



บทที่ 2

ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะกล่าวถึงความสำคัญของภาคเกษตรกรรม ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยการส่งออก ทฤษฎีฐานเศรษฐกิจ แนวคิดเกี่ยวกับจุดอ่อนของผลผลิตการเกษตร ทฤษฎีการเลือกที่ตั้ง งานวิจัยเกี่ยวกับศูนย์กลางเพื่อการส่งออกผลไม้ ตลอดจนนโยบายของรัฐที่เกี่ยวข้อง การศึกษาและทำความเข้าใจส่วนต่าง ๆ ดังกล่าวนี้ เพื่อเป็นพื้นฐานในการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาที่ตั้งศูนย์กลางและโครงข่ายเพื่อการส่งออกผลไม้ในภาคตะวันออกในส่วนต่อไป

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจโดยการส่งออกสินค้าเกษตรกรรม

การพัฒนาเศรษฐกิจ หมายถึง กระบวนการ (Process) ที่ก่อให้เกิดความเจริญทางเศรษฐกิจโดยสม่ำเสมอและเป็นเวลายาวนาน โดยทำให้รายได้ที่แท้จริงต่อบุคคลสูงขึ้น และต้องมีการกระจายรายได้อย่างสม่ำเสมอ ประชากรต้องได้รับประโยชน์จากรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างทัดเทียมกัน รวมถึงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม ทัศนคติ ระบบการเมือง การบริหาร การศึกษา และค่านิยมของสังคมที่เหมาะสม (จรินทร์ เทศวานิช , 2531 : 267)

สำหรับภาคเกษตรกรรมแล้ว นับว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยมาเป็นเวลานาน แม้ว่าในปัจจุบันภาคอุตสาหกรรม และการค้าและบริการจะมีบทบาทเพิ่มขึ้น แต่ภาคเกษตรกรรมก็ยังคงมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย ซึ่ง รัตนา สายคณิต (2524 : 208-211) ได้อธิบายถึงความสำคัญของภาคเกษตรกรรมต่อการพัฒนาเศรษฐกิจไว้ 6 ประการสรุปได้ดังนี้

- 1) เป็นแหล่งผลิตอาหารเพื่อเลี้ยงประชากร
- 2) เป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบเพื่อป้อนภาคอุตสาหกรรม
- 3) เป็นแหล่งจัดหาแรงงานค่าแรงต่ำให้แก่ภาคอุตสาหกรรม
- 4) เป็นแหล่งสะสมทุนเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ
- 5) เป็นแหล่งตลาดที่สำคัญของสินค้าอุตสาหกรรมที่ผลิตขึ้นภายในประเทศ
- 6) เป็นแหล่งที่มาของรายรับเงินตราต่างประเทศ โดยที่ประเทศกำลังพัฒนาอาศัยสินค้าเกษตรกรรมเป็นสินค้าออกส่วนใหญ่ ภาคเกษตรกรรมจึงเป็นภาคที่ทำรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศให้แก่ประเทศ การเพิ่มขึ้นของผลิตผลอันเป็นผลที่เกิดจากการพัฒนาภาคเกษตรกรรม จะทำให้ประเทศมีผลิตผลเหลือจากการบริโภคภายในประเทศเพื่อส่งเป็นสินค้าออกมากขึ้น รายรับเงินตราต่างประเทศจึงเพิ่มสูงขึ้น

จากแนวคิดดังกล่าว จะเห็นได้ว่า ภาคเกษตรกรรมมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และจากการพัฒนาประเทศในระยะเวลาที่ผ่านมา เป็นที่ตระหนักดีว่า การพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับภาคอุตสาหกรรมโดยการละเลยภาคเกษตร เป็นแนวความคิดที่ผิดพลาด เพราะตราบไต่ที่ภาคเกษตรไม่เข้มแข็ง ภาคอุตสาหกรรมก็ไม่มีทางที่จะเติบโต ทั้งภาคเกษตรและภาคอุตสาหกรรมต่างก็มีส่วนสนับสนุนซึ่งกันและกัน จึงมีแนวโน้มว่าแนวทางการพัฒนาประเทศในปัจจุบันและอนาคตจะมุ่งความสำคัญมาที่การสร้างฐานการผลิตทางการเกษตรให้มีความเข้มแข็ง ดังเห็นได้จากนโยบายในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ที่ได้กำหนดแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะทางเศรษฐกิจ ด้วยการรักษาและเสริมสร้างศักยภาพในการเป็นแหล่งผลิตอาหารเลี้ยงประชากรภายในประเทศ และการเป็นผู้ส่งออกสินค้าเกษตรรายสำคัญในตลาดโลก

ทฤษฎีฐานเศรษฐกิจ (Economic Base Theory)

บุคคลที่มีส่วนในการพัฒนาแนวคิดนี้ คือ Douglas C. North และ Charles M. Tiebout (1955: 333-342) ทฤษฎีนี้เน้นว่าปัจจัยสำคัญที่ทำให้ภาคเจริญเติบโตได้ คือ การส่งสินค้าออกไปขาย (Exportable commodities) ซึ่งอาจอยู่ในรูปของสินค้าและบริการ หรือเป็นแรงงานที่ออกไปนอกภูมิภาค หรือแม้แต่การใช้จ่ายของคนต่างภูมิภาคในภูมิภาคที่เรากำลังพิจารณา และเคลื่อนย้ายไม่ได้ด้วยเหตุผลทางภูมิศาสตร์ ดินฟ้าอากาศ ความสำคัญทางประวัติศาสตร์ หรือความได้เปรียบเชิงที่ตั้งของภาค สาขาการผลิตที่ทำการส่งออกเหล่านี้เองที่เป็นฐานเศรษฐกิจของภาค หรือเรียกว่า สาขาที่เป็นฐานเศรษฐกิจ (Basic Sector) หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า อุปสงค์ภายนอก (exogenous demand) จะเป็นตัวกำหนดความเจริญเติบโตของภาค การขยายตัวของอุปสงค์นอกภาคนี้ จะมีผลเป็นทวีคูณและส่งผลกระทบให้เกิดการขยายตัวไปยังกิจกรรมที่ผลิตสินค้าที่มีได้ส่งออกอื่น ๆ

ทฤษฎีนี้ได้สมมุติโดยการให้โลกถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ “ภูมิภาค” (Region) กับ “ส่วนที่เหลือ” (Rest of the World) ภูมิภาคจะเจริญเติบโตได้ก็ด้วยการขายสินค้าให้กับส่วนที่เหลือเท่านั้น สินค้าออกของภาคจึงเป็นเสมือนฐานเศรษฐกิจ (Economic Base) สำหรับความเจริญของภาคดังกล่าวเป็นสิ่งที่กิจการส่งออกนั้นทำให้เกิดขึ้นในกิจกรรมที่ไม่ใช่ฐานเศรษฐกิจอื่น ๆ เพราะในการขยายตัวของสินค้าออกก็จำเป็นจะต้องใช้ปัจจัยที่ผลิตโดยกิจการสาขาอื่น ๆ เป็นส่วนประกอบอยู่มาก ดังนั้น สินค้าออกจึงเป็นแหล่งที่มาของรายได้และผลกำไรของภาค หากมีการพัฒนาภาคด้วยฐานการส่งออก โดยอาศัยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างเต็มที่ ภาคนั้นจะเจริญเติบโตต่อไปเรื่อย ๆ หรือถ้าพูดให้ชัดเจน ก็คือ ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของภูมิภาคใดภูมิภาคหนึ่ง ขึ้นอยู่กับว่าภูมิภาคนั้นจะสามารถผลิตสินค้าเพื่อส่งออกได้มากน้อยเพียงใดนั่นเอง ซึ่งอาจจะทำได้โดยการปรับปรุงการส่งออกที่มีอยู่แล้วให้มีปริมาณมากขึ้น เพื่อให้สามารถแข่งขันกับภาคอื่น ๆ ได้ หรืออาจจะทำการพัฒนาสินค้าออกชนิดใหม่ ๆ ก็ได้

แนวคิดเกี่ยวกับจุดอ่อนของผลิตผลทางการเกษตร

ผลิตผลทางการเกษตรมีจุดอ่อนและความเสี่ยงเปรียบอยู่หลายประการ โดยที่ ธนศ กอง ประเสริฐ (2526: 15-23) ได้อธิบายถึงจุดอ่อนและความเสี่ยงเปรียบของผลิตผลทางการเกษตรไว้ 2 กรณี คือ

กรณีที่ 1 จุดอ่อนของผลิตผลเกษตรในแง่ของตัวผลผลิต ผลผลิตเกษตรส่วนใหญ่มีลักษณะสำคัญ ดังต่อไปนี้

- 1) เป็นสินค้าประเภทวัตถุดิบ ต้องแปรรูปหลายขั้นก่อนจะกลายเป็นวัตถุดิบสินค้าที่สมบูรณ์พร้อมจะขายให้แก่ผู้บริโภค
- 2) เป็นสินค้าที่มีน้ำหนักมาก กินเนื้อที่ กับมีความยุ่งยากสิ้นเปลืองในการขนส่งและเก็บรักษา ซึ่งทำให้ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เพิ่มสูงขึ้น
- 3) เป็นสินค้าที่เน่าเสียง่าย (Perishable Goods) โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตผลเกษตรบางชนิด เช่น ผัก และ ผลไม้
- 4) อุปสงค์ต่อสินค้าเกษตรมีความยืดหยุ่นต่อรายได้ และราคาต่ำ
- 5) เป็นสินค้าที่มีมูลค่าต่ำ เนื่องจากเป็นสินค้าธรรมดาสามัญที่มีผู้ผลิตมากมาย ทำให้ราคาสินค้าไม่สูง

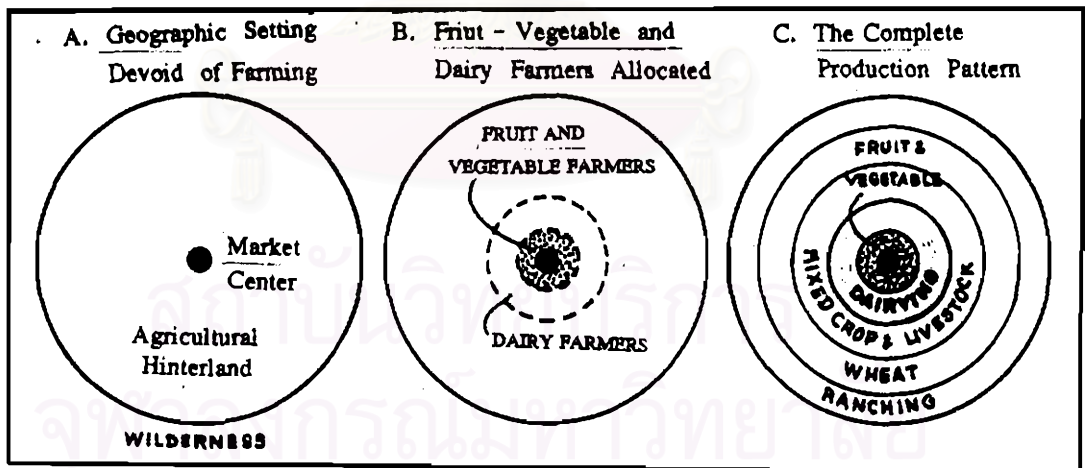
กรณีที่ 2 จุดอ่อนของผลิตผลเกษตรในแง่ของการผลิต

- 1) หน่วยการผลิตมีขนาดเล็ก และเป็นรายย่อย ระดับครอบครัว ไม่มีการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม ทำให้ไม่มีอำนาจการต่อรองทางการตลาด และไม่มีการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีการผลิต
- 2) มักจะต้องผลิตในที่ซึ่งห่างไกลตลาด และหน่วยผลิตก็อยู่กระจัดกระจาย ทั้งนี้เพราะความจำเป็นของสภาวะแวดล้อมตามธรรมชาติของการเพาะปลูก สูดแต่สภาพของเนื้อดิน ภูมิอากาศ หรือน้ำที่พืชผลแต่ละชนิดต้องการ
- 3) ปริมาณการผลิตที่ไม่แน่นอน เนื่องจากการผลิตทางการเกษตรต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยทางธรรมชาติหลายอย่าง ซึ่งส่วนใหญ่แล้วอยู่นอกเหนืออำนาจการควบคุมของมนุษย์ เช่น ดินฟ้าอากาศ ปริมาณน้ำฝน เป็นต้น
- 4) มีการผลิตเฉพาะฤดูกาล พืชผลเกษตรเกือบทุกชนิดไม่สามารถผลิตให้ได้ผลสม่ำเสมอตลอดปี สำหรับผลิตผลเกษตรที่สามารถเก็บไว้ได้ ก็จะต้องมีสถานที่เก็บที่เหมาะสมจนกว่าจะจำหน่ายได้ ส่วนผลผลิตที่รักษาไว้นานไม่ได้ ก็จะต้องส่งออกสู่ตลาดโดยเร็ว ฉะนั้น บรรดาพาหนะขนส่งและอุปกรณ์แช่เย็นต่าง ๆ จะต้องมียู่พร้อม
- 5) มีคุณภาพไม่คงที่ และ
- 6) ไม่สามารถควบคุมให้มีปริมาณพอดีกับความต้องการของตลาด เพราะฉะนั้น การจะพัฒนาภาคเกษตรกรรมเพื่อการส่งออกจึงต้องแก้ไขจุดอ่อนเหล่านี้ด้วย

ทฤษฎีการเลือกที่ตั้ง

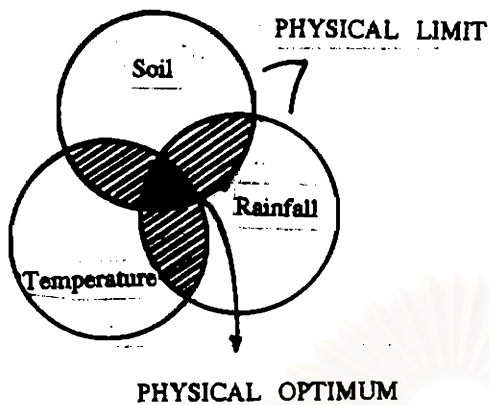
1. การเลือกที่ตั้งของกิจกรรมทางเศรษฐกิจด้านเกษตรกรรม

Johann Heinrich Von Thünen (E.A.J. Johnson, 1974 : 117-123) เป็นนักเศรษฐศาสตร์ชาวเยอรมันที่สนใจและได้อธิบายถึง การเลือกที่ตั้งของกิจกรรมทางเกษตรกรรมทั้งในระดับจุลภาคและมหภาค โดยยึดค่าขนส่งเป็นหลัก สำหรับการผลิตทางด้านเกษตรกรรมซึ่งมีลักษณะพิเศษในแง่ที่ว่าต้องการเนื้อที่กว้างขวางมาก Von Thünen ตั้งข้อสมมุติฐานว่า มีเมืองศูนย์กลางแยกตัวอยู่โดดเดี่ยว (The Isolate State) ในบริเวณที่กำลังพิจารณา ไม่มีเมืองอื่นใดอยู่ใกล้เคียง พื้นดินเป็นที่ราบเรียบไม่มีแม่น้ำลำคลองปรากฏ ความอุดมสมบูรณ์ของพื้นดินเท่าเทียมกัน ที่ราบนี้ล้อมรอบไปด้วยป่าซึ่งทำให้เมืองถูกตัดขาดจากโลกภายนอก ดังนั้น เมืองศูนย์กลางแห่งเดียวนี้ จะต้องทำหน้าที่ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมที่จำเป็นส่งไปยังเขตที่อยู่รอบ ๆ ตัวเมือง และเขตรอบตัวเมือง (rural hinterland) ก็ต้องทำหน้าที่ผลิตสินค้าเกษตรกรรมส่งมายังตัวเมือง Von Thünen ยังได้อธิบายการเลือกทำกิจกรรมทางเกษตรกรรมในพื้นที่รอบ ๆ ตัวเมืองในระดับภาค โดยสมมุติว่าการทำการเกษตรในบริเวณนี้ทำอย่างมีเหตุผล นั่นคือ สินค้าเกษตรซึ่งมีน้ำหนักมากหรือขนาดใหญ่ควรจะมีผลผลิตในที่ดินที่อยู่ใกล้ตัวเมือง เพื่อค่าขนส่งจะได้ลดลง ทั้งนี้รวมถึงสินค้าที่อาจนำเสียได้ง่ายด้วย ที่ดินซึ่งอยู่ไกลออกไปจากตัวเมืองควรใช้เป็นที่ผลิตสินค้าที่มีน้ำหนักเบา เพราะแม้ระยะทางจะไกล แต่ค่าขนส่งก็จะไม่มากนัก (ดังรูป)



Von Thünen's Isolated State model in its stages of formation

นอกจากนี้ James O. Wheeler และ Peter O. Muller (1986 : 315-318) ได้ให้ข้อเสนอแนะถึงกระบวนการในการเลือกที่ตั้งของกิจกรรมทางการเกษตร ไว้ว่าบริเวณใดที่มีโครงสร้างทางกายภาพที่ให้ผลดีที่สุดหรือเหมาะสมที่สุด และบริเวณใดที่เป็นเขตจำกัด จะช่วยในการพิจารณาถึงการขยายตัวของกิจกรรมทางการเกษตร ซึ่งเขาเรียกว่า ความเหมาะสมที่สุดและวงจำกัดทางเศรษฐกิจ



(economic optima-and-limits) บริเวณที่เหมาะสมที่สุดจะกลายเป็นเขตที่ให้กำไรสูงสุด และวงจำกัดเป็น economic margin หรือ บริเวณที่หารายได้ต่ำสุด โดยที่ลักษณะทางกายภาพของความเหมาะสมที่สุด และสิ่งที่เป็นข้อจำกัด ประกอบด้วย สภาพพื้นดิน (Soil) ปริมาณน้ำฝน (Rainfall) และอุณหภูมิ (Temperature) ซึ่งถ้ามีทั้งสามองค์ประกอบกัน ก็จะเป็นบริเวณที่เหมาะสมที่สุดที่จะทำการเกษตร

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าปัจจัยทางด้านกายภาพจะมีผลต่อการเลือกที่ตั้งของกิจกรรมทางการเกษตรอยู่มาก แต่ปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีได้มีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของประชากรมีผลทำให้พื้นที่ทำการเกษตรลดลง การนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้มากกว่าเดิมโดยไม่ต้องเพิ่มพื้นที่การผลิตจึงเป็นสิ่งจำเป็น เทคโนโลยีที่สำคัญ เช่น การชลประทาน การใช้ปุ๋ยสารเคมี การคัดเลือกพันธุ์ เป็นต้น

ดังนั้น การพิจารณาพื้นที่ที่มีความเหมาะสมต่อการทำการเกษตร จึงต้องใช้ทั้งในแง่ของกายภาพ และการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ประกอบกันไปด้วย

2. การเลือกที่ตั้งเพื่อลดค่าขนส่ง (Orientation)

ประเด็นเกี่ยวกับค่าขนส่ง เป็นเรื่องสำคัญและมักจะถูกนักเศรษฐศาสตร์นำไปพิจารณาร่วมกับปัจจัยอื่น ๆ ในการเลือกที่ตั้งที่เหมาะสม เพื่อจะช่วยลดค่าขนส่ง อันจะนำไปสู่การลดต้นทุนการผลิตให้ถูกลง โดยที่ค่าขนส่ง (Transfer Cost) ประกอบด้วย ค่าขนส่งขึ้นลง (Terminal Cost) และค่าขนส่งคิดตามระยะทาง

ประพันธ์ เสวตนันท์ (2520 : 16-17) อธิบายว่า การที่อัตราค่าขนส่งแตกต่างกัน ทั้ง ๆ ที่ระยะทางขนส่งเท่ากันและใช้วิธีขนส่งประเภทเดียวกัน เป็นผลมาจากความใหญ่โตของสินค้ามีไม่เท่ากัน ทั้ง ๆ ที่น้ำหนักสินค้าเท่ากัน สินค้าที่มีขนาดใหญ่กว่าย่อมเสียค่าขนส่งมากกว่า หรือบางกรณีสินค้าที่ต้องการขนส่งต้องใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นพิเศษ ค่าขนส่งก็จะเพิ่มขึ้นไปมากกว่าอัตราปกติ นอกจากนี้อัตราค่าขนส่งอาจแตกต่างกันเพราะสินค้าต่างประเภทกันด้วย สินค้าที่เสียหายหรือแตกทำลายได้ง่าย เช่น ผลไม้ เพอร์นิเจอร์ ฯลฯ มักจะต้องเสียค่าขนส่งในอัตราสูงกว่าปกติ เพราะโอกาสที่สินค้าจะเสียหายมีมากกว่าสินค้าอย่างอื่น ดังนั้นผู้ผลิตอาจเลือกที่ตั้งที่แหล่งวัตถุดิบ หรือแหล่งตลาด เพื่อลดค่าขนส่งได้ ซึ่ง Edgar M. Hoover (1971: 47) ได้สรุปเป็นแนวทางกว้าง ๆ ว่าการผลิตลักษณะใดควรเลือกที่ตั้งอย่างไร อาทิเช่น ถ้าลักษณะการผลิตอาจทำให้วัตถุดิบเน่าเสียหาย ควรเลือกที่ตั้งที่แหล่งวัตถุดิบ เช่น การทำผลไม้แช่เย็น การทำเครื่องกระป๋อง ถ้าลักษณะการ

ผลิตอาจทำให้ผลผลิตเสียหาย ควรเลือกที่ตั้งที่แหล่งตลาด เช่น การทำขนมปัง การทำหนังสือพิมพ์ ถ้าลักษณะการผลิตอาจทำให้วัตถุดิบแตกหักเสียหาย ควรเลือกที่ตั้งใกล้แหล่งวัตถุดิบ เช่น การบรรจุสินค้าเพื่อส่งไปขาย ถ้าลักษณะการผลิตอาจทำให้ผลผลิตแตกหักเสียหาย ควรเลือกที่ตั้งใกล้แหล่งตลาด เช่น การเผาถ่านหิน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ในสภาพความเป็นจริงที่ตั้งของหน่วยผลิตอาจอยู่ระหว่างตลาดและแหล่งวัตถุดิบก็ได้ (Intermediate Location) การที่เราจะทราบว่า ควรจะตั้งหน่วยผลิต ณ จุดใด เราจำเป็นต้องเปรียบเทียบค่าขนส่งทั้งหมดต่อหน่วยสินค้าสำหรับที่ตั้งแต่ละแห่ง โดยจะต้องพิจารณาเปรียบเทียบค่าขนส่งจากกิจกรรมของหน่วยผลิต 3 ขั้นตอน อันประกอบด้วย ขั้นตอนเตรียมการผลิต (Procurement) ขั้นตอนการผลิต (Processing) และขั้นตอนการจำหน่าย (Distribution) กิจกรรมทั้งสามขั้นนี้เกี่ยวข้องกับค่าขนส่ง ในแง่ที่ว่าจะต้องมีการขนส่งวัตถุดิบมาที่แหล่งผลิต และมีการขนส่งสินค้าหรือผลผลิตไปส่งตลาด

กาญจณี พลจันทร์ (2526 : 12-14) ยังได้สรุปแนวคิดของ Walter Isard ซึ่งเป็นนักเศรษฐศาสตร์ภูมิภาคอีกผู้หนึ่งว่า ปัจจัยค่าขนส่ง เป็นปัจจัยสำคัญต่อการเลือกที่ตั้ง ที่ตั้งที่ดีที่สุดจะอยู่ ณ ที่ใด ขึ้นอยู่กับอัตราค่าขนส่งที่กำหนดจากโครงสร้างอัตราค่าขนส่ง ซึ่งถูกกำหนดโดยปัจจัยต่าง ๆ เช่น ระยะทาง ชนิดของสิ่งที่ขนส่ง การแข่งขันกันในการบริการขนส่ง เส้นทาง การมีเที่ยวกลับ เป็นต้น ที่ตั้งที่ดีเหล่านี้จะเปลี่ยนแปลงไปเมื่ออัตราค่าขนส่งเปลี่ยนไป นอกจากนี้ปัจจัยแรงงานและที่ตั้งที่มีแรงงานราคาถูกจะช่วยให้ต้นทุนการผลิตต่ำลงได้ Isard ยังได้กล่าวถึงขนาดการผลิต โดยที่หน่วยผลิตที่ตั้งอยู่ ณ แหล่งที่มีวัตถุดิบหลายชนิด จะมีขนาดตลาดใหญ่ และทำให้ขนาดการผลิตมีขนาดใหญ่กว่าหน่วยผลิตอื่น และก่อให้เกิดการรวมตัวกันในบางพื้นที่ โดย Isard ได้สรุปถึงปัจจัยหรือตัวกำหนดที่ตั้งไว้ดังนี้ คือ

- 1) ปัจจัยการผลิตมีอยู่อย่างเพียงพอในพื้นที่นั้น
- 2) การสูญเสียน้ำหนักในการผลิตมีมากน้อยเพียงใด
- 3) ที่ตั้งใดแสดงถึงประสิทธิภาพของการขนส่งดีกว่า
- 4) ต้นทุนการขนถ่ายสินค้า (ปัจจัย) ณ ที่ตั้งเป็นอย่างไร
- 5) การทดแทนกันระหว่างปัจจัย เช่น การใช้แรงงานแทนปัจจัยการผลิตอื่น มีมากน้อยเพียงใดในพื้นที่นั้น

3. การประหยัดจากการกระจุกตัว (Agglomeration Economies)

การกระจุกตัว หมายถึง การที่หน่วยผลิตประเภทต่าง ๆ ได้ประโยชน์จากการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม อันจะก่อให้เกิดการประหยัด 4 ลักษณะ ได้แก่ การประหยัดค่าขนส่ง การประหยัดภายในอันเป็นผลจากการเพิ่มปริมาณการผลิต (Internal economies of scale) การประหยัดภายนอกในอุตสาหกรรมเดียวกัน (External economies of scale) หรือที่เรียกว่า Localization economies หมายถึง การลดต้นทุนการผลิตต่อหน่วยสินค้าภายในหน่วยผลิต เมื่ออุตสาหกรรมประเภทใดประเภท

หนึ่งของหน่วยผลิตนั้นขยายตัวในทีใดทีหนึ่ง และการประหยัดจากการเป็นเมือง Urbanization economies จะอยู่ในรูปของการเข้าถึงตลาดที่ใหญ่กว่า การพัฒนาของตลาดแรงงานในเมืองและเป็นที่ยอมรับของความสามารถในการจัดการ การมีอยู่ของสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า การธนาคาร และการเงิน ความประหยัดที่เกี่ยวข้องกับการบริการด้านการขนส่ง เช่น มีสิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการขนถ่ายสินค้าที่ปรับปรุงแล้ว การประหยัดด้านการสื่อสาร นั่นคือ มีโอกาสที่จะติดต่อโดยตรงกับผู้ให้บริการเฉพาะอย่าง การประหยัดจากขนาดของการบริการสาธารณะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลดลงของต้นทุนต่อหน่วยของพลังงานที่เกิดขึ้นเมื่อมีอุปสงค์มากขึ้น ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่ตั้ง เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งเขตเกษตรเศรษฐกิจในประเทศไทย

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ทำการแบ่งเขตเกษตรเศรษฐกิจ ออกเป็น 24 เขต เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาการเกษตรในระยะยาว ทั้งการส่งเสริมการผลิตและจำหน่ายที่เป็นระบบ ตลอดจนเป็นประโยชน์ต่อการเก็บข้อมูลทางสถิติการเกษตรและการติดตามประเมินผลโครงการของรัฐ โดยมีหลักเกณฑ์การแบ่งเขต ดังนี้

- 1) จังหวัดที่ปลูกพืชทางเศรษฐกิจคล้ายคลึงกัน ให้จัดอยู่ในเขตเศรษฐกิจเดียวกัน
- 2) จังหวัดที่มีประสิทธิภาพการผลิตที่คล้ายคลึงกัน ให้จัดอยู่ในเขตเดียวกัน
- 3) จังหวัดที่มีพื้นที่ จำนวนวัน โอกาสที่มีฝนตกคล้ายคลึงกัน ให้อยู่ในเขตเดียวกัน
- 4) ชนิดของดิน จังหวัดที่มีชนิดของดินส่วนใหญ่คล้ายคลึงกัน จัดอยู่ในเขตเดียวกัน
- 5) จังหวัดที่มีรายได้ของฟาร์มอย่างเดียวกัน จัดอยู่ในเขตเดียวกัน
- 6) เน้นหลักการสนับสนุนการพัฒนาด้านการบริหารงานแต่ละเขต ให้เป็นไปอย่างมี

ประสิทธิภาพ ในขอบเขตความรับผิดชอบที่เหมาะสม อาทิ การคมนาคม ขนาดของพื้นที่ เป็นต้น สำหรับพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ ในภาคตะวันออก ได้ถูกจัดแบ่งให้อยู่ในเขตเกษตรเศรษฐกิจ ดังนี้ (แผนที่ 2.1)

- เขตเกษตรเศรษฐกิจที่ 18 ประกอบด้วย จังหวัดปราจีนบุรี ฉะเชิงเทรา นครนายก เหมาะสำหรับการปลูกข้าว มันสำปะหลัง การเลี้ยงโค-กระบือ
- เขตเกษตรเศรษฐกิจที่ 19 ประกอบด้วย จังหวัดสมุทรปราการ ชลบุรี ระยอง เหมาะสำหรับการปลูกมันสำปะหลัง อ้อย ประมง
- เขตเกษตรเศรษฐกิจที่ 20 ประกอบด้วย จังหวัดจันทบุรี ตราด เหมาะสำหรับการทำสวนผลไม้ สวนยาง ประมง



**แนวทางการพัฒนาที่ตั้งศูนย์กลางและโครงข่าย
เพื่อการส่งออกผลไม้ในภาคตะวันออก**

แผนที่
2.1

สัญลักษณ์ :

- จังหวัดที่ตั้งเขตเกษตรเศรษฐกิจ
- แสดงเขตเกษตรเศรษฐกิจ
- แสดงเขตจังหวัด
- ▨ เขตเกษตรเศรษฐกิจที่ 18
เหมาะสำหรับปลูกข้าว มันสำปะหลัง เลียงโค-กระบือ
- ▨ เขตเกษตรเศรษฐกิจที่ 19
เหมาะสำหรับปลูกอ้อย มันสำปะหลัง ประมง
- ▨ เขตเกษตรเศรษฐกิจที่ 20
เหมาะสำหรับทำสวนผลไม้ สวนยาง ประมง

**แสดงการแบ่งเขต
เกษตรเศรษฐกิจ**

ที่มา : สำนักงาน
เศรษฐกิจการเกษตร



แนวคิดเกี่ยวกับพัฒนาภาคตะวันออก

ภาคตะวันออกเป็นบริเวณที่มีความสำคัญ ซึ่งรัฐบาลได้ให้ความสนใจในการที่จะพัฒนาให้เป็นพื้นที่รองรับความเจริญทางเศรษฐกิจ โดยได้เริ่มมีการกำหนดให้มีแผนงานพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออกขึ้นในช่วงของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 ซึ่งประกอบไปด้วยจังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง และได้ดำเนินมาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน แม้ว่าการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออกเน้นที่การพัฒนาอุตสาหกรรมเป็นหลัก แต่เนื่องจากบริเวณภาคตะวันออกส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรม และมีศักยภาพในการปลูกผลไม้เพื่อส่งออก จึงได้สนับสนุนการพัฒนาภาคเกษตร โดยส่งเสริมให้มีการพัฒนาการเพาะปลูกผลไม้เพื่อการส่งออก เพื่อที่การพัฒนาเศรษฐกิจของภาคตะวันออกจะได้มีความสมดุลย์ระหว่างภาคเกษตรและอุตสาหกรรม โดยมีแนวคิดในการพัฒนาภาคตะวันออก ดังนี้

1. แนวคิดการพัฒนาภาคตะวันออก ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) ได้เสนอถึงสิ่งที่รัฐควรให้การสนับสนุนเพื่อผลักดันให้เกิดการลงทุนภายในภาคที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกผลไม้ ได้แก่

1.1 เกษตรกรรม

- พื้นฟูภาคเกษตรกรรม เพื่อยกระดับรายได้ของประชากรส่วนใหญ่ด้วยการเน้นการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตพืชเศรษฐกิจที่สำคัญในพื้นที่
- ส่งเสริมการปลูกไม้ผลและพืชเศรษฐกิจที่มีู่ทางการตลาดดี เพื่อจำหน่ายภายในประเทศ และส่งออกจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ
- สนับสนุนการรวมตัวของเกษตรกร

1.2 อุตสาหกรรม

- ให้ความสำคัญต่อธุรกิจอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตร เพื่อการส่งออกเพื่อรองรับผลผลิตจากการเกษตรกรรม
- ส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาทางเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมในอนาคต

1.3 การค้าและบริการ

- ผลักดันให้มีการใช้ประโยชน์จากท่าเรือพาณิชย์แหลมฉบังเพื่อช่วยระบายการขนถ่ายสินค้าที่ทำเรือกรุงเทพ ฯ โดยจะพัฒนาให้เป็นท่าเรือพาณิชย์มาตรฐานสากล สำหรับขนถ่ายสินค้ากล่อง (คอนเทนเนอร์)
- สนับสนุนให้มีการใช้สนามบินนานาชาติอู่ตะเภาเป็นสนามบินพาณิชย์เพื่อการพาณิชย์และธุรกิจการท่องเที่ยวในภาคตะวันออก โดยมีแนวคิดที่จะลงทุนในโครงการศูนย์การผลิตและขนส่งทางอากาศนานาชาติ (Thailand : Global Transpark) ที่บริเวณสนามบินอู่ตะเภา

2. แนวคิดในแผนลงทุนจังหวัด

จากการระดมความคิดของประธานหอการค้าของจังหวัดต่าง ๆ ในภาคตะวันออก เมื่อปี 2536 สามารถสรุปแนวคิดเกี่ยวกับการส่งออกผลไม้ได้ดังนี้

2.1 การกำหนดบทบาทของจังหวัดในภาคตะวันออก โดยคำนึงถึงศักยภาพของการลงทุน ได้กำหนดให้

- จังหวัดจันทบุรี เป็นเมืองส่งออกผลไม้และเมืองศูนย์กลางการผลิตผลไม้แปรรูป โดยรวมกลุ่มกับจังหวัดปราจีนบุรี ระยอง และตราด

2.2 การลงทุนที่เกี่ยวกับการส่งออกผลไม้ของภาคตะวันออก ได้กำหนดคู่ทางการลงทุน ดังนี้

- การลงทุนผลิตผลไม้เพื่อการส่งออก เช่น มังคุด ทุเรียน ฯลฯ ในจังหวัดตราด จันทบุรี ระยอง

- การลงทุนผลิตพืชผักผลไม้ ในจังหวัดสระแก้ว จันทบุรี ระยอง

- การลงทุนแปรรูปผักผลไม้ ในจังหวัดจันทบุรี ปราจีนบุรี สระแก้ว และฉะเชิงเทรา

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษารายงานการวิจัยจากแหล่งต่าง ๆ พบว่ามีการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศูนย์กลางการส่งออกผลไม้ในครั้งนี้ 2 เรื่อง ซึ่งมีรายละเอียดโดยสรุปดังนี้

งานวิจัยเรื่องแรก เป็นการศึกษาของ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เรื่อง “การจัดตั้งเขตส่งออกสินค้าเกษตร” ซึ่งสรุปได้ดังนี้

จากการศึกษาพบว่าอุปสรรคต่อการขยายการส่งออกสินค้าเกษตรที่จะต้องแก้ไข ได้แก่

1. การขาดแคลนระบบโครงสร้างพื้นฐานของสิ่งอำนวยความสะดวกทางการตลาด ทำให้เกิดความล่าช้าในการส่งออก สินค้าได้รับความเสียหาย และต้นทุนการส่งออกสูง

2. การขาดพื้นที่เป้าหมายที่จะพัฒนาการส่งออกสินค้าเกษตร ทำให้ทิศทางการสนับสนุนส่งเสริมการผลิตสินค้าเพื่อส่งออกไม่ชัดเจน

3. สำหรับสินค้าเกษตรบางชนิดที่มีตลาดส่งออกที่แจ่มใส นั้น ก็ยังประสบปัญหาด้านการปฏิบัติการหลังเก็บเกี่ยวที่ส่งผลถึงคุณภาพและราคาของสินค้า โดยเฉพาะสินค้าที่ต้องมีคุณภาพความสด

วัตถุประสงค์หลักในการศึกษา เพื่อให้ทราบถึงแหล่งหรือพื้นที่ที่มีความเป็นไปได้ที่จะกำหนดให้เป็นเขตส่งออกสินค้าเกษตร ตามชนิดของสินค้าที่เหมาะสมในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย

ขอบเขตการศึกษาจะครอบคลุมพื้นที่ภายในประเทศแต่ละภูมิภาคและภายนอกประเทศที่ ไต้หวัน โดยศึกษาถึงระบบต่าง ๆ ทางการตลาด อันได้แก่ ระบบการผลิตและการซื้อขายสินค้าเกษตร ระบบสิ่งอำนวยความสะดวกทางการตลาดและการส่งออก ระเบียบกฎหมายเกี่ยวกับการตลาด การเก็บรักษา และระเบียบการค้าสินค้าเกษตรทั้งในระดับพื้นที่และระดับการส่งออก การศึกษาวิจัยรูปแบบ การดำเนินงานของเขตหรือจุดหรือศูนย์ส่งออกสินค้าเกษตรในต่างประเทศ และการออกแบบระบบการ ดำเนินงานและขั้นตอนการจัดตั้งจุดหรือศูนย์บริการส่งออกสินค้าเกษตรในแต่ละเขตส่งออก

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัยฉบับนี้ ได้แก่

“เขตส่งออกสินค้าเกษตร” (Agriculture Export Zone) หมายถึง อาณาบริเวณหรือพื้นที่ หรือภูมิภาคที่กำหนดให้เป็นเขตส่งเสริมเพื่อการผลิตและการค้าสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออก โดยมี นโยบายและมาตรการสนับสนุนหรือให้สิ่งจูงใจเพื่อทำการผลิตและการค้าเพื่อการส่งออกเป็นกรณี พิเศษ เขตส่งออกสินค้าเกษตรเขตหนึ่งอาจครอบคลุมพื้นที่จังหวัดหนึ่งหรือหลายจังหวัดก็ได้

“ศูนย์ส่งออกสินค้าเกษตร” (Agriculture Export Center) หมายถึง อาณาเขตหรือบริเวณ ที่กำหนดไว้ให้เป็นสถานที่หรือเขตปฏิบัติการบริการเพื่อการส่งออกสินค้าเกษตร นับตั้งแต่บริการบรรจุ หีบห่อ การตรวจสอบมาตรฐานสินค้า พิธีศุลกากร และการขนถ่ายเพื่อการส่งออกเป็นการเฉพาะ

“ศูนย์ประสานงานเขตส่งออกสินค้าเกษตร” (Coordinating Center of Agricultural Export Zone) หมายถึง สำนักงานหรือหน่วยงานในพื้นที่เขตส่งออกสินค้าเกษตรที่ทำหน้าที่ประสานงาน ระหว่างหน่วยงานของรัฐและเอกชน เพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกในการส่งออกสินค้าเกษตร

“จุดส่งออก” (Exporting Point) หมายถึง บริเวณหรือพื้นที่ที่กำหนดให้เป็นจุดหรือ ทำส่งออกในลักษณะเช่นเดียวกับศูนย์ส่งออกสินค้าเกษตร แต่มีอาณาบริเวณขนาดเล็กหรือจำกัด เฉพาะพื้นที่ โดยมีการดำเนินการเพียงบางอย่างหรือครบขบวนการส่งออก และสามารถจะกำหนดไว้ ได้หลาย ๆ จุดตามความเหมาะสม

“ท่าส่งออก” (Exporting Port) หมายถึง สถานที่หรือจุดที่มีการขนส่งหรือขนถ่าย สินค้าออกนอกประเทศ เช่น ท่าอากาศยาน ท่าเรือ หรือท่าเดินรถ เป็นต้น โดยที่ท่าส่งออกนี้อาจ จะมีการดำเนินงานในลักษณะที่เป็นศูนย์กลางหรือจุดส่งออกผลไม้ นอกเหนือไปจากการให้บริการขน ถ่ายสินค้าออกนอกประเทศก็ได้

กรณีการศึกษาภายในประเทศ

การวิเคราะห์รูปแบบและระบบการดำเนินงาน และขั้นตอนการจัดตั้งเขตส่งออกสินค้า เกษตร จะแบ่งสินค้าเกษตรออกเป็น 4 กลุ่ม คือ ข้าวและมันสำปะหลัง ข้าวโพดและข้าวฟ่าง ผัก และผลไม้ และผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ (ไก่ เนื้อ และสุกร) โดยอาศัยการวิเคราะห์ถึงระบบสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่จำเป็นต่อการจัดตั้งเขตส่งออก อันได้แก่ ระบบกายภาพและแหล่งที่ตั้ง โดย พิจารณาความเหมาะสมของสภาพทางภูมิศาสตร์หรือทำเลพื้นที่ และความเหมาะสมทางด้านวิศวกรรม

และการลงทุนในการจัดตั้งศูนย์บริการส่งออก ระบบการตลาดของศูนย์บริการส่งออกสินค้าเกษตรและระบบการจัดการองค์การภายในศูนย์ส่งออกสินค้าเกษตร

สำหรับการกำหนดเขตส่งออกสินค้าประเภทผักและผลไม้ ใช้เงื่อนไขต่าง ๆ ได้แก่

1. เป็นพื้นที่ที่มีปริมาณการผลิตมาก และลักษณะการผลิตมีมาตรฐานสูง หรือเป็นพื้นที่ที่กรมส่งเสริมการเกษตรประกาศหรือกำหนดให้เป็นเขตส่งเสริมการผลิตเพื่อส่งออก
2. ภายในเขตส่งเสริมการผลิตเพื่อส่งออก อาจจะมีพื้นที่แห่งใดแห่งหนึ่งที่เป็นแหล่งรวบรวมที่สำคัญ หรือเป็นศูนย์กลางของการค้า และการส่งออกที่มีผู้ส่งออกนิยมซื้อขาย
3. ในบางกรณีสถานที่หรือแหล่งการส่งออก ไม่ได้อยู่ในเขตการส่งเสริมการเพาะปลูกเพื่อการส่งออก เช่น ที่ท่าเรือ หรือท่าอากาศยานอื่น ๆ หรือเขตส่งออกตามชายแดน ถ้าพิจารณาเห็นว่าสามารถจะตั้งศูนย์ปฏิบัติการส่งออกได้ ก็น่าจะกำหนดได้โดยให้มีรัศมีห่างจากแหล่งผลิตได้เป็นระยะทางไม่เกิน 250 กม. หรือใช้เวลาในการขนส่งไม่เกิน 4 ชั่วโมง
4. เนื่องจากผักและผลไม้เป็นของสดและเน่าเสียง่าย หัวใจของเขตส่งออกก็คือ ศูนย์ปฏิบัติการหรือศูนย์พัฒนาคุณภาพผักและผลไม้ส่งออกที่มีโรงคัดคุณภาพ การบรรจุหีบห่อ ห้องเย็น (ถ้าจำเป็น) ส่วนบริการส่งออกตามจุดย่อย ๆ อาจเสนอให้ใช้โรงคัดคุณภาพและบรรจุหีบห่อแบบเคลื่อนที่
5. บริการพิธีการส่งออกครบทุกขั้นตอน จากภาครัฐควรมีสถานีงาน (แบบถาวรหรือชั่วคราว) รวมอยู่กับศูนย์พัฒนาคุณภาพหรืออยู่ในจุดใกล้เคียง
6. สถาบันเกษตรกร/กลุ่มผู้ผลิต ที่มีการพัฒนาการผลิตเพื่อการส่งออก ควรจะต้องมีการกำหนดไว้แน่นอน มีการขึ้นทะเบียนเป็นผู้ผลิตเพื่อการส่งออกในเขตที่กำหนดเป็นเขตส่งออกเพื่อสะดวกแก่การกำหนดแหล่งที่มาของผักผลไม้ที่ส่งออกไปสู่ตลาด

นอกจากนี้ เงื่อนไขของการกำหนดพื้นที่ดังกล่าว ยังพิจารณาให้เป็นไปตามข้อกำหนดของกรมส่งเสริมการเกษตร และตามข้อกำหนดของกระทรวงพาณิชย์ ที่ปรากฏใน ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 105 ตอนที่ 217 ฉบับพิเศษลงวันที่ 16 ธันวาคม 2531 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. เป็นพื้นที่ที่มีเนื้อที่เพาะปลูกไม้ผลชนิดใดชนิดหนึ่ง ตั้งแต่ 5,000 ไร่ ขึ้นไป และเกษตรกรผู้ปลูกจะต้องมีขนาดของสวนเหมาะสม ตัวอย่างเช่น
 - มะม่วง 20 ไร่ หรือ 320 ต้นต่อครัวเรือน
 - ทุเรียน 25 ไร่ หรือ 400 ต้นต่อครัวเรือน
 - มังคุด 5 ไร่ หรือ 80 ต้นต่อครัวเรือน
2. เกษตรกรแต่ละรายมีพื้นที่เพาะปลูกไม้ผลเป็นผืนเดียวกัน ไม่กระจัดกระจายเป็นแปลงเล็กแปลงน้อยตามหัวไร่ปลายนา
3. เป็นพื้นที่ที่มีปริมาณสินค้าเพื่อการคัดขนาดคุณภาพ และการบรรจุหีบห่อได้อย่างน้อย 1,000 ตันต่อฤดูผลไม้
4. จะต้องมียี่สิบอำนาจความสะดวกในท้องที่ที่จะจัดตั้งเป็นเขตส่งออกผลไม้ตามข้อกำหนด ได้แก่

- 4.1 มีโรงเรือนสำหรับทำการคัดขนาดเพื่อแยกชั้นคุณภาพและมาตรฐานสินค้า
- 4.2 มีเครื่องบรรจุหีบห่อที่เหมาะสมกับปริมาณธุรกิจ
- 4.3 มีห้องเย็นหรือที่พักสินค้าระหว่างก่อนการส่งออกเพื่อรักษาคุณภาพสินค้า
- 4.4 มีตู้รมยาที่เหมาะสมกับปริมาณธุรกิจ
- 4.5 สถานที่ตั้งอยู่ในท้องที่ที่กำหนดเป็นเขตการผลิตเพื่อการส่งออก

ผลการวิเคราะห์ของงานวิจัยฉบับนี้สรุปว่า ภาคตะวันออกเป็นบริเวณที่มีศักยภาพด้านต่าง ๆ ที่จะกำหนดให้เป็นเขตส่งออกผลไม้ที่สำคัญที่สุดของประเทศ กล่าวคือ มีศักยภาพด้านการผลิตเพื่อการส่งออก มีศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการขนส่งสินค้าออก และมีศักยภาพของการเป็นเขตส่งออกสินค้าเกษตร จึงเห็นควรให้มีการจัดตั้งเขตส่งออกผลไม้ขึ้นในภาคตะวันออก โดยให้รวมพื้นที่ 6 จังหวัดในภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดชลบุรี ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด กำหนดให้เป็นเขตการผลิตเพื่อส่งออกผลไม้หลักคือ ทุเรียน มังคุด เงาะ และมะม่วง และกำหนดให้มีศูนย์ประสานงานเขตส่งออก ตั้งอยู่ที่ อ.เมือง จ.จันทบุรี และมีจุดปฏิบัติการส่งออกที่ศูนย์พัฒนาการผลิตและควบคุมศัตรูพืชและผลไม้เพื่อการส่งออกที่ อ.เมือง จ.จันทบุรี และในท้องที่อำเภอต่าง ๆ เช่น อ.ท่าใหม่ อ.ขลุง จ.จันทบุรี อ.เขาสมิง จ.ตราด อ.เมือง จ.ปราจีนบุรี อ.บางคล้า จ.ฉะเชิงเทรา อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี อ.เมือง และ อ.แกลง จ.ระยอง โดยใช้รูปแบบจุดปฏิบัติการส่งออกถาวร ส่วนพื้นที่อำเภออื่น ๆ ให้ใช้รูปแบบปฏิบัติการส่งออกแบบเคลื่อนที่ซึ่งลงทุนให้บริการโดยบริษัทเอกชน

กรณีการศึกษานอกประเทศ (ไต้หวัน)

จากการศึกษาสำรวจเขตหรือจุดส่งออกสินค้าเกษตรในไต้หวัน พบว่า ไม่มีการจัดตั้งเขตส่งออกสินค้าเกษตรเป็นการเฉพาะ แต่เขตหรือจุดส่งออกเกิดขึ้นจากการพัฒนาการของระบบการตลาดเกษตร ซึ่งมีฐานสนับสนุน ดังต่อไปนี้

- 1. การรวมตัวที่แข็งแกร่งของเกษตรกรผู้ผลิตในรูปของกลุ่ม หรือสมาคมเกษตรกรกับสหกรณ์การเกษตร
- 2. ระบบการส่งออกสินค้าเกษตรที่มีประสิทธิภาพทั้ง 2 ระบบ ไม่ว่าจะเป็นระบบสิทธิพิเศษ หรือระบบการส่งออกโดยเสรี
- 3. การพัฒนาระบบโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เพื่อการส่งออกที่กระจายอย่างทั่วถึง ตลอดจนความสามารถรักษามาตรฐานคุณภาพสินค้าส่งออกไว้ในระดับสูง
- 4. การสนับสนุนของรัฐโดยเฉพาะระบบสิ่งจูงใจ เช่น ให้อำนาจหรือสิทธิพิเศษแก่สถาบันเกษตรกรในการส่งออกสินค้าเฉพาะอย่าง ให้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ เป็นต้น
- 5. การพัฒนามาตรฐานทางการค้า สิ่งอำนวยความสะดวกและความสามารถทางธุรกิจของสถาบันเกษตรกรในด้านการตลาด จนทำให้เกิดระบบตลาดกลางสินค้าเกษตรที่เป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งออกเอกชนสามารถติดต่อซื้อขายสินค้าได้โดยสะดวก

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษากระบวนการส่งออกสินค้าเกษตรของไทยในรูปแบบโครงสร้างที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับประเทศไทยได้ในสองรูปแบบ คือ

รูปแบบแรก การจัดตั้งศูนย์รวบรวมสินค้า เป็นการถาวรหรืออาจเป็นศูนย์เคลื่อนที่ตามแหล่งผลิตผักและผลไม้ที่ส่งออกสู่ท้องตลาดเป็นฤดูกาล ๆ ไป ทั้งนี้โดยที่ผลิตผลดังกล่าวจะต้องมีปริมาณมากพอเพียงหรือมีการผลิตอย่างต่อเนื่องทุกปี ซึ่งศูนย์จะดำเนินงานแบบครบวงจร โดยให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ เช่น สถานที่ขนถ่ายสินค้า โกดังเก็บสินค้า รวมทั้งโรงบรรจุหีบห่อ (Packing Hall) รวมทั้งมีระบบการจัดการด้านการขนส่งและการเก็บรักษาที่มีประสิทธิภาพ เพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพสินค้าเกษตรส่งออก และการรองรับความต้องการส่งออกของพ่อค้าเอกชน

รูปแบบที่ 2 การปรับปรุงหรือขยายตลาดกลางสินค้าเกษตรที่ดำเนินการโดยเอกชน และองค์กรของรัฐในพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศ เพื่อให้สามารถให้บริการได้กว้างขวางและสมบูรณ์แบบขณะเดียวกันก็เน้นให้เป็นแหล่งเชื่อมโยงผู้ส่งออกเข้ามาใช้บริการ โดยการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานและบริการจากรัฐ เพื่อการพัฒนาและการกระจายศักยภาพและโอกาสการส่งออกสินค้าเกษตรออกไปสู่พื้นที่ต่าง ๆ นอกเหนือจากจุดส่งออกที่ทำเรือสำเภาและท่าเรือคลองเตยในปัจจุบัน

และไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของศูนย์รวบรวมสินค้า หรือตลาดกลางสินค้าเกษตร ก็จะต้องมีโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ดังต่อไปนี้

1. การคมนาคมทางบกหรือทางน้ำที่สะดวก และสามารถจัดหาพาหนะได้ตามเวลาที่ต้องการในราคาที่เหมาะสม
2. สถานที่ที่เพียงพอกับปริมาณสินค้าที่ขนถ่ายเข้าออก พร้อมกับมีระบบการจราจรที่สะดวก
3. ระบบการอำนวยความสะดวกด้านการเงินที่ปลอดภัยรวดเร็ว
4. เครื่องมือสำหรับการชั่งตวงวัดที่ได้มาตรฐานและรวดเร็ว
5. เครื่องมือหรือเครื่องทุ่นแรงสำหรับการจัดชั้นคุณภาพที่มีมาตรฐาน และเป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ
6. สถานที่เก็บรักษาที่ได้มาตรฐานหรือใช้ระบบปรับอากาศสำหรับสินค้าที่เน่าเสียง่าย
7. สิ่งอำนวยความสะดวกและพาหนะเพื่อการส่งออก ที่ทำได้ในราคาพอสมควรตามช่วงเวลาที่ต้องการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบคอนเทนเนอร์
8. การตรวจมาตรฐาน การควบคุมโรค และพิธีการทางศุลกากร
9. ระบบข่าวสารการตลาดที่เอื้ออำนวยต่อการซื้อขายที่รวดเร็วและยุติธรรม

งานวิจัยเรื่องที่ 2 ได้จากเอกสารประกอบการสัมมนา ที่จัดโดยสถาบันราชภัฏรำไพพรรณี จันทบุรี เมื่อวันที่ 4-5 กันยายน 2536 เรื่อง “ปัญหาการผลิตและการส่งออกผลไม้ในภาคตะวันออก” โดยมีวัตถุประสงค์ของการสัมมนา คือ

1. เพื่อศึกษาถึงสภาพและปัญหาเกี่ยวกับการผลิตผลไม้ในภาคตะวันออก
2. เพื่อศึกษาปัญหาการจำหน่ายและการส่งออกผลไม้ในภาคตะวันออก

3. เพื่อศึกษาหาแนวทางแก้ไขปัญหา และอุปสรรคของการผลิตผลไม้เพื่อการจำหน่าย ทั้งในและต่างประเทศ

ประเด็นสำคัญของการสัมมนาที่เกี่ยวข้อง คือ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดตั้งศูนย์การส่งออกผลไม้ในภาคตะวันออก ในขอบเขตพื้นที่ศึกษา 4 จังหวัด คือ จังหวัดจันทบุรี ระยอง ตราด และ ปราจีนบุรี โดยวิเคราะห์จากผลไม้ที่มีการส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศที่สำคัญ 4 ชนิด ได้แก่ ทุเรียน เงาะ มังคุด และมะม่วง ซึ่งพบว่าการส่งออกผลไม้สดดังกล่าวไปจำหน่ายยังต่างประเทศมีปัญหาที่สำคัญ คือ การจำกัดระวางการขนส่งและอัตราค่าขนส่งอยู่ในเกณฑ์ที่สูง ขบวนการด้านส่งออกมีหลายขั้นตอน และการดำเนินการล่าช้า ทำให้ต้นทุนการตลาดสูงตามไปด้วย จึงเห็นสมควรให้มีการจัดตั้งศูนย์ผลไม้เพื่อการส่งออกในภาคนี้ สำหรับเนื้อหาสำคัญที่เสนอสรุปได้ดังนี้

ประการที่ 1 เขตส่งออกผลไม้ในประเทศไทย ได้กล่าวถึงแนวคิดในการจัดตั้ง “เขตส่งออกผักและผลไม้” เพื่อลดขั้นตอนตลอดจนเป็นการเสริมกิจกรรมของขบวนการส่งออกผักและผลไม้ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยกรมการค้าภายในได้ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในกระทรวงพาณิชย์ ทำการศึกษาแนวคิดของเขตส่งออกผักและผลไม้ ไว้ดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของเขตส่งออก

1.1 เป็นแหล่งรวมผลผลิต (ผัก/ผลไม้) ที่มีคุณภาพดี และมีปริมาณเพียงพอกับการส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ

1.2 เป็นศูนย์กลางด้านการบริการส่งออก ตลอดจนการตรวจสอบสินค้า(ผัก/ผลไม้) เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการส่งออก เช่น การออกใบปลอดโรค/แมลงศัตรูพืช ของกรมวิชาการเกษตร พิธีการทางศุลกากร ฯลฯ

1.3 สถานที่ตั้งอยู่ที่ศูนย์กลางคมนาคม มีการคมนาคมติดต่อสะดวกและควรตั้งอยู่ใกล้ท่าการส่งออก เช่น ท่าอากาศยานหรือท่าเรือ

1.4 การพัฒนาจัดตั้ง ควรอยู่ในรูปของความร่วมมือกันทั้งภาครัฐบาลและเอกชน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการดำเนินการและเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2. การให้บริการในเขตส่งออก เพื่ออำนวยความสะดวกด้านการส่งออก การบริการควรประกอบด้วย

2.1 บริการด้านการคัดแยกมาตรฐาน

2.2 บริการด้านการซื้อ/ขาย

2.3 บริการด้านการบรรจุหีบห่อ

2.4 การป้องกัน/ตรวจสอบรับรองการปลอดโรค/แมลงศัตรูพืช

2.5 บริการพิธีการส่งออก

2.6 คลังสินค้าปรับอุณหภูมิ

2.7 อาคารปรับอากาศ

2.8 บริการการขนส่งโดยรถปรับอุณหภูมิ

2.9 บริการข่าวสารข้อมูลอย่างเป็นระบบ

2.10 การบริการด้านการเงิน

2.11 บริการด้านการประกันภัย

ประการที่ 2 รูปแบบศูนย์ผลไม้เพื่อการส่งออกในภาคตะวันออก จากรูปแบบเขตส่งออก ผักและผลไม้ ซึ่งเป็นแนวความคิดของกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ เพื่ออำนวยความสะดวกด้านการส่งออก โดยที่เขตส่งออกจะให้บริการแบบ One Stop Service และเสนอแนะว่าควรเป็นที่ที่ อยู่ใกล้ท่าส่งออกโดยเฉพาะอย่างยิ่งท่าอากาศยาน ทั้งนี้เพราะการขนส่งผักผลไม้ออกไปจำหน่ายต่างประเทศมีการขนส่งทางอากาศเป็นสำคัญ

จากทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวในบทนี้ จะนำมาใช้เป็น ประโยชน์ในการกำหนดกรอบความคิดในการวิจัยครั้งนี้

กรอบความคิดของงานวิจัย

งานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาที่ตั้งศูนย์กลางและโครงข่ายเพื่อการส่งออกผลไม้ในภาค ตะวันออก ได้รับแนวความคิดมาจากการมองเห็นถึงความสำคัญของผลไม้ซึ่งเป็นสินค้าเกษตรประเภท หนึ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะในแง่ของการส่งออกไปต่างประเทศ สามารถนำ รายได้เข้าประเทศในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก จนนับได้ว่าการส่งออกสินค้าผลไม้ เป็นฐานเศรษฐกิจที่ สำคัญของประเทศสาขาหนึ่ง แต่เนื่องจากผลไม้เป็นสินค้าเกษตรที่มีจุดอ่อนทั้งในแง่ของตัวผลผลิต และการผลิตอยู่หลายประการ โดยเฉพาะการเป็นสินค้าที่เน่าเสียง่าย (Perishable Goods) ประกอบกับ สภาพปัญหาต่าง ๆ มากมายหลายประการที่เกิดขึ้นอันเป็นอุปสรรคต่อการส่งออก ตั้งแต่ขบวนการ การรวบรวมผลผลิต การบรรจุหีบห่อ ขั้นตอนการส่งออก และการขนส่งมีความยุ่งยาก ทำให้เสียเวลา และสินค้าผลไม้บางส่วนเกิดความเสียหายก่อนจะถึงมือประเทศผู้สั่งซื้อ การจัดตั้งศูนย์กลางเพื่อการ ส่งออกผลไม้คาดว่าจะช่วยแก้ไขปัญหานั้นได้

อย่างไรก็ตาม การส่งออกผลไม้ของประเทศไทยมีอยู่ด้วยกันหลายชนิด ในกรณีศึกษา นี้ ได้คัดเลือกผลไม้ที่สำคัญออกมาเพียง 5 ชนิดที่มีพื้นที่ผลิตอยู่บริเวณใกล้เคียงกัน ได้แก่ ทุเรียน มังคุด เงาะ มะม่วง และส้มโอ และเนื่องจากในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย มีความเหมาะสมต่อการ พัฒนาให้เป็นศูนย์กลางเพื่อการส่งออกผลไม้ไม่น้อยแตกต่างกันออกไป ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้ได้เลือก เฉพาะภาคตะวันออกมาทำการศึกษา โดยพิจารณาถึงความได้เปรียบและศักยภาพของภาคตะวันออก ในด้านต่าง ๆ เพื่อชี้ให้เห็นถึงว่าพื้นที่ภาคตะวันออกมีศักยภาพทั้งในแง่ของการผลิต การตลาด และ การส่งออกผลไม้ไปต่างประเทศ ประกอบกับนโยบายสนับสนุนจากภาครัฐบาลและเอกชน และความ ต้องการของกลุ่มประชากรที่เกี่ยวข้อง ทำให้ภาคตะวันออกมีความเหมาะสมที่จะพัฒนาจัดตั้งศูนย์กลาง และโครงข่ายเพื่อการส่งออกผลไม้ขึ้นภายในภาค

แม้ว่าได้มีการศึกษาวิจัยถึงเรื่องศูนย์กลางผลไม้เพื่อการส่งออกในภาคตะวันออกมาบ้างแล้ว แต่ก็ยังเป็นในลักษณะกว้าง ๆ จนถึงปัจจุบันในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปก็ยังมีได้มีการดำเนินการจัดตั้งให้เห็นเป็นรูปธรรม จึงควรได้มีการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อให้การกำหนดที่ตั้ง ตลอดจนโครงข่ายของศูนย์กลางเพื่อการส่งออกผลไม้ไม่มีความสมบูรณ์และทันต่อเหตุการณ์ยิ่งขึ้น

สำหรับประเด็นหลักของการศึกษาคั้งนี้อยู่ที่การกำหนดพื้นที่เหมาะสมในการกำหนดให้เป็นที่ตั้งศูนย์กลางและโครงข่ายเพื่อการส่งออกผลไม้ในภาคตะวันออก ที่สามารถให้บริการแก่กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องได้มากที่สุด และลงทุนน้อยที่สุด ซึ่งจะวิเคราะห์พื้นที่เป็นรายอำเภอ โดยอาศัยแนวคิดทฤษฎีการเลือกที่ตั้งเพื่อประหยัดค่าขนส่ง การประหยัดจากการกระจุกตัว และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้ง 2 เรื่อง ที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปปัจจัยที่สำคัญและมีความจำเป็นต่อการนำมาใช้กำหนดที่ตั้งศูนย์กลางและโครงข่ายเพื่อการส่งออกผลไม้ได้ทั้งหมด 9 ปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัตถุดิบ และแหล่งผลิตผลไม้ เป็นปัจจัยที่สำคัญในการพิจารณาที่ตั้งศูนย์กลางการส่งออกผลไม้ โดยที่ศูนย์กลางต้องเป็นแหล่งผลิตหรือใกล้แหล่งผลิต สามารถรวบรวมผลไม้ที่มีคุณภาพดีและมีปริมาณมากพอกับการส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ

2. ปัจจัยด้านการคมนาคมขนส่ง ไม่ว่าจะเป็นทางบก ทางน้ำ (ท่าเรือน้ำลึก) หรือทางอากาศ (ท่าอากาศยาน) ต่างก็มีความสำคัญต่อกระบวนการขนส่งผลไม้ตั้งแต่ขั้นตอนการผลิตและการจำหน่าย สำหรับทางบก เส้นทางโครงข่ายถนนมีความสำคัญทั้งทางหลวงแผ่นดิน และทางหลวงจังหวัด ส่วนทางน้ำและทางอากาศ มีความสำคัญต่อการขนส่งผลไม้ไปจำหน่ายยังต่างประเทศเกือบทุกประเทศที่อยู่ไกลออกไปและไม่สามารถขนส่งทางรถยนต์ได้ ยกเว้นประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ และสปป.ลาว เป็นต้น

3. ปัจจัยด้านตลาดกลางซื้อขายผลไม้ โดยที่ตลาดกลางซื้อขายผลไม้ในท้องถิ่น เป็นสถานที่รวบรวมผลไม้ และเป็นที่พบปะระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อเพื่อดำเนินกิจกรรมซื้อขาย โดยเฉพาะในรูปของการค้าส่ง ก่อนที่จะนำไปจำหน่ายยังต่างประเทศต่อไป

4. ปัจจัยด้านการรวมกลุ่มสถาบันเกษตรกร พ่อค้าหรือผู้ส่งออก โดยที่การรวมกลุ่มสถาบันเกษตรกรผู้ผลิตผลไม้ จะช่วยให้เกิดการกระจุกตัว ไม่เกิดการกระจายกระจายของพื้นที่ปลูกผลไม้ และช่วยให้เกิดการพัฒนาผลผลิตที่มีคุณภาพเพื่อการส่งออก ส่วนการรวมกลุ่มพ่อค้าหรือผู้ส่งออก จะช่วยให้เกิดการพัฒนาด้านการส่งออกผลไม้ที่มีมาตรฐานและเป็นการสร้างความเชื่อถือให้แก่ตลาดต่างประเทศ

5. ปัจจัยด้านการบริการสาธารณูปโภค โดยที่บริการสาธารณูปโภค ประเภทไฟฟ้า และประปา เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการจัดตั้งศูนย์กลางและจะทำให้การปฏิบัติงานภายในศูนย์กลางเป็นไปได้โดยสะดวก ซึ่งภายในศูนย์จะต้องมีห้องเย็นเพื่อเก็บรักษาผลไม้ กระบวนการล้างทำความสะอาดผลไม้ และกิจกรรมอื่น ๆ ที่ต้องใช้ไฟฟ้าและประปาในการดำเนินงาน ตลอดจนเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ปฏิบัติงานในศูนย์กลาง

6. ปัจจัยด้านการสื่อสารโทรคมนาคม โดยที่โทรศัพท์ และไปรษณีย์โทรเลข มีส่วนสำคัญในการติดต่อสื่อสาร และการเผยแพร่ข่าวสารทั้งด้านการผลิต การตลาดแก่ผู้ที่ต้องการทราบได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

7. ปัจจัยด้านสถาบันการเงินการธนาคาร เนื่องจากขั้นตอนการส่งออกผลไม้ไปต่างประเทศมีความจำเป็นต้องอาศัยสถาบันการเงินการธนาคาร ในขั้นตอนของการเรียกเก็บเงิน และชำระเงินค่าสินค้าผ่านสถาบันการเงินการธนาคาร อีกทั้งยังเป็นแหล่งเงินกู้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำเพื่อการลงทุน และเงินฝากทั้งของเกษตรกรผู้ผลิต พ่อค้าส่ง และผู้ส่งออก

8. ปัจจัยด้านการบริการของรัฐ การส่งออกผลไม้ไปต่างประเทศจำเป็นต้องใช้บริการของรัฐในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การบริการตรวจโรคและแมลงศัตรูพืชก่อนการส่งออก ตลอดจนบริการพิธีการศุลกากร

9. ปัจจัยด้านการบริการห้องเย็น บริการบรรจุหีบห่อ และบริการขนส่ง โดยที่กระบวนการส่งออกผลไม้ จำเป็นจะต้องมีบริการห้องเย็นหรือที่พักลินค้ำก่อนการส่งออก การบรรจุหีบห่อเพื่อรักษาคุณภาพสินค้าให้ได้มาตรฐาน ตลอดจนการบริการขนส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพจึงควรมีให้พร้อม

นอกจากปัจจัยหลักที่สำคัญทั้ง 9 ปัจจัยข้างต้นแล้ว ภายในศูนย์กลางเพื่อการส่งออกผลไม้ ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ครบถ้วน เพื่ออำนวยความสะดวกด้านการบริการแก่ผู้ที่มาใช้บริการ ได้แก่ บริการด้านการคัดแยกมาตรฐาน บริการด้านการซื้อ/ขาย บริการด้านการบรรจุหีบห่อ การป้องกันตรวจสอบรับรองการปลอดโรคและแมลงศัตรูพืช บริการพิธีการส่งออก คลังสินค้าปรับอุณหภูมิ อาคารปรับอากาศ บริการการขนส่งโดยรถปรับอุณหภูมิ บริการข่าวสารข้อมูลอย่างเป็นระบบ บริการด้านการเงิน บริการด้านการประกันภัย ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกดังกล่าวจะช่วยให้ศูนย์กลางเพื่อการส่งออกผลไม้ในภาคตะวันออก สามารถดึงดูดให้มีผู้มาใช้บริการได้มากขึ้น

สำหรับตัวชี้วัดของ 9 ปัจจัย เพื่อนำมาใช้ในการพิจารณากำหนดที่ตั้งศูนย์กลางและโครงข่ายเพื่อการส่งออกผลไม้ที่เหมาะสม จะพิจารณาได้ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านวัตถุดิบ และแหล่งผลิตผลไม้ พิจารณาจากสัดส่วนของผลผลิตผลไม้แต่ละชนิดของแต่ละพื้นที่เมื่อเทียบกับผลผลิตผลไม้รวมทั้งหมดในแต่ละชนิด และสัดส่วนของพื้นที่เพาะปลูกผลไม้ที่สำคัญทั้ง 5 ชนิดต่อพื้นที่รวมทั้งหมด

2. ปัจจัยด้านการคมนาคมขนส่ง พิจารณาจากจำนวนทางหลวงแผ่นดินสายหลัก ทางหลวงแผ่นดินสายรอง และทางหลวงจังหวัด ระยะห่างจากท่าเรือน้ำลึกและท่าอากาศยานที่ตั้งอำเภอ เนื่องจากเป็นเส้นทางสายหลักที่ใช้ในการขนส่งผลไม้ และจำเป็นต้องการพิจารณาที่ตั้งศูนย์กลาง

3. ปัจจัยด้านตลาดกลางซื้อขายผลไม้ พิจารณาจากจำนวนตลาดกลางในแต่ละพื้นที่

4. ปัจจัยด้านการรวมกลุ่มสถาบันเกษตรกร พ่อค้าหรือผู้ส่งออก พิจารณาจากการรวมกลุ่มเกษตรกรทำสวนที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย และจำนวนสมาชิก จำนวนกลุ่มพ่อค้าหรือผู้ส่งออก และจำนวนสมาชิก และจำนวนสหกรณ์การเกษตรในแต่ละพื้นที่

5. ปัจจัยด้านการบริการสาธารณูปโภค พิจารณาจากสัดส่วนปริมาณการจำหน่ายกระแสไฟฟ้าต่อจำนวนประชากรในแต่ละพื้นที่ และสัดส่วนปริมาณการจำหน่ายน้ำประปาต่อจำนวนประชากรในแต่ละพื้นที่

6. ปัจจัยด้านการสื่อสารโทรคมนาคม พิจารณาจากจำนวนที่ทำการไปรษณีย์โทรเลขทั้งของรัฐและเอกชน สัดส่วนจำนวนเลขหมายโทรศัพท์ที่ให้บริการต่อประชากร จำนวนตู้โทรศัพท์สาธารณะ จำนวนศูนย์โทรคมนาคม และจำนวนที่ทำการสื่อสารโทรคมนาคมในแต่ละพื้นที่

7. ปัจจัยด้านสถาบันการเงินการธนาคาร พิจารณาจากจำนวนธนาคารพาณิชย์ จำนวนธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และธนาคารออมสินในแต่ละพื้นที่

8. ปัจจัยด้านการบริการของรัฐ พิจารณาจากจำนวนด่านตรวจพืช (หน่วยบริการตรวจโรค/แมลงศัตรูพืช) ของกรมวิชาการเกษตร และด่านศุลกากร (หน่วยบริการพิธีศุลกากร) ของกรมศุลกากรในแต่ละพื้นที่

9. ปัจจัยด้านการบริการท่องเที่ยว บริการบรรจุหีบห่อ และบริการขนส่ง พิจารณาจากจำนวนกิจการท่องเที่ยว กิจการบรรจุหีบห่อ และกิจการขนส่ง (ร.ส.พ.) ในแต่ละพื้นที่

โดยทั้ง 9 ปัจจัย จะถูกนำมาลำดับความสำคัญ ตามความเห็นของกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อจะนำมาเป็นปัจจัยในการพิจารณาเพื่อกำหนดที่ตั้งศูนย์กลางและโครงข่ายเพื่อการส่งออกผลไม้ในภาคตะวันออกต่อไป

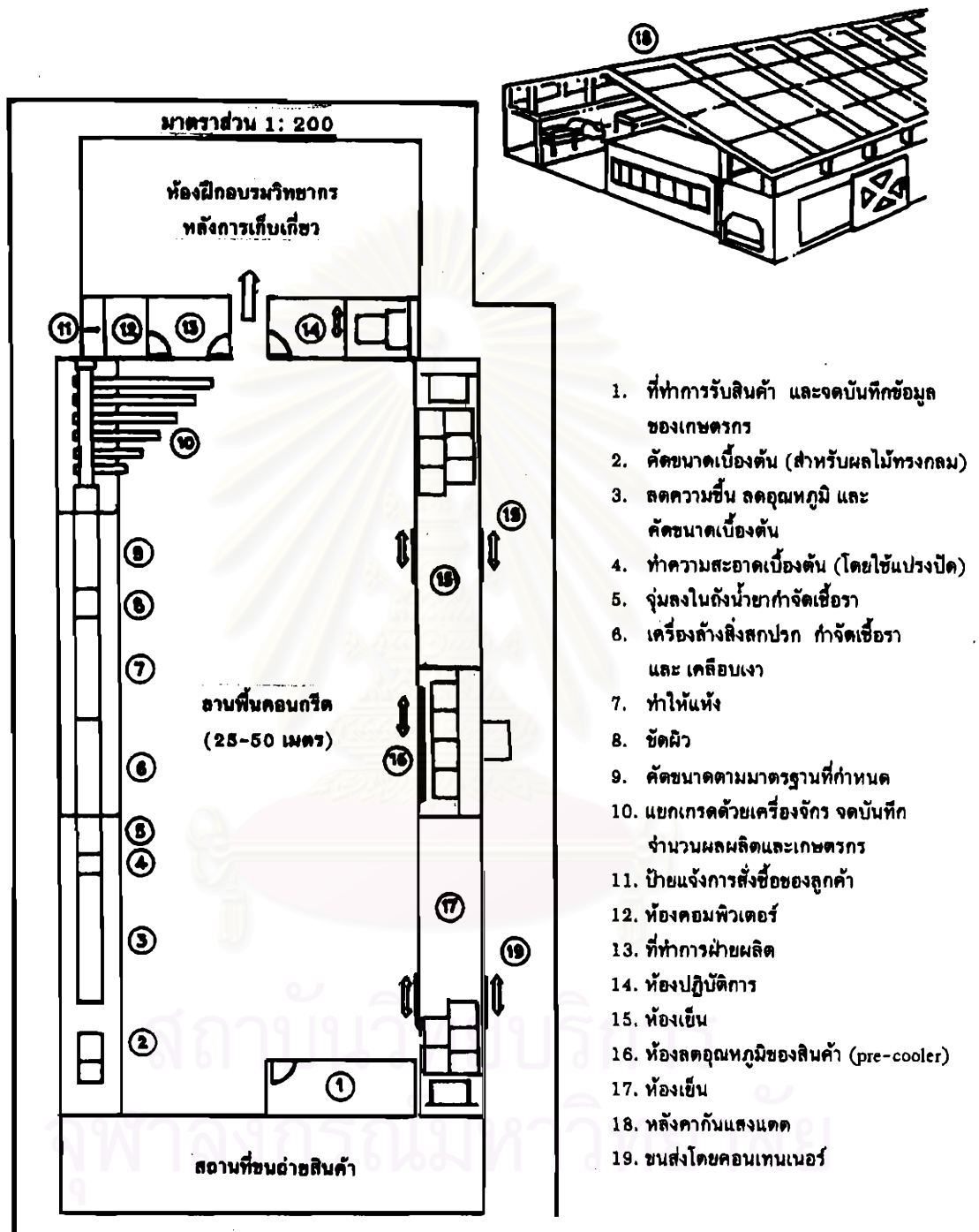
สำหรับรูปแบบของศูนย์กลางและโครงข่ายเพื่อการส่งออกผลไม้ในภาคตะวันออกจะใช้รูปแบบเดียวกันกับที่ได้มีการวิจัยมาแล้ว โดยแบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่

“ศูนย์กลางการส่งออกผลไม้” (Fruit Export Center) หมายถึง อาณาเขตหรือบริเวณที่กำหนดไว้ให้เป็นสถานที่หรือเขตปฏิบัติการบริการเพื่อการส่งออกผลไม้เป็นการถาวร ในลักษณะของการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) นับตั้งแต่บริการด้านการซื้อขาย บริการคัดแยกผลไม้ บรรจุหีบห่อ การตรวจสอบคุณภาพและรับรองการปลอดโรคและแมลงศัตรูพืช พิธีศุลกากร การขนส่งเพื่อการส่งออก การบริการเก็บรักษาสินค้าด้วยคลังสินค้าปรับอากาศ การบริการข่าวสารข้อมูลการผลิตและการตลาดอย่างเป็นระบบ การบริการด้านการเงิน และการบริการอื่นๆ ที่จำเป็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีการบริการฝึกอบรมด้านการผลิตและการตลาดแก่เกษตรกร ผู้ส่งออก และผู้ที่สนใจทั่วไป

“จุดส่งออก” (Exporting Point) หมายถึง บริเวณหรือพื้นที่ที่กำหนดให้เป็นจุดหรือท่าส่งออกในลักษณะเช่นเดียวกับศูนย์กลางการส่งออกผลไม้ แต่มีอาณาบริเวณขนาดเล็กหรือจำกัดเฉพาะพื้นที่ โดยมีการดำเนินการเพียงบางอย่างหรือครบขบวนการส่งออก และเป็นจุดบริการไม่ถาวร คือเป็นลักษณะของจุดบริการเคลื่อนที่ (รูปภาพที่ 1.1) และสามารถจะกำหนดไว้ได้หลาย ๆ จุดตามความเหมาะสม

“ท่าส่งออก” (Exporting Port) หมายถึง สถานที่หรือจุดที่มีการขนส่งหรือขนถ่ายสินค้าผลไม้ออกนอกประเทศ เช่น ท่าอากาศยาน ท่าเรือ หรือท่าเดินรถ เป็นต้น โดยที่ท่าส่งออกนี้อาจจะมีการดำเนินงานในลักษณะที่เป็นศูนย์กลางหรือจุดส่งออกผลไม้ นอกเหนือไปจากการให้บริการขนถ่ายสินค้าผลไม้ออกนอกประเทศก็ได้

“ศูนย์ประสานงานการส่งออกผลไม้” (Coordinating Center of Fruit Export) หมายถึง สำนักงานหรือหน่วยงานในพื้นที่การส่งออกผลไม้ ที่ทำหน้าที่ประสานงานระหว่างหน่วยงานของรัฐและเอกชน เพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกในการส่งออกสินค้าผลไม้



รูปภาพที่ 2.1 แผนผังโรงคัดขนาดและบรรจุหีบห่อผักผลไม้ส่งออกแบบเคลื่อนที่

ที่มา : บริษัท TMT System Ltd (M3)

ทั้งนี้ คาดว่าศูนย์กลางและโครงการส่งออกที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ จะสามารถทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตหรือพ่อค้าส่ง กับผู้ส่งออก โดยการรวบรวมผลไม้ เก็บรักษา บริการการส่งออก การขนส่ง กระจายสินค้าไปยังประเทศผู้นำเข้า การบริการข้อมูลข่าวสารการผลิต และการตลาด ตลอดจนการบริการด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อที่จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งต่อตัวพ่อค้าส่ง ผู้ส่งออก และโดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อเกษตรกรส่วนใหญ่ที่ทำการผลิตผลไม้ในภาคตะวันออก

นอกจากนี้ ผลของการศึกษายังจะสามารถชี้ให้เห็นถึงปัญหาของการส่งออกผลไม้ที่เกิดขึ้น นับตั้งแต่ขบวนการผลิต การตลาด จนถึงขั้นตอนการส่งออกกว่ามาจากสาเหตุใด อันจะนำไปสู่การให้ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและการจัดการด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าผู้วิจัยจะได้ตระหนักถึงความสำคัญของความเชื่อมโยงระหว่างผลผลิตผลไม้กับอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ แต่เนื่องข้อจำกัดด้านเวลา และงบประมาณทำให้จำเป็นต้องตัดประเด็นอุตสาหกรรมแปรรูปออกไปไม่นำมาศึกษาวิจัยในครั้งนี้ทั้งหมด



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย