลไม้สด ต้นทุนการผลิตสูง ปริมาณวัตถุดิบและราคาวัตถุดิบไม่แน่นอน ในขณะที่ตลาดส่งออกมีอนาคตดีพอสมควร

### ผลไม้อบแห้ง (Dried Fruit)

เป็นวิธีการแปรรูปผลไม้ ด้วยวิธีการทำให้แห้งโดยการดึงเอาน้ำออกจากผลไม้สดให้เหลือเพียงร้อยละ 10 แล้วผสมน้ำตาลเพียงเล็กน้อย เพื่อให้สามารถอยู่คงทนยาวนาน ผลไม้แปรรูปในลักษณะนี้มีคุณค่าทางวิตามินสูง ใช้แทนสินค้าประเภทน้ำตาลที่มีความหวาน 100% เป็นสินค้าที่เหมาะสมสำหรับประเทศที่ไม่มีผลไม้เมืองร้อน ตลาดผลไม้อบแห้งมีแนวโน้มจะขยายตัวมากขึ้น โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ เนื่องจากในปัจจุบันชาวยุโรป อเมริกา และแคนาดา เน้นในเรื่องการรักษาสุขภาพอนามัยมาก โดยพยายามลดการบริโภคอาหารที่มีน้ำตาลสูง จึงหันมาบริโภคผลไม้อบแห้งกันมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดยุโรป เริ่มรู้จักสินค้าผลไม้อบแห้งจากไทยเพิ่มขึ้นแล้ว และมีการสั่งซื้อเพิ่มมากขึ้นด้วย

### ผลไม้บรรจุกระป๋อง

เป็นอุตสาหกรรมที่มีการพัฒนาไปอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งสับปะรดกระป๋อง ซึ่งขยายตัวรวดเร็วมากในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา เนื่องจากตลาดต่างประเทศมีความต้องการมาก การขยายตัวของอุตสาหกรรมการผลิตสับปะรดกระป๋องจึงเป็นไปอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งรัฐบาลได้ให้การส่งเสริมอย่างจริงจัง การพัฒนาได้กระจายไปสู่การผลิตผลไม้กระป๋องอื่น ๆ มากขึ้น เช่น ลำไย กระป๋อง เงาะกระป๋อง เงาะสดใส่สับปะรดกระป๋อง มะม่วงกระป๋อง ลิ้นจี่กระป๋อง กัลยาส กระป๋อง และฝรั่งกระป๋อง เป็นต้น

### ผลไม้เข้มข้นบรรจุกระป๋อง

เดิมอุตสาหกรรมด้านนี้ มีการผลิตแต่เฉพาะน้ำสับปะรดเข้มข้นอย่างเดียวแต่ปัจจุบัน ผู้ลงทุนได้ให้ความสนใจที่จะลงทุนผลิตน้ำผลไม้เข้มข้นประเภทอื่น ๆ มากขึ้น และที่มีการลงทุนในขณะนี้ เช่น น้ำส้มกระป๋อง น้ำมะม่วงกระป๋อง น้ำองุ่นกระป๋อง และศักยภาพสูงมากอีกประเภทหนึ่งคือ น้ำเสาวรส (Passion Fruit) การผลิตของโรงงานโดยส่วนใหญ่เน้นไปที่การผลิตน้ำ ส้มเขียวหวานเข้มข้น เนื่องจากมีคู่แข่งทางการส่งออกที่ดีและประเทศไทยก็มีผลผลิตเสาวร ใน ปริมาณมากเพียงพอแก่การเป็นวัตถุดิบป้อนโรงงาน

### ผลไม้บด (Fruit Puree)

การแปรรูปผลไม้ลักษณะนี้แม้ยังไม่แพร่หลายในประเทศไทย แต่หากพิจารณาแนวโน้ม ด้านการส่งออกผลไม้บดของประเทศไทยในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา จะเห็นว่าขยายตัวในอัตราค่อนข้างสูงมาก ซึ่งน่าจะได้มีการส่งเสริมมากขึ้น เพราะตลาดต่างประเทศนิยมมาก ลักษณะของ ผลิตภัณฑ์นั้น คล้าย ๆ กับวุ้นหรือแยม สามารถนำไปใช้ประโยชน์ใน Exotic Market ได้หลาย อย่าง เช่น ผสมในอาหารเด็ก เครื่องดื่มน้ำผลไม้ โยเกิร์ต ไอศกรีม เค้ก แยมทาขนมปัง และ Snack Foods เป็นต้น ผลไม้ที่นำมาแปรรูปในลักษณะนี้มีหลายชนิด ได้แก่ มะม่วง ฝรั่ง มะละกอ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า กัลยาส สับปะรด แอปริคอต และสตอเบอรี่ เป็นต้น

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่ต่อสาธารณะ และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ผลไม้แปรรูปอื่น ๆ

สภาพการผลิตผลไม้แปรรูปในลักษณะอื่น ๆ เช่น การกวน แห้ อิม เชื่อม ทำแยม เยลลี่ และ Marmalade เป็นต้น ซึ่งการแปรรูปในลักษณะนี้ โดยส่วนใหญ่จะทำกันแบบง่าย ๆ เป็นลักษณะของการถนอมอาหารมากกว่าที่จะทำกันจริงจังในเชิงอุตสาหกรรม เพราะผลไม้สดที่ออกในช่วงฤดูกาลจะมีปริมาณมากบริโภคสด ๆ ไม่หมด จึงมีการนำไปแปรรูปแบบง่าย ๆ เพื่อใช้ในการบริโภคระยะต่อไป หรือในช่วงนอกฤดูกาลผลไม้สดนั้น ๆ

### ภาวะการส่งออกผลไม้ของไทย

แนวโน้มการส่งออกผลไม้ของไทยมีปริมาณและมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผลไม้ที่ส่งออกนั้นมีทั้งผลไม้สดและผลไม้แปรรูป ส่วนใหญ่ เป็นการส่งออกผลไม้แปรรูปมากกว่าผลไม้สด ในปี พ.ศ. 2536 ประเทศไทยมีปริมาณการส่งออกทั้งหมด 870,916 ตัน มูลค่า 15,473,106 พันล้านบาท ซึ่งเป็นผลไม้แปรรูปถึง 782,238 ตัน มูลค่า 14,033,985 พันบาทและผลไม้สดจำนวน 88,678 ตัน มูลค่า 1,439,121 พันบาท (ตารางที่ 6)

### ภาวะการส่งออกผลไม้สดของไทย

ในอดีตการค้าส่งออกผลไม้สดของไทย ยังอยู่ในวงจำกัดแต่เฉพาะประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียงเท่านั้น เช่น สี่องกง สิงคโปร์ และมาเลเซีย เป็นต้น ทั้งนี้ด้วยเหตุที่ผลไม้สดของไทยมีปริมาณการผลิตไม่แน่นอน ฤดูกาลผลไม้ออกสู่ตลาดสั้น คุณภาพของผลผลิตยังไม่ได้มาตรฐานสากล ไม่สามารถคงสภาพความสดไว้ได้นานวัน มักเน่าเสียง่าย อีกทั้งยังเผชิญกับปัญหาโรคแมลงผลไม้ ทำให้ต่างประเทศมักตั้งข้อจำกัดผลไม้ไทยอยู่เสมอ ๆ และบางประเทศถึงกับประกาศห้ามนำเข้าผลไม้สดก็มี

อย่างไรก็ตามในระยะ 4-5 ปีที่ผ่านมา การกระจายของตลาดส่งออกผลไม้สด เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า เริ่มมีมากขึ้นแล้ว ตลาดอเมริกาและยุโรปเริ่มสั่งซื้อผลไม้สดจากประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ไม่วางกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งหากมีการนำไปใช้

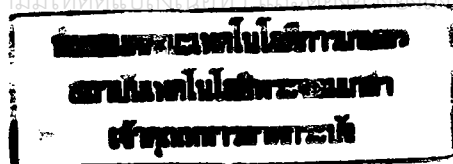
ตารางที่ 8 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้สดและผลไม้แปรรูปของไทยปี 2531-2536

ปี	ผลไม้สด		ผลไม้แปรรูป		รวม	
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
2531	50,104	611,719	487,899	7,588,245	538,003	8,199,964
2532	52,983	572,118	526,270	8,119,287	579,140	8,691,405
2533	76,129	870,480	315,122	10,456,987	391,251	11,327,467
2534	49,982	526,259	660,085	14,171,350	710,067	14,697,609
2535	74,689	1,166,505	750,845	14,982,964	825,534	16,149,469
2536	88,678	1,439,121	782,238	14,033,985	870,916	15,473,106

ที่มา : (กรมศุลกากร , 2536)

และเชื่อว่าแนวโน้มการส่งออกไปยังตลาดเหล่านี้จะมีแนวโน้มที่สดใส แนวโน้มตลาดผลไม้สดในช่วง 5 ปี ตั้งแต่ปี 2531-2536 ทายตัวในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 56.6 ต่อปี กล่าวคือ ในปี 2531 มีปริมาณการส่งออก 54,179.2 ตัน มูลค่า 201.6 ล้านบาท แต่ในปี 2536 ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นไปเป็น 93,154.3 ตัน มูลค่า 1,420.6 ล้านบาท คาดว่าการส่งออกผลไม้สดตลอดปี 2537 จะมีปริมาณ 100,000 ตัน มูลค่า 1,700.0 ล้านบาท ทั้งปริมาณและมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.7 และร้อยละ 26.5 ตามลำดับ (ตารางที่ 7)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องแจ้งถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ตารางที่ 7 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้สดของไทย ปี 2531-2536

ปี	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	อัตราการขยายตัว มูลค่า (ร้อยละ)
2531	54,179.2	201.6	-
2532	46,934.8	405.1	100.9
2533	49,986.2	810.0	99.9
2534	49,450.2	720.0	-0.1
2535	74,721.4	1,123.2	56.0
2536	93,154.3	1,420.6	26.5

ที่มา : (กรมศุลกากร , 2536)

ตลาดส่งออกผลไม้สด

ในปี 2536 ตลาดส่งออกผลไม้สดที่สำคัญของไทย ยังคงเป็นตลาดกลุ่มเอเชียและแปซิฟิก โดยการส่งออกผลไม้สดของไทย 12 ชนิด ได้แก่ ทุเรียน สับปะรด ลำไย ส้มโอ ลิ้นจี่ มะม่วง ส้ม มะละกอ มังคุด น้อยหน่าและกล้วย ไปตลาดกลุ่มนี้มีมูลค่ารวมกัน 871.65 ล้านบาท หรือร้อยละ 81.13 ของยอดรวมการส่งออกผลไม้สดทั้ง 12 ชนิดดังกล่าว โดยประเทศในตลาดกลุ่มนี้ ที่นำเข้าผลไม้จากประเทศไทยมากเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ ฮองกง คิดเป็นมูลค่า 505.02 ล้านบาท หรือร้อยละ 49.91 รองลงไปได้แก่ไต้หวันคิดเป็นมูลค่า 129.75 ล้านบาท หรือร้อยละ 12.82 ตลาดอื่น ๆ ที่สำคัญในภูมิภาคนี้ ได้แก่ มาเลเซีย สิงคโปร์ และญี่ปุ่น ซึ่งนำเข้าผลไม้สดจากไทยในปีพ.ศ.2536 มูลค่า 114.69 ล้านบาท 80.05 ล้านบาท และ 39.61 ล้านบาท ตามลำดับ (ตารางที่ 8)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 โครงสร้างตลาดส่งออกผลไม้สดปี 2536 (ผลไม้สด 12 ชนิด)

ตลาดส่งออก	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
<u>เอเชีย-แปซิฟิก</u>	871.65	81.13
ฮ่องกง	505.02	49.91
ไต้หวัน	129.75	12.82
มาเลเซีย	114.69	11.33
สิงคโปร์	80.05	7.91
ญี่ปุ่น	39.61	3.91
<u>อเมริกา</u>	60.55	5.98
แคนาดา	49.92	4.93
สหรัฐอเมริกา	10.63	1.05
<u>ประชาคมยุโรป</u>	15.56	1.54
อังกฤษ	8.43	0.83
ฝรั่งเศส	3.75	0.37
เนเธอร์แลนด์	1.75	0.17
เบลเยียม	1.15	0.13
<u>ออสเตรเลีย-โอเชียเนีย</u>	3.49	0.34
ออสเตรเลีย	3.49	0.34
<u>ประเทศอื่น ๆ</u>	60.54	5.95
<b>รวม</b>	<b>1,011.79</b>	<b>100.00</b>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ดูแลเห็นาเบใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่าจะโดย (กรมศุลกากร, 2536) แปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับตลาดอื่น ๆ ได้แก่ ตลาดอเมริกา ประชาคมยุโรปและออสเตรเลีย มีการนำเข้าเพิ่มขึ้น โดยประเทศแคนาดานำเข้าผลไม้สดของไทยมูลค่า 49.92 ล้านบาท สหรัฐอเมริกานำเข้า 10.63 ล้านบาทในขณะที่ประชาคมยุโรปนำเข้าผลไม้สดจากไทยรวมกันประมาณ 15.56 ล้านบาท ประเทศที่นำเข้าผลไม้สดจากไทยมากที่สุดในกลุ่มนี้คือประเทศอังกฤษนำเข้าถึง 8.43 ล้านบาท หรือร้อยละ 54.18 ของกลุ่มประชาคมยุโรป รองลงมา ได้แก่ ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ และเบลเยียม ซึ่งนำเข้าจากไทย 3.75, 1.75 และ 1.15 ล้านบาทตามลำดับ สำหรับกลุ่มออสเตรเลียนั้น ประเทศออสเตรเลียได้นำเข้าผลไม้สดจากประเทศไทยมูลค่า 3.49 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.34 ของการส่งออกผลไม้ไทยทั้งหมด (ตารางที่ 8)

หากพิจารณาลักษณะการกระจายของตลาดส่งออกผลไม้สดแต่ละชนิด พบว่า ตลาดส่วนใหญ่เป็นประเทศเพื่อนบ้าน คือ สิงคโปร์ ไต้หวัน มาเลเซีย และสิงคโปร์ ส่วนตลาดญี่ปุ่นนั้น การนำเข้าผลไม้สดจากไทยประมาณร้อยละ 37.56 เป็นการนำเข้าสินค้าสด การนำเข้าผลไม้อื่น ๆ มีปริมาณน้อยมาก ทั้งนี้ด้วยเหตุแห่งการที่ญี่ปุ่นเข้มงวดกวดขันในการตรวจโรคพืชตามกฎหมาย Plant Quarantine Law เพื่อป้องกันโรคพืช แมลง และหนอนทำลายพืช โดยญี่ปุ่นยึดหลักความปลอดภัยของพืชพันธุ์ตามหลักการ The International Plant Protection Convention 1951 สำหรับประเทศสาธารณรัฐเกาหลี มีการนำเข้าผลไม้สดจากไทยน้อยมาก ในปีพ.ศ. 2536 นำเข้ามะละกอสดจากไทยประมาณร้อยละ 1.29 ทั้งนี้เนื่องจากผลไม้ไทยยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคชาวเกาหลี และราคาของผลไม้จากประเทศไทย มีราคาสูงกว่าประเทศคู่แข่ง (ตารางที่ 9)

### การแข่งขัน

การแข่งขันการส่งออกสินค้าในตลาดโลกยังคงทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการส่งออกผลไม้สดของไทย ปัจจุบันต้องแข่งขันกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน ไต้หวัน ฟิลิปปินส์ ซึ่งเป็นผู้นำทางด้านการผลิตและการส่งออกที่สำคัญของโลกและมีราคาถูก ส่วนอินโดนีเซียและเวียดนามนั้น คุณภาพสินค้ายังดีสูงกว่าของไทย นอกจากนี้ยังมีกลุ่มประเทศละตินอเมริกาที่นิยมส่งออกผลไม้สดหลายชนิด บางชนิดคล้ายกับของไทยแต่ส่งได้ในราคาใช้

ตารางที่ 9 ลักษณะการกระจายตลาดส่งออกผลไม้สดของไทยในปี 2536

ลำดับที่	ชนิดของผลไม้	มูลค่า (ล้านบาท)	ตลาดส่งออกที่สำคัญ
1	ทุเรียน	379.26	ฮ่องกง (48.34%), ไต้หวัน (24.76%), มาเลเซีย (18.15%), สิงคโปร์ (3.15%), สหรัฐอเมริกา (2.79%), แคนาดา (1.15%)
2	สับปะรด	2.49	สิงคโปร์ (84.46%), ญี่ปุ่น (8.80%), ฮ่องกง (2.0%)
3	ลำไย	398.05	ฮ่องกง (58.9%), สิงคโปร์ (12.06%), แคนาดา (10.07%), มาเลเซีย (5.52%)
4	ส้มโอ	52.25	ฮ่องกง (81.84%), แคนาดา (5.89%), ไต้หวัน (4.76%), สิงคโปร์ (4.41%)
5	ลิ้นจี่	72.88	ญี่ปุ่น (37.56%), ฮ่องกง (32.03%), มาเลเซีย (20.51%), สิงคโปร์ (14.46%), อังกฤษ (4.24%), เนเธอร์แลนด์ (1.95%), เบลเยียม (1.57%), ออสเตรเลีย (6.55%)
6	มะม่วง	26.10	มาเลเซีย (43.67%), ไต้หวัน (15.44%), สิงคโปร์ (14.44%), ฮ่องกง (13.37%)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกวีใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ญาติเห็นใบเซบระเขียนด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และหรือข้อมูลของเอกสารนี้เพื่อใช้ในการนำไปใช้

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ลำดับที่	ชนิดของผลไม้	มูลค่า (ล้านบาท)	ตลาดส่งออกที่สำคัญ
7	ส้ม	2.06	มาเลเซีย (66.02%), ส่องกง (26.21%), บรูไน (5.82%)
8	มะละกอ	1.54	ศรีลังกา (57.43%), ส่องกง (47.40%), มาเลเซีย (1.95%), เกาหลีใต้ (1.29%)
9	มังคุด	31.24	ไต้หวัน (69.59%), ส่องกง (22.47%), ญี่ปุ่น (5.92%)
10	เงาะ	8.75	มาเลเซีย (41.48%), ไต้หวัน (13.03%), สิงคโปร์ (12.23%), ฝรั่งเศส (8.57%), ส่องกง (7.08%), อังกฤษ (6.17%), ญี่ปุ่น (4.11%), เนเธอร์แลนด์ (1.14%)
11	น้อยหน่า	1.00	ส่องกง (63.00%), ไต้หวัน (30.00%), เนเธอร์แลนด์ (2.00%)
12	กล้วย	13.48	ส่องกง (86.57%), ญี่ปุ่น (34.42%)

หมายเหตุ ค่าในวงเล็บเป็นค่าร้อยละของมูลค่าการส่งออกผลไม้แต่ละชนิดของไทยไปยังประเทศนั้น ๆ  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ที่มา : (กรมศุลกากร , 2536)  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่ำกว่า และมีคุณภาพตรงกับรสนิยมของผู้บริโภคในตลาดสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป ประเทศคู่แข่งการส่งออกผลไม้สด ได้แก่ มังคุด เงาะ มะเฟือง มะละกอ และลองกอง ที่สำคัญของไทยคือ ประเทศมาเลเซีย

### ปัญหาการตลาดผลไม้สด

1. ด้านโครงสร้างระบบตลาด ยังไม่มีระบบแน่นอน และขนาดใหญ่พอจะรองรับการส่งออก เพราะการผลิตกระจายทั่วไป ชากแก่การรวบรวมสินค้าให้ทันกับความต้องการของลูกค้าต่างประเทศ
2. ผลไม้สดของไทยยังไม่เป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะให้ทวีปยุโรป และอเมริกา
3. ปัญหาเรื่องกฎระเบียบที่เคร่งครัดของประเทศผู้นำเข้า
4. ผลไม้สดเกิดความเสียหายระหว่างการขนส่งได้ง่าย
5. คุณภาพของผลไม้ เป็นสิ่งที่ไม่แน่นอน อาจเกิดการเน่าเสียก่อนถึงประเทศปลายทางได้
6. ปัญหาพาหนะในการขนส่งผลไม้สดไม่เพียงพอ
7. ปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ส่งผลถึงการส่งออกผลไม้ของไทย เช่น ประเทศซาอุดีอาระเบีย กรณีเพชรซาอุ ทำให้เครื่องการบินไทยยกเลิกเที่ยวบินไปยังประเทศซาอุดีอาระเบียเป็นการชั่วคราว ทำให้การส่งออกผลไม้ของไทยไปยังซาอุดีอาระเบียต้องชะงักด้วย

### ภาวะการส่งออกผลไม้แปรรูปของไทย

ในขณะที่ผลไม้สดกำลังมีบทบาทด้านการส่งออกเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ อุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้เพื่อการส่งออกก็มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างมาก และในอัตราที่รวดเร็ว กล่าวคือ ในปี 2531 มีการส่งออกผลไม้แปรรูปไปสู่ตลาดต่างประเทศรวมกัน 487,899 ตัน มูลค่า 7,588 ล้านบาท ต่อมาปี 2536 ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นถึง 782,238 ตัน มูลค่า 14,034 ล้านบาท การค้าไม้ (ตารางที่ 10) ในปี 2531 ปริมาณการส่งออกผลไม้แปรรูปมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 90.69 ของ

ตารางที่ 10 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้และผลิตภัณฑ์ผลไม้ 2531-2536

ผลไม้และผลิตภัณฑ์ผลไม้	2531		2532		2533		2534		2535		2536	
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (พันบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (พันบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (พันบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (พันบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (พันบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (พันบาท)
ผลไม้สด	50,104	611,719	52,933 (5.34)	572,118 (-6.92)	76,129 (30.47)	870,480 (34.28)	49,982 (-52.31)	526,259 (-65.41)	74,689 (33.08)	1,166,505 (54.89)	88,678 (15.77)	1,439,121 (18.94)
ผลไม้อบแห้ง	40,715	333,152	19,677 (-106.92)	200,877 (-65.85)	30,256 (3.49)	264,481 (24.05)	17,684 (-71.09)	238,530 (-10.88)	20,169 (14.05)	260,074 (9.03)	16,094 (-20.20)	250,537 (-3.67)
ผลไม้แช่แข็ง	17,527	331,344	19,909 (11.96)	443,819 (25.34)	9,768 (-103.82)	299,205 (-200.02)	10,815 (96.81)	393,590 (23.98)	10,969 (1.40)	454,500 (13.40)	9,396 (-336.02)	378,476 (20.09)
ผลไม้บด	769	27,256	794 (3.15)	50,623 (46.16)	1,347 (41.05)	62,651 (19.20)	1,434 (6.07)	52,603 (-19.10)	1,667 (13.98)	66,205 (20.55)	2,778 (39.99)	107,174 (38.23)
ผลไม้ปรุงแต่ง												
ไม่บวกรักษาอายุ	15,101	574,344	17,329 (12.56)	674,178 (14.81)	17,674 (1.95)	698,288 (3.45)	17,414 (-1.49)	798,839 (11.48)	20,289 (14.17)	871,139 (9.45)	22,243 (8.78)	1,001,827 (13.04)
ผลไม้กระป๋อง	366,203	5,664,931	404,593 (9.46)	5,724,574 (1.04)	475,278 (4.87)	7,339,101 (21.99)	523,079 (9.14)	9,796,050 (25.08)	596,845 (12.38)	10,782,660 (9.16)	613,806 (2.76)	9,649,490 (-11.75)
น้ำผลไม้	47,484	657,218	83,305 (25.70)	1,323,216 (35.89)	26,799 (20.91)	1,793,261 (42.82)	89,669 (9.88)	2,301,738 (38.20)	100,906 (11.15)	2,547,386 (-12.91)	137,921 (26.84)	2,646,481 (3.74)
รวม	528,003	8,199,964	579,140 (7.10)	8,891,405 (5.65)	391,251 (48.02)	11,327,467 (23.27)	710,067 (44.90)	14,697,609 (22.93)	825,534 (16.26)	16,149,469 (0.88)	870,916 (5.50)	15,472,106 (-4.19)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บเป็นร้อยละของการเปลี่ยนแปลงจากปีก่อน  
ที่มา : กรมศุลกากร , 2536)

การส่งออกผลไม้สดและผลไม้แปรรูป ในปี 2536 ปริมาณการส่งออกผลไม้แปรรูปมีสัดส่วนลดลงเหลือร้อยละ 89.82 แต่ก็ยังคงเป็นปริมาณการส่งออกผลไม้แปรรูปที่สูง

ผลไม้แปรรูปส่งออกโดยส่วนใหญ่ ได้แก่ ผลไม้กระป๋อง น้ำผลไม้ ผลไม้บด ผลไม้อบแห้ง ผลไม้แช่แข็ง และผลไม้ปรุงแต่งไม่บรรจุกระป๋อง เป็นต้น น้าหนักความสำคัญของการส่งออกผลไม้แปรรูปในระยะ 5 ปีที่ผ่านมาขึ้นอยู่กับปริมาณการส่งออกผลไม้กระป๋องและน้ำผลไม้ โดยมีสัดส่วนการส่งออกในปี พ.ศ.2538 ร้อยละ 68.76 และร้อยละ 18.86 ตามลำดับ สำหรับมูลค่าการส่งออกผลไม้แปรรูปอื่น ๆ ที่มีมูลค่ารองลงมา ได้แก่ ผลไม้แปรรูปไม่บรรจุกระป๋อง (ร้อยละ 7.14) ผลไม้แช่แข็ง (ร้อยละ 2.68) ผลไม้อบแห้ง (ร้อยละ 1.79) และผลไม้บด (ร้อยละ 0.77) ตามลำดับ (ตารางที่ 11)

การส่งออกของผลไม้กระป๋องในปี 2536 มีมูลค่า 9,649.49 ล้านบาท สับปะรดกระป๋องได้สร้างรายได้เงินตราต่างประเทศเข้ามากที่สุดถึง 7,261.41 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 72.25 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้กระป๋องรวม และเท่ากับร้อยละ 51.74 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้แปรรูปทั้งหมด ผลไม้กระป๋องที่มีบทบาทรองจากสับปะรดกระป๋อง ได้แก่ ผลไม้สลดไส้อื่น ๆ 1,040.15 ล้านบาท ลำไยกระป๋อง 337.38 ล้านบาท ลิ้นจี่กระป๋อง 256.08 ล้านบาท เงาะสลดไส้สับปะรดกระป๋อง 113.98 ล้านบาท เงาะกระป๋อง 72.62 ล้านบาท และ มะม่วงกระป๋อง 39.83 ล้านบาท

การส่งออกน้ำผลไม้ในปีพ.ศ.2536 มีมูลค่าการส่งออก 2,646.48 ล้านบาท ซึ่งน้ำสับปะรดเป็นน้ำผลไม้ที่ทำรายได้ให้กับประเทศได้มากที่สุดคือ 1,448.72 ล้านบาท หรือร้อยละ 54.74 ของมูลค่าการส่งออกน้ำผลไม้ทั้งหมด รองลงมาได้แก่ น้ำผลไม้ผสม 60.47 ล้านบาท น้ำส้ม 20.49 ล้านบาท น้ำองุ่น 4,173 ล้านบาท น้ำแอปเปิ้ล 1.54 ล้านบาท และน้ำเกรฟฟรุต 0.73 ล้านบาท ตามลำดับ

การส่งออกผลไม้ปรุงแต่งไม่บรรจุกระป๋องในปี 2536 มีมูลค่า 1,001.83 ล้านบาท เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นับญาติโทษไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า โดยส่งออกผลไม้ปรุงแต่งใส่น้ำตาล ไม่บรรจุกระป๋องมูลค่า 437.70 ล้านบาทหรือร้อยละ 43.69 ไม่วากรรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งหากมีการนำไปใช้

**ตารางที่ 11** สัดส่วนการส่งออกผลไม้แปรรูปปี 2538

ชนิดของผลไม้แปรรูป	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ผลไม้กระป๋อง	9,649.49	68.76
น้ำผลไม้	2,646.48	18.86
ผลไม้แปรรูปไม่บรรจุกระป๋อง	1,001.83	7.14
ผลไม้แปรรูปอื่น ๆ	736.50	5.24
- ผลไม้แช่แข็ง	378.48	2.68
- ผลไม้อบแห้ง	250.54	1.79
- ผลไม้บด	107.48	0.77
<b>รวม</b>	<b>14,033.98</b>	<b>100.00</b>

ที่มา : (กรมศุลกากร, 2538)

ของมูลค่าการส่งออกผลไม้ปรุงแต่งไม่บรรจุกระป๋อง รองลงมาได้แก่ผลไม้ในสารละลายกัมมะถัน 26.80 ล้านบาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ตลาดส่งออกผลไม้แปรรูป

ในปีพ.ศ. 2538 ประเทศผู้นำเข้าผลไม้แปรรูปรายใหญ่ของไทยอยู่ที่ทวีปอเมริกา ซึ่งนำเข้าถึง 5,279.21 ล้านบาท หรือร้อยละ 34.12 ของปริมาณการส่งออกผลไม้แปรรูปทั้งหมดของไทย ทวีปอเมริกามีมูลค่าการนำเข้าผลไม้กระป๋องของไทยถึง 3,736.12 ล้านบาท รองลงมาได้แก่ นำผลไม้ ผลไม้ปรุงแต่ง ไม่บรรจุกระป๋อง ผลไม้แช่แข็ง ผลไม้อบแห้ง และผลไม้สด ตามลำดับ ตลาดสำคัญในทวีปนี้ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งมีมูลค่าการนำเข้าผลไม้แปรรูปจากประเทศไทยถึง 4,724.76 ล้านบาท หรือร้อยละ 89.50 ของปริมาณการนำเข้าผลไม้แปรรูปของไทยในทวีปนี้ หรือร้อยละ 30.53 ของประเทศผู้นำเข้าผลไม้แปรรูปทั้งหมด ผลไม้แปรรูปที่ประเทศสหรัฐอเมริกานิยมนำเข้าจากประเทศไทยนั้น ได้แก่ ผลไม้กระป๋อง มีมูลค่าการนำเข้าถึง 3,303.09 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นสับปะรดกระป๋อง รองลงมาคือน้ำผลไม้ มีมูลค่าการนำเข้า 923.57 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นน้ำสับปะรด สหรัฐอเมริกายังมีการนำเข้าผลไม้ปรุงแต่ง ไม่บรรจุกระป๋อง ผลไม้แช่แข็ง ผลไม้อบแห้ง และผลไม้สด ตามลำดับ (ตารางที่ 12)

สหภาพยุโรปมีมูลค่าการนำเข้าผลไม้แปรรูปจากประเทศไทย 3,717.96 ล้านบาท หรือร้อยละ 24.03 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้แปรรูปทั้งหมดของไทย ซึ่งเป็นตลาดที่มีมูลค่าการนำเข้าผลไม้แปรรูปของไทยเป็นที่สองรองจากทวีปอเมริกา ผลไม้แปรรูปที่มีมูลค่าการนำเข้าสูงที่สุดคือ ผลไม้กระป๋อง 2,864.59 ล้านบาท น้ำผลไม้ ผลไม้แช่แข็ง ผลไม้อบแห้งและผลไม้สด ตามลำดับ ตลาดที่สำคัญได้แก่ ประเทศเนเธอร์แลนด์และประเทศเยอรมันตะวันตก โดยประเทศเนเธอร์แลนด์มีมูลค่าการนำเข้าผลไม้แปรรูปจากไทย 1,126.14 ล้านบาท หรือร้อยละ 30.29 ของการนำเข้าของสหภาพยุโรป หรือร้อยละ 7.28 ของการส่งออกทั้งหมดของไทย ผลไม้แปรรูปหลักที่ประเทศเนเธอร์แลนด์นำเข้าจากไทยคือผลไม้กระป๋องมีมูลค่าการนำเข้า 822.22 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นสับปะรดกระป๋อง และมีมูลค่าการนำเข้าน้ำผลไม้ 252.91 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นน้ำสับปะรด ประเทศเนเธอร์แลนด์ยังมีการนำเข้าผลไม้ปรุงแต่งไม่บรรจุกระป๋อง ผลไม้แช่แข็ง ผลไม้อบแห้ง และผลไม้สด ตามลำดับ สำหรับประเทศเยอรมันตะวันตก มีมูลค่าการนำเข้าผลไม้แปรรูปจากประเทศไทย 972.15 ล้านบาท หรือร้อยละ 26.15 ของสหภาพยุโรป หรือร้อยละ 6.28 ของประเทศผู้นำเข้าทั้งหมด ประเทศเยอรมันตะวันตกมีมูลค่านำเข้าผลไม้กระป๋องไม่บรรจุกระป๋อง หางสน ออกจากหมักหมมเห็ดดองเนื้อเห็ด และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 12 ตลาดส่งออกผลไม้แปรรูปของไทยปี 2536 แยกตามารประเทศและชนิดของผลไม้แปรรูป

มูลค่า : ล้านบาท  
สัดส่วน : ร้อยละ

ตลาดส่งออก	ผลไม้อบแห้ง		ผลไม้แช่แข็ง		ผลไม้สด		ผลไม้แปรรูป ไม่บรรจุกระป๋อง		ผลไม้กระป๋อง		น้ำผลไม้		รวม ผลไม้แปรรูป	
	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน
<u>เอเชีย-แปซิฟิก</u>	159.87	62.81	132.75	25.07	68.93	64.32	213.99	21.36	1,837.76	19.04	917.23	34.66	3,330.53	21.52
- ญี่ปุ่น	3.18	1.27	126.42	33.40	37.77	35.24	68.62	6.85	957.81	9.93	77.95	2.94	1,271.75	8.22
- ชองกง	41.17	16.43	0.26	0.07	11.28	10.52	60.31	6.02	115.63	1.20	35.88	1.36	264.53	1.71
- สิงคโปร์	43.80	17.48	0.08	0.02	11.78	10.99	28.09	2.80	239.03	2.48	12.68	0.48	335.46	2.17
- เกาหลีใต้	25.74	10.27	-	-	-	-	4.03	0.40	155.15	1.61	38.92	1.47	183.84	1.19
- ไต้หวัน	0.71	0.28	2.69	0.71	5.47	5.10	49.48	4.94	235.87	2.44	758.67	28.67	1,052.89	6.80
- ลาว	1.83	0.73	-	-	1.07	1.00	-	-	1.04	0.01	6.31	0.24	10.25	0.07
- มาเลเซีย	42.57	16.99	-	-	1.56	1.46	3.46	0.34	135.10	1.40	1.08	0.04	183.77	1.19
<u>ตะวันออกกลาง</u>	44.12	17.61	1.46	0.38	4.49	4.19	14.52	1.45	141.93	1.47	74.39	2.81	280.91	1.81
- ซาอุดีอาระเบีย	6.30	2.51	1.41	0.37	-	-	-	-	91.20	0.95	17.25	0.65	116.26	0.75
- สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	30.15	12.03	0.05	0.01	3.21	2.99	0.14	0.01	14.13	0.15	5.30	0.20	52.98	0.34
- คูเวต	4.15	1.66	-	-	0.97	0.90	-	-	5.97	0.06	0.45	0.01	11.54	0.07
- เมฆานอน	#	#	-	-	#	#	-	-	24.17	0.25	7.17	0.27	31.35	0.20
- อียิปต์	0.30	0.12	-	-	-	-	14.38	1.44	1.70	0.02	43.86	1.66	59.99	0.39
- โอมาน	0.64	0.25	-	-	-	-	-	-	1.35	0.01	0.16	0.01	2.15	0.01
- บาเรน	2.54	1.01	-	-	0.31	0.29	-	-	2.71	0.03	1.20	0.04	6.76	0.04

ตารางที่ 12 (ต่อ)

มูลค่า : ล้านบาท  
สัดส่วน : ร้อยละ

ตลาดส่งออก	ผลไม้ทั้งหมด		ผลไม้แช่แข็ง		ผลไม้สด		ผลไม้แปรรูป ไม่บรรจุกระป๋อง		ผลไม้กระป๋อง		น้ำผลไม้		รวม ผลไม้แปรรูป	
	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน
	<b>ออสเตรเลีย-</b>													
<b>โอเชียเนีย-</b>														
โอเชียเนีย	5.22	2.09	46.80	12.36	2.27	2.12	61.10	6.10	175.32	1.82	23.90	0.90	315.33	2.04
- ออสเตรเลีย	5.08	2.02	43.37	11.46	2.23	2.08	50.24	5.01	114.06	1.18	21.59	0.81	236.57	1.53
- นิวซีแลนด์	0.14	0.06	3.43	0.90	0.04	0.04	10.86	1.08	61.20	0.63	2.31	0.09	77.98	0.51
<b>อเมริกา</b>	18.45	7.36	129.32	24.17	6.83	6.19	406.49	40.57	3,736.12	38.72	982.20	37.11	5,279.21	34.12
- สหรัฐฯ	17.02	6.79	110.53	29.20	5.06	4.73	365.49	36.48	3,303.09	34.23	923.57	34.90	4,724.76	30.53
- แคนาดา	1.43	0.57	18.79	4.96	1.57	1.46	41.00	4.09	433.03	4.49	58.63	2.21	554.45	3.58
<b>ประชาคมยุโรป</b>	12.45	4.97	68.64	18.14	3.58	3.34	267.65	26.72	2,864.59	29.69	501.05	18.93	3,717.96	24.03
- อังกฤษ	4.22	1.73	6.45	1.70	0.19	0.18	35.21	3.51	99.03	1.03	2.82	0.11	148.03	0.96
- ฝรั่งเศส	3.83	1.53	8.16	2.16	3.08	2.88	51.37	5.13	272.73	2.83	34.79	1.31	373.96	2.42
- อิตาลี	0.95	0.02	0.84	0.22	-	-	23.41	2.34	166.36	1.72	9.45	0.36	230.11	1.29
- สเปน	0.07	0.03	7.07	1.87	0.03	0.03	1.71	0.17	201.27	2.09	145.29	5.49	355.44	2.30
- เยอรมันตะวันตก	1.86	0.74	4.50	1.19	0.09	0.08	95.27	9.51	850.12	8.81	20.31	0.77	972.15	6.28
- เบลเยียม	0.08	0.03	9.34	2.47	*	*	16.15	1.61	59.85	0.62	27.28	1.03	112.70	0.73
- เนเธอร์แลนด์	1.56	0.62	12.05	3.18	0.16	0.15	37.24	3.72	822.22	8.52	252.91	9.36	1,126.14	7.28
- เดนมาร์ก	0.29	0.01	0.23	0.06	0.02	0.02	3.67	0.36	65.21	0.68	5.87	0.22	75.20	0.49
- ไอร์แลนด์	-	-	-	-	-	-	-	-	30.55	0.21	1.13	0.04	21.68	0.14

ตารางที่ 12 (ต่อ)

มูลค่า : ล้านบาท  
สัดส่วน : ร้อยละ

ผลาส่งออก	ผลไม้บดแห้ง		ผลไม้แช่แข็ง		ผลไม้บด		ผลไม้แปรรูป ไม้นรจุกะปอง		ผลไม้กระป๋อง		น้ำผลไม้		รวม ผลไม้แปรรูป	
	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน
- กะทิ	*	*	-	-	-	-	2.25	0.25	17.77	0.18	1.92	0.07	22.19	0.14
- โปปคอปส์	-	-	-	-	-	-	7.20	0.72	63.22	0.65	-	-	70.42	0.45
อื่นๆ	0.93	0.37	2.05	1.54	0.29	0.27	27.92	2.79	204.78	2.12	6.28	0.24	241.55	1.56
- ไซส์เนลล์	-	-	-	-	-	-	-	-	2.11	0.02	-	-	2.11	0.01
- นอร์เว	0.21	0.08	-	-	*	*	4.65	0.46	63.13	0.65	0.18	0.01	68.17	0.44
- สวีเดน	0.32	0.13	2.05	1.54	0.29	0.27	21.39	2.13	101.97	1.06	1.04	0.04	-	-
- สวีตเนลล์	0.40	0.16	*	*	-	-	1.88	0.19	27.83	0.29	3.36	0.13	33.47	0.22
- อีซีปด์	-	-	-	-	-	-	-	-	18.73	0.19	1.70	0.06	20.43	0.13
ประเภทอื่น ๆ	10.66	4.25	1.11	0.84	20.96	19.56	267.80	26.73	723.95	7.50	141.43	5.34	1,169.91	7.53
รวม	350.64	100.00	376.48	100.00	107.17	100.00	1,001.83	100.00	9,649.49	100.00	2,846.48	100.00	15,473.11	100.00

ที่มา : (กรมศุลกากร , 2536)

850.12 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นสับปะรดกระป๋อง มีมูลค่าการนำเข้าผลไม้ปรุงแต่งไม่บรรจุกระป๋อง 95.27 ล้านบาท ซึ่งได้แก่ผลไม้ปรุงแต่งโดยใช้น้ำตาล ประเทศเยอรมันตะวันตกยังมีการนำเข้า น้ำผลไม้ ผลไม้แช่แข็ง ผลไม้อบแห้ง และผลไม้บด ตามลำดับ (ตารางที่ 12)

เอเชีย-แปซิฟิก มีมูลค่าการนำเข้าผลไม้แปรรูปจากประเทศไทย 3,330.53 ล้านบาท หรือร้อยละ 21.52 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของไทย ซึ่งมีมูลค่าการนำเข้าผลไม้แปรรูปจากประเทศไทยมากเป็นที่สามรองจากสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป สินค้าที่มีมูลค่าการนำเข้ามากของทวีปนี้ ได้แก่ ผลไม้กระป๋อง 1,837.76 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นสับปะรดกระป๋อง รองลงมาได้แก่ น้ำผลไม้ ผลไม้ปรุงแต่งไม่บรรจุกระป๋อง ผลไม้อบแห้ง ผลไม้แช่แข็ง และผลไม้บด ตามลำดับ ตลาดที่สำคัญของเอเชีย-แปซิฟิก ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่นและประเทศไต้หวัน ประเทศญี่ปุ่นมีมูลค่าการนำเข้าผลไม้แปรรูปจากประเทศไทย 1,271.75 ล้านบาท หรือร้อยละ 38.18 ของการนำเข้าของเอเชีย-แปซิฟิก หรือร้อยละ 8.22 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของไทย ผลไม้แปรรูปหลักที่ประเทศญี่ปุ่นนำเข้าจากไทยได้แก่ ผลไม้กระป๋อง มีมูลค่าการนำเข้า 957.81 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นสับปะรดกระป๋อง มีมูลค่าการนำเข้าผลไม้แช่แข็ง 126.42 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นมะม่วงแช่แข็ง มูลค่าการนำเข้ารองลงมาได้แก่ น้ำผลไม้ 77.95 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นน้ำสับปะรด ไม่บรรจุกระป๋อง 68.62 ล้านบาท ผลไม้บดและผลไม้อบแห้งตามลำดับ สำหรับประเทศไต้หวัน มีมูลค่าการนำเข้าผลไม้แปรรูปจากไทย 1,052.89 ล้านบาทหรือร้อยละ 31.61 ของเอเชีย-แปซิฟิก หรือร้อยละ 6.80 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้แปรรูปทั้งหมดของไทย ผลไม้แปรรูปหลักที่ประเทศไต้หวันนำเข้าจากไทยได้แก่ น้ำผลไม้ 758.67 ล้านบาท รองลงมาได้แก่ ผลไม้กระป๋อง 235.87 ล้านบาท ผลไม้ปรุงแต่งไม่บรรจุกระป๋อง ผลไม้บด ผลไม้แช่แข็ง และผลไม้อบแห้ง ตามลำดับ (ตารางที่ 12)

ตลาดอื่น ๆ ที่มีการนำเข้าผลไม้แปรรูปของไทยได้แก่ ทวีปออสเตรเลีย-โอเชียเนีย มีมูลค่าการนำเข้าผลไม้แปรรูปจากไทย 315.55 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.04 สินค้าที่มีมูลค่าการนำเข้ามากได้แก่ ผลไม้กระป๋อง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสับปะรดกระป๋อง รองลงมา ได้แก่ ผลไม้ปรุงแต่งไม่บรรจุกระป๋อง ผลไม้แช่แข็ง น้ำผลไม้ ผลไม้อบแห้ง และผลไม้บด ตามลำดับ ตลาดที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ในการค้า  
สำคัญในทวีปนี้ ได้แก่ ประเทศออสเตรเลีย มีมูลค่าการนำเข้าผลไม้แปรรูปจากไทย 236.57 ล้าน  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งหากมีการนำไป

บาท หรือร้อยละ 74.97 ของทวีป ตลาดตะวันออกกลาง มีมูลค่าการนำเข้าผลไม้แปรรูปของไทย 280.91 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.81 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้แปรรูปทั้งหมด ผลไม้แปรรูปที่มีมูลค่าการส่งออกไปยังตะวันออกกลางสูง ได้แก่ ผลไม้กระป๋อง 141.93 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสับปะรดกระป๋อง รองลงมา ได้แก่ น้ำผลไม้ ผลไม้อบแห้ง ผลไม้ปรุงแต่งไม่บรรจุกระป๋อง ผลไม้บด และผลไม้แช่แข็ง ตามลำดับ ตลาดยุโรปอื่น ๆ มีมูลค่าการนำเข้าผลไม้แปรรูปของไทย 241.55 ล้านบาท หรือ 1.56 ล้านบาท ผลไม้แปรรูปที่มีมูลค่าการส่งออกไปยังยุโรปอื่น ๆ สูง ได้แก่ ผลไม้กระป๋อง 204.78 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสับปะรดกระป๋อง ผลไม้ปรุงแต่งไม่บรรจุกระป๋อง น้ำผลไม้ ผลไม้แช่แข็ง ผลไม้อบแห้งและผลไม้บด ตามลำดับ สำหรับตลาดอื่น ๆ มีมูลค่าการนำเข้าผลไม้แปรรูปของไทย 1,165.91 ล้านบาท หรือ 7.53 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้แปรรูปทั้งหมดของไทย ผลไม้แปรรูปที่มีมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดอื่น ๆ สูง ได้แก่ ผลไม้กระป๋อง 723.95 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสับปะรดกระป๋อง รองลงมา ได้แก่ ผลไม้ปรุงแต่งไม่บรรจุกระป๋อง น้ำผลไม้ ผลไม้บด ผลไม้อบแห้ง และผลไม้แช่แข็ง ตามลำดับ (ตารางที่ 12)

### การแข่งขัน

ปัจจุบันผู้ส่งออกผลไม้แปรรูปของไทย ต้องแข่งขันกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ สับปะรดกระป๋อง น้ำสับปะรดและน้ำผลไม้อื่น ๆ ต้องแข่งขันกับกลุ่มประเทศละตินอเมริกา ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และเวียดนาม ส่วนสับปะรดแช่แข็ง ผลไม้อบแห้งและแช่แข็ง ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ ฟิลิปปินส์

### ปัญหาการตลาดผลไม้แปรรูป

1. ปัญหาด้านราคาจำหน่าย เนื่องจากต้นทุนการผลิตผลไม้แปรรูปผันแปรตามราคาวัตถุดิบ คือ ผลไม้สด และเนื่องจากองค์ประกอบของต้นทุนการผลิตกว่าร้อยละ 60 เป็นค่าวัตถุดิบ เมื่อราคาวัตถุดิบสูงขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ที่มีคำสั่งซื้ออยู่ก่อนแล้ว ไม่สามารถปรับราคาขายได้ หรือในลักษณะที่ผู้ซื้อต่างประเทศได้ทำสัญญาซื้อขายในระยะยาว (Long Term Contract) จะยิ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้มากยิ่งขึ้น

ไม่वारณใดๆ ทงสน อักทงทามมเหตคคแปลลงเนอหา และตองอึ่งองถงเจาของเอกสารทุกคร้งที่มการนำไปใช้

2. ปัญหาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานของรัฐไม่เพียงพอ และขาดประสิทธิภาพ ผู้ส่งออกมักประสบปัญหาในด้านการติดต่อในเรื่องของเรือบรรทุกสินค้า และการขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ รวมทั้งขาดอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการขนถ่ายสินค้า โดยเฉพาะในปัจจุบันการส่งออกสินค้าของไทยขยายตัวสูงมาก ทำให้ความต้องการเรือบรรทุกสินค้า ตู้คอนเทนเนอร์เพิ่มขึ้นอย่างมาก ขณะเดียวกัน วิกฤตสำหรับพักสินค้าใกล้ท่าเรือก็มีไม่เพียงพอและมีการขึ้นราคา ส่งผลให้ต้นทุนด้านการตลาดต้องเพิ่มสูงขึ้นด้วย

3. ตลาดต่างประเทศยังรู้จักผลไม้แปรรูปของไทยน้อย เนื่องจากผลไม้ของไทยเป็นผลไม้เมืองร้อน (Tropical Fruits) จึงเป็นที่รู้จักในหมู่ชนชาวเอเชียเป็นส่วนใหญ่ ชาวยุโรปและอเมริกาไม่ค่อยรู้จักผลไม้ของไทยมากนัก

4. ปัญหาระบบภาษีอากร เนื่องจากระบบภาษีอากรของไทย มีความซ้ำซ้อนกันมาก ทำให้มีผลต่อการเพิ่มต้นทุนด้านการตลาด ของผู้ประกอบการแปรรูปผลไม้ เพื่อการส่งออกเป็นอย่างมาก นอกจากนี้อัตราภาษีการค้า ภาษีเทศบาล และอากรขาเข้าก็สูงมากด้วย ทำให้เป็นอุปสรรคในการแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ในตลาดโลกเป็นอย่างมาก นอกจากนั้นแล้วยังเกิดความล่าช้าในการคืนเงินมัดจำภาษีแผ่นเหล็กขุบสังกะสี เพื่อทำกระป๋องบรรจุผลไม้แปรรูปเป็นอย่างมากด้วย

5. ปัญหาด้านการแข่งขันในตลาดโลกมีค่อนข้างสูง ทำให้อุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ของไทยต้องเผชิญกับปัญหาด้านราคาอย่างรุนแรงบ่อยครั้ง เช่น ตลาดสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดใหญ่และสำคัญในการส่งออกผลไม้ของไทยที่สุดของไทยมีคู่แข่งที่สำคัญ เช่น ฟิลิปปินส์ สเปน และกลุ่มประเทศอเมริกากลาง เช่น เอกวาดอร์ และเม็กซิโก เป็นต้น ในตลาดยุโรปเช่น สเปน เนเธอร์แลนด์ อิตาลี และเบลเยียม สำหรับตลาดเอเชีย แม้เป็นตลาดขนาดเล็กของอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ของไทย แต่ญี่ปุ่นก็เป็นตลาดหลักสำคัญ ซึ่งต้องเผชิญปัญหาการแข่งขันกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ไต้หวัน และฟิลิปปินส์

6. ปัญหาข้อจำกัดด้านการกีดกันทางการค้า ปัจจุบันประเทศต่าง ๆ มีมาตรการกีดกันทางการค้า (Protectionism) ออกมาอยู่เรื่อย ๆ ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการส่งออกผลไม้แปรรูปของไทยเป็นอย่างมาก เช่น การส่งออกสับปะรดกระป๋องไปยังตลาดประชาคมยุโรปของไทย

ถูกจำกัดด้วยโควตานำเข้าของประเทศต่าง ๆ ในยุโรป และต้องเสียภาษีนำเข้าที่สูงกว่าการที่ยุโรปนำเข้าจากประเทศอื่น ๆ ในยุโรปเองด้วยในกรณีของตลาดสหรัฐอเมริกา ก็เผชิญกับปัญหา

### บทที่ 3

## สภาพทั่วไปและการตลาดผลไม้ของสาธารณรัฐเกาหลี

### สภาพทั่วไปของสาธารณรัฐเกาหลี

พื้นที่ของคาบสมุทรเกาหลี เริ่มจากขอบทวีปเอเชียด้านตะวันออกเฉียงเหนือ ขึ้นยาวลงไปทางทิศใต้ สาธารณรัฐเกาหลีมีเนื้อที่ประมาณ 99,200 ตารางกิโลเมตร พื้นที่ของประเทศ เป็นภูเขาถึงร้อยละ 70 มีประชากรประมาณ 43.6 ล้านคน ประชากรสืบเชื้อสายเผ่าพันธุ์มาจากสายพันธุ์หนึ่งของมองโกล ยังคงอนุรักษ์ภาษา วัฒนธรรมและประเพณีอันเด่นชัดไว้ได้จนถึงปัจจุบัน สังคมชาวเกาหลีเป็นสังคมที่ยึดติดกับสถาบันครอบครัวมาโดยตลอด และถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีการเปลี่ยนแปลงไปบ้างก็ตาม รูปแบบพื้นฐานและวิถีชีวิตของครอบครัวชาวเกาหลียังคงดำรงอยู่เหมือนเช่นในอดีต ลักษณะประจำชาติของชาวเกาหลีคือเป็นคนที่มีไมตรีจิต จริงใจไม่เสแสร้ง

ประชากรที่อยู่ในวัยทำงานมีอายุ 15 ปีขึ้นไป แรงงานเหล่านี้ได้เพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ คือในปี พ.ศ. 2518 มีแรงงานจำนวน 20.9 ล้านคน เพิ่มขึ้นเป็น 29.6 ล้านคนในปี พ.ศ. 2532 ปัจจุบันแรงงานที่มีความถนัดเฉพาะอย่างกำลังเป็นที่ต้องการอย่างมาก แรงงานเหล่านี้ส่วนใหญ่ทำงานในเมืองใหญ่ของประเทศ คือ กรุงโซล และเมืองปูซาน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 34 ของแรงงานทั้งหมด และคาดว่าในปี พ.ศ. 2543 จะมีแรงงานเข้ามาทำงานในกรุงโซลและเมืองปูซานถึงร้อยละ 43 ของแรงงานทั้งหมด ปัจจุบันรัฐบาลได้นโยบายแก้ปัญหาการเข้ามาทำงานในกรุงโซล และเมืองปูซานของแรงงานโดยพยายามให้มีการขยายตัวของธุรกิจต่าง ๆ ไปตามจังหวัดต่าง ๆ ของประเทศ

อายุโดยเฉลี่ยของชาวเกาหลีประมาณ 71.3 ปี ปัจจุบันชาวเกาหลีมีคุณภาพชีวิตดีขึ้น ดังจะเห็นได้จาก ประชากรที่อยู่ในวัยทำงานมีจำนวน 32 ล้านคน อัตราการว่างงานร้อยละ 2.4 ซึ่งเป็นอัตราที่ลดลงจากอดีต ปัจจุบันมีโรงงานในประเทศถึง 72,213 โรงงานมีมูลค่าการส่งออก

76.63 ล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งสินค้าส่งออกส่วนมากเป็นสินค้าอุตสาหกรรม ปัจจุบันผู้มีการศึกษามี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า จำนวนถึง 2 ล้านคน ซึ่งมีสถาบันที่ให้การศึกษารวมถึง 626 สถาบัน ผู้ที่ได้รับการให้บริการไม่วางกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โทรทัศน์มีจำนวน 15.6 ล้านคน คิดเป็นอัตราส่วน 357.1 คนต่อประชากร 1,000 คน และในปัจจุบันประชาชนชาวเกาหลีมีรถยนต์ส่วนตัวถึง 5.54 ล้านคัน สาธารณรัฐเกาหลีใช้เงินสกุลวอน (Won)

สาธารณรัฐเกาหลี แบ่งการปกครองออกเป็น 5 นครใหญ่ และ 9 จังหวัด คือ นครหลวงโซล ซึ่งเป็นศูนย์กลางทางการเมืองและเศรษฐกิจ เมืองปูซาน เป็นตลาดที่สำคัญของอาหารและผลิตภัณฑ์ยาง เมืองแทกู เมืองอินช็อน เมืองกวางจู จังหวัดคังวอน (Kangwon) จังหวัดเคียงกี (Kyonggi) จังหวัดชุงชองเหนือ (Northen Ch'ungchong) จังหวัดชุงชองใต้ (Southen Ch'ungchong) จังหวัดเคียงซังเหนือ (Northen Kyongsang) จังหวัดเคียงซังใต้ (Southen Kyongsang) จังหวัดชอลลาเหนือ (Northen Cholla) จังหวัดชอลลาใต้ (Southen Cholla) และจังหวัดเชจู (Cheju) มีท่าอากาศยานระหว่างประเทศ 3 แห่ง คือ ที่กรุงโซล (ท่าอากาศยานคิมโป) ซึ่งมีสายการบินระหว่างประเทศ 19 สายการบิน (รวมการบินไทยด้วย) และสายการบินภายในประเทศซึ่งบินระหว่างเมืองที่สำคัญ ๆ ภายในประเทศ ปัจจุบันให้บริการบินระหว่างเมืองต่าง ๆ ถึง 26 เมืองทุก ๆ วัน นครปูซานทางตอนใต้ (ท่าอากาศยานคิมแฮ) เมืองเชจูเกาะทางตอนใต้ ท่าเรือที่สำคัญได้แก่ นครปูซาน อยู่ทางตอนใต้ห่างจากของกรุงโซลประมาณ 429 กิโลเมตร และเมืองอินช็อน อยู่ทางตะวันตกของกรุงโซล 30 กิโลเมตร สินค้านำเข้าและส่งออกส่วนใหญ่ของสาธารณรัฐเกาหลีใช้การขนส่งทางเรือ

ด้านสภาพอากาศ สาธารณรัฐเกาหลีจัดอยู่ในเขตหนาว มี 4 ฤดู ได้แก่ ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคมถึงกุมภาพันธ์ ฤดูใบไม้ผลิ เดือนมีนาคมถึงพฤษภาคม ฤดูร้อนเดือนมิถุนายนถึงสิงหาคม และฤดูใบไม้ร่วง เดือนกันยายนถึงพฤศจิกายน ฝนเริ่มตกในเดือนมิถุนายน และสิ้นสุดในเดือนสิงหาคม ในฤดูหนาวอากาศจะเปลี่ยนแปลงสลับกันอยู่เสมอคือ หนาวประมาณ 3 วัน ติดต่อกัน แล้วจะเริ่มอบอุ่นขึ้นอีก 4-5 วัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### สภาพเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศ

เศรษฐกิจของสาธารณรัฐเกาหลีในปีพ.ศ. 2537 มีอัตราการเจริญเติบโตสูงชันมาก ถึงร้อยละ 8 ซึ่งมากกว่าเป้าหมายที่รัฐบาลกำหนดไว้คือ ร้อยละ 6-7 โดยพิจารณาจาก อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูงกว่าที่ตั้งเป้าหมายไว้ และต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าต้นทุนที่ตั้งไว้ สินค้าอุตสาหกรรมมีอัตราการเจริญเติบโตสูงมาก แต่สินค้าเกษตร ป่าไม้ และประมงนั้นอัตราการเจริญเติบโตลดลง เนื่องจากสภาพอากาศที่ไม่แน่นอนและความไม่มีเสถียรภาพของราคาผลผลิตเกษตร สำหรับค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคสินค้าเกษตรของชาวเกาหลีนั้นเท่ากับเมื่อปีที่แล้วคือประมาณร้อยละ 5.7 ส่วนราคาขายปลีกคาดว่าจะเพิ่มจากร้อยละ 5.7 เมื่อปีพ.ศ.2536 เป็นร้อยละ 5.8 ในปีพ.ศ.2537 ซึ่งต่ำกว่าเป้าหมายที่รัฐบาลตั้งไว้คือร้อยละ 6 ในขณะที่ราคาขายส่งประมาณร้อยละ 3.3 (Jeon Mi-Sung , 1994) อย่างไรก็ตามคาดว่าในปีหน้าราคาสินค้าจะเพิ่มขึ้น

### นโยบายเศรษฐกิจและการค้า

ปัจจุบันสภาพทางเศรษฐกิจของสาธารณรัฐเกาหลีมีความมั่นคง เพราะช่วงที่ผ่านมาได้ดำเนินนโยบายเศรษฐกิจ และการค้าที่เหมาะสมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจด้วยการนำปัจจัยทรัพยากรมนุษย์มาผสมผสานกับปัจจัยอื่น ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ แก้ปัญหาทางเศรษฐกิจหลายประการ สำเร็จ อาทิ สามารถควบคุมอัตราเงินเฟ้อให้อยู่ในระดับต่ำ อัตราความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับสูง และลดหนี้สินต่างประเทศให้น้อยลงได้ ทั้งนี้ นโยบายสำคัญ ๆ ที่ได้ดำเนินการนั้น มีดังนี้

1. มุ่งส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรม มากกว่าพัฒนาด้านเกษตรกรรม เพื่อจะได้ก่อให้เกิดการจ้างงานมากขึ้น
2. ส่งเสริมการส่งออกสินค้าที่ผลิตเอง โดยเร่งรัดและกระจายตลาดส่งออก ในขณะเดียวกันก็ส่งเสริมอุตสาหกรรมทดแทนการนำเข้าไม่ว่าจะเป็นสินค้าประเภททุนต่อเนื้อเอง หรือ

#### สินค้าอุปโภคบริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

3. ส่งเสริมอุตสาหกรรมเบา อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม พร้อมทั้ง

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่ต่อสาธารณะ และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สนับสนุนให้พัฒนาและใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิต

4. ส่งเสริมการค้าเสรี และเปิดตลาดนำเข้าให้เสรีมากขึ้น เพื่อลดแรงกดดันจากต่างประเทศ โดยผ่อนปรนให้ทยอยเปิดตลาดนำเข้าเสรีระหว่างปี พ.ศ. 2532-2537 มีรายการสินค้าที่ได้รับการยกเลิกข้อจำกัดจำนวน 408 รายการ

5. รักษาระดับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่สูง และเสถียรภาพด้านราคาพร้อมทั้งการกระจายรายได้ของประชาชนให้ดีขึ้น โดยควบคุมสภาพคล่องทางการเงิน เปลี่ยนแนวทางที่เคยส่งเสริมอุตสาหกรรมหนัก และอุตสาหกรรมเคมี มาเป็นให้ความสำคัญแก่อุตสาหกรรมเบา และอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม การเลิกควบคุมราคาสินค้าบางชนิดและส่งเสริมให้มีการแข่งขันโดยเปิดให้มีการนำเข้าเสรีมากขึ้น และการดำเนินงานด้านงบประมาณอย่างรอบคอบ

#### ปัญหาและการคาดการณ์ภาวะเศรษฐกิจระยะยาว

หลังจากที่สาธารณรัฐเกาหลีได้รับความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจตลอดระยะเวลา 20 ปีที่ผ่านมา ประเทศก็เริ่มก้าวเข้าสู่ปัญหาต่าง ๆ เช่น การเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมัน และความวุ่นวายทางการเมืองและสังคม อันเนื่องมาจากการสังหารประธานาธิบดี ปัก จุง ฮี ในปี พ.ศ. 2522 ด้วยเหตุนี้ในปี พ.ศ. 2523 จึงเป็นปีที่อัตราความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจคิดเป็นร้อยละ -5.2 และครรช้นการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 39 นักเศรษฐศาสตร์ได้กล่าวถึงสาเหตุของการถดถอยทางเศรษฐกิจว่าเป็นผลเนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมัน การจลาจลวุ่นวายทางการเมือง ราคาพืชผลตกต่ำ และยังได้วิเคราะห์ถึงสาเหตุพื้นฐานอีกหลายประการที่รัฐบาลไม่สามารถปรับแต่งกลยุทธการพัฒนาให้เข้ากับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป จึงส่งผลให้เกิดปัญหาตามมามากมาย สาเหตุพื้นฐานเหล่านี้ ได้แก่

1. ภาวะเงินเฟ้ออย่างรุนแรง เนื่องจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจระยะก่อนหน้านี้นั้นขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้ปริมาณเงินเพิ่มจำนวนมากขึ้น และส่งผลให้เกิดภาวะเงินเฟ้อ ในทางกลับกันภาวะเงินเฟ้อที่มีความสามารถในการออมทรัพย์ของประชาชนลดลง และสินค้าส่งออกไม่สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ดั้งเดิม ดังนั้น การขาดดุลการชำระเงินจึงเพิ่มขึ้นมากมาย

2. การไร้ประสิทธิภาพกระจายไปทั่วระบบเศรษฐกิจ สาธารณรัฐเกาหลีแม้ว่าเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งวันเวลาให้กับการเงินเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญตเห็นใช้ใช้ประโยชน์ด้านการค้าประเทศจะได้รับความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจได้อย่างรวดเร็ว แต่ก็ เป็นผลเนื่องมาจาก

การแทรกแซงของรัฐบาลต่อการลงทุนและการปกป้องการนำเข้า รวมทั้งการผูกขาดในกิจการปรับตัวให้เข้ากับกลไกของตลาดได้

3. ความเหลื่อมล้ำในด้านรายได้ระหว่างชนชั้นและต่างภูมิภาค แม้ว่าอัตราความยากจนจะลดลงอย่างมากก็ตาม แต่การกระจายรายได้ระหว่างคนเมืองใหญ่กับเมืองเล็กและชนบทต่างกันมากขึ้น คนยากจนไม่ได้รับการตอบสนองความต้องการพื้นฐานอย่างเพียงพอ

ภาวะเศรษฐกิจชะงักงันของสาธารณรัฐเกาหลี (จนถึงปี พ.ศ. 2543) มีผู้ทางแจ่มใส (ตารางที่ 13) แม้ว่าสถานการณ์ในปัจจุบันจะไม่ค่อยดีนักก็ตาม สาเหตุแห่งการมองภาพในอนาคตในแง่ดีนั้น มองจากองค์ประกอบด้านอุปทานจะเห็นว่า

1. ประชากรในวัยทำงานเพิ่มมากขึ้นมากกว่าประชากรรวม ทำให้ลดจำนวนคนที่ต้องได้รับการเลี้ยงดูลง ในขณะที่เด็วยังจะทำให้อายุขัยยืนยาวขึ้น
2. ระดับการศึกษาของผู้ใช้แรงงานสูง เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่กำลังพัฒนาอื่น ๆ และยังมีโครงการพัฒนาแรงงานอีกมาก
3. อุตสาหกรรมหนักซึ่งเริ่มพัฒนาตั้งแต่ทศวรรษที่ 70 แห่งคริสต์ศักราชจะมีความเข้มแข็งยิ่งขึ้น และจะก่อให้เกิดการขยายตัวในภาคอุตสาหกรรมมากยิ่งขึ้น
4. การรณรงค์การประหยัดการใช้พลังงาน และส่งเสริมให้มีการใช้ถ่านหินทดแทนน้ำมันจะทำให้ราคาน้ำมันที่จำเป็นต้องใช้ไม่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

องค์ประกอบด้านอุปสงค์นั้นจะเห็นได้ว่า

1. แม้ว่าการเคลื่อนย้ายของผลิตภัณฑ์สินค้ามีมากขึ้น และอัตราความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจของประเทศอุตสาหกรรมทั้งหลายตกต่ำ ซึ่งจะไม่ส่งผลให้เกิดการเพิ่มจำนวนสินค้าออกสู่ตลาดโลกได้มากนักก็ตาม แต่ส่วนแบ่งของตลาดโลกของสินค้าเกาหลียังมีจำนวนน้อย และยังสามารถขยายส่วนแบ่งนี้ต่อไปอีกได้มาก
2. สาธารณรัฐเกาหลีพยายามเพิ่มชนิดของผลผลิตและแสวงหาตลาดใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นเพื่อลดปัญหาการกีดกันสินค้า
3. พยายามสร้างตลาดภายในให้มีขนาดใหญ่ขึ้น เพื่อให้สามารถรองรับผลผลิตที่

เพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะในสามที่เศรษฐกิจของโลกซบเซา ซึ่งจะเน้นสินค้าอุปโภคบริโภค ที่อยู่อาศัย เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นับว่าตีพิมพ์ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า สหภาพอนามัย การศึกษาและการขนส่ง สิ่งเหล่านี้จะก่อให้เกิดความสัมฤทธิ์ในด้านเศรษฐกิจและไม่จำกัดใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งหากมีการนำไปใช้

ตารางที่ 13 การคาดคะเนภาวะเศรษฐกิจของสาธารณรัฐเกาหลีในปี พ.ศ.2543

	2528	2534	2543
<b>ขนาดของเศรษฐกิจ</b>			
จำนวนประชากร (ล้านคน)	41.2	44.7	49.4
ผลิตภัณฑ์มวลรวม (100 ล้านเหรียญสหรัฐ)	863.0	1,327.0	2,521.0
รายได้ต่อหัว (เหรียญสหรัฐ)	2,094.0	3,071.0	5,103.0
<b>โครงสร้างอุตสาหกรรม</b>			
เกษตร ป่าไม้ ประมง (ร้อยละ)	14.6	11.4	8.3
แร่ธาตุ และการอุตสาหกรรม (ร้อยละ)	34.0	38.3	41.7
บริการและอื่น ๆ (ร้อยละ)	51.4	50.3	50.0
<b>การค้าต่างประเทศ</b>			
มูลค่าสินค้าออก (100 ล้านเหรียญสหรัฐ)	305.0	712.0	2,309.0
มูลค่าสินค้าเข้า (100 ล้านเหรียญสหรัฐ)	308.0	700.0	2,240.0
หนี้ต่างประเทศสุทธิ (100 ล้านเหรียญสหรัฐ)	326.0	297.0	-169.0

ที่มา : (กรมการค้าต่างประเทศ , 2534)

ยังผลให้เกิดความเสมอภาคทางสังคมอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การค้าระหว่างประเทศของสาธารณรัฐเกาหลี

ในการพัฒนาเศรษฐกิจสาธารณรัฐเกาหลีได้ยึดถือตลอดมาว่า การค้าต่างประเทศ เป็นตัวจักรสำคัญในการผลักดันให้มีความเจริญทางเศรษฐกิจ ซึ่งพิจารณาขนาดของตลาดภายในประเทศแล้ว เป็นความจริงที่ว่าเป็นตลาดที่มีขนาดค่อนข้างเล็ก การที่จะผลิตสินค้าในอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งให้มีขนาดที่มีประสิทธิภาพที่สุดแล้ว ตลาดภายในประเทศไม่สามารถที่จะรองรับไว้ได้ จำเป็นที่จะต้องอาศัยตลาดต่างประเทศเป็นที่รองรับ และโดยทางสภาพภูมิศาสตร์แล้ว สาธารณรัฐเกาหลีมีพื้นที่ทางการเกษตรน้อยมาก ทรัพยากรธรรมชาติอื่น ๆ ที่จะนำมาป้อนอุตสาหกรรมก็แทบจะกล่าวได้ว่าไม่มีเลย ดังนั้นทางเลือกของสาธารณรัฐเกาหลีที่จะพัฒนาเศรษฐกิจให้เจริญรุ่งเรืองก็คือ การมุ่งพัฒนาอุตสาหกรรมทุก ๆ แขนง โดยใช้การค้าต่างประเทศเป็นเครื่องมือสนับสนุน กล่าวคือ นำเข้าวัตถุดิบมาเพื่อแปรสภาพในอุตสาหกรรมการผลิตอย่างขนานใหญ่ เป็นสินค้าสำเร็จรูป หรือกึ่งสำเร็จรูป และใช้ช่องทางการส่งออกกระบายสินค้าเหล่านั้นออกไปยังตลาดต่างประเทศ การดำเนินนโยบายทางเศรษฐกิจดังกล่าวนี้ว่าเป็นทางเลือกที่ถูกต้อง แม้ว่าสิ่งต่อผลกระทบจากภายนอกมากก็ตาม แต่ก็สามารถสร้างงานทั้งทางด้านการผลิตและบริการที่เกี่ยวเนื่องให้แก่ประชาชนได้อย่างเต็มที่ จนกลายเป็นประเทศกำลังพัฒนาที่มีรายได้สูงและเป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ในขณะนี้

โครงสร้างการค้าต่างประเทศของสาธารณรัฐเกาหลี เป็นไปตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศตั้งแต่ต้น คือ เน้นหนักการพัฒนาอุตสาหกรรมมากกว่าการพัฒนาด้านเกษตรกรรม และภายใต้เงื่อนไขที่มีทรัพยากรธรรมชาติภายในประเทศน้อยมาก ดังนั้นโครงสร้างสินค้าส่งออกจึงเป็นสินค้าอุตสาหกรรมเกือบทั้งสิ้น และด้านการนำเข้าก็เป็นสินค้าวัตถุดิบและสินค้าทุนเป็นส่วนใหญ่ ดังจะเห็นได้จากโครงสร้างการส่งออกและนำเข้าสินค้าของสาธารณรัฐเกาหลีในรอบปี พ.ศ. 2534 คือ สินค้าส่งออกที่มีมูลค่าสูงที่สุด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกสูงถึง 3,174 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ และมาเลเซีย ตามลำดับ ส่วนสินค้าที่มีมูลค่าการนำเข้าสูงที่สุด ได้แก่ น้ำมันเชื้อเพลิงที่กลั่นจากถ่านหินและน้ำมันดิบ มีมูลค่าการนำเข้าถึง 7,269 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าประเทศผู้นำเข้ารายใหญ่ ได้แก่ ซาอุดีอาระเบีย โอมาน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และ อิหร่าน ไม่สามารถเผยแพร่ให้คนอื่นได้ หากมีเหตุขัดแย้งให้แจ้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคชาวเกาหลี

ปัจจุบันผู้บริโภคชาวเกาหลีมีความต้องการอาหารและเครื่องคัมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นนั่นเอง การนำเข้าสินค้าประเภทอาหารและเครื่องคัมก็มีปริมาณเพิ่มขึ้นด้วย เนื่องมาจากการตกลงทางการค้าในการเจรจาอุปถัมภ์ซึ่งมีผลต่อ อาหารและเครื่องคัมที่ผลิตภายในประเทศ เนื่องมาจากอาหารที่ผลิตภายในประเทศมีราคาสูงและเทคโนโลยีในการผลิตยังไม่ทันสมัย เมื่อมีการนำเข้าสินค้าประเภทอาหารโดยเสรีแล้วราคา และคุณภาพจะเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจเกี่ยวกับปริมาณการสั่งซื้อของผู้นำเข้า

ขนมหวานและเบเกอรี่เป็นที่นิยม แม้จะมีราคาสูงก็ตาม (เนื่องมาจากการพัฒนาทางเทคโนโลยีการผลิต) แต่สำหรับผู้บริโภคจะคำนึงถึงปริมาณน้ำตาลมาก น้ำตาลเทียมจะได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องมาจากผู้บริโภคชาวเกาหลีคำนึงถึงสุขภาพอนามัย และให้ความสำคัญกับการควบคุมน้ำหนักเป็นอย่างมาก

เส้นก๋วยเตี๋ยวเป็นที่นิยมของประชาชนทุกเพศทุกวัย ผู้บริโภคบางคนบริโภคก๋วยเตี๋ยวเป็นอาหารหลัก ผู้บริโภคเหล่านี้ได้แก่ผู้มีรายได้สูงและผู้มีความรู้เกี่ยวกับการควบคุมอาหาร สำหรับนมก็ถือว่าเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคประจำแต่ไม่ค่อยนิยม อาหารประเภทเนยและชีสกลับเป็นที่นิยมของผู้บริโภคมากขึ้น

สำหรับอาหารประเภทเครื่องคัม เครื่องคัมเพื่อสุขภาพเป็นที่นิยมของผู้บริโภคชาวเกาหลีเป็นอย่างมาก ผู้ที่นิยมได้แก่ ผู้ที่มีรายได้สูงและมีความรู้เกี่ยวกับคุณค่าทางสารอาหาร เครื่องคัมที่ผสมแอลกอฮอล์เช่น วิสกี้ และไวน์ มีความต้องการเพิ่มขึ้น แต่เครื่องคัมพื้นเมืองเช่น ไวน์ข้าว ที่ได้รับความนิยมในอดีตกลับไม่เป็นที่นิยมอีกต่อไป

ปี พ.ศ. 2528 และปี พ.ศ. 2530 ชาวเกาหลีมีค่าใช้จ่ายในการบริโภค 36.9% และ 34.7% ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เมื่อรายได้เพิ่มขึ้น ทำให้ค่าใช้จ่ายในการบริโภคลดลง แต่ถึงอย่างไร ค่าใช้จ่ายในการบริโภคผักและผลไม้ไม่ได้ผันแปรไปตามรายได้เลย ยังคงใช้

อยู่ในระดับเดิม (ตารางที่ 14) แสดงให้เห็นว่า ชาวเกาหลีมีการบริโภคผักและผลไม้เป็นประจำ แต่ชาวเกาหลียังไม่รู้จักผลไม้เมืองร้อนมากนัก สาธารณรัฐเกาหลีได้มีการเปิดตลาดผลไม้ ให้มีการนำเข้าเสรีในปีค.ศ. 1991 จึงเป็นโอกาสดีที่ประเทศแถบเอเชียโดยเฉพาะประเทศไทยจะหาช่องทางการขยายตลาดส่งออกผลไม้เมืองร้อน

ตารางที่ 14 ค่าใช้จ่ายในการบริโภคของชาวเกาหลี

ค่าใช้จ่าย	2528	2529	2530
ค่าใช้จ่ายประจำเดือน (Won)	322,558.0	353,956.0	406,955.0
ค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภค (ร้อยละ)	36.9	35.8	34.7
ค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภค (ร้อยละ)	100.0	100.0	100.0
ผัก (ร้อยละ)	12.7	11.7	12.4
ผลไม้ (ร้อยละ)	6.3	6.8	6.3
ปริมาณการบริโภค (กิโลกรัม)			
ผัก	98.5	114.6	110.8
ผลไม้	26.6	26.3	26.0
แอปเปิ้ล	11.2	11.1	9.9
ลูกแพร์	2.0	2.2	2.2
องุ่น	2.3	2.4	2.2
พีช	2.6	2.6	2.6
พีชตระกูลส้ม	5.4	4.9	6.2
กล้วย	0.1	0.2	0.4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่หรือใช้ในการค้า  
 ไม่ที่มาระบุ (Lee ลี, 1990) ห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

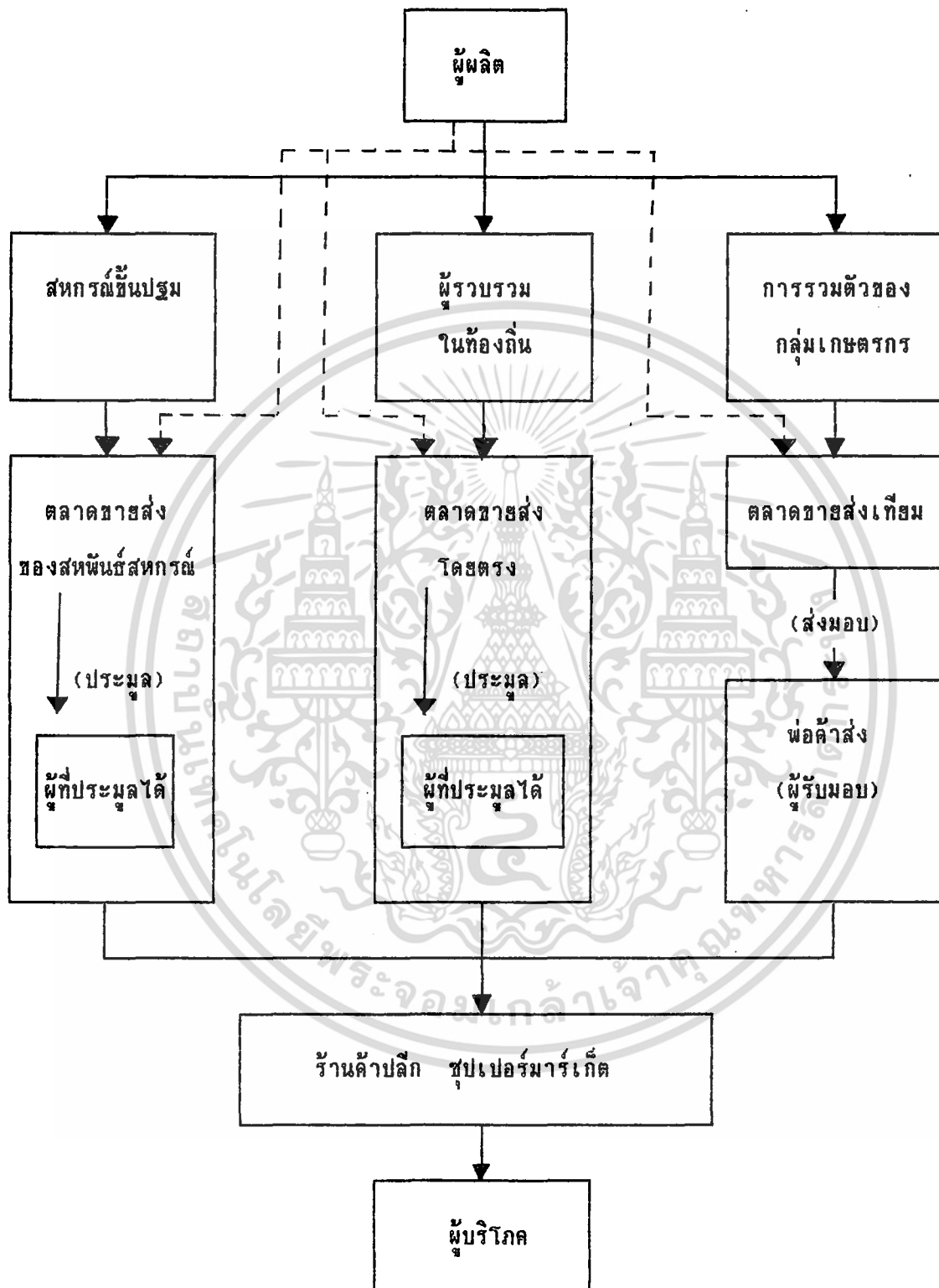
### โครงสร้างตลาดผลไม้ในสาธารณรัฐเกาหลี

ผลไม้เป็นสิ่งที่ชาวเกาหลีนิยมบริโภคมาก สาธารณรัฐเกาหลีมีนโยบายส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรภายในประเทศ แหล่งผลิตผลไม้ของสาธารณรัฐเกาหลีอยู่ทางที่ราบตอนกลาง เป็นแหล่งที่ภูเขาแทแบก (Tae-Baek Mountains) ซึ่งเป็นสันปันน้ำของคาบสมุทรลาดชันลงมาสู่ที่ลุ่มต่ำ และมาสิ้นสุด ณ ที่ราบนี้ โครงสร้างตลาดผลไม้ในสาธารณรัฐเกาหลีแบ่งเป็น 2 ชนิด ได้แก่ การขายตรง คือเกษตรกรขายผลผลิตให้กับตลาดขายส่งในเมืองโตโยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง และการขายผลผลิตโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง ในกรณีของการขายตรงนั้น ผู้ผลิตจะได้รับเงินจากการขายผลผลิตในตลาดขายส่งโดยตรง ซึ่งเกษตรกรจะเป็นผู้ตัดสินใจเลือกวิธีการขนส่งผลผลิตไปยังตลาดขายส่ง อาจกระทำโดยผู้ขนส่งอิสระ (Individual Direct Shipping) หรือสหกรณ์การเกษตร โดยพิจารณาจากการให้บริการและอัตราค่าบริการ ส่วนใหญ่เกษตรกรจะขนส่งผลผลิตโดยสหกรณ์การเกษตร ซึ่งเก็บอัตราค่าบริการอย่างยุติธรรม สำหรับการขายโดยผ่านพ่อค้าคนกลางนั้น ผู้ผลิตอาจขายให้แก่ผู้รวบรวมผลผลิตท้องถิ่น พ่อค้าขายส่งจากตัวเมืองที่มารับซื้อผลผลิตที่ไร่นา ซึ่งในบางกรณีอาจมีการตกลงซื้อขายกันล่วงหน้าก่อนที่ผลผลิตออกมา (ภาพที่ 2)

ตลาดท้องถิ่น ประกอบด้วยสหกรณ์ขึ้นปฐม การรวมตัวของกลุ่มเกษตรกรและผู้รวบรวมท้องถิ่น ผู้รวบรวมท้องถิ่นประกอบด้วย พ่อค้าคนกลาง นายหน้า และผู้ทำการขนส่ง อย่างไรก็ตามราคาในตลาดระดับท้องถิ่นมีลักษณะไม่แน่นอนเกษตรกรได้รับความเสี่ยงสูงในการขายผลผลิต

ตลาดขายส่ง ผักและผลไม้สดจะถูกนำไปขายยังตลาดขายส่ง ตลาดขายส่งนี้จะเป็นแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับราคาผลผลิตผักและผลไม้ และเป็นแหล่งรับซื้อขายผลผลิตปริมาณมาก ตลาดขายส่งผักและผลไม้แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ตลาดขายส่งโดยตรง (Authorized Central Wholesale Markets) ตลาดขายส่งของสหพันธ์สหกรณ์ (Cooperative Market Centers) และตลาดขายส่งเทียม (Pseudo-Wholesale Markets) สำหรับตลาดขายส่งเทียมเป็นตลาดที่ผิดกฎหมาย แต่มีอำนาจในการทำกิจกรรมการซื้อขายต่าง ๆ ได้เหมือนกับตลาดขายส่งอื่น ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2 โครงสร้างตลาดผักและผลไม้ในสาธารณรัฐเกาหลีนั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ที่มา: FAO Consultant (1987) หมายเหตุ และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดขายปลีก ผักผลไม้จากตลาดขายส่งจะถูกนำไปขายยังตลาดขายปลีก ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นร้านค้าปลีก ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านขายของชำตามแหล่งชุมชนต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม ปริมาณการซื้อของร้านค้าปลีกเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

แต่เนื่องจากสาธารณรัฐเกาหลีเป็นประเทศที่มีอากาศหนาวเย็นเกือบตลอดทั้งปี และปัจจุบันมีการผลิตสินค้าประเภทเทคโนโลยีขั้นสูงมากขึ้น ทำให้ขาดแคลนแรงงานเกษตร ไม่สามารถปลูกผลไม้ได้เพียงพอกับความต้องการของคนในประเทศ โดยเฉพาะผลไม้เมืองร้อนซึ่งจะต้องทำการเพาะปลูกในห้องปรับอากาศ ทำให้มีราคาสูง ดังนั้นจึงต้องนำเข้าผลไม้จากต่างประเทศ เพื่อให้เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศ แหล่งนำเข้าผลไม้ของสาธารณรัฐเกาหลี ได้แก่ ประเทศไทย สหรัฐอเมริกา นิวซีแลนด์ ฟิลิปปินส์ เกาหลี มาเลเซีย โดยผลไม้สดนำเข้าทางเครื่องบิน ส่วนผลไม้แปรรูปนำเข้าทางเรือ จะทำให้ต้นทุนค่าขนส่งต่ำกว่า อย่างไรก็ตาม โครงสร้างการค้าผลไม้สดและผลไม้แปรรูปนั้นมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน คือเมื่อผ่านพิธีการทางศุลกากรแล้ว จะถูกส่งผ่านไปยังตลาดขายส่งตามเมืองสำคัญต่าง ๆ เช่น ตลาดการาก (Karak) ในตลาดขายส่งแห่งนี้ จะมีพ่อค้าส่งมาทำการประมูลเพื่อนำผลไม้เหล่านี้ไปขายในตลาดขายส่งของแต่ละจังหวัด เช่น Young Deung Po Agriculture Cooperation Market Center บริเวณชานเมืองกรุงโซล ตลาดขายส่งแห่งนี้เป็นตลาดผักและผลไม้สำหรับการบริโภคในกรุงโซล การซื้อขายผลไม้ในตลาดขายส่ง ใช้กฎระเบียบเหมือนกันทุกตลาด คือเจ้าของตลาดเป็นผู้ควบคุมการซื้อขาย มีการประมูลสินค้า โดยผู้ที่ทำการประมูลหรือตัวแทนผู้ค้าปลีกจะต้องมีคุณสมบัติตามระเบียบที่กำหนดไว้ ผู้ที่ให้ราคาสูงจะได้สินค้าไป

ส่วนมากผู้ที่ทำการประมูลในตลาดขายส่ง เป็นผู้ค้าส่งขนาดใหญ่และร้านซูเปอร์มาร์เก็ต ในบางกรณีผู้ประมูลเหล่านี้อาจไม่ทำการซื้อผ่านตลาดขายส่ง เพื่อลดความไม่แน่นอนด้านราคาและปริมาณของสินค้า โดยปฏิบัติตนเสมือนหนึ่งผู้นำเข้า ดังนั้นเมื่อผลไม้ของไทยนำเข้าไปยังสาธารณรัฐเกาหลีแล้ว ก็จะส่งผ่านไปยังช่องทางจำหน่ายของผู้ค้าส่งเหล่านั้นโดยตรงไม่ต้องผ่านตลาดขายส่งผักผลไม้เลย ซึ่งวิธีนี้เริ่มเป็นที่นิยมเพิ่มขึ้นมากเมื่อสินค้าถึงมือผู้ขายส่งก็จะเคลื่อนย้ายไปสู่ผู้ขายปลีก และผู้บริโภคตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษานี้ ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### วิธีการตลาดผลไม้ของสาธารณรัฐเกาหลี

วิธีการตลาดสินค้าเกษตรโดยทั่วไป ในประเทศสาธารณรัฐเกาหลีแบ่งออกเป็น 2 ทาง ได้แก่ วิธีการตลาดของเอกชน และวิธีการตลาดของสหพันธ์สหกรณ์การเกษตร โดยปกติสินค้าเกษตรจะมีการรวบรวมในระดับไต้หวันก่อน อาจทำโดยพ่อค้าท้องถิ่น หรือสหกรณ์การเกษตรก็ได้ แต่ในกรณีของผักและผลไม้ เกษตรกรบางรายจะส่งผลผลิตของตนไปยังตลาดขายส่งโดยตรงโดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลางหรือสหกรณ์การเกษตรในท้องถิ่น ตลาดกลางขายส่ง รัฐบาลส่วนท้องถิ่นจะเป็นหน่วยงานในการบริหารตลาดกลาง โดยมอบให้สหพันธ์สหกรณ์และเอกชนเป็นผู้ดำเนินงานการตลาดกลาง ในตลาดกลางขายส่งผลผลิตการเกษตรจะเป็นแหล่งกระจายสินค้าไปร้านค้าปลีกย่อยของเอกชน และร้านค้าปลีกย่อยของสหกรณ์ ภัตตาคารและซูเปอร์มาร์เก็ตต่อไป

ช่องทางการจำหน่ายในสาธารณรัฐเกาหลีมีช่องทางการจำหน่ายอยู่ 2 ช่องทาง คือแบบแรกผ่านตลาดขายส่ง โดยการซื้อขายจะกระทำโดยใช้ระบบการประมูลเสนอราคา คือในการประมูลจะมีผู้ตัดสินการประมูล (Auctioneer) เป็นเจ้าหน้าที่ของตลาด มีผู้ช่วยในการบันทึกการประมูลและผู้ช่วยในการตรวจคุณภาพและปริมาณสินค้า ในการประมูลจะกำหนดเวลาไว้ในแต่ละตลาดไม่เหมือนกัน ส่วนใหญ่จะกระทำในเวลาเช้านี้ ทั้งนี้เกษตรกรหรือผู้ค้าที่รวบรวมสินค้า นำสินค้ามาส่งตลาดในตอนกลางคืน ซึ่งจะต้องมีการแยกคุณภาพสินค้า หรือบรรจุในภาชนะในขนาดมาตรฐานที่กำหนด ผู้ประมูลเมื่อได้สินค้าแล้วจะชำระเงินโดยผ่านธนาคาร ซึ่งเกษตรกรหรือผู้ค้าสามารถนำเอาใบสั่งซื้อในท้องประมูลไปขึ้นเงินได้ทันที ผู้ที่ทำการประมูลส่วนใหญ่เป็นผู้ซื้อรายใหญ่ ซึ่งเป็นสมาชิกของตลาดกลางขายส่ง ผู้ซื้อในตลาดขายส่งนั้นรวมไปถึงผู้ใช้รายใหญ่ (ภัตตาคาร) ผู้ขายปลีกรายใหญ่ และผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร ส่วนช่องทางการจำหน่ายอีกแบบหนึ่ง จะไม่ผ่านตลาดกลางการขายส่ง ซึ่งสามารถหลีกเลี่ยงความเสี่ยงอันเนื่องมาจากความไม่มีเสถียรภาพของราคาในตลาดกลางขายส่งที่เคลื่อนไหวขึ้นลงอยู่ตลอดเวลา ผลของการผ่านช่องทางการจำหน่ายแบบนี้ ผลผลิตจะถูกนำส่งไปที่กับผู้ใช้ที่เป็นอุตสาหกรรมหลัก เช่น ภัตตาคาร ร้านอาหารและอุตสาหกรรมแปรรูป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การนำเข้าผลไม้ของสาธารณรัฐเกาหลี

ในอดีต ผลไม้เมืองร้อนถูกจัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยสำหรับชาวเกาหลี ในอดีตชาวเกาหลีมีรายได้ต่อคนค่อนข้างต่ำ ดังนั้นความต้องการผลไม้เมืองร้อนของชาวเกาหลีจึงอยู่ในระดับต่ำด้วย ผลไม้เมืองร้อนจึงไม่เป็น ที่นิยมมากนัก แต่ในปัจจุบันประชาชนชาวเกาหลีมีรายได้เพิ่มขึ้น (จากปี พ.ศ. 2532 2533 2534 ถึง 2535 มีรายได้ประชาชาติเพิ่มขึ้นจาก 3,781 4,573 5,512 เป็น 6,132 เหรียญสหรัฐ ตามลำดับ) ทำให้ความต้องการผลไม้ที่นำเข้าจากต่างประเทศมีมากขึ้น อย่างไรก็ตามแหล่งผลิตผลไม้แหล่งใหญ่ ก็คือภายในประเทศสาธารณรัฐเกาหลีนั่นเอง เนื่องจากสาธารณรัฐเกาหลีมีกฎหมายที่กีดกันการนำเข้าสินค้าเกษตร ประชาชนชาวเกาหลีไม่คุ้นเคยกับผลไม้เมืองร้อน และราคาของผลไม้สูง จึงทำให้มีการนำเข้าผลไม้เมืองร้อนเพียงไม่กี่ชนิด และปริมาณการนำเข้าค่อนข้างน้อย

ตัวแปรที่สำคัญในการนำเข้าผลไม้ คือ ความต้องการผลไม้เมืองร้อนที่นำเข้ามาจากต่างประเทศของชาวเกาหลีเพิ่มขึ้นตามการเพิ่มของรายได้ของประชาชนในอดีตแหล่งนำเข้าผลไม้เมืองร้อนนั้นมีข้อจำกัดคือ จะต้องเป็นการตกลงกันระหว่างรัฐบาล ตลาดนำเข้าผลไม้เมืองร้อนไม่มีการพัฒนาเท่าที่ควร คือ มีการนำเข้าผลไม้เมืองร้อนในปริมาณที่น้อยและนำเข้าเพียงไม่กี่ชนิด

ปี พ.ศ. 2532 สาธารณรัฐเกาหลีมีการนำเข้าผลไม้จากแหล่งที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา นำเข้าสับปะรด ส้ม เลมอน เกรฟฟรุต และอัลมอนด์ ในปริมาณมาก ส่วนญี่ปุ่นเป็นแหล่งนำเข้าส้มเกาหลี (Korean Citrus Type) รายใหญ่ สำหรับกล้วยนั้น แหล่งนำเข้าที่สำคัญได้แก่ ไต้หวัน และฟิลิปปินส์ แหล่งนำเข้าเหล่านี้ได้มาจากการทำความตกลงร่วมกันของรัฐบาลประเทศนั้น ๆ เช่น สหรัฐอเมริกาตกลงแลกเปลี่ยนรับซื้อสินค้าอุตสาหกรรมจากสาธารณรัฐเกาหลี โดยที่สาธารณรัฐเกาหลีเองก็ได้มีการนำเข้าผลไม้เมืองร้อนของสหรัฐอเมริกาเช่นกัน หรือกรณีประเทศไต้หวัน และฟิลิปปินส์ส่งกล้วยมาขายในสาธารณรัฐเกาหลี ประเทศเหล่านี้ก็จะต้องซื้อแอปเปิ้ล และสินค้าอื่น ๆ ของสาธารณรัฐเกาหลีด้วยเช่นกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เดิมรัฐบาลเกาหลีมีนโยบายที่ค่อนข้างเข้มงวดในการนำเข้าสินค้าหมวดอาหาร และมีการควบคุมการนำเข้าในบางรายการ ทำให้ราคาสินค้าหมวดอาหารในเกาหลีมีราคาสูงมาก แต่ในปัจจุบัน เกาหลีเปิดตลาดหมวดอาหารมากขึ้น มีการผ่อนปรนให้นำเข้าสินค้าหมวดอาหารบางรายการ โดยเฉพาะสับปะรดกระป๋อง ซึ่งชาวเกาหลีรู้จักดีมาตั้งแต่หลังสงครามเกาหลี ก็เป็นสินค้าที่เกาหลียกเลิกการควบคุมการนำเข้าในปี 2533 ด้วยเช่นกัน

ในปีพ.ศ. 2534 สาธารณรัฐเกาหลีมีการนำเข้าผลไม้ในปริมาณ 20,322 ตัน มูลค่า 380,399 เหรียญสหรัฐ ปีพ.ศ. 2535 มีการนำเข้าผลไม้ปริมาณ 16,215 ตันมูลค่า 297,201 เหรียญสหรัฐและในปีพ.ศ. 2536 มีการนำเข้าผลไม้ปริมาณ 19,617 ตันมูลค่า 241,341 เหรียญสหรัฐ ผลไม้ที่นำเข้าในปริมาณมากได้แก่ น้ำผลไม้ กัญชงสดและแห้ง ผลไม้บรรจุกระป๋อง และถั่วอื่น ๆ เป็นต้น (ตารางที่ 15) อย่างไรก็ตามคาดว่าปริมาณและมูลค่าการนำเข้าผลไม้ของสาธารณรัฐเกาหลีจะเพิ่มขึ้น เนื่องจากราชได้ประชาชาติที่เพิ่มขึ้นนั่นเอง สำหรับแหล่งนำเข้าผลไม้ในสาธารณรัฐเกาหลีในปี พ.ศ. 2536 นั้น ทวีปเอเชียยังคงเป็นแหล่งนำเข้าที่สำคัญที่สุดของสาธารณรัฐเกาหลี โดยมีมูลค่าการนำเข้าผลไม้ 89,651 พันเหรียญสหรัฐหรือร้อยละ 37.6 ของประเทศส่งออกทั้งหมด โดยประเทศฟิลิปปินส์เป็นผู้ส่งออกที่สำคัญ มีมูลค่าการส่งออกถึง 62,428 พันเหรียญสหรัฐหรือร้อยละ 26.1 รองลงมาได้แก่ จีน ไทยและไต้หวันตามลำดับ ทวีปอเมริกาส่งออกผลไม้ไปยังสาธารณรัฐเกาหลีมูลค่า 62,548 พันเหรียญสหรัฐ รองลงมาได้แก่ประชาคมยุโรป ออสเตรเลีย อเมริกาใต้ แอฟริกาใต้ ตะวันออกกลาง และยุโรปอื่น ๆ ตามลำดับ ผลไม้ที่ประเทศในทวีปเอเชียส่งออกไปยังสาธารณรัฐเกาหลีส่วนใหญ่เป็นผลไม้สด และผลไม้แปรรูปเมืองร้อน (ตารางที่ 16)

ในปี พ.ศ. 2536 ปริมาณผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศ ที่ทำการซื้อขายผ่านองค์การตลาดชายฝั่ง คารัก (Karak) มีปริมาณทั้งสิ้น 60,408 ตัน มูลค่า 47,300 ล้านบาท หรือประมาณ 1,477.4 ล้านบาท (อัตราแลกเปลี่ยน 810 วอนเท่ากับ 25.30 บาท) คิดเป็นร้อยละ 13 ของผลไม้ทั้งหมดที่ซื้อขายผ่าน ตลาดคารัก ซึ่งมีปริมาณผลผลิตในประเทศ 468,793 ตัน ผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศในปี 2536 มีปริมาณเพิ่มขึ้น 2,000 ตัน หรือร้อยละ 3.4 เมื่อเทียบกับปี 2535 ซึ่งมีปริมาณ 58,800 ตัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตให้ถือว่าผิดกฎหมาย และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 15 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าผลไม้ของสาธารณรัฐเกาหลีระหว่างปีพ.ศ. 2534-2536

ชนิด	2534		2535		2536	
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (เทรียุลสหรัฐ)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (เทรียุลสหรัฐ)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (เทรียุลสหรัฐ)
มะพร้าวและถั่วต่าง ๆ						
สดและแห้ง	7	571	112	1,296	239	1,406
ถั่วอื่น ๆ สดและแห้ง	2,223	20,240	2,234	25,079	3,255	27,874
กล้วยสดและแห้ง	5,499	203,512	2,109	80,811	3,123	56,641
สับปะรดและอโวคาโด <sup>๑</sup>						
สดและแห้ง	190	3,180	262	2,544	614	4,714
ส้มสดและแห้ง	854	7,812	605	8,236	612	8,597
ลองุ่นสดและแห้ง	587	5,995	677	5,607	296	5,214
แอปเปิ้ลและแพร์สด	-	17	-	47	-	-
แอปพริคอตและเชอร์รี่สด	-	218	-	481	-	298
ผลไม้สดอื่น ๆ	458	5,750	62	5,245	762	5,778
ผลไม้แช่แข็ง	88	1,101	194	2,702	75	2,773
ผลไม้แปรรูปในสารละลาย	-	71	-	87	-	21
ผลไม้อบแห้ง	474	2,392	77	1,698	176	1,086
ส้มแปรรูป	22	385	101	749	6	637
ผลไม้ดองโดยใช้น้ำตาล	14	93	6	206	14	284
แยมและเฮลดี	475	5,980	323	5,726	272	4,147
ผลไม้ปรุงแต่งบรรจุกระป๋อง	2,891	43,626	4,066	49,263	2,970	39,167
น้ำผลไม้	6,538	79,457	5,387	107,424	5,592	79,483
รวม	20,322	380,399	16,215	297,201	18,577	238,122

๑ ที่มา : (Korea Custom Research Institute , 1993)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 16 โครงสร้างการตลาดผลไม้เข้าของสาธารณรัฐเกาหลี ปี พ.ศ. 2536

มูลค่า : พันเหรียญสหรัฐ  
สัดส่วน : ร้อยละ

ตลาดนำเข้า	มะพร้าวและถั่วต่างๆ		ถั่วอื่น ๆ		ถั่วลิสง		ลิ้นปะรดและอโวคาโด		ส้ม		องุ่น		เชอร์รี่สด		ผลไม้สดอื่น ๆ	
	สัดส่วน		สัดส่วน		สัดส่วน		สัดส่วน		สัดส่วน		สัดส่วน		สัดส่วน		สัดส่วน	
	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน
<u>เอเชีย-แปซิฟิก</u>	1,404.5	99.9	3,381.5	12.1	42,692.8	75.4	4,484.3	95.1	-	-	-	-	-	-	47.0	0.8
- ญี่ปุ่น	-	-	1.1	*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	34.1	0.6
- เวียดนาม	21.2	4.7	285.4	1.0	11.3	*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- จีน	999.3	47.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- ไทย	324.0	15.2	-	-	-	-	16.3	3.4	-	-	-	-	-	-	-	-
- มาเลเซีย	9.5	44.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- ฟิลิปปินส์	50.5	2.4	-	-	42,681.5	75.4	4,460.6	94.8	-	-	-	-	-	-	-	-
- สิงคโปร์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- จีน	-	-	2,450.4	8.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- ศรีลังกา	-	-	644.7	2.3	-	-	7.4	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-
- ไต้หวัน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12.9	0.2
- ออสเตรเลีย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<u>ตะวันออกกลาง</u>	-	-	1,166.3	4.2	-	-	121.3	2.6	-	-	8.4	0.1	-	-	-	-
- อิหร่าน	-	-	1,166.3	4.2	-	-	121.3	2.6	-	-	8.4	0.1	-	-	-	-
<u>ออสเตรเลีย</u>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<u>โอเชียเนีย</u>	-	-	392.0	1.4	-	-	5.2	0.1	7.4	0.1	17.1	3.3	-	-	4,161.7	72.0
- ออสเตรเลีย	-	-	392.0	1.4	-	-	-	-	-	-	17.1	3.3	-	-	-	-
- นิวซีแลนด์	-	-	-	-	-	-	5.2	0.1	7.4	0.1	-	-	-	-	4,161.7	72.0



ตารางที่ 16 (ต่อ)

มูลค่า : พันบาทเศษหกร้อย

สัดส่วน : ร้อยละ

ตลาดนำเข้า	มะพร้าวและถั่วต่างๆ สดและแห้ง		ถั่วอื่น ๆ สดและแห้ง		ถั่วลิสง สดและแห้ง		สับปะรดและอาโวคาโด สดและแห้ง		ส้ม สดและแห้ง		องุ่น สดและแห้ง		เชอร์รี่สด		ผลไม้สดอื่น ๆ	
	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน
- ออสมะพร้าว	-	-	32.0	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- กรีน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- ซิงกาปี	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- บราซิล	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- <u>ยุโรปอื่น ๆ</u>	1.1	0.1	12.3	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- สวีเดน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- สเปน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- สวิสเซอร์แลนด์	1.1	0.1	12.2	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	1,405.6	100.0	27,874.2	100.0	56,640.2	100.0	4,714.1	100.0	8,597.4	100.0	5,213.5	100.0	298.2	100.0	5,788.6	100.0

ตารางที่ 16 (ต่อ)

มูลค่า : พันเหรียญสหรัฐ  
สัดส่วน : ร้อยละ

ตลาดนำเข้า	ผลไม้ปรุงแปรรูป ในส่วละลาย		ผลไม้แช่แข็ง		ผลไม้แช่แข็ง		ส้มแปรรูป		ผลไม้ดอง		แยมและเจลลี่ โคงใช้น้ำตาล		ผลไม้ปรุงแต่ง บรรจุกระป๋อง		น้ำผลไม้		รวม	
	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน
<u>เอเชีย-แปซิฟิก</u>	-	-	1,101.0	39.7	1,016.3	93.5	637.5	100.0	210.9	74.4	1,002.9	24.2	28,175.6	71.9	5,496.8	6.9	89,651.3	37.6
- ญี่ปุ่น	-	-	692.8	25.0	-	-	594.2	89.3	6.4	2.3	6.8	0.2	172.8	0.4	764.5	0.9	2,272.8	0.9
- เวียดนาม	-	-	-	-	11.3	1.0	2.8	4.4	-	-	-	-	121.2	0.3	-	-	449.9	0.2
- อินเดีย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	999.3	0.4
- ไทย	-	-	-	-	-	-	-	-	163.1	57.5	-	-	6,532.5	16.7	1,287.5	1.6	8,323.4	3.5
- มาเลเซีย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9.5	*
- ฟิลิปปินส์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25.4	0.6	14,960.8	38.2	249.9	0.3	62,428.8	26.1
- สิงคโปร์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16.4	0.4	-	-	-	-	16.4	*
- จีน	-	-	408.1	14.7	549.6	50.6	40.5	6.3	41.4	14.6	479.5	11.6	5,574.7	14.2	196.0	0.2	9,740.2	4.1
- ฮ่องกง	-	-	-	-	466.8	43.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,118.8	0.5
- ไต้หวัน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	474.7	11.4	128.3	0.3	2,999.0	3.8	3,614.9	1.5
- เอเชียอื่น	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	885.2	1.7	-	-	885.2	0.3
<u>ตะวันออกกลาง</u>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,296.0	0.5
- อิหร่าน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,296.0	0.5
<u>ออสเตรเลีย</u>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<u>อเมริกาเหนือ</u>	-	-	46.8	1.7	-	-	-	-	-	-	158.5	3.8	173.5	0.4	10,804.3	13.6	15,628.4	6.6
- ออสเตรเลีย	-	-	28.1	1.0	-	-	-	-	-	-	89.0	2.1	35.9	0.1	153.6	0.2	577.5	0.2
- นิวซีแลนด์	-	-	18.7	0.6	-	-	-	-	-	-	69.5	1.7	137.6	0.3	10,650.7	13.4	15,050.9	6.4

มูลค่า : พันเหรียญสหรัฐ  
สัดส่วน : ร้อยละ

ตลาดนำเข้า	ผลไม้ปรุงแปรรูป ในสารละลาย		ผลไม้แช่แข็ง		ผลไม้อบแห้ง		ส้มแปรรูป		ผลไม้ดอง		แยมและเจลลี่ โดยใช้น้ำตาล		ผลไม้ปรุงแต่ง บรรจุกระป๋อง		น้ำผลไม้		รวม	
	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน
<u>อเมริกา</u>	-	-	568.8	20.5	9.3	0.3	-	-	21.6	7.6	2,193.7	52.9	9,530.8	24.3	16,462.9	20.6	64,658.4	27.1
- สหรัฐฯ	-	-	485.8	17.5	3.3	0.3	-	-	21.6	7.6	2,193.7	52.9	9,530.8	24.3	16,402.9	20.6	64,658.4	27.1
- แคนาดา	-	-	83.0	3.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	63.9	0.1	83.0	0.1	-
<u>อเมริกาใต้</u>	-	-	887.8	32.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14,925.2	6.3
- โคลัมเบีย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	418.8	0.2
- เอกวาดอร์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13,519.6	5.6
- เม็กซิโก	-	-	544.4	19.6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	553.4	0.2
- ชิลี	-	-	343.4	12.4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	434.4	0.3
<u>แอฟริกาใต้</u>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,192.5	28.6	2,813.1	7.2	1,192.1	1.5	5,604.3	2.3
<u>ประชาคมยุโรป</u>	20.8	100.0	2.2	0.1	-	-	-	-	14.6	5.1	316.8	7.6	861.9	2.3	45,213.1	56.9	46,460.7	19.5
- อิงกฤษ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.8	*	-	-	3.8	*
- ฝรั่งเศส	-	-	1.2	*	-	-	-	-	2.8	0.7	4.2	0.1	96.1	0.2	16.1	*	102.4	*
- อิตาลี	20.8	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	43.6	*	64.4	*
- สเปน	-	-	1.0	*	-	-	-	-	-	-	-	-	41.6	0.1	7.3	*	42.7	*
- เยอรมันตะวันตก	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.4	*	47.8	0.1	-	-	59.2	*
- เบลเยียม	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	23.4	0.6	51.6	0.1	13.3	*	88.1	*
- เนเธอร์แลนด์	-	-	-	-	-	-	-	-	11.7	4.1	26.7	0.6	32.8	*	715.9	0.9	787.2	0.3
- เคนนาร์ก	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	261.1	6.3	-	-	1,433.9	1.8	1,695.1	0.7

ตารางที่ 16 (ต่อ)

มูลค่า : พันเหรียญสหรัฐ

สัดส่วน : ร้อยละ

ตลาดนำเข้า	ผลไม้ปรุงแปรรูป ในสารละลาย		ผลไม้แช่แข็ง		ผลไม้อบแห้ง		ส้มแปรรูป		ผลไม้ดอง		แยมและเจลลี่ โดยใช้น้ำตาล		ผลไม้ปรุงแต่ง บรรจุกระป๋อง		น้ำผลไม้		รวม	
	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน
- ออสเตเรีย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,449.2	1.8	1,481.2	0.6
- เกาหลี	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	589.9	1.5	-	-	589.2	0.2
- สิงคโปร์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13.1	0.3	-	-	-	-	-	13.1	*
- บราซิล	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	41,533.7	52.2	41,533.7	17.4	
<u>ยุโรปอื่น ๆ</u>	-	-	6.2	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9.9	†	462.3	0.2
- สโลวาเกีย	-	-	6.2	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6.2	*
- โปแลนด์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.3	†	0.3	†
- สวิสเซอร์แลนด์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9.6	†	456.8	0.2
รวม	20.8	100.0	2,772.8	100.0	1,086.4	100.0	627.4	100.0	283.6	100.0	4,146.8	100.0	39,167.2	100.0	79,483.1	100.0	238,121.1	100.0

ที่มา : (Korea Custom Research Institute , 1993)

ผลไม้ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศที่สำคัญ คือ สับปะรดสด ซึ่งส่วนใหญ่จากฟิลิปปินส์ ปี 2536 นำเข้าปริมาณ 4,129 ตัน เมื่อเทียบกับปี 2535 นำเข้า 2,773 ตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 32.8 นอกจากนี้ยังมี ผลกีวี จากนิวซีแลนด์ ส้มโอฝรั่ง (เกรฟฟรุต) และเลมมอน จากสหรัฐอเมริกา ที่มีการนำเข้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2534 แต่การนำเข้ากล้วยหอม ซึ่งนำเข้าจากฟิลิปปินส์และเอกวาดอร์ กลับลดลง โดยปี 2536 นำเข้า 43,000 ตัน เมื่อเทียบกับปี 2535 นำเข้า 54,000 ตัน ลดลงร้อยละ 20.37 และปี 2534 นำเข้า 117,000 ตัน เมื่อเทียบกับปี 2535 ลดลงร้อยละ 53.9 เนื่องจากความนิยมของผู้บริโภคลดลง สำหรับกล้วยนั้น ตลาดหลักได้แก่ ภัตตาคารระดับสูง ส่วนสับปะรดนั้น ตลาดหลักได้แก่ โรงแรม ภัตตาคารระดับสูง สำหรับผลไม้เมืองร้อนอื่น ๆ ตลาดหลักคือนักท่องเที่ยวและภัตตาคารระดับสูง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การส่งออกผลไม้ของไทยไปสาธารณรัฐเกาหลี

ภาวะการส่งออกผลไม้ของไทยไปยังสาธารณรัฐเกาหลี

ปริมาณและมูลค่าการส่งออก

ประเทศไทยทำการค้าขายกับสาธารณรัฐเกาหลีมานาน ส่วนใหญ่ประเทศไทยจะอยู่ในฐานะขาดดุลการค้ากับสาธารณรัฐเกาหลี สินค้าหลักของไทยที่ส่งออกไปยังสาธารณรัฐเกาหลี เป็นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรซึ่งส่วนหนึ่งก็คือผลไม้ ในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยมีการส่งออกผลไม้ไปสาธารณรัฐเกาหลีปริมาณน้อย ผลไม้หลักที่ส่งออกได้แก่ ผลไม้แปรรูป เป็นผลไม้กระป๋อง เป็นส่วนใหญ่ รองมาได้แก่ น้ำผลไม้และผลไม้อบแห้งตามลำดับ สำหรับผลไม้สดนั้น ยังมีการส่งออกที่น้อยมาก เนื่องจากสาธารณรัฐเกาหลีมีกฎหมายกีดกันผักและผลไม้สดของไทย และสาธารณรัฐเกาหลีเป็นประเทศที่อยู่ห่างไกลจากประเทศไทย ดังนั้นในการขนส่งผลไม้สดของไทยไปสาธารณรัฐเกาหลีอาจทำให้เกิดการเน่าเสียได้ง่าย ในปี พ.ศ. 2536 ไทยมีปริมาณการส่งออกผลไม้กระป๋องไปสาธารณรัฐเกาหลี 155,158.04 พันบาท โดยส่งออกสับปะรดกระป๋องสูงถึง 107,543.90 พันบาท หรือร้อยละ 69 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยไปสาธารณรัฐเกาหลี หรือร้อยละ 48 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้ของไทยไปสาธารณรัฐเกาหลี รองลงมา คือ ผลไม้รวมกระป๋อง (Fruit Cocktail Canned) มีมูลค่า 44,972.23 พันบาทหรือร้อยละ 29 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้กระป๋องของประเทศไทยไปยังสาธารณรัฐเกาหลี หรือร้อยละ 20 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้ของไทยไปสาธารณรัฐเกาหลี ส่วนการส่งออกน้ำผลไม้มีมูลค่ารองมา คือ 39,581.78 พันบาท โดยมูลค่าการส่งออกน้ำสับปะรดสูงถึง 36,746.42 พันบาท หรือร้อยละ 93 ของมูลค่าการส่งออกน้ำผลไม้ของไทยไปสาธารณรัฐเกาหลี ประเทศไทยยังได้มีการส่งออกผลไม้อบแห้ง 26,755.48 พันบาท ผลไม้แปรรูปไม่บรรจุกระป๋อง 4,031.36 ล้านบาท และผลไม้สด 164.60 พันบาท (ตารางที่ 17) จึงถือได้ว่าผลไม้แปรรูปมีความสำคัญต่อการส่งออกผลไม้ของไทยไปยังสาธารณรัฐเกาหลีมาก ดังนั้นผลไม้แปรรูปจึงเป็นสินค้าที่ควรการศึกษาและ

เอกสาร เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น มิใช่ใบอนุญาตที่เห็นใบเขียวหรือเอกสารการค้า  
ไม่พัฒนาตลาดให้มีมูลค่าและปริมาณการส่งออกอีกเพิ่มขึ้นในอนาคต ถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 17 ปีงบประมาณส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายข้าราชการภูมิภาคปี พ.ศ. 2532-2536

มูลค่า : พันบาท

สัดส่วน : ร้อยละ

ชนิด	2532		2533		2534		2535		2536	
	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน
ผลผลิต	50.17	0.04	303.93	0.01	3,693.62	0.27	2,265.72	0.75	164.60	0.07
ผลผลิตป่า	121,307.62	99.96	714,074.03	99.93	1,337,734.62	99.73	298,354.80	99.25	225,527.26	99.93
- ผลไม้รสเปรี้ยว	53,510.92	44.09	4,534.02	0.63	14,942.86	1.11	8,785.90	2.92	-	-
- ผลไม้รสหวาน	7,323.70	6.03	16,296.23	2.28	36,025.92	2.74	41,433.22	13.78	26,755.48	11.85
- ผลไม้รสเปรี้ยว	58,723.91	48.29	251,774.93	35.24	346,233.62	25.81	202,028.13	67.20	155,158.01	68.75
บรรดาประโยชน์										
- ผลไม้รสเปรี้ยว	1,699.92	1.40	5,850.21	0.82	322.54	0.02	3,398.14	1.13	4,031.38	1.77
ไม่บรรดาประโยชน์										
- ไม้ผล	-	-	435,618.46	60.99	939,409.68	70.03	42,709.41	14.21	29,531.78	17.54
รวม	121,357.79	100.00	714,377.96	100.00	1,341,428.24	100.00	300,620.52	100.00	225,691.86	100.00

ที่มา : (กรมศุลกากร , 2536)

### ส่วนแบ่งการตลาดผลไม้ของไทยในสาธารณรัฐเกาหลี

ปี พ.ศ.2536 ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดผลไม้ในสาธารณรัฐเกาหลีร้อยละ 3.49 ผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกสูงได้แก่ ผลไม้กระป๋อง ส่งออกมูลค่า 6,532 พันเหรียญสหรัฐ มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 18.68 ผลไม้กระป๋องที่มีความสำคัญในการส่งออกคือสับปะรดกระป๋อง ผลไม้รวมกระป๋อง (Fruit Cocktail) และถั่วอื่น ๆ บรรจุกระป๋องตามลำดับ สำหรับน้ำผลไม้ มีการส่งออกน้ำสับปะรดเนียงชนิดเค็ม มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 3.32 (ตารางที่ 18)

การนำเข้าผลไม้ของไทยของสาธารณรัฐเกาหลี ส่วนใหญ่จะเป็นผลไม้แปรรูป คือ สับปะรดกระป๋อง เป็นสินค้าหลัก จึงศึกษาเฉพาะสับปะรดกระป๋อง สาธารณรัฐเกาหลีนำเข้า สับปะรดกระป๋องจากประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น กล่าวคือ ในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม 2537 มีการนำเข้าสับปะรดกระป๋องจากไทยมูลค่า 1.69 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และในช่วงเดียวกันปี 2536 นำเข้ามูลค่า 0.70 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นปริมาณร้อยละ 66.93 และ 40.32 ของ การนำเข้ารวมตามลำดับ คาดว่าเมื่อถึงปลายปี 2537 จะมียอดการนำเข้าจากประเทศไทยสูงขึ้น

จากการสำรวจตลาดของ สถานทูตไทย (ฝ่ายการพาณิชย์) ณ กรุงโซล พบว่า สับปะรดกระป๋อง และ Fruit Cocktail กระป๋องของไทย เป็นที่แพร่หลายตามเมืองต่าง ๆ ในสาธารณรัฐเกาหลีมาก มีวางขายทั้งที่ใช้เครื่องหมายการค้าของไทยโดยตรง และที่นำมา บรรจุใหม่ โดยใช้เครื่องหมายการค้าของตัวเอง แต่ก็ระบุแหล่งกำเนิดสินค้าว่ามาจาก ประเทศไทย ชาวเกาหลีชอบบริโภคผลไม้ แต่ชาวเกาหลียังรู้จักผลไม้เมืองร้อนน้อยมากดังจะ เห็นได้จากการส่ง Fruit Cocktail กระป๋องของไทยเข้าไปจำหน่ายยังสาธารณรัฐเกาหลี ซึ่งมีลูกตาลเป็นส่วนประกอบ แต่ชาวเกาหลีไม่รู้จักลูกตาล จึงทำให้เกิดปัญหาการนำเข้า ผู้นำ เข้าไม่ยอมรับสินค้าของไทย แต่หลังจากที่ทางสภาหอการค้าไทยได้มีการประชุมชี้แจงแล้ว ก็ อนุญาตให้นำเข้าได้

ตารางที่ 18 ส่วนแบ่งการตลาดผลไม้ของไทยในสาธารณรัฐเกาหลี

ผลไม้	มูลค่านำเข้าผลไม้ไทย (พันเหรียญสหรัฐ)	มูลค่าการนำเข้าผลไม้ทั้งหมด (พันเหรียญสหรัฐ)	ส่วนแบ่งการตลาด (ร้อยละ)
ผลไม้	8,323.4	238,121.1	3.49
ผลไม้กระป๋อง	6,532.5	39,167.4	16.68
- สับปะรดกระป๋อง	4,224.8	9,900.3	42.67
- ผลไม้รวมกระป๋อง (Fruit Cocktail)	1,710.7	11,455.8	14.93
- ถั่วอื่น ๆ บรรจุกระป๋อง	21.8	1,639.2	13.05
น้ำผลไม้	1,287.5	38,791.3	3.32
- น้ำสับปะรด	1,287.5	38,791.3	3.32
ถั่ว Cashew	323.9	1,323.2	24.48
สับปะรด	16.3	4,444.5	0.37
ผลไม้ดองโดยใช้น้ำตาล	163.1	282.6	57.71
- สับปะรด	98.6	105.0	93.90
- ผลไม้อื่น ๆ	64.8	177.6	36.49

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ที่มา : (Korea Custom Research Institute , 1993)  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาวะการแข่งขันของผลไม้ในสาธารณรัฐเกาหลี

### ประเทศคู่แข่ง

ประเทศคู่แข่งชั้นของไทยในการส่งออกผลไม้ไปยังสาธารณรัฐเกาหลี โดยเฉพาะ การส่งออก สับปะรดกระป๋อง และ Fruit Cocktail กระป๋อง ได้แก่ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย ไต้หวัน สหรัฐอเมริกา ซึ่งแต่ละประเทศมีลักษณะการส่งออกที่แตกต่างกันไป โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ฟิลิปปินส์ นับได้ว่าเป็นคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทย ในการประกอบธุรกิจการ ส่งออกผลไม้ทั้งสดและแปรรูป ฟิลิปปินส์มีการส่งออกผลไม้หลายชนิดรวมทั้งสับปะรดกระป๋องด้วย สาเหตุที่ฟิลิปปินส์เป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทย เนื่องจากสับปะรดกระป๋องของฟิลิปปินส์มีราคา ถูกกว่าสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย อันเนื่องมาจากค่าแรงในการผลิตต่ำ และระยะทางการ ขนส่งใกล้กว่าประเทศไทย

อินโดนีเซีย เป็นประเทศที่มีการปลูกผลไม้มานานแล้ว เป็นคู่แข่งการส่งออก สับปะรดกระป๋องไปยังสาธารณรัฐเกาหลี เนื่องจากจากราคาในการส่งออกต่ำกว่าราคาของ ประเทศไทย เพราะระยะทางการขนส่งใกล้กว่า จึงมีต้นทุนค่าขนส่งต่ำกว่าประเทศไทย

ไต้หวัน มีการค้าผลไม้กับสาธารณรัฐเกาหลีมาโดยตลอด ตั้งแต่ยังไม่มีการประกาศ เลิกใช้กฎหมายควบคุมการนำเข้าผลไม้แต่ยังจัดว่าเป็นประเทศผู้นำเข้ารายเล็ก ๆ มีปริมาณการ นำเข้าน้อยเมื่อเทียบกับฟิลิปปินส์

สหรัฐอเมริกา มีการค้าผลไม้กับสาธารณรัฐเกาหลีมานานเช่นกัน มีการส่งออก สับปะรดและผลิตภัณฑ์จากสับปะรดในปริมาณมาก ซึ่งสินค้าเหล่านี้แหล่งผลิตที่สำคัญ คือฮาวายและ แคลิฟลอเนีย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากสภาพการแข่งขันในตลาด และส่วนแบ่งตลาดของสี่ประเทศระบอบในสาธารณรัฐเกาหลี จะเห็นได้ว่าผลผลิตส่วนใหญ่จะมาจากประเทศไทยและฟิลิปปินส์ ผู้ส่งออกของประเทศไทยยังมีจำนวนน้อยรายอยู่ ประกอบด้วยตลาดเกาหลีเป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูงมากตลาดหนึ่ง ดังนั้นเป็นโอกาสให้ผู้ส่งออกเร่งพัฒนาการส่งออกสี่ประเทศระบอบของไทยให้มีปริมาณเพิ่มสูงขึ้น เพื่อนำเงินตราเข้าสู่ประเทศไทย เป็นการลดการเสียดุลการค้ากับสาธารณรัฐเกาหลี

### ขั้นตอนการส่งออก

ผู้ส่งออกผลไม้ของไทยไปยังสาธารณรัฐเกาหลีนั้น สามารถแบ่งเป็นกลุ่มย่อย ๆ ได้ 2 กลุ่ม ได้แก่ บริษัทผู้ส่งออกที่เป็นของคนไทย และบริษัทผู้ส่งออกของชาวเกาหลีเอง สำหรับบริษัทผู้ส่งออกผลไม้ที่เป็นของคนไทยนั้น จะคัดเลือกผลไม้ตามคุณภาพที่ผู้นำเข้าชาวเกาหลีต้องการ เมื่อผู้ส่งออกได้รับคำสั่งซื้อ ต่อมาจะทำการรวบรวมสินค้า ถ้าเป็นผลไม้สดอาจติดต่อโดยตรงกับเกษตรกรที่สวนผลไม้เพื่อควบคุมการตัด เก็บ บรรจุ และขนส่ง หรือติดต่อผ่านพ่อค้าขายส่งที่ติดต่อกันเป็นประจำ ส่วนใหญ่พ่อค้าส่งออกจะเป็นพ่อค้าขายส่งอยู่แล้ว สำหรับผลไม้แปรรูปนั้นทางบริษัทผู้ส่งออกมักมีโรงงานแปรรูปอยู่แล้ว สำหรับบริษัทผู้ส่งออกชาวเกาหลี มีสำนักงานใหญ่ที่สาธารณรัฐเกาหลี และมีสาขาอยู่ในประเทศไทยทำการค้าส่งออกและนำเข้าสินค้าหลายประเภท เช่น การส่งออกผลไม้กระป๋องจากประเทศไทยไปยังสาธารณรัฐเกาหลี โดยทางสำนักงานใหญ่จะแจ้งความต้องการของผู้บริโภคชาวเกาหลี และทางบริษัทสาขาในประเทศไทยจะจัดส่งสินค้าไปตามความต้องการซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการซื้อจากโรงงานแปรรูปผลไม้อีกที่หนึ่งไม่ได้ทำการผลิตเอง

### การบรรจุหีบห่อ

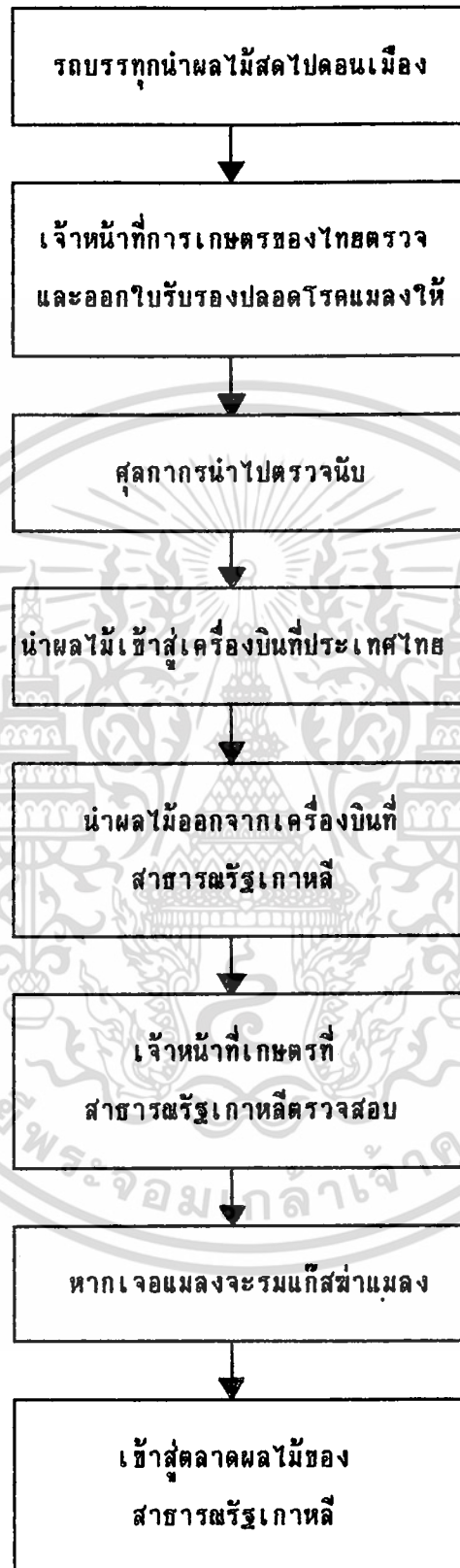
ภายหลังจากการเก็บเกี่ยวผลไม้สดแล้ว นำเข้าโรงงานเพื่อคัดขนาดให้ได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ต้องไม่มีตำหนิถลอกหอนเจาะ หรือถูกแมลงเจาะหรือเพลี้ยเกาะติดอยู่ การบรรจุผลไม้สดเพื่อการส่งออกนี้จะต้องทำความสะอาดก่อน และนำมาบรรจุในถุงตาข่ายอีกทีก่อนที่จะบรรจุใส่กล่องกระดาษแข็ง (ประมาณ 5-15 กิโลกรัม) เพื่อป้องกันความเสียหายอันเกิดจากกักรักระแทกแดบเจาะรูระบายอากาศที่กล่องเพื่อไม่ให้ผลไม้เน่าเสีย

ไม่ผ่านการคัดเลือกจะนำมาแปรรูป เช่น ผลไม้กระป๋อง ผลไม้อบแห้ง เป็นต้น เมื่อทำการแปรรูปและบรรจุในภาชนะเรียบร้อยตามมาตรฐานอุตสาหกรรมแล้ว จึงนำมาติดเครื่องหมายการค้าของบริษัท นับจำนวนและบรรจุใส่ลังกระดาษ เพื่อรอการส่งออกต่อไป

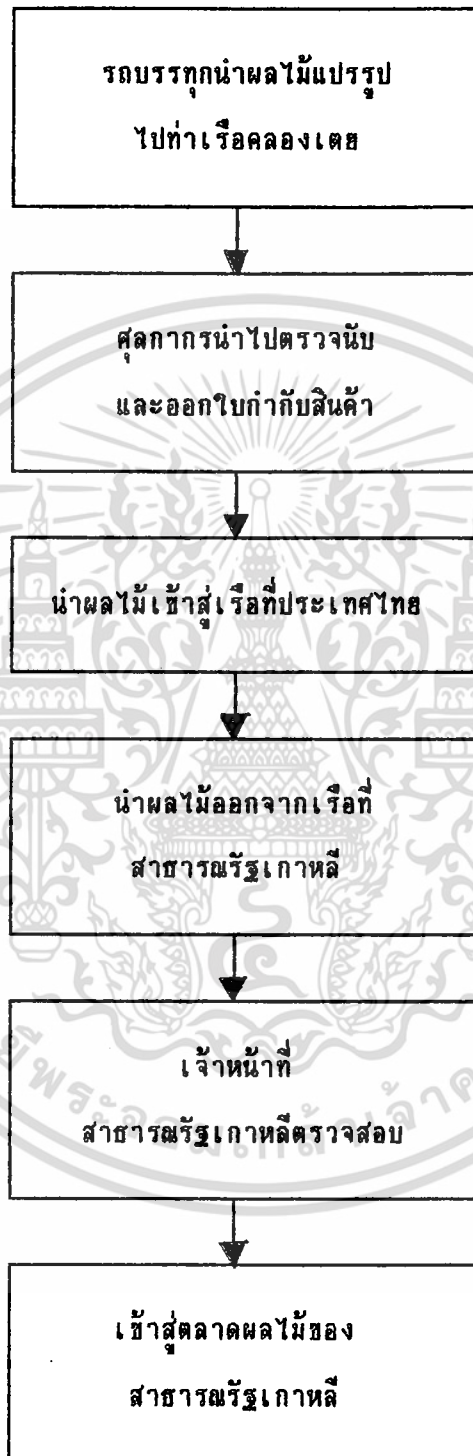
### การขนส่ง

ก่อนที่ผลไม้สดจะถูกนำมาแปรรูปเพื่อการส่งออกทางบริษัทผู้ประกอบการส่งออกจะมีรถบรรทุกไปรับผลผลิตผลไม้จากสวนที่ปลูก โดยจะต้องรับขนส่งจากแหล่งผลิตมายังโรงงานหรือบริษัทเพื่อทำการบรรจุภายในเวลาไม่เกิน 5 ชั่วโมง และเมื่อผลไม้ผ่านกระบวนการแปรรูปหรือบรรจุเพื่อการส่งออกแล้ว จะมีรถบรรทุกของทางบริษัทมารับผลไม้สดที่บรรจุกล่องเรียบร้อยแล้วกล่องเหล่านี้รวมกันส่งในตู้ขนาดใหญ่ (Container) อีกครั้งแล้วขนย้ายไปยังสนามบินดอนเมือง และผ่านการตรวจรับรองจากหน่วยกักกันโรคพืช กรมวิชาการเกษตร และผ่านการตรวจสอบของเจ้าหน้าที่ศุลกากรตามขั้นตอนที่สนามบินดอนเมือง การจองระวางการขนส่งผลไม้สดโดยมากเป็นทางอากาศ ค่าระวางคิดตามขนาดน้ำหนัก (ภาพที่ 3) ส่วนผลไม้แปรรูปจะต้องนำมาซึ่งทำเรื่องจะมีพนักงานของกรมศุลกากรมาตรวจสอบนับจำนวนสินค้า เช่นใบกำกับสินค้าและนำสินค้าไปบรรจุไว้ในตู้คอนเทนเนอร์ การปิดตู้นั้นจะมีการปิดอย่างหนาแน่น เพื่อป้องกันความเสียหายระหว่างการขนส่ง ค่าระวางเรือคิดเป็นต้น ผลไม้แปรรูปนี้จะมีการขนส่งทางเรือเท่านั้น เนื่องจากผลไม้แปรรูป ไม่เกิดการเน่าเสียสามารถเก็บไว้ได้นาน และค่าใช้จ่ายในการขนส่งต่ำกว่าการขนส่งทางอื่น (ภาพที่ 4)

การส่งออกผลไม้สดและแปรรูปของไทยไปจำหน่ายยังสาธารณรัฐเกาหลีนั้น จะถูกส่งไปยังเมืองใหญ่ ๆ โดยผลไม้สดจะส่งไปทางเครื่องบินเมื่อถึงสาธารณรัฐเกาหลีแล้ว ต้องผ่านการตรวจสอบโรคแมลงศัตรูพืช หากพบจะทำกรรมแก๊สกำจัด ส่วนผลไม้แปรรูปจะขนส่งโดยทางเรือ ไปยังท่าเรือเมืองอินชอน อยู่ทางทิศตะวันตกของกรุงโซล ซึ่งห่างจากกรุงโซล ประมาณ 30 กิโลเมตร เมื่อผ่านพิธีทางศุลกากรแล้ว ผู้นำเข้าจะนำผลผลิตที่นำเข้ามาซึ่งตลาดกลางชายฝั่ง ซึ่งเป็นที่รวมของผู้ค้าส่งขนาดใหญ่จะมาประมูลผลผลิตในแต่ละวัน ซึ่งหากผู้ใดประมูลได้ก็จะนำไปจำหน่ายต่อไปให้ผู้ค้าปลีก ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือร้านอาหารภัตตาคารที่มีความต้องการผลไม้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
**ภาพที่ 3** กระบวนการขนส่งผลไม้สดจากประเทศไทยถึงสาธารณรัฐเกาหลี  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



**ภาพที่ 4** กระบวนการขนส่งผลไม้แปรรูปจากประเทศไทยถึงสาธารณรัฐเกาหลี  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาก่อนหน้านี้ เมื่อผู้จัดทำเห็นว่าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรือบางที่ผู้นำเข้านั้นเป็นผู้ประกอบกิจการร้านอาหารเอง ก็จะสามารถนำผลผลิตมาสู่ร้านได้โดยตรง โดยไม่ผ่านพ่อค้าส่ง (ภาพที่ 5)

### กฎระเบียบที่สำคัญในการส่งออก

พ่อค้าต่างประเทศที่จะนำเข้าสินค้า ต้องขออนุญาตเป็นผู้ประกอบการนำเข้าโดยรัฐมนตรีกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมเป็นผู้อนุมัติ และเข้าเป็นสมาชิกของสมาคมพ่อค้าต่างประเทศของเกาหลี (Korean Foreign Traders Association) และสภาอนุญาโตตุลาการด้านการค้าแห่งเกาหลี (Korean Commercial Arbitration Board) และยังสามารถกำหนดให้นำเข้าสินค้ามูลค่าไม่น้อยกว่า 500,000 เหรียญสหรัฐต่อปี เป็นเวลาติดต่อกัน 2 ปี เพื่อรักษาสถานภาพการเป็นผู้นำเข้าที่ได้รับอนุญาต กฎหรือระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าผลไม้ของสาธารณรัฐเกาหลี อาจสรุปได้ดังนี้

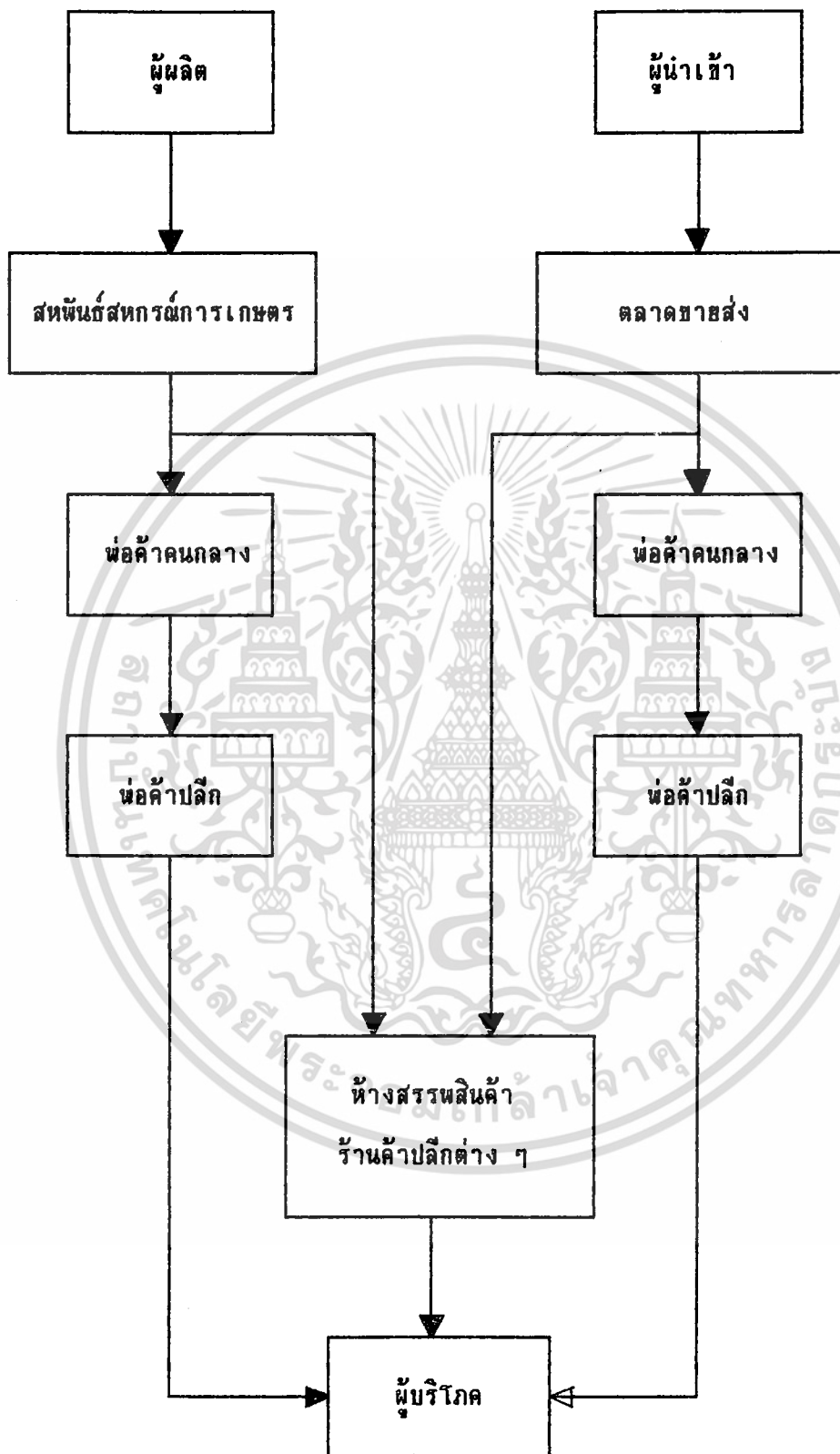
#### ระเบียบเกี่ยวกับการกักกันโรคพืช

สาธารณรัฐเกาหลีได้กำหนดให้ผลไม้ที่นำเข้านั้น ต้องอยู่ภายใต้กฎหมายและเข้มงวดเกี่ยวกับสุขอนามัยความปลอดภัย เช่น Food Sanitation Act และกำหนดให้การนำเข้าผลไม้ต้องมีเอกสารรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าด้วย

สาธารณรัฐเกาหลีมีกฎหมายกักกันพืช (Plant Protection Law) ห้ามไม่ให้นำเข้าผลไม้สดจากประเทศไทย ได้แก่

- |             |            |
|-------------|------------|
| 1. กล้วยสุก | 2. มะเฟือง |
| 3. ฝรั่ง    | 4. พุทรา   |
| 5. ลิ้นจี่  | 6. มังคุด  |
| 7. มะละกอ   | 8. พีช     |
| 9. ทับทิม   | 10. เงาะ   |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้ง 13. อนุญาตให้นำให้ตัดแปลงเนื้อหา และ 14. ผลไม้ตระกูลส้ม (Citrus) ฝรั่งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5 วิธีการตลาดผลไม้ในประเทศเกาหลี  
 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ที่มา : (Lee, 1990)

ไม่รังเกียจใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- |               |                 |
|---------------|-----------------|
| 15. ช่มพู่    | 16. แอปเปิ้ลคอก |
| 17. Areca nut | 18. Avocada     |

สำหรับผลไม้กระป๋อง สาธารณรัฐเกาหลีได้มีข้อกำหนด คือ ผลไม้กระป๋องที่จะนำ  
เข้านั้น ต้องมีปริมาณผลไม้ร้อยละ 60 ขึ้นไปของปริมาณทั้งหมด

### มาตรฐานของสารเคมีตกค้าง

ภายใต้กฎหมาย Food Sanitation Act ได้กำหนดมาตรฐานสำหรับสารเคมี  
ตกค้างในผักและผลไม้รวม 25 ชนิดซึ่งอาจจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. สารเคมีประเภทที่ห้ามใช้กับผักและผลไม้ทุกชนิด
2. สารเคมีประเภทที่อนุญาตให้ใช้กับผักและผลไม้ แต่ต้องมีปริมาณไม่เกินมาตรฐาน

ที่กำหนด

### มาตรฐานสำหรับการใช้สารปรุ่งแต่ง

ตามข้อกำหนดของกฎหมาย Food Sanitation Act การใช้สารปรุ่งแต่งเพื่อ  
รักษาความสดของผักและผลไม้จะต้องไม่เกินมาตรฐานที่กำหนดไว้ดังนี้ (ตารางที่ 19)

### ปัญหาการส่งออก

1. สาธารณรัฐเกาหลีใช้มาตรการต่าง ๆ ทั้งทางด้านภาษีและไม่ใช้ภาษี เพื่อ  
สนับสนุนนโยบายการผลิตภายในเพื่อทดแทนการนำเข้า โดยเฉพาะทางด้านเกษตร รัฐบาลเกาหลี  
ได้ให้การสนับสนุนส่งเสริมการผลิตให้เพียงพอต่อความต้องการภายในประเทศ โดยการตั้งกำแพง  
ภาษีและกำหนดโควตาการนำเข้า รวมถึงข้อกำหนดด้านสุขอนามัย ระบบและขั้นตอนในการ  
ขออนุญาตนำเข้าซับซ้อนและยุ่งยาก มาตรการด้านภาษีและไม่ใช้ภาษี ได้แก่ ผลไม้ เป็นสินค้าที่มี  
อัตราภาษีการนำเข้าค่อนข้างสูงคือ ผลไม้สด มีอัตราภาษีการนำเข้าร้อยละ 30-50 น้ำผลไม้  
มีอัตราภาษีนำเข้าร้อยละ 50 และผลไม้แปรรูปอื่น ๆ อัตราภาษีการนำเข้าจะอยู่ระหว่างร้อยละ  
11 ของราคานำเข้าหรือต่ำกว่า (กรมการค้าต่างประเทศ, 2536) และรัฐบาลเกาหลีมี

ตารางที่ 19 มาตรฐานสำหรับการใช้สารปรุงแต่งตามกฎหมาย Food Sanitation Act

ชนิดของสารปรุงแต่ง	มาตรฐาน
Ethyl p-Hydroxybenzoate	ไม่เกิน 0.012 กรัมต่อ
Butyl p-Hydroxybenzoate	น้ำหนัก 1 กิโลกรัมของ
Ptopyl p-Hydroxybenzoate	p-Hydroxy Benzoic Acid
Isobutyl p-Hydroxybenzoate	และต้องใช้เฉพาะส่วนนอกหรือ
Isobutyl p-Hydroxybenzoate	ผิวเท่านั้น
Polyvinyl Acetate	ไม่จำกัดปริมาณที่ใช้ แต่ให้ใช้
Morpholine Fatty Acid Salt	เฉพาะส่วนนอกหรือผิวเท่านั้น
Oxyethylene Higher Aliphatic	
Alcohol	
Sodium Oleate	

ที่มา : (กรมการค้าต่างประเทศ , 2535)

กฎหมายกักกันโรคพืชโดยห้ามนำเข้าผลไม้สดบางชนิดของประเทศไทยตามรายละเอียดข้างต้น ซึ่งผลไม้เหล่านั้น เป็นผลไม้ที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตสูง

2. ผู้บริโภคชาวเกาหลีซึ่งรู้จักผลไม้เมืองร้อนเพียงไม่กี่ชนิด ชาวเกาหลีคุ้นเคยกับ สับปะรด กล้วย และมะม่วง เท่านั้น

3. ผู้ส่งออกของไทยมีคู่แข่งการนำเข้าผลไม้แปรรูปโดยเฉพาะผลไม้กระป๋องและน้ำผลไม้ ที่สำคัญได้แก่ ประเทศฟิลิปปินส์ ซึ่งมีราคาต่ำกว่าราคาผลไม้แปรรูปจากประเทศไทย เนื่องจากต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### แนวทางการพัฒนาการส่งออก

1. การนำเข้าผลไม้ของไทยในสาธารณรัฐเกาหลีนั้น ปัญหาสำคัญได้แก่ ระบบภาษีอากร ปัญหานี้เป็นปัญหาระหว่างประเทศ ผู้ส่งออกไม่สามารถแก้ปัญหาได้เอง ดังนั้นรัฐบาลไทยควรหาทางเจรจากับรัฐบาลเกาหลี เพื่อขอลดอัตราภาษีนำเข้าผลไม้เฉพาะประเทศไทยเป็นกรณีพิเศษ และเจรจาต่อรองแก้กฎหมายห้ามนำเข้าผลไม้สดของไทย ซึ่งผลไม้สดเหล่านั้น เป็นผลไม้ที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตและการส่งออกสูงเป็นที่นิยมของผู้บริโภคชาวต่างประเทศมาก ถ้าการเจรจาสำเร็จผลไม้นำเข้าจากประเทศไทยจะมีราคาถูกกว่าผลไม้นำเข้าจากประเทศอื่น ๆ นอกจากจะทำให้ผลไม้นำเข้าจากประเทศไทยเป็นที่นิยมและแพร่หลายมากขึ้นแล้ว ยังทำให้มีการนำเข้าในปริมาณมากขึ้นอีกด้วย

2. ควรจัดให้มีการแนะนำผลไม้ของไทย ซึ่งผลไม้เมืองร้อนเป็นที่นิยมของผู้บริโภคชาวเกาหลีอยู่แล้ว ดังนั้นจึงเป็นการสะดวกในการจัดให้มีการแนะนำผลไม้จากประเทศไทยในฐานะผลไม้เมืองร้อนประเภทหนึ่ง อาจทำให้ความต้องการของผลไม้ไทยสูงขึ้นด้วย

3. เพิ่มส่วนแบ่งการตลาดผลไม้แปรรูปในสาธารณรัฐเกาหลีจากประเทศคู่แข่ง โดยเฉพาะประเทศฟิลิปปินส์ ซึ่งส่งออกในราคาต่ำกว่าไทย ดังนั้น ผู้ผลิตและผู้ที่เกี่ยวข้องควรหาทางลดต้นทุนการผลิต เพื่อสามารถส่งสินค้าออกในราคาต่ำกว่าหรือใกล้เคียงกับประเทศคู่แข่งขึ้นได้

## บทที่ 5

### สรุปและข้อเสนอแนะ

#### สรุป

ผลไม้เป็นกลุ่มพืชที่รัฐบาลให้ความสำคัญ และส่งเสริมให้มีการส่งออกเพื่อทดแทนพืชไร่บางชนิดที่มีปัญหา ในปัจจุบันผลไม้มีบทบาทมากในการนำเงินตราเข้าประเทศ ผลไม้ของไทยเป็นที่นิยมของนานาประเทศ เนื่องจากมีคุณภาพที่ดี มีการส่งออกไปจำหน่ายยังประเทศต่าง ๆ มากมาย แต่สำหรับสาธารณรัฐเกาหลีนั้น ประเทศไทยยังมีมูลค่าการส่งออกผลไม้ที่น้อยมาก ทั้ง ๆ ที่สาธารณรัฐเกาหลีเป็นประเทศในแถบเอเชียและมีแนวโน้มว่าจะต้องการบริโภคผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศมากขึ้น จากเหตุผลดังกล่าวสาธารณรัฐเกาหลีจึงน่าจะเป็นตลาดสำคัญสำหรับประเทศไทยในอนาคต

ตลาดส่งออกผลไม้ของประเทศไทยที่สำคัญในอดีตเป็นประเทศเพื่อนบ้าน ปัจจุบันเทคโนโลยีการขนส่งทันสมัยมากขึ้น มีการขยายการส่งออกไปยังประเทศต่าง ๆ มากมาย ตลาดส่งออกผลไม้สดที่สำคัญของไทยคือ กลุ่มประเทศเอเชียแปซิฟิกโดยเฉพาะประเทศฮ่องกง ตลาดส่งออกผลไม้แปรรูปที่สำคัญของไทยได้แก่ ประชาคมยุโรปโดยเฉพาะประเทศเนเธอร์แลนด์

สาธารณรัฐเกาหลีใช้เงินสกุลวอน (Won) ปัจจุบันประชาชนมีคุณภาพชีวิตดีขึ้น แรงงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานอุตสาหกรรม ปัจจุบันมีสนามบิน 3 แห่งและท่าเรือ 2 แห่ง สินค้าส่งออกและนำเข้าขนส่งทางเรือเป็นส่วนมากเนื่องจากเป็นสินค้าอุตสาหกรรม ไม่น่าเสีย ในอดีตสาธารณรัฐเกาหลีมีการนำเข้าผลไม้เมืองร้อนปริมาณน้อยมาก แหล่งนำเข้าจะได้มาจากการตกลงระหว่างรัฐบาล ปัจจุบันสาธารณรัฐเกาหลีได้เปิดให้มีการนำเข้าเสรี มีการนำเข้าผลไม้เมืองร้อนปริมาณมากขึ้น ทำให้มีผลกระทบต่อราคาสินค้าเกษตรที่ผลิตในประเทศ ปัจจุบันชาวเกาหลีมีรายได้เพิ่มขึ้น ถึงแม้ว่าค่าใช้จ่ายในการบริโภคจะลดลง แต่ค่าใช้จ่ายสำหรับการบริโภคผักและ

ผลไม้ นั้น ยังคงอยู่ระดับเดิม ชาวเกาหลีนิยมบริโภคอาหารที่มีลักษณะไปทางตะวันตกมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์โดยไม่ผ่านการแก้ไขหรือตัดทอนเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศไทยมีการส่งออกผลไม้ไปยังสาธารณรัฐเกาหลีในปริมาณน้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ที่ไทยส่งผลไม้ไปจำหน่าย เนื่องจากสาธารณรัฐเกาหลีมีกฎหมายห้ามนำเข้าพืช (Plant Protection Law) โดยที่ผลไม้สดที่สาธารณรัฐเกาหลีห้ามนำเข้าไทย นำเข้านั้นเป็นผลไม้สดที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกสูง ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดผลไม้ในสาธารณรัฐเกาหลีร้อยละ 3.49 สินค้าหลักเป็นผลไม้แปรรูป ในปี พ.ศ. 2536 ประเทศไทยมีการส่งออกผลไม้แปรรูปบรรจุกระป๋องไปยังสาธารณรัฐเกาหลีถึง 155,158.04 ล้านบาท หรือร้อยละ 68.75 ของผลไม้ไทยทั้งหมดที่ส่งออกไปยังสาธารณรัฐเกาหลี สินค้าที่สำคัญ ได้แก่ สับปะรดกระป๋อง และผลไม้รวมกระป๋อง (Fruit Cocktail) รองลงมาได้แก่น้ำผลไม้ คือ 34,581.78 ล้านบาท หรือร้อยละ 17.54 สินค้าที่สำคัญได้แก่น้ำสับปะรด ในการส่งออกสับปะรดกระป๋องนั้น คู่แข่งสำคัญได้แก่ ประเทศฟิลิปปินส์ซึ่งราคาถูกกว่า แต่อย่างไรก็ตามสับปะรดกระป๋องของไทยมีคุณภาพดีกว่า

สาธารณรัฐเกาหลีมีนโยบายส่งเสริมผลผลิตเกษตรภายในประเทศ แต่เนื่องจากสภาพอากาศที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูกผลไม้เมืองร้อน ดังนั้นจึงต้องนำเข้าผลไม้เมืองร้อนจากต่างประเทศซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการนำเข้าจากประเทศแถบเอเชีย ประเทศที่เป็นผู้นำเข้ารายใหญ่ในสาธารณรัฐเกาหลีได้แก่ ประเทศฟิลิปปินส์ จีน และไทยตามลำดับ สำหรับการนำเข้าสินค้าที่นำเข้าเป็นผลไม้เมืองร้อนทั้งผลไม้สดและแปรรูป เดิมชาวเกาหลีรู้จักผลไม้เมืองร้อนเพียงไม่กี่ชนิด ปัจจุบันชาวเกาหลีนิยมบริโภคผลไม้เมืองร้อนมากขึ้น ผลไม้เมืองร้อนสำหรับชาวเกาหลีจัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยเนื่องจากราคาสูง ดังนั้นปริมาณการบริโภคผลไม้เมืองร้อนนี้จะเพิ่มขึ้นตามรายได้ของผู้บริโภค และคาดว่าในอนาคตความนิยมบริโภคผลไม้เมืองร้อนจะเพิ่มมากขึ้นด้วย

ผลไม้ที่สาธารณรัฐเกาหลีนำเข้าส่วนใหญ่จะเป็นผลไม้แปรรูปเนื่องจากมาจากสาธารณรัฐเกาหลีมีกฎหมายการนำเข้าที่เข้มงวด และอัตราภาษีนำเข้าสำหรับผลไม้สดสูงมาก ดังนั้นผลไม้ที่นำเข้าเป็นมูลค่ามากได้แก่ ผลไม้ปรุงแต่งบรรจุกระป๋อง และน้ำผลไม้ ผู้บริโภครายใหญ่ได้แก่ กิจการและนักท่องเที่ยว สำหรับการแข่งขันในตลาดผลไม้นำเข้าของสาธารณรัฐเกาหลี

ไม่ค่อสรณแรงนัก เนื่องจากสาธารณรัฐเกาหลีเพิ่งอนุญาตให้มีการนำเข้าผลไม้อย่างเสรีในปี เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ในการค้า พ.ศ. 2534 ผลไม้ส่วนใหญ่ จะนำเข้าจาก แถบเอเชีย อเมริกา และยุโรป ตามลำดับ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สาธารณรัฐเกาหลี อาจเป็นตลาดการส่งออกผลไม้ที่สำคัญของประเทศไทยในอนาคต เนื่องจาก ในปัจจุบันสาธารณรัฐเกาหลีเป็นประเทศที่มีการพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรมสูงมาก ดังนั้น การผลิตสินค้าบริโภคภายในประเทศจึงมีน้อย และมีแนวโน้มว่าเราจะได้ต่อคนจะเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต ผลไม้เมืองร้อนน่าจะได้รับความนิยมแพร่หลายมากขึ้น นอกจากนี้ ตลาดผลไม้ในสาธารณรัฐเกาหลีเป็นตลาดใหม่ เปิดให้นำเข้าผลไม้ได้อย่างเสรีในปี พ.ศ. 2534 สามารถเพิ่มขนาดของตลาดได้โดยง่าย การแข่งขันมีน้อย แต่ในปัจจุบันการส่งออกของผลไม้ของไทยไปยังสาธารณรัฐเกาหลี มีปริมาณและมูลค่าน้อยมาก เนื่องจากประสบปัญหาต่าง ๆ ได้แก่ ปัญหาการกีดกันผลไม้สดของไทย อีกทั้งภาษีนำเข้าผลไม้มีอัตราสูงมาก เนื่องจากสาธารณรัฐเกาหลีมีนโยบายส่งเสริมการผลิตภายในประเทศ และชาวเกาหลีรู้จักผลไม้เมืองร้อนเพียงไม่กี่ชนิด โดยเฉพาะผลไม้ของไทย จึงน่าจะมีการเจรจาระหว่างรัฐบาลเพื่อขอลดอัตราภาษีนำเข้าผลไม้ และแนะนำผลไม้ของไทยให้ผู้บริโภคชาวเกาหลีรู้จักมากขึ้น เพื่อเป็นการพัฒนาการส่งออกของไทยให้มีปริมาณและมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น

#### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาที่ผ่านมา มีข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาตลาดส่งออกผลไม้ของไทยไปยังสาธารณรัฐเกาหลี และเป็นข้อคิดสำหรับผู้บริหารที่มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านต่าง ๆ ที่จะทำการ พัฒนาการส่งออกผลไม้ของไทยไปยังสาธารณรัฐเกาหลี รวมทั้งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง คือ ผู้ส่งออก จะได้ตระหนักและสำนึกในบทบาทของตนที่มีต่อประเทศชาติโดยส่วนรวม ซึ่งมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. รัฐบาลเกาหลีมีกฎหมายกักกันโรคพืช โดยห้ามนำเข้าผลไม้สดบางชนิดของประเทศไทย ซึ่งผลไม้เหล่านั้น เป็นผลไม้ที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตสูง โดยรัฐบาลควรให้การสนับสนุนพัฒนาการตรวจและกำจัดโรคพืชและแมลงของไทย ให้เป็นที่ยอมรับของสากล และใช้เป็นข้อเจรจาต่อรองแก้ไขกฎหมายห้ามนำเข้าผลไม้สดของไทย

2. รัฐบาลเกาหลีเรียกเก็บภาษีนำเข้าผลไม้ในอัตราสูง รัฐบาลไทยควรเจรจาขอ

ผ่อนผันเป็นกรณีพิเศษ เช่น ข้อต่อรองในการนำเข้าสินค้าของเกาหลี ซึ่งในปัจจุบันประเทศไทย เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ได้นำเข้าในปริมาณและมูลค่ามาก เช่น รถยนต์ และเครื่องใช้ไฟฟ้าต่าง ๆ กับการส่งออกผลไม้ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของไทยไปยังเกาหลี ประเทศไทยอาจจัดให้มีการส่งเสริมการนำเข้าสินค้าจากสาธารณรัฐเกาหลี เพื่อแลกเปลี่ยนให้สาธารณรัฐเกาหลีส่งเสริมการนำเข้าสินค้าเกษตรจากประเทศไทย โดยรัฐบาลเกาหลีอาจจัดให้มีการลดหย่อนอัตราภาษีเฉพาะประเทศไทยหรือการให้โควตานำเข้าพิเศษ สำหรับสินค้าเกษตรของไทยจะทำให้สินค้าเกษตรของไทยรวมถึงผลไม้ด้วยนั้น มีราคาถูกลงกว่าประเทศคู่แข่งและเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายเนื่องจากมีราคาถูกและคุณภาพดี

3. รัฐบาลไทยอาจขอแก้ไขภาษีนำเข้าผลไม้ของสาธารณรัฐเกาหลี ที่มีอัตราสูงนี้ โดยการเจรจาตกลงทางการค้าในการประชุมรอบอุรุกวัย (GATT) ที่ประชุมอาจเห็นด้วยในการปรับอัตราภาษีนำเข้าผลไม้ของสาธารณรัฐเกาหลีให้ต่ำลง จะทำให้ราคาของผลิมนำเข้าในสาธารณรัฐเกาหลีต่ำลง เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคที่มีรายได้อานกลางมีโอกาสบริโภคผลไม้เมืองร้อนมากขึ้น เป็นการเพิ่มขนาดตลาดผลไม้เมืองร้อน ทำให้ผู้นำเข้าต้องการนำเข้าผลไม้เมืองร้อนในปริมาณเพิ่มขึ้นได้

4. ในการเจรจาตกลงซื้อขายสินค้าเกษตรของไทยกับสาธารณรัฐเกาหลี รัฐบาลไทยควรบรรจุผลไม้ไว้เป็นส่วนหนึ่งในการเจรจาซื้อขายสินค้าเกษตรด้วย การเจรจากับรัฐบาลเกาหลี เป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือไว้วางใจให้กับผู้นำเข้า

5. ประเทศไทยอาจจัดให้มีการซื้อขายการแลกเปลี่ยนสินค้าเกษตรกรรม กับสาธารณรัฐเกาหลี เนื่องจากสาธารณรัฐเกาหลีมีอากาศหนาวเย็นผลไม้ส่วนใหญ่จะเป็นผลไม้เมืองหนาวและโสม ซึ่งประชาชนชาวไทยนิยมบริโภคมาก และประเทศไทยเป็นเมืองร้อน ผลไม้ที่ผลิตได้เป็นผลไม้เมืองร้อน ซึ่งเป็นที่นิยมของชาวเกาหลีเช่นกัน ดังนั้นควรให้มีการแลกเปลี่ยนกัน คือประเทศไทยนำเข้าผลไม้เมืองหนาวและโสมจากสาธารณรัฐเกาหลี และสาธารณรัฐเกาหลีนำเข้าผลไม้เมืองร้อนจากประเทศไทยเช่นกัน

6. สำหรับผู้ส่งออกของไทย เมื่อรัฐบาลยังไม่สามารถเจรจาขอแก้ไขอัตราภาษีการนำเข้าที่สูง และกฎหมายห้ามนำเข้าผลไม้สดได้ ผลไม้สดจากประเทศไทย จึงไม่สามารถแข่งขันทางด้านราคากับผลไม้ในสาธารณรัฐเกาหลีได้ ดังนั้นจึงควรส่งออกผลไม้แปรรูปเป็นหลักโดยผลไม้กระป๋องมีแนวโน้มที่จะครองตลาดสาธารณรัฐเกาหลีได้มาก โดยเฉพาะสับปะรดกระป๋องและผลไม้รวมกระป๋อง (Fruit Cocktail Canned) พร้อมทั้งหาวิธีกำหนดคุณภาพและรสชาติให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคชาวเกาหลีและหาช่องทางในการนำเข้าผลไม้แปรรูปชนิดอื่น ๆ ต่อไป สำหรับผล

ไม้กระป๋องและน้ำผลไม้ที่นั้น ประเทศไทยมีคู่แข่งที่สำคัญคือประเทศฟิลิปปินส์ซึ่งราคาต่ำกว่า ผู้ส่ง

ออกควรพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต เป็นการลดต้นทุนการผลิต ทำให้สามารถแข่งขันกับประเทศ  
ฟิลิปปินส์ในด้านราคาได้

7. ผู้บริโภคชาวเกาหลียังรู้จักผลไม้เมืองร้อนเพียงไม่กี่ชนิด ชาวเกาหลีคุ้นเคยกับ  
สับปะรด กล้วย และมะม่วง เท่านั้น เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ผู้บริโภคชาวเกาหลีรู้จักผลไม้ไทย  
มากขึ้น ควรให้มีการจัดนิทรรศการสัปดาห์ผลไม้ไทย หรืออาศัยการสนับสนุนจากการบินไทย  
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสมาคมโรงแรมต่าง ๆ ในสาธารณรัฐเกาหลีและเพื่อเป็นการ  
ส่งเสริมให้ผลไม้ไทยส่งออกไปยังสาธารณรัฐเกาหลีมากขึ้น ควรจัดให้มีการส่งเสริมการตลาดเช่น  
การนำผู้ซื้อรายสำคัญเข้ามาพบกับผู้ส่งออกในประเทศ ซึ่งอาจเป็นรูปแบบ Industrial Tour  
เพื่อให้เห็นถึงสภาพการผลิตผลไม้ สภาพการผลิตของโรงงานแปรรูป และให้ผู้ซื้อรายสำคัญได้รู้จัก  
กับคนไทยดีขึ้น อันจะทำให้เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อคนไทย และจะนำไปสู่การทำธุรกิจที่ดีต่อกัน การ  
นำผู้ส่งออกไปร่วมงานแสดงสินค้าในสาธารณรัฐเกาหลี ผู้นำเข้าสามารถเลือกผู้ส่งออกและเลือก  
ชนิดของผลไม้ได้มากขึ้น

8. เนื่องจากสาธารณรัฐเกาหลี เริ่มเปิดให้มีการนำเข้าผลไม้อย่างเสรีในปี พ.ศ.  
2534 ตลาดนี้จึงเป็นตลาดใหม่ที่มีประเทศผู้นำเข้าเพียงไม่กี่ประเทศ ประกอบกับการนำเข้าผลไม้  
ของสาธารณรัฐเกาหลี มีกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด ดังนั้นผู้ส่งออกควรปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่าง  
เคร่งครัดเช่นกันเพื่อเป็นการสร้างความไว้วางใจ และสินค้าที่ส่งออกนั้น จะต้องมีความดี มีการ  
ควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าอย่างเคร่งครัด มีจำนวนมาก เพราะผลไม้เมืองร้อนเป็นที่  
นิยมของชาวเกาหลี การกระทำเช่นนี้ เป็นการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด เพิ่มขนาดของตลาดและ  
เป็นการสร้างชื่อเสียงแก่ผลไม้ไทยและตัวของผู้ส่งออกเองด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

กรมการค้าต่างประเทศ . 2536 . ประเทศเกาหลี . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์กรมการค้า  
ต่างประเทศ .

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ . 2536 . การค้าระหว่างประเทศของไทย . กรุงเทพมหานคร :  
โรงพิมพ์กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ .

\_\_\_\_\_ . 2537ก . รายละเอียดสินค้าเป้าหมายส่งออกปี 2537 . กรุงเทพมหานคร :  
โรงพิมพ์กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ .

\_\_\_\_\_ . 2537ข . เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง เป้าหมายการส่งออก การนำเข้า  
และดุลการค้าปี 2537 . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ .

\_\_\_\_\_ . 2537ค . เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง การค้าระหว่างประเทศกับการ  
ส่งออกของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์กรมเศรษฐกิจ  
การพาณิชย์ .

กรมศุลกากร . 2536 . รายละเอียดสินค้านำเข้าและส่งออกของไทย . กรุงเทพมหานคร :  
โรงพิมพ์กรมศุลกากร .

เกียรติ ลีละเศรษฐกุล . 2530 . การส่งออกผลไม้ของไทย . กองโรคพืชและจุลชีววิทยา  
กรมวิชาการเกษตร .

จิรพร เอี่ยมศรี . 2530 . "ตลาดพืชผักผลไม้" . น.78-84 . การตลาดสินค้าเกษตร .

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ .  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับทำวิจัยเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่อผู้ยืมได้เห็นว่าไม่เหมาะสมต่อการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จิราภาพรณ วรพงศ์ . 2531 . "ท่อผลไม้ไทยส่งขายเมืองนอก" . ผู้ส่งออก .

1(เมษายน 2531) : น.93-97 .

ฉันทนา เจิมเจริญสุข . 2532 . การวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจการส่งผลไม้ส่งออกของไทย .

กรุงเทพมหานคร : วิทยาลัยปริญาโท , มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .

นิรนาม . 2531 . "รายงานผลโครงการศึกษาด้านการผลิตผักและผลไม้เพื่อการส่งออก" .

นิรนาม . 2531 . "สรุปอภิปรายโต๊ะกลมผลไม้แปรรูปโอกาสและแนวทางการพัฒนา" .

ผู้ส่งออก . 2(ตุลาคม 2531) .

นิรนาม . 2537 . "แนะนำจัดสีปลาผลไม้ไทยให้แพร่หลายในเกาหลี" . ชาวพาณิชย์ .

(15-21 กุมภาพันธ์ 2537) : น.28 .

นิรนาม . 2537 . "1,380 ล้านบาท มูลค่าส่งออกผลไม้ไทยพัฒนาเติบโตใหญ่ยิ่งขึ้นนับแต่ปี

2525 เรื่อยมา" . มติชนสุดสัปดาห์ . 14(22 เมษายน 2537) : น.31 .

นิรนาม . 2537 . "เอเชียตะวันออกกำลังเป็นที่น่าสนใจ" . ผู้ส่งออก .

( 16-30 มิถุนายน 2537 ) : น.44 .

ปฤษฎางค์ . 2530 . ผลไม้แปรรูปโอกาสและแนวทางการพัฒนา . เอกสารประกอบการ

อภิปรายโต๊ะกลม .

ปรีชา ผิวโสฬศ . 2537 . กรรมการผู้จัดการห้างหุ้นส่วนจำกัด เจโอเจ จำกัด เต็ด . สัมภาษณ์ ,

17 พฤษภาคม 2537 .

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มยุรี ภาคกล้าเจียก . 2534 . "การพัฒนาการบรรจุหีบห่อผักผลไม้สด" . ผู้ส่งออก .  
4(กุมภาพันธ์ 2534) : น.36-41 .

สมชาย สุนทรสิงห์ . 2536 . " สถานการณ์การผลิตผักและผลไม้ " . วารสารเศรษฐกิจ  
การพาณิชย์ . 24 (พฤษภาคม-มิถุนายน 2536) : น.36-37 .

รังสรรค์ โนชัย และคณะ . 2530 . ผลการวิจัยเรื่องการพัฒนาการส่งออกผลไม้สดของ  
ประเทศไทย . ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบัน  
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง .

รัชนี้ จิตตนนท์ . 2537 . พนักงานการตลาดบริษัทไฮโด อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล . สัมภาษณ์ ,  
16 พฤศจิกายน 2537 .

FAO Consuttant . 1987 . Agricultural Marketing in Korea .

"Food for Thought" . Korea Trade & Business . (April 1993) . p.33 .

Jeon Mi-Sung . 1994 . Trend of Economic . The Korea Economic Weekly .  
19(December 1994) : p.1 .

Korea Custom Research Institute . 1993 . Statistics Yearbook of Foreign  
Trade . Republic of Korea .

Korean Overseas Information Service . 1990 . Population . Handbook of  
Korea . (December 1990) : p.463 .

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Lee Chong-Yeong . 1989 . Japan and Korea Markets for Tropical Fruits and Vegetables . Journal of Rural Development . 12(December 1989) : p.179-226 .

Then and now . Korea Trade & Business . (September 1993) . p.11 .



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้