



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาคเกษตรกรรมมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย นอกจากเป็นแหล่งรองรับการจ้างงานที่ใหญ่ที่สุดถึงประมาณร้อยละ 58 ของแรงงานทั้งประเทศแล้ว ผลผลิตทางการเกษตรยังเป็นอาหารสำหรับบริโภคภายในประเทศ ผลผลิตส่วนที่เหลือสามารถนำไปใช้ป็นวัตถุดิบในการผลิตภาคอุตสาหกรรม และเป็นสินค้าส่งออกไปขายสามารถทำรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเป็นจำนวนมาก

ในอดีตที่ผ่านมา สินค้าเกษตรนับเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญที่สุดของประเทศไทย สามารถทำรายได้เข้าประเทศไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของรายได้จากการค้าส่งออกทั้งหมดในแต่ละปี ถึงแม้ว่าโครงสร้างการผลิตของประเทศจะเปลี่ยนแปลงไป โดยสัดส่วนผลผลิตของภาคเกษตรได้ลดความสำคัญลงจากร้อยละ 33.3 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ ในปี 2504 เหลือร้อยละ 10.9 ในปี 2538 ในขณะที่ผลผลิตภาคอุตสาหกรรมมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 12.1 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ ในปี 2504 เป็นร้อยละ 30.8 ในปี 2538 ส่วนในด้านของการส่งออก แม้ว่ามูลค่าส่งออกสินค้าเกษตรโดยรวมลดลงเหลือเพียงร้อยละ 15.8 ในปี 2538 เมื่อเทียบกับมูลค่าของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่ได้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 59.6 ของมูลค่าการส่งออกของประเทศ แต่สินค้าเกษตรก็ยังคงมีบทบาทสำคัญในการส่งออกจนถึงปัจจุบัน

การส่งออกสินค้าเกษตรในช่วงเวลาที่ผ่านมาอาศัยสินค้าหลักเพียงไม่กี่ชนิด ได้แก่ ข้าว ข้าวโพด มันสำปะหลัง และยางพารา ปัจจุบันโครงสร้างการส่งออกสินค้าเกษตรของประเทศได้เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากภาวะการแข่งขันและการกีดกันทางการค้าของประเทศนำเข้าต่าง ๆ การพึ่งพาสินค้าเกษตรดั้งเดิมเพียงไม่กี่ชนิดเหมือนเช่นแต่ก่อนจึงไม่สามารถทำได้ รัฐบาลจึงมีนโยบายกระจายการผลิตไปสู่พืชอื่น ๆ ที่มีู่ทางการตลาดดี โดยเริ่มแนวความคิดที่จะให้การสนับสนุนตั้งแต่ช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520-2524) เป็นต้นมา ซึ่งจากการติดตามสถานการณ์และแนวโน้มโดยทั่วไปแล้ว ปรากฏว่าผลไม้เป็นสินค้าเกษตรประเภทหนึ่งที่มีโอกาสในการขยายการผลิตและการส่งออกได้มากขึ้น

การส่งออกผลไม้ของประเทศไทยไปจำหน่ายยังต่างประเทศนั้น ได้ดำเนินมาเป็นระยะเวลานาน แต่เพิ่งได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนอย่างจริงจังจากรัฐบาล ในช่วงของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525-2529) และในช่วงของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและ

สังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) เป็นต้นมา รัฐบาลได้กำหนดให้ผลไม้เป็นสินค้าที่ควรส่งเสริมการผลิตและการตลาด ภายใต้แผนพัฒนาระบบการผลิต การตลาด และการสร้างงาน โดยการปรับโครงสร้างการผลิตและการตลาดของประเทศให้มีการขยายตัวมากขึ้น รวมทั้งการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงและลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำควบคู่ไปกับการปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้ดีขึ้น สามารถแข่งขันทางการค้ากับต่างประเทศได้ ซึ่งได้ดำเนินต่อเนื่องมาจนถึงแผนพัฒนา ฯ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535-2539) และแผนพัฒนา ฯ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544)

ปัจจุบันผลไม้จัดเป็นพืชเศรษฐกิจ ที่สามารถทำรายได้จากการส่งออกและนำเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเป็นจำนวนมาก และมีแนวโน้มว่ามูลค่าการส่งออกจะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ดังรายงานสถิติของกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ ที่แสดงให้เห็นถึงการส่งออกผลไม้สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง ในปี 2529 มีปริมาณ 71,026 เมตริกตัน คิดเป็นมูลค่า 933.5 ล้านบาท และปริมาณการส่งออกได้เพิ่มขึ้นเป็น 145,365 เมตริกตัน ซึ่งคิดเป็นมูลค่า 3,172.3 ล้านบาท ในปี 2538 โดยมีผลไม้สดส่งออกชนิดที่สำคัญเรียงตามลำดับ คือ ลำไย ทุเรียน มะม่วง ส้มโอ มังคุด กัลยั เาะ ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีการส่งออกผลไม้ในรูปของผลไม้กระป๋องและผลิตภัณฑ์แปรรูปอื่น ๆ ที่สามารถทำรายได้เข้าประเทศมากกว่า 10,000 ล้านบาทต่อปี อย่างไรก็ตาม การบริโภคผลไม้ส่วนมากนิยมบริโภคในรูปของผลไม้สด เพราะมีคุณค่าวิตามินและสารอาหารมากกว่าผลไม้ที่แปรรูปแล้ว ซึ่งในอนาคตการส่งออกผลไม้สดยังมีแนวโน้มว่าจะขยายตัวต่อไปได้อีก เนื่องจากผลไม้เหล่านี้ยังเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ , 2539)

สำหรับบริเวณที่มีการปลูกผลไม้ แม้ว่าจะกระจายอยู่ในทุกภาคของประเทศไทย แต่พื้นที่ที่น่าสนใจมีอยู่ไม่กี่แห่ง ภาคตะวันออกนับเป็นแหล่งผลิตผลไม้ที่สำคัญบริเวณหนึ่ง สามารถเพาะปลูกผลไม้ได้หลายชนิด เช่น ทุเรียน มะม่วง เาะ มังคุด ลองกอง ส้มโอ ะกำ เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเภทที่มีแนวโน้มการส่งออกที่สดใส ประกอบกับการที่เกษตรกรชาวสวนบางส่วนของภาคตะวันออกได้มีการใช้เทคโนโลยีในการผลิตเพื่อปรับปรุงผลผลิต ให้มีคุณภาพตรงตามความต้องการของตลาดมากกว่าบริเวณอื่น ๆ จึงควรได้มีการสนับสนุนภาคตะวันออกให้เป็นแหล่งผลิตผลไม้เพื่อการส่งออกของประเทศเป็นแหล่งแรก (สถาบันราชภัฏรำไพพรรณี, 2536)

อย่างไรก็ตาม การผลิตผลไม้สดเพื่อการส่งออกยังมีขอบเขตจำกัดอยู่แต่เฉพาะประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียงเป็นส่วนใหญ่ เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย ชองกง ไต้หวัน ญี่ปุ่น ฯลฯ ส่วนประเทศอื่น ๆ ที่ไกลออกไปในแถบทวีปยุโรปและทวีปอเมริกานั้น มีการส่งออกไปในปริมาณที่ไม่มากนัก เนื่องจากปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญหลายประการ ได้แก่ ผลไม้ที่มีคุณภาพมีปริมาณไม่เพียงพอ ผลผลิตส่งตลาดในฤดูผลไม้ การขาดแคลนที่เก็บรักษาผลผลิตที่จะทยอยการส่งออกได้ตลอดทั้งปี การบรรจุหีบห่อไม่ได้มาตรฐาน ค่าระวางบรรทุกทางอากาศมีราคาแพงและไม่เพียงพอ แหล่งเพาะปลูกอยู่กระจัดกระจายไม่สะดวกต่อการรวบรวมผลผลิต เกษตรกรขาดการรวมตัวเป็นกลุ่มเพื่อการส่งออก และขาดการปรับปรุงพันธุ์ที่ตลาดต่างประเทศต้องการ รวมทั้งการขาดข้อมูลทางวิชาการเกี่ยวกับการผลิต การปฏิบัติต่อผลผลิตก่อนและหลังการเก็บเกี่ยว และข้อมูลการตลาดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

และด้วยเหตุที่ ผลไม้สดเป็นสินค้าที่เน่าเสียง่าย (Perishable Goods) ไม่ทนทานต่อสภาพแวดล้อม จึงจำเป็นต้องมีขบวนการพัฒนาการผลิต การปรับปรุงวิทยาการหลังการเก็บเกี่ยว การคัดขนาดผลที่ได้มาตรฐานที่แน่นอน การบรรจุหีบห่อ การแช่แข็ง และเก็บรักษาไว้ในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม การบรรจุทุกขนส่งด้วยตู้ขนส่งปรับอากาศ (Container) ตลอดจนการขนส่งสินค้าไปยังต่างประเทศที่กระทำอย่างระมัดระวังและรวดเร็ว ซึ่งขั้นตอนเหล่านี้ ควรกระทำในแหล่งที่ผลิตผลไม้หรือจุดรวบรวมผลไม้ในพื้นที่ เพื่อให้สามารถเก็บรักษาและยืดอายุของผลไม้ได้นาน โดยที่ยังรักษาความสดคงคุณค่ามีความสะอาดปราศจากโรคและแมลง รวมทั้งลดการบอบช้ำของสินค้าให้เกิดน้อยที่สุด สามารถสนองต่อความต้องการผลไม้ที่มีคุณภาพของผู้บริโภคได้ และส่งผลให้เกิดการขยายตัวของการส่งออกมากขึ้นในที่สุด

นอกจากนี้ เพื่อให้การส่งออกสินค้าผลไม้สดของไทยที่มีโอกาสขยายตัวสูง สามารถแข่งขันกับประเทศคู่ค้าแข่งขันอื่น ๆ ได้ในขณะที่การแข่งขันนับวันจะทวีความรุนแรงมากขึ้น ประเทศไทยจำเป็นต้องหาหนทางลดต้นทุนการผลิตและการตลาด โดยการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกในการส่งออก ตลอดจนการรักษาคุณภาพของสินค้าให้เป็นที่ต้องการของตลาด เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า รวมทั้งเป็นการขยายโอกาสการส่งออกสินค้าผลไม้ไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ให้มากขึ้น สำหรับแนวทางที่คาดว่าจะช่วยแก้ไข้ปัญหาและพัฒนาการส่งออกผลไม้ในภาคตะวันออก คือ การกำหนดที่ตั้งศูนย์กลางและโครงข่ายเพื่อการส่งออกผลไม้ขึ้นภายในภาค เพื่อทำหน้าที่ในการแก้ไข้ปัญหาต่าง ๆ ดังกล่าวมาแล้วนั้น

สำหรับประเด็นความสนใจของการวิจัยนี้ อยู่ที่การจัดตั้งศูนย์กลางและโครงข่ายเชื่อมโยงภายในภาคตะวันออกในบริเวณที่เหมาะสม โดยพิจารณาจากศักยภาพของแต่ละอำเภอในด้านต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นกลไกสำคัญที่นอกจากจะช่วยในการแก้ไข้ปัญหาที่เกิดขึ้นแล้ว ยังจะช่วยให้สามารถพัฒนาการผลิตและการตลาดส่งออกผลไม้สดได้อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพสูงสุด อันจะนำมาซึ่งรายได้และประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะต่อเกษตรกรในภาคตะวันออก รวมทั้งเป็นการพัฒนาภาคตะวันออกให้มีความเจริญก้าวหน้า มีความสอดคล้องกับนโยบายการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคในการกระจายรายได้และการพัฒนาไปสู่ภูมิภาคและชนบทให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อการพัฒนาประเทศในอนาคต โดยคาดว่าศูนย์กลางและโครงข่ายที่จัดตั้งขึ้นในครั้งนี้ จะก่อให้เกิด

1. การปรับปรุงคุณภาพสินค้าและการใช้เทคโนโลยีเพื่อการปรับปรุงการผลิต
2. การขยายตัวของการผลิต และการตลาดเพื่อการส่งออกผลไม้สดเพิ่มมากขึ้น
3. การลดต้นทุนการผลิตและการตลาดส่งออกผลไม้สด โดยเฉพาะต้นทุนค่าขนส่ง
4. การพัฒนาอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องและแปรรูป และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมห้องเย็น เป็นต้น
5. การจ้างงานในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการส่งออกผลไม้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจ้างงานในชนบทภาคตะวันออก
6. การลดอัตราการอพยพย้ายถิ่นของประชากรในชนบทเข้าสู่เมือง
7. การรักษาเอกลักษณ์ของภาคตะวันออกในการเป็นแหล่งผลิตผลไม้เขตร้อนที่มีคุณภาพ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงสภาพปัจจุบันและความได้เปรียบของภาคตะวันออก ทางด้านกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม และประชากร และรูปแบบการใช้ที่ดินที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาการผลิตและการตลาดเพื่อการส่งออกผลไม้
2. เพื่อศึกษาถึงสถานการณ์ แนวโน้ม และปัญหาของการผลิต การตลาดและการส่งออกผลไม้ รวมทั้งกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกผลไม้
3. เพื่อศึกษาถึงการกระจายตัวของแหล่งผลิตผลไม้ และกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการตลาดส่งออกผลไม้
4. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้ในการกำหนดที่ตั้งศูนย์กลาง และโครงข่ายของการส่งออกผลไม้ในบริเวณที่เหมาะสม
5. เพื่อกำหนดที่ตั้งศูนย์กลางและโครงข่าย ตลอดจนเสนอแนะแนวทางการจัดการด้านต่าง ๆ ในศูนย์กลาง และที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพและตลาดสินค้าส่งออกผลไม้

ขอบเขตของการศึกษา

1. พื้นที่ศึกษา 8 จังหวัดในภาคตะวันออก ได้แก่ ชลบุรี ฉะเชิงเทรา ระยอง นครนายก จันทบุรี ตราด ปราจีนบุรี และสระแก้ว ประกอบด้วย 55 อำเภอ 8 กิ่งอำเภอ รวมเนื้อที่ทั้งหมดประมาณ 36,502.5 ตารางกิโลเมตร
2. ประเภทผลไม้ที่ศึกษา เน้นเฉพาะชนิดที่มีการผลิตในภาคตะวันออกและมีปริมาณและมูลค่าการส่งออกในรูปของผลไม้สดแช่เย็นและแช่แข็งเป็นจำนวนมากจนเป็นที่ยอมรับ อันได้แก่ทุเรียน เงาะ มังคุด มะม่วง และส้มโอ

วิธีดำเนินการศึกษา

1. ศึกษาทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เท่าที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษานี้ได้
2. เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ทางด้านกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม และประชากร รวมทั้งปัจจัยต่าง ๆ ที่จะมีผลต่อการพัฒนาการผลิตและการส่งออกผลไม้ จากเอกสารของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน
3. เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งไม่สามารถเก็บรวบรวมได้จากส่วนกลาง และเพื่อตรวจสอบข้อเท็จจริงโดยการสำรวจภาคสนาม ออกแบบสอบถาม และสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกผลไม้ พ่อค้าขายส่ง ผู้ส่งออก นักวิชาการและเจ้าหน้าที่ของรัฐ ด้วยการสุ่มตัวอย่าง

4. วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ทราบถึงศักยภาพของแต่ละอำเภอในปัจจุบันที่เกี่ยวข้อง โดยอาศัยวิธีการทางสถิติตามความเหมาะสม
5. กำหนดที่ตั้งศูนย์กลางและโครงข่ายเพื่อการส่งออกผลไม้ และเสนอผลการศึกษาในรูปแบบของคำบรรยาย ตาราง แผนภูมิ และแผนที่
6. จัดทำแนวทางและข้อเสนอแนะในด้านการจัดการที่เกี่ยวข้อง และเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเพื่อการส่งออกผลไม้

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1. **ข้อมูลทุติยภูมิ** เป็นข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับสภาพทั่วไปและศักยภาพของพื้นที่ศึกษาในด้านต่างๆ การผลิตและการตลาดผลไม้ ระเบียบกฎหมายที่เกี่ยวกับการส่งออก และข้อมูลอื่นๆ โดยเก็บรวบรวมมาจากแหล่งข้อมูลหลายแห่ง ที่ได้มีการเก็บรวบรวมไว้เป็นเอกสารทั้งเป็นของหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน ได้แก่

- 1) สำนักงานกรัฐมนตรี
 - สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
 - สำนักงานสถิติแห่งชาติ
- 2) กระทรวงมหาดไทย
 - กรมการปกครอง
- 3) กระทรวงการคลัง
 - กรมศุลกากร
- 4) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
 - กรมพัฒนาที่ดิน
 - กรมวิชาการเกษตร
 - กรมส่งเสริมการเกษตร
 - สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
 - กรมชลประทาน
- 5) กระทรวงพาณิชย์
 - กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์
 - กรมการค้าภายใน
 - กรมการค้าต่างประเทศ
 - กรมส่งเสริมการส่งออก
- 6) กระทรวงคมนาคม
 - กรมทางหลวง

- 7) หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ
 - การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
 - การประปาส่วนภูมิภาค
 - ธนาคารแห่งประเทศไทย
 - องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย
 - การสื่อสารแห่งประเทศไทย
- 8) แหล่งข้อมูลในภาคตะวันออกเฉียง 8 จังหวัด
 - สำนักงานจังหวัด
 - สำนักงานเกษตรจังหวัด
 - สำนักงานพาณิชย์จังหวัด
 - หอการค้าจังหวัด
 - สมาคมผู้ค้าผักและผลไม้เพื่อการส่งออกในภาคตะวันออกเฉียง
- 9) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 - ห้องสมุดคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
 - สถาบันวิทยบริการ
 - ศูนย์เอกสารแห่งประเทศไทย

2. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการสำรวจภาคสนาม ออกแบบสอบถาม โดยการสัมภาษณ์และส่งทางไปรษณีย์ ไปยังกลุ่มประชากรเป้าหมาย เนื่องจากเป็นข้อมูลซึ่งไม่สามารถรวบรวมได้จากส่วนกลาง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงสภาพปัจจุบัน ความได้เปรียบ ตลอดจนความเหมาะสมในการส่งเสริมการส่งออกผลไม้สดของพื้นที่ศึกษา
2. ทราบถึงสถานการณ์ แนวโน้ม และปัญหาของการผลิต การตลาดและการส่งออกผลไม้ที่แท้จริง ตลอดจนข้อกำหนด กฎระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกผลไม้
3. สามารถกำหนดและพัฒนาที่ตั้งศูนย์กลาง ตลอดจนโครงข่าย ที่จะให้บริการเพื่อการส่งออกผลไม้สดในภาคตะวันออกเฉียงได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. ผลการศึกษา สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาเพื่อการส่งออกผลไม้สดในภูมิภาคอื่น ๆ ตลอดจนเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานต่าง ๆ ที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนและปฏิบัติงานเพื่อการผลิตและการตลาดส่งออกผลไม้สด ซึ่งจะเป็นผลดีต่อการพัฒนาประเทศในอนาคต

ข้อจำกัดของการศึกษา

1. ข้อจำกัดด้านข้อมูล การเก็บข้อมูลพื้นฐาน ที่ได้จากการเอกสารของหน่วยงานต่าง ๆ ค่อนข้างมีความล่าช้ากว่าปีปัจจุบันถึง 2-3 ปี ทั้งนี้ การเก็บข้อมูลสิ้นสุดลงในเดือนกันยายน 2540 ทำให้ข้อมูลบางอย่างอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปและไม่ทันต่อเหตุการณ์บ้าง นอกจากนี้ข้อมูลบางส่วนไม่มีการจัดเก็บรวบรวมไว้ หรือไม่มีความละเอียดพอที่จะนำมาใช้ประกอบการศึกษา

2. ข้อจำกัดด้านแบบสอบถาม เนื่องจากพื้นที่ศึกษามีขนาดใหญ่ ในขณะที่ระยะเวลาและงบประมาณมีอย่างจำกัด ทำให้การเดินทางไปสำรวจพื้นที่ศึกษา เก็บข้อมูล และสัมภาษณ์กลุ่มประชากรเป้าหมายทำได้ไม่มากนัก จึงจำเป็นต้องเลือกใช้วิธีการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้แก่เกษตรกรและผู้ส่งออกแทนการสัมภาษณ์โดยตรง แบบสอบถามที่ได้คืนกลับมาจึงไม่ครบตามเป้าหมาย และข้อมูลที่ได้อาจจะมีความสมบูรณ์ลดน้อยลงไปบ้าง นอกจากนี้การสัมภาษณ์พ่อค้าส่ง ซึ่งกระทำที่ตลาดกลางซื้อขายผลไม้ในท้องถิ่นเป็นช่วงเวลาที่พ่อค้าส่งดำเนินกิจกรรมการซื้อขาย ทำให้พ่อค้าส่งบางรายไม่ค่อยเต็มใจใช้เวลาในการให้ข้อมูลแก่ผู้สัมภาษณ์

3. ข้อจำกัดด้านวิธีการวิเคราะห์

3.1 การกำหนดตัวแปรของแต่ละปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์ เป็นการกำหนดจากข้อมูลเท่าที่สามารถเก็บรวบรวมได้ในช่วงเวลาศึกษา และตัวแปรบางตัวมีข้อมูลไม่สมบูรณ์ส่งผลกระทบต่อ การวิเคราะห์ข้อมูล ดังนั้น หากมีการเปลี่ยนแปลงตัวแปร และข้อมูลของตัวแปรมีครบทุกอำเภอแล้ว จะทำให้การวิเคราะห์สมเหตุสมผลมากขึ้น

3.2 การกำหนดค่าน้ำหนักของปัจจัย เป็นการกำหนดขึ้นตามลำดับความสำคัญ ที่ได้ มาจากการสอบถามความเห็นของกลุ่มประชากรเป้าหมายที่เกี่ยวข้องทั้ง 4 กลุ่ม จำนวน 94 ราย ซึ่งเป็นความเห็นส่วนบุคคลจึงอาจมีความลำเอียง ทำให้ค่าน้ำหนักที่กำหนดอาจมีความสมบูรณ์ลดน้อยลง ผลการวิเคราะห์จากค่าน้ำหนักที่กำหนดจึงได้ผลออกมาในรูปแบบหนึ่ง นอกจากนี้ ค่าน้ำหนักของตัวแปรย่อย เป็นการกำหนดตามข้อมูลพื้นฐาน สอบถามผู้รู้ และความน่าจะเป็น ดังนั้น หากมีการเปลี่ยนแปลงค่าน้ำหนักของปัจจัยและตัวแปร อาจทำให้ผลการวิเคราะห์เพื่อกำหนดที่ตั้งศูนย์กลางและโครงข่ายมีความแตกต่างออกไป

3.3 วิธีการวิเคราะห์เพื่อกำหนดที่ตั้งศูนย์กลางและโครงข่ายเพื่อการส่งออกผลไม้ในครั้งนี้ เนื่องด้วยข้อจำกัดเรื่องระยะเวลา ผู้วิจัยจึงได้เลือกวิธีวิเคราะห์มาใช้เพียงวิธีเดียว คือ การหาค่ามาตรฐาน (Standard Score) เพื่อให้ข้อมูลมีลักษณะเดียวกัน และง่ายต่อการเปรียบเทียบ ซึ่งวิธีการนี้เป็นเพียงวิธีการวิเคราะห์รูปแบบหนึ่ง และอาจใช้ได้ในระดับหนึ่ง เชื่อว่าหากมีการวิธีการที่แตกต่างออกไป ผลการศึกษาที่ได้ย่อมมีความแตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะ วิธีการศึกษาแต่ละอย่างต่างก็มีข้อจำกัดและข้อดีที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้น หากมีการใช้วิธีการอื่น ๆ ร่วมด้วย การวิเคราะห์เพื่อกำหนดที่ตั้งจะสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

คำจำกัดความ

คำจำกัดความศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ “ศูนย์กลาง” หมายถึง ศูนย์กลางการส่งออกผลไม้ และ “โครงข่าย” หมายถึง จุดส่งออก ทำส่งออก และ ศูนย์ประสานงานการส่งออกผลไม้ ซึ่งจะเป็นตัวเชื่อมโยงให้การบริการเพื่อการส่งออกผลไม้เป็นระบบ และครบวงจร โดยที่

“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 โดยมีกิจการดำเนินการเพียงบางอย่างหรือครบกระบวนการส่งออก และเป็นจุดบริการไม่ถาวร คือเป็นลักษณะของจุดบริการเคลื่อนที่ และสามารถจะกำหนดไว้ได้หลาย ๆ จุดตามความเหมาะสม

“ท่าส่งออก” (Exporting Port) หมายถึง สถานที่หรือจุดที่มีการขนส่งหรือขนถ่ายสินค้าผลไม้ส่งออกนอกประเทศ เช่น ท่าอากาศยาน ท่าเรือ หรือท่าเดินรถ เป็นต้น โดยที่ท่าส่งออกนี้อาจจะมีการดำเนินงานในลักษณะที่เป็นศูนย์กลางหรือจุดส่งออกผลไม้ นอกเหนือไปจากการให้บริการขนถ่ายสินค้าผลไม้ส่งออกนอกประเทศก็ได้

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

องค์ประกอบของวิทยานิพนธ์

การศึกษาแนวทางการพัฒนาที่ตั้งศูนย์กลางและโครงข่ายเพื่อการส่งออกผลไม้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือออกเป็น 6 บท บทที่ 1 บทนำ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ของการศึกษา ขอบเขตของการศึกษา วิธีดำเนินการศึกษา ข้อมูลและแหล่งข้อมูล ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ข้อจำกัดของการศึกษา และคำจำกัดความ บทที่ 2 กล่าวถึงแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนกรอบความคิดของการวิจัย บทที่ 3 เป็นบทที่เกี่ยวข้องกับวิธีวิจัย กล่าวถึงการกำหนดพื้นที่ศึกษา กลุ่มตัวอย่างและแบบสอบถาม วิธีการวิเคราะห์ที่ตั้ง บทที่ 4 กล่าวถึงสภาพทั่วไป ความได้เปรียบ การผลิต การตลาด และการส่งออกผลไม้ กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกผลไม้ และศักยภาพของภาคตะวันออกเฉียงเหนือในด้านต่างๆ บทที่ 5 เป็นบทของการวิเคราะห์เพื่อกำหนดที่ตั้งศูนย์กลางและโครงข่ายเพื่อการส่งออกผลไม้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และบทที่ 6 บทสรุปและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการด้านต่างๆ ในศูนย์กลางและโครงข่าย รวมทั้งการพัฒนาการผลิตการตลาดเพื่อการส่งออกผลไม้