



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA)
กับการส่งออกกล้วยหอมของสหกรณ์การเกษตรไทย

จัดทำโดย นายวิเชียร แทนธรรมโรจน์
รหัส 6035

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 6 ปี 2557
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
ลิขสิทธิ์ของกระทรวงการต่างประเทศ



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA)
กับการส่งออกกล้วยหอมของสหกรณ์การเกษตรไทย

จัดทำโดย นายวิเชียร แทนธรรมโรจน์
รหัส 6035

หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 6 ปี 2557
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
รายงานนี้เป็นความคิดเห็นเฉพาะบุคคลของผู้ศึกษา



เอกสารรายงานการศึกษาส่วนบุคคลนี้ อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารการทูตของกระทรวงการต่างประเทศ

ลงชื่อ

(ศาสตราจารย์ ดร. ไชยวัฒน์ คำชู)
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ

(ดร. จิตริยา ปิ่นทอง)
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัครเดช ไชยเพิ่ม)
อาจารย์ที่ปรึกษา

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

การศึกษาเรื่อง “ความร่วมมือหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย – ญี่ปุ่น (JTEPA) กับการส่งออกกล้วยหอมของสหกรณ์การเกษตรไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ทราบถึงปัญหาอุปสรรคของความร่วมมือของสหกรณ์ ไทย-ญี่ปุ่นหลังมีการลงนามข้อตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (Japan-Thailand Economic Partnership Agreement: JTEPA) 2) ศึกษาหาแนวทางการแก้ไขปัญหาอุปสรรคของความร่วมมือของสหกรณ์ไทย-ญี่ปุ่น

การศึกษาค้นคว้านี้มีขอบเขตถึงความร่วมมือการส่งออกกล้วยหอมของสหกรณ์การเกษตรของไทยให้กับสหกรณ์ญี่ปุ่น โดยใช้การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามพนักงานสหกรณ์ของสหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด ที่มีอายุ 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มอายุต่ำกว่า 30 ปี (2) กลุ่มอายุ 30 – 39 ปี (3) กลุ่มอายุ 40 – 49 ปี และ (4) กลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป และข้อมูลจากหนังสือ งานเขียนวิชาการ บทความ สารคดีโทรทัศน์ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและส่งออกกล้วยหอมทองของสหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด

ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาคือ ทฤษฎีการได้เปรียบในการแข่งขันของพอร์เตอร์ (Porter's Theory of National Competitive Advantage) เพื่ออธิบายการค้ำระหว่างประเทศ โดยพิจารณาจากความสัมพันธ์ของเงื่อนไขต่าง ๆ ประกอบด้วย (1) เงื่อนไขปัจจัยการผลิต (2) เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (3) เงื่อนไขที่เกี่ยวข้องที่มาสสนับสนุนอุตสาหกรรม (4) เงื่อนไขโครงสร้างกลยุทธ์ของหน่วยธุรกิจและการเข้ามาแข่งขันของคู่แข่ง (5) เงื่อนไขปัจจัยภายนอก และ (6) เงื่อนไขเรื่องบทบาทของภาครัฐ โดยได้ตั้งสมมติฐานว่า ผลกระทบต่อปริมาณธุรกิจการส่งออกกล้วยหอมทองปลอดสารพิษของสหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด มาจากปัจจัยในทฤษฎีการได้เปรียบในการแข่งขันของพอร์เตอร์

จากการศึกษาพบว่า

1) ปัจจัยการผลิตหรือกล้วยหอมทองปลอดสารพิษที่จะส่งเสริมคุณภาพของสินค้าสหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด มีการผลิตที่มีคุณภาพเพราะมีการคัดเลือกสมาชิกสหกรณ์ที่มีความพร้อม พื้นที่ที่ตรงกับเงื่อนไขการปลูกแบบอินทรีย์ และปริมาณคุณภาพและผลผลิตที่ควบคุมได้

2) ปัจจัยด้านอุปสงค์ พบว่า กล้วยหอมทองปลอดสารพิษมีคุณภาพเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและนอกประเทศ ทั้งรูปลักษณะ (ขนาดของผลิตภัณฑ์) และการรับรองคุณภาพจากสถาบันที่น่าเชื่อถือ (GAP) อีกทั้งมีความแตกต่างจากสินค้าเดียวกันของคู่แข่ง มีตำแหน่งผลิตภัณฑ์ระดับส่งออก อีกทั้งราคากว้างหอมทองปลอดสารพิษมีราคาและมีมูลค่าสูงกว่าสินค้าชนิดเดียวกันในตลาด เนื่องจากคุณภาพ ผู้บริโภคให้การยอมรับที่พร้อมจ่ายแพงกว่าสินค้าประเภทเดียวกันจากแหล่งอื่น แต่จากตัวเลขการส่งออก ในปี 2554 – 2556 พบว่า ปริมาณการส่งออกลดลง ในขณะที่ปริมาณจำหน่ายในประเทศเพิ่มมากขึ้น

3) ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมสนับสนุน พบว่า สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด ในการส่งออก ไม่ได้ประสบปัญหาการขนส่ง เนื่องจากเป็นภาระของบริษัทส่งออก รวมถึงการขนส่งให้โรงแรมและห้างสรรพสินค้า การขนส่งเป็นภาระของโรงแรมและห้างสรรพสินค้าที่ว่าจ้างบริษัทตัวแทนในการขนส่ง และการจัดจำหน่าย สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด มีหลายช่องทางจำหน่าย

กล้วยหอมทอง ตลาดส่งออก ตลาดในประเทศโดยจำหน่ายทางตรง (ส่งออกให้แก่ชุมชนสหกรณ์ ผู้บริโภคโตโต้ โรงแรม และที่ร้านสหกรณ์) และจำหน่ายทางอ้อม (ส่งให้แก่ห้างสรรพสินค้า)

4) ปัจจัยโครงสร้างกลยุทธ์ของหน่วยธุรกิจและการแข่งขัน สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด มีตลาดแน่นอนซึ่งทำสัญญาซื้อขายกับชุมชนสหกรณ์ร้านค้าโตโต้มากกว่า 20 ปี จึงไม่ประสบปัญหาการแข่งขัน

5) ปัจจัยภายนอก สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด ถือว่ามีปัจจัยภายนอกมากกระทบต่อการส่งออกกล้วยหอมทองมากทั้งในเชิงบวกและลบ เชิงบวกคือนโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาล สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด ได้รับโอกาสจากนโยบายการค้าภายใต้กรอบความตกลงการเป็นหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น หรือ JTEPA การรับรองในระบบ GAP ในเรื่องของผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ แต่ในขณะเดียวกัน สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด ได้รับผลกระทบเชิงลบจากปัจจัยภายนอกเช่นกัน คือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เพราะการทำการค้ากับต่างประเทศจะประสบปัญหาอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศผันผวน ค่าเงินบาทแข็งตัวทำให้การส่งออกมีกำไรลดลง

6) ปัจจัยด้านบทบาทของภาครัฐ สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด ได้รับการสนับสนุนทางการค้ากับประเทศญี่ปุ่น จากจังหวัดเพชรบุรี และกรมส่งเสริมสหกรณ์

ผลการศึกษาจึงสรุปได้ว่า ปริมาณการส่งออกกล้วยหอมทองปลอดสารพิษของสหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด ลดลง มาจากผลกระทบของปัจจัยอุปสงค์จากยอดการส่งออกลดลง และปัจจัยภายนอกจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราผันผวน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาคือ

1) สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด ควรหาตลาดอื่นในต่างประเทศโดยเฉพาะในประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากกล้วยหอมเป็นที่รู้จักของประชาชนญี่ปุ่น เพื่อขยายโอกาสการส่งออกกล้วยหอมให้มากขึ้น

2) ขยายการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐอื่น เพื่อขยายตลาดต่างประเทศไปยังประเทศอื่นๆ

3) สร้างเครือข่ายการผลิตและการค้าระหว่างสหกรณ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในประเทศเพื่อลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาส่วนบุคคลฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้รับความอนุเคราะห์จากบุคคลหลายๆ ท่าน ซึ่งผู้ศึกษาขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ ได้แก่ คณาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้ความอนุเคราะห์ให้คำแนะนำ และให้คำปรึกษา ได้แก่ ศาสตราจารย์ ดร. ไชยวัฒน์ คำชู เอกอัครราชทูต ดร. จิตริยา ปิ่นทอง และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัครเดช ไชยเพิ่ม นอกจากนี้ คณะกรรมการสหกรณ์และพนักงาน สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด จังหวัดเพชรบุรี และเพื่อนข้าราชการ กรมส่งเสริมสหกรณ์ ได้แก่ คุณวิภารัตน์ โมริดา และคุณวิจิตรา จันทร์จวง ที่ช่วยให้ข้อมูล และให้ข้อคิดเห็นต่างๆ

นอกจากนี้ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณ อธิบดีกรมส่งเสริมสหกรณ์ ดร. จุมพล สงวนสิน ที่มีโอกาสและเลือกให้ผู้ศึกษาได้เข้าอบรมในหลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 6 นี้

ผู้ศึกษาขอชื่นชมและขอบคุณสถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งท่านผู้อำนวยการธีรวัฒน์ ภูมิจิตร และเจ้าหน้าที่สถาบันทุกท่าน ที่จัดการอบรมได้อย่างดีเยี่ยม ทั้งหลักสูตรเนื้อหาวิชาและการอำนวยความสะดวกตลอดการอบรม และที่น่าประทับใจก็คือเพื่อนๆ ผู้เข้าอบรมหลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 6 ทุกท่าน ซึ่งมีเพื่อนจากประเทศ ลาว กัมพูชา และเวียดนาม รวมอยู่ด้วยที่ทุกท่านมีอัธยาศัยดี ช่วยเหลือ เอื้อเฟื้อ ทำให้การอบรมเป็นช่วงเวลาที่น่าประทับใจ เป็นอย่างยิ่ง ขอขอบพระคุณทุกท่าน ไว้ ณ ที่นี้ด้วยครับ

วิเชียร แทนธรรมโรจน์

สิงหาคม 2557

สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญภาพ	ฅ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ภูมิหลังและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 ขอบเขตการศึกษา วิธีการดำเนินการศึกษาและระเบียบวิธีการศึกษา	3
1.4 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา	3
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวความคิดทฤษฎี	4
2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง/ทบทวนวรรณกรรม	5
บทที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูล	14
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	14
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	14
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	15
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	15
บทที่ 4 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	21
4.1 สรุปผลการศึกษา	21
4.2 ข้อเสนอแนะ	22
บรรณานุกรม	23
ภาคผนวก	24
ประวัติผู้เขียน	30

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1	ปริมาณธุรกิจของกล้วยหอมทองในตลาดต่าง ๆ ของสหกรณ์ การเกษตรทำยาง จำกัด ระหว่างปี 2545 – 2556	12
ตารางที่ 2	แสดงผลตอบแทนที่สมาชิกของสหกรณ์การเกษตรทำยาง จำกัด ในโครงการ ได้รับในการปลูกกล้วยหอมทอง	13
ตารางที่ 3	ราคารับซื้อกล้วยหอมของประเทศไทยปี 2550	16
ตารางที่ 4	ปริมาณการนำเข้ากล้วยหอมของประเทศไทยปี 2550	17
ตารางที่ 5	ปริมาณการส่งออกกล้วยหอมจากประเทศไทยไปทั่วโลก	17

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1 ทฤษฎีการได้เปรียบในการแข่งขันของพอร์ตเตอร์

5

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ภูมิหลังและความสำคัญของปัญหา

กล้วยหอมทองเป็นพืชเศรษฐกิจชนิดหนึ่งที่มีศักยภาพในการส่งออกโดยเฉพาะตลาดญี่ปุ่นมีความต้องการสูง ด้วยคุณลักษณะของกล้วยหอมทองพันธุ์แท้ที่มีน้ำหนักมาก และลักษณะของกล้วยแต่ละลูกที่เรียงตัวกันอยู่ในหวีอย่างสวยงามสีสวย รสชาติดี มีกลิ่นหอม นำรับประทาน อีกทั้งผลผลิตของไทยมีความปลอดภัยไร้สารเคมีและสารพิษตกค้างปนเปื้อนทำให้กล้วยหอมทองของไทยได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในตลาดญี่ปุ่นและมีการส่งออกกล้วยกับคู่ค้าอย่างประเทศญี่ปุ่นมากกว่าสิบปี ปี 2550 ประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกทั่วประเทศทั้งหมด 103,000 ไร่ มีผลผลิตรวม 233,000 กิโลกรัม (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2552) ปัจจุบันจังหวัดเพชรบุรีมีเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมทองเป็นจำนวนมากในพื้นที่อำเภอท่ายางและอำเภอบ้านลาด และปี 2551 ทั้งจังหวัดมีพื้นที่ปลูกกล้วยหอมทอง จำนวน 3,715 ไร่ (สำนักงานเกษตรจังหวัดเพชรบุรี, 2552) และมีโครงการผลิตกล้วยหอมทองปลอดสารพิษและผลิตกล้วยหอมอินทรีย์เพื่อการส่งออกของสหกรณ์การเกษตรท่ายางจำกัด มีเกษตรกรเข้าร่วมโครงการจำนวน 259 ราย ในพื้นที่ปลูก 1,500 ไร่ มีผลผลิตส่งออกประมาณ 2,000– 2,500 ตัน/ปี (วารสาร และคณะ, 2550) และสหกรณ์การเกษตรบ้านลาดจำกัด มีสมาชิกเข้าร่วมโครงการผลิตกล้วยหอมทองปลอดสารเคมีเพื่อการส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น จำนวน 212 ราย มีผลผลิตส่งออกเมื่อสิงหาคม 2549 จำนวน 36,826 กิโลกรัม (สหกรณ์การเกษตรบ้านลาดจำกัด, 2549) เกษตรกรที่เป็นสมาชิกเข้าร่วมโครงการปลูกกล้วยหอมทองปลอดสารพิษเพื่อการส่งออก ต้องปฏิบัติตามกฎหรือข้อกำหนดของสมาชิก ซึ่งเป็นข้อตกลงระหว่างสมาชิกกับสหกรณ์ ซึ่งนับวันแนวโน้มความต้องการของตลาดยิ่งเพิ่มสูงขึ้นคนญี่ปุ่นเองนิยมบริโภคกล้วยหอมจากประเทศไทยมากกว่ากล้วยจากประเทศอื่น ๆ เช่นฟิลิปปินส์ เอกวาดอร์และโคลอมเบีย ที่มีการส่งออกกล้วยไปญี่ปุ่นเหมือนกันเนื่องจากกล้วยหอมของไทยมีรสชาติหอมหวาน เปลือกบาง เนื้อไม่เหนียวจึงทำให้สามารถขายได้ในราคาที่สูงกว่ากล้วยจากประเทศคู่แข่งแต่ไทยก็สามารถส่งออกได้เพียง 0.2 เปอร์เซ็นต์เท่านั้นทำให้ความต้องการนำเข้ากล้วยหอมไทยเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ขณะที่ญี่ปุ่นต้องนำเข้ามากถึงปีละ 1 ล้านตันจากความต้องการของตลาดที่มีมากขึ้น ทำให้ประเทศไทยต้องมีการเพิ่มฐานการผลิตโดยเพิ่มพื้นที่การปลูกกล้วยให้มากขึ้น แต่ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ทำให้การเพิ่มพื้นที่เพาะปลูกเป็นไปได้อย่างล่าช้า เนื่องจากบ้านเราส่วนใหญ่นิยมใช้สารเคมีในการปลูกพืชผัก เช่นปุ๋ยเคมี ยาฆ่าแมลงโดยไม่มีการควบคุม ทุกพื้นที่จึงมีแต่สารเคมีเพราะฉะนั้นในการปลูกกล้วยหอมเพื่อส่งออกไปยังญี่ปุ่น ทางญี่ปุ่นจะส่งเจ้าหน้าที่มาควบคุมคุณภาพอย่างเคร่งครัดแม้ทางญี่ปุ่นต้องการกล้วยหอมจากไทยจำนวนมากแต่เราไม่สามารถเพิ่มผลผลิตให้ทันต่อความต้องการได้ เนื่องจากไม่ค่อยมีใครอยากทำเพราะว่าขั้นตอนการปลูก การผลิตจะเข้มงวด ตั้งแต่การเตรียมดินขั้นตอนการปลูก การขนส่ง (ศูนย์รวมชาวเกษตร, 2551) ดังนั้นการให้ความรู้และอบรมเกษตรกรเรื่องการปลูกกล้วย

หอมทองเพื่อการส่งออก ตลอดจนทำแปลงสาธิตการปลูกกล้วยอินทรีย์ จะเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกรที่สนใจหรือเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมทองอยู่แล้ว สามารถลดการใช้ปุ๋ยเคมีและช่วยให้เกษตรกรหันมาสนใจปลูกและเพิ่มพื้นที่ปลูกได้มากขึ้น

ประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่นมีความสัมพันธ์กันมากกว่า 120 ปี นับตั้งแต่มีการลงนามในปฏิญญาทางไมตรีและการพาณิชย์เมื่อวันที่ 26 กันยายน 2430 อย่างไรก็ตามด้วยกระแสของการจัดทำเขตการค้าเสรี (Free Trade Area: FTA) ที่เน้นการจับคู่ทำข้อตกลงการค้าเสรี (Free Trade Agreement: FTA) ทำให้รัฐบาลของทั้งสองประเทศหรือเห็นควรที่จะจัดทำความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่นอย่างใกล้ชิด (Japan-Thailand Economic Partnership: JTEPA) จนในวันที่ 3 เมษายน 2550 นายกรัฐมนตรีของทั้งสองประเทศจึงได้ร่วมกันลงนามในข้อตกลง JTEPA

ความตกลงภายใต้กรอบ JTEPA มี 9 สาขา ได้แก่ 1) เกษตร, ป่าไม้, ประมง 2) การศึกษา และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ 3) การสร้างเสริมสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ 4) การบริการการเงิน 5) เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร 6) วิทยาศาสตร์, เทคโนโลยี, พลังงานและสิ่งแวดล้อม 7) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 8) การท่องเที่ยว 9) การส่งเสริมการค้าและการลงทุน

สำหรับความร่วมมือในสาขาเกษตร ป่าไม้ และประมง ตามข้อตกลงความร่วมมือภายใต้กรอบ JTEPA ภายหลังจากการลงนาม ฝ่ายญี่ปุ่นจะยกเลิกภาษีนำเข้าสำหรับ กุ้ง ผลไม้เมืองร้อน ผัก ผลไม้แปรรูป ผลไม้กระป๋อง สำหรับปลาหมึก อาหารสุนัขและแมวจะยกเลิกภาษีใน 5-10 ปี สำหรับอาหารทะเลสำเร็จรูป และไก่ต้มสุกจะลดภาษีลงกว่าครึ่งหรือครึ่งหนึ่งในระยะแรก นอกจากนี้ ญี่ปุ่นยังให้โควตาสำหรับกล้วยสด ซึ่งฝ่ายไทยต้องเสียภาษีนำเข้า 20 - 25% โดยให้ปลอดภาษีสำหรับ 4,000 ตันในปีแรก และทยอยเพิ่มเป็น 8,000 ตันตั้งแต่ปีที่ 5 เป็นต้นไป และยังให้โควตาสำหรับสับประรดสดอีกด้วยซึ่งปกติเสียภาษีนำเข้า 17% โดยปลอดภาษีใน 100 ตันในปีที่ 1 และทยอยเพิ่มเป็น 300 ตัน ตั้งแต่ปีที่ 5 เป็นต้นไป (กระทรวงต่างประเทศ, 2549)

ข้อเสนอในการให้โควตาสำหรับกล้วยสดถือเป็นประโยชน์สำหรับฝ่ายไทยเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งสหกรณ์ไทยซึ่งเดิมส่งออกกล้วยหอมทองไปประเทศญี่ปุ่นก่อนทำข้อตกลง JTEPA และคาดว่าปริมาณการส่งออกกล้วยหอมทองจะขยายตัวได้ถึง 4,000 ตัน เพราะเฉพาะสหกรณ์ผู้บริโภคของญี่ปุ่น ได้แก่ Pal System ซึ่งเป็นผู้นำเข้ากล้วยหอมทองของสหกรณ์ไทยมีความต้องการกล้วยหอมทองเพิ่มมากขึ้นจากเดิม 1,000 ตัน เป็น 3,000 ตัน เพราะคุณภาพของกล้วยหอมทองของไทยเป็นที่ยอมรับในเรื่องความปลอดภัย ไร้สารเคมีและสารพิษตกค้างปนเปื้อน จึงทำให้กล้วยหอมทองของไทยได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในตลาดญี่ปุ่น ประกอบกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีนโยบายเร่งรัดขยายพื้นที่ปลูกกล้วยหอมทองในประเทศไทย

อย่างไรก็ตาม จากตัวเลขการส่งออกของสหกรณ์การเกษตรส่งออกกล้วยหอมทองภายหลังจากการลงนามความร่วมมือตามกรอบ JTEPA กลับลดลงอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นประมาณ 20.78% ระหว่างตั้งแต่ปี 2552 - 2556 ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่ของภาครัฐที่จะหาสาเหตุของการส่งออกลดลงเพื่อแก้ไขไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสหกรณ์และเกษตรกรในท้ายที่สุด

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 ทราบถึงปัญหาอุปสรรคของการส่งออกกล้วยหอมของสหกรณ์การเกษตรไทย หลังมีการลงนามข้อตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (Japan-Thailand Economic Partnership Agreement: JTEPA)

1.2.2 เพื่อศึกษาหาแนวทางการแก้ไขปัญหาอุปสรรคของการส่งออกกล้วยหอมของสหกรณ์การเกษตรไทย

1.3 ขอบเขตการศึกษา วิธีการดำเนินการศึกษาและระเบียบวิธีการศึกษา

ศึกษาเฉพาะกรณี ความร่วมมือการส่งออกกล้วยหอมของสหกรณ์การเกษตรของไทยให้กับสหกรณ์ญี่ปุ่น

1.4 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา

1.4.1 สามารถทราบถึงปัญหาอุปสรรคของการส่งออกกล้วยหอมของสหกรณ์การเกษตรไทย

1.4.2 สามารถหาแนวทางแก้ไขปัญหากการส่งออกลดลงได้ตรงจุดและชัดเจน

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) กับการส่งออกกล้วยหอมของสหกรณ์การเกษตรไทย” ผู้ศึกษานำเสนอแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 1 แนวความคิดทฤษฎี
- 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง/ทบทวนวรรณกรรม

2.1 แนวความคิดทฤษฎี

ทฤษฎีการได้เปรียบในการแข่งขันของพอร์เตอร์ (Porter's Theory of National Competitive Advantage) (Ricky W. Griffin, Michael W. Pustay: 2007)

ศาสตราจารย์ Michael Porter แห่ง Harvard Business school ได้คิดทฤษฎีความได้เปรียบในการแข่งขัน (The theory of National Competitive Advantage) หรือเรียกอีกอย่างว่า โมเดลเพชร (Diamond Model) เพื่ออธิบายการค้าระหว่างประเทศ โดยพิจารณาจากความสัมพันธ์ 4 ด้าน ทั้งปัจจัยที่เป็นภาพรวมของประเทศและปัจจัยที่เป็นภาพย่อยของหน่วยธุรกิจ คือ เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Factor Condition) เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Condition) เงื่อนไขที่เกี่ยวข้องที่มาสนับสนุนอุตสาหกรรม (Related supporting industries) เงื่อนไขโครงสร้างกลยุทธ์ของหน่วยธุรกิจและการเข้ามาแข่งขันของคู่แข่ง (Firm strategy structure and rivalry) ดังรายละเอียด

1) เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Factor Condition) พิจารณาปัจจัยการผลิตของประเทศ เช่น ที่ดิน แรงงาน ทุน แต่ปัจจัยเหล่านี้ไม่เหมือนในทฤษฎีของ Heckscher-Ohlin หรือ Classical Trade Theory เพราะปัจจัยการผลิตที่ต้องพิจารณานั้นไปที่คุณภาพของปัจจัยการผลิตด้วย เช่น คุณภาพของแรงงานต้องพิจารณาถึงระดับการศึกษา คุณภาพของสาธารณูปโภคของประเทศ บทบาทของการสร้างปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพเพิ่มขึ้น เช่น การฝึกอบรม การวิจัย การคิดค้น

2) เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Condition) สภาพของตลาดในประเทศ ปริมาณและระดับความต้องการสินค้าของผู้บริโภคในประเทศซึ่งมีความหลากหลาย จากปริมาณและความต้องการของตลาดในประเทศจะเป็นแรงกระตุ้นให้หน่วยผลิตเกิดการพัฒนาและการคิดค้นสินค้าใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภคและสามารถครองตลาดในประเทศได้

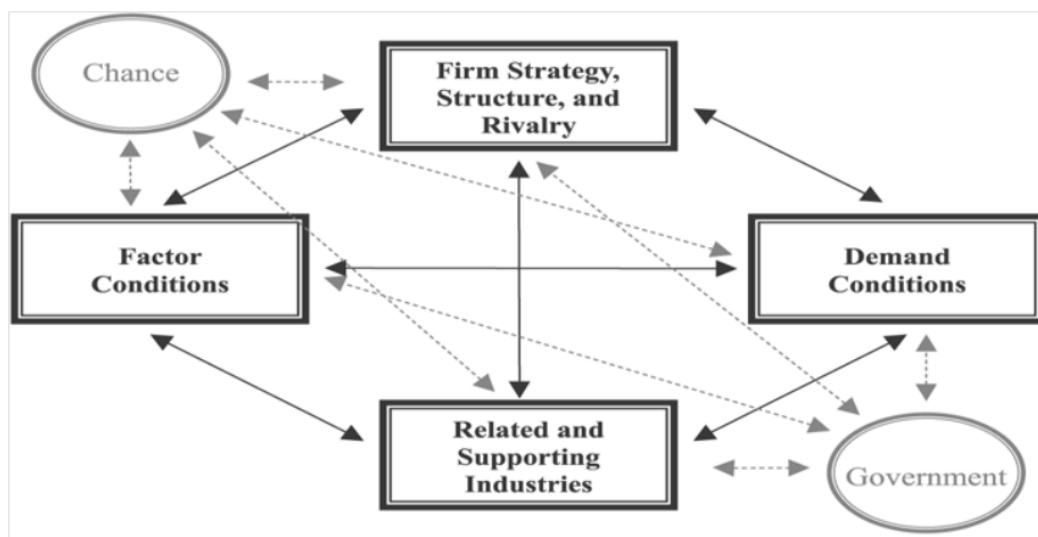
3) เงื่อนไขที่เกี่ยวข้องที่มาสนับสนุนอุตสาหกรรม (Related Supporting Industries) การเกิดของอุตสาหกรรมเป็นการกระตุ้นให้พัฒนา Local Suppliers ให้บรรลุเป้าหมายในการผลิต การตลาด และการกระจายสินค้าของอุตสาหกรรมได้ อุตสาหกรรมที่ตั้งอยู่ใกล้ Suppliers จะทำให้เกิดการติดต่อสื่อสารและการแลกเปลี่ยนของแนวคิดการประหยัดต้นทุนและการคิดค้นของ Suppliers นั้น การแข่งขันระหว่าง input Suppliers นำไปสู่ราคาที่ต่ำ สินค้าคุณภาพสูง และการ

ประดิษฐ์คิดค้นเทคโนโลยีในตลาดปัจจัยการผลิต ในทางกลับกันทำให้เกิดการได้เปรียบในการแข่งขันกันตลาดโลก

4) เงื่อนไขโครงสร้างกลยุทธ์ของหน่วยธุรกิจและการเข้ามาแข่งขันของคู่แข่ง (Firm Strategy Structure and Rivalry) สภาพแวดล้อมภายในประเทศจะนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน เช่น การลดต้นทุน แรงผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต พัฒนา innovative product

5) เงื่อนไขปัจจัยภายนอก ได้แก่ ภาวะสงคราม อุทกภัย โรคระบาด การก่อการร้าย ราคา น้ำมันผันผวน นโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาล อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการที่ส่งผลกระทบต่อเงื่อนไขหลักทั้ง 4 แต่ไม่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทหรือของประเทศได้โดยตรง เพราะเป็นเงื่อนไขที่อยู่นอกเหนือการควบคุม

6) เงื่อนไขเรื่องบทบาทของภาครัฐ หมายถึง นโยบาย มาตรการ กฎ ระเบียบและพิธีการต่าง ๆ ที่หน่วยงานภาครัฐเป็นผู้กำหนดสามารถกระทบต่อเงื่อนไขทั้ง 4 ได้ทั้งในรูปการส่งเสริมหรือลดทอนได้ (Porter, M.E. 1998)



ภาพที่ 1 ทฤษฎีการได้เปรียบในการแข่งขันของพอร์เตอร์

2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง/ทบทวนวรรณกรรม

วรรณกรรมที่นำมาใช้ประกอบการศึกษาในเรื่องนี้ได้แก่

2.2.1 การพัฒนาบุคลากรสหกรณ์การเกษตรของประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น โดยนางสาววิภารัตน์ โมริดา ทำให้ทราบถึงความเป็นมาและระบบสหกรณ์ของไทยและญี่ปุ่น ดังนี้

ประเทศไทยได้นำระบบสหกรณ์มาใช้ครั้งแรกเมื่อปี 2547 เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนของเกษตรกรในยุคการเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจจากการเลี้ยงตัวเองมาสู่การค้า เกษตรกรต้องกู้ยืมเงินจากแหล่งอื่นเพื่อเป็นทุนในการขยายการผลิตจนไม่สามารถชำระคืนได้ ทางราชการจึงได้นำวิธีการสหกรณ์ประเภทหาทุนมาช่วยเหลือเกษตรกร

สหกรณ์ในระยะแรกนั้น นอกจากจะมีข้อจำกัดเรื่องเงินทุนแล้ว ยังมีข้อจำกัดทางกฎหมายอีกด้วย เพราะพระราชบัญญัติเพิ่มเติมสมาคมปี 2549 ทำให้การจัดตั้งสหกรณ์ไม่กว้างขวางพอที่จะขยายสหกรณ์ และหากจะพัฒนาการสหกรณ์ให้เจริญก้าวหน้าต้องออกกฎหมายควบคุม

สหกรณ์การเกษตรดำเนินธุรกิจแบบอเนกประสงค์ เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกดำเนินธุรกิจร่วมกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และช่วยเหลือส่วนรวม โดยใช้หลักคุณธรรมและจริยธรรมอันดีงามตามพื้นฐานของมนุษย์ เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่สมาชิกและส่วนรวม ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับของสหกรณ์

การจัดตั้งสหกรณ์การเกษตรสามารถช่วยเหลือเกษตรกรที่ประสบปัญหาต่าง ๆ เช่น

1) ขาดแคลนเงินทุน เงินทุนที่ใช้ในการประกอบอาชีพไม่เพียงพอ ต้องกู้ยืมจากพ่อค้าหรือนายทุนในท้องถิ่น ซึ่งต้องเสียดอกเบี้ยแพง

2) ขาดแคลนที่ดินทำกิน เกษตรกรบางรายมีที่ดินทำกินน้อย บางรายไม่มีที่ดินทำกินเป็นของตนเอง ต้องเช่าที่ดินผู้อื่นทำกิน โดยเสียค่าเช่าแพงและถูกเอารัดเอาเปรียบจากการเช่า

3) ปัญหาในเรื่องการผลิต เกษตรกรขาดความรู้เกี่ยวกับการผลิตสมัยใหม่ที่ถูกต้อง เช่น การใช้ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง ยาปราบศัตรูพืช พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ ทำให้ผลผลิตที่ได้รับต่ำไม่คุ้มกับการลงทุน นอกจากนั้นผลผลิตที่ได้ไม่มีคุณภาพ และไม่เป็นที่ต้องการของตลาด ขาดปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็น เช่น ระบบชลประทาน

4) ปัญหาการตลาด เกษตรกรถูกเอารัดเอาเปรียบในเรื่องการชั่ง ตวง วัด และมีความจำเป็นต้องจำหน่ายผลผลิตตามฤดูกาล เนื่องจากไม่มีที่เก็บรักษาผลผลิต จึงถูกกดราคาจากพ่อค้าเป็นเหตุให้ไม่มีรายได้เพื่อนำมาเป็นค่าใช้จ่ายในครอบครัว

ปัญหาทางเศรษฐกิจข้างต้น มีผลกระทบต่อสังคมในชุมชน ทำให้คุณภาพชีวิตและฐานะความเป็นอยู่ต่ำกว่าคนประกอบอาชีพอื่น ขาดการศึกษา การอนามัย และขาดความปลอดภัยในทรัพย์สิน

สหกรณ์การเกษตรประกอบธุรกิจดังนี้

1) ธุรกิจการซื้อ คือ การจัดหาวัสดุอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร เช่น ปุ๋ย ยาปราบศัตรูพืช เมล็ดพืช และสิ่งของที่จำเป็นมาจำหน่ายแก่สมาชิก โดยจะสำรวจความต้องการของสมาชิกก่อน แล้วสหกรณ์จะเป็นผู้จัดหาจำหน่ายต่อไป ซึ่งเพราะการรวมซื้อในปริมาณมาก จะทำให้ซื้อได้ในราคาที่ต่ำลง และเมื่อถึงสิ้นปีหากสหกรณ์มีกำไรก็จะเงินจำนวนนี้มาเฉลี่ยคืนแก่สมาชิกด้วย

2) ธุรกิจขายหรือการรวบรวมผลผลิต ให้แก่สมาชิกทำให้มีอำนาจการต่อรองมากขึ้น ผลผลิตจะขายได้ในราคาสูง สมาชิกไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าในเรื่องการชั่ง ตวง วัด หรือถูกกดราคาในการรับซื้อผลผลิต

3) ธุรกิจสินเชื่อ แบ่งออกเป็น

(1) การให้เงินกู้ เมื่อเกษตรกรรวมตัวกันเป็นสหกรณ์สามารถสร้างความเชื่อถือให้กับสถาบันการเงิน หน่วยงานของทางราชการและบุคคลทั่วไป โดยสหกรณ์จะจัดหาเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำมาให้สมาชิกไปลงทุนเพื่อการเกษตร ซึ่งสหกรณ์จะพิจารณาจากแผนดำเนินการหรือแผนการใช้เงินกู้ของสมาชิกประกอบการให้เงินกู้ เช่น สหกรณ์อาจให้เงินกู้แก่สมาชิกเพื่อนำไปซื้อวัสดุ

การเกษตร ค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในครอบครัว หรือเพื่อนำไปบุกเบิกปรับปรุงที่ดิน หรือจัดซื้อที่ดิน การเกษตร ในกรณีที่มีสมาชิกไม่มีที่ดินทำกิน หรือมีน้อยไม่เพียงพอต่อการทำการเกษตร

(2) การรับฝากเงิน เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักและเห็นคุณค่าประโยชน์ของการออมทรัพย์ และเพื่อเป็นการระดมทุนในสหกรณ์ สหกรณ์จะรับเงินฝากจากสมาชิก 2 ประเภท คือ เงินฝากออมทรัพย์ และเงินฝากประจำ โดยสหกรณ์จะจ่ายดอกเบี้ยในอัตราเดียวกับธนาคารพาณิชย์

4) ธุรกิจการส่งเสริมอาชีพและบริการ สหกรณ์อาจจัดให้มีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ทางด้านเกษตรคอยให้ความรู้และคำแนะนำทางด้านเกษตร หรืออาจขอความร่วมมือจากหน่วยราชการอื่น ในการให้คำปรึกษาแนะนำให้สมาชิกมีความรู้ ความเข้าใจในหลักวิชาการแผนใหม่ ตลอดจนการวางแผนการผลิตให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและปริมาณตรงกับความต้องการของตลาด นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้กลุ่มแม่บ้านสหกรณ์ทำอาชีพเสริมเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว

5) การศึกษาอบรม สหกรณ์จะจัดให้มีการศึกษาอบรมแก่สมาชิก คณะกรรมการ สหกรณ์ ผู้จัดการ ตลอดจนเจ้าหน้าที่ของสหกรณ์อยู่เสมอ เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องได้ทราบถึงหลักการวิธีการสหกรณ์ สิทธิหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละบุคคล

ระบบสหกรณ์ในญี่ปุ่นเกิดขึ้นครั้งแรกในปี 2386 ในรูปของเครดิตยูเนียนโดยเกษตรกรหัวก้าวหน้า และในปี 2544 ซึ่งเป็นยุคอุตสาหกรรมใหม่ และประเทศญี่ปุ่นเริ่มเปิดประเทศทำการค้ากับต่างชาติ หลังจากมีนโยบายโดดเดี่ยวมาตลอด 300 ปี ในช่วงนี้ภาคการเกษตรในประเทศประสบปัญหาการแข่งขันค่อนข้างสูงระหว่างเกษตรกรรายย่อยกับรายใหญ่เนื่องจากต่างประเทศมีความต้องการผลผลิตทางการเกษตรอย่างมาก ผู้ผลิตรายย่อยจำเป็นต้องรวมตัวกันเพื่อความอยู่รอดรัฐบาลในขณะนั้นได้เข้ามาช่วยแก้ปัญหาโดยนำระบบสหกรณ์ที่เกิดขึ้นในยุโรปมาใช้ แต่ขบวนการสหกรณ์สมัยใหม่เริ่มอย่างจริงจังเมื่อปี 2443 เมื่อรัฐบาลประกาศใช้กฎหมายสหกรณ์ฉบับแรก ในระยะแรกเปิดโอกาสให้มีการจัดตั้งสหกรณ์ที่มีวัตถุประสงค์เดียวขึ้น 4 ประเภท ได้แก่ สหกรณ์สินเชื่อ สหกรณ์การตลาด สหกรณ์การซื้อ และสหกรณ์ใช้อุปกรณ์เครื่องจักรร่วมกัน ต่อมาในปี 2452 มีการแก้ไขกฎหมายทำให้สหกรณ์สินเชื่อดำเนินธุรกิจด้านอื่น ๆ ได้ ส่งผลให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนเป็นสหกรณ์เอนกประสงค์ เช่นในปัจจุบันรวมถึงการจัดตั้งชุมนุมสหกรณ์ในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ

ขบวนการสหกรณ์ในญี่ปุ่นได้รับการสนับสนุนและผลักดันอย่างจริงจังจากรัฐบาลซึ่งมีผลทำให้สหกรณ์สามารถปรับตัวสภาวะการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจสมัยใหม่อย่างดีและกลายเป็นองค์กรที่แข็งแกร่ง สามารถพึ่งพาตนเองได้ มีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางสหกรณ์การเกษตรภายใต้ขอบเขตของตนเองและสนองตอบนโยบายรัฐบาล

2.2.2 การผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองปลอดสารพิษ ของสหกรณ์การเกษตรท่าทราย จำกัด จ.เพชรบุรี โดย สำนักพัฒนาธุรกิจสหกรณ์ กรมส่งเสริมสหกรณ์ พ.ศ. 2551 ซึ่งได้กล่าวถึงโครงการส่งเสริมการผลิตกล้วยหอมทองปลอดสารพิษ

2.2.2.1 ความเป็นมา

สหกรณ์การเกษตรท่าทราย จำกัด เดิมได้รับการจดทะเบียนเป็นสหกรณ์ครั้งแรก โดยใช้ชื่อว่า “สหกรณ์ท่าทราย จำกัด สนิใช้” ประเภทสหกรณ์เครดิตเพื่อผลิตกรรม เมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2509 และได้เริ่มดำเนินงาน เมื่อวันที่ 14 กันยายน 2509 ขึ้นกับกรมสหกรณ์ที่ดิน

กระทรวงพัฒนาการแห่งชาติ มีสมาชิกแรกตั้ง 360 ครอบครัว กลุ่มสมาชิก 12 กลุ่ม จาก 3 ตำบล ต่อมาได้รับการจดทะเบียนเปลี่ยนชื่อเป็น “สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด” เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2512 และเมื่อ 2513 สหกรณ์ได้จัดสร้างสำนักงานเป็นของตนเอง โดยสมาชิกบริจาคเงินสร้าง ประมาณ 450,000 บาท ซึ่งมีได้ใช้เงินของทางราชการแต่ประการใด

สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด ได้ดำเนินธุรกิจแบบอเนกประสงค์ โดยมีธุรกิจสินเชื่อ ธุรกิจตลาดกลาง และธุรกิจรวบรวมผลผลิต

2.2.2.2 โครงการส่งเสริมการผลิตกล้วยหอมทองปลอดสารพิษ

ในปี 2534 พันเอกสุรินทร์ ชลประเสริฐ อดีตอธิบดีกรมส่งเสริมสหกรณ์ ได้เป็นประธานชุมนุมร้านสหกรณ์แห่งประเทศไทย และมีสเตอร์ฮีโรยูกิ ยามาโมโต อดีตประธานกรรมการสหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้ประเทศญี่ปุ่น ได้พิจารณาเห็นว่าสหกรณ์ผู้บริโภคต้องการนำเข้ากล้วยหอมทองปลอดสารพิษ และกล้วยหอมทองของจังหวัดเพชรบุรีมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก จึงได้ร่วมมือสนับสนุนให้สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด เป็นผู้ผลิตกล้วยหอมทองปลอดสารพิษส่งขายให้สหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้ โดยครั้งแรกทดลองส่งไป 500 กิโลกรัม ในเดือนกรกฎาคม 2534 แต่เนื่องจากขาดประสบการณ์และหลักวิชาการในการรักษากลิ่นให้คงสภาพระหว่างการขนส่ง ปรากฏว่ากล้วยหอมทองที่ส่งไปญี่ปุ่นในครั้งแรกเสียหายหมด

กระบวนการผลิตกล้วยหอมทองปลอดสารพิษเพื่อการส่งออก สมาชิกสหกรณ์ในโครงการจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ได้ตกลงไว้อย่างเคร่งครัด

1) เงื่อนไขการผลิต ได้แก่

(1) กล้วยหอมทองที่ส่งออก จะต้องเป็นการผลิตที่ไม่ใส่ปุ๋ยเคมี และไม่ฉีดพ่นสารเคมีโดยเด็ดขาด ซึ่งจะทำให้ได้กล้วยที่ปราศจากสารมีพิษ

(2) ขนาดของผลผลิตกล้วยหอมทองต้องมีขนาดลูกละไม่ต่ำกว่า 100 กรัม สีผิวของกล้วยไม่ซ้ำ เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภคประเทศญี่ปุ่น

(3) กล้วยหอมทองที่ส่งออกจะต้องไม่สุกก่อนที่จะส่งไปถึงประเทศญี่ปุ่น ถ้ากล้วยสุกจะถูกห้ามนำเข้าและต้องนำไปทิ้ง ซึ่งเป็นมาตรการในการป้องกันศัตรูพืชของประเทศญี่ปุ่น ความแก่ของกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก ควรจะต้องมีความแก่ประมาณ 70%

(4) กล้วยหอมทองต้องปราศจากศัตรูพืชหรือโรคแมลง ซึ่งหากเจ้าหน้าที่ด่านกักพืชของประเทศญี่ปุ่นตรวจพบแม้เพียงกล่องเดียว จะต้องรมควันฆ่าเชื้อทั้งหมด ซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายเพื่อการรมควัน โดยทั้งสองฝ่ายต้องรับภาระฝ่ายละ 50% ของค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นแต่ละครั้ง

(5) ห้ามปลูกพืชชนิดอื่นในแปลงปลูกกล้วยหอมทอง

(6) แปลงปลูกกล้วยหอมทองต้องมีระยะห่างจากแปลงปลูกพืชที่ใช้

สารเคมีไม่น้อยกว่า 10 เมตร

2) การวางแผนการผลิต

(1) ปริมาณการส่งออกในแต่ละเดือน สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด จะทำการตกลงปริมาณการซื้อขายกับสหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้ล่วงหน้าเป็นระยะเวลา 2 ปี โดยมีการแจ้งปริมาณความต้องการแยกย่อยเป็นรายปีและรายเดือน สหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้มีความต้องการ

กล้วยหอมทองจากสหกรณ์ประมาณปีละ 300 – 400 ตัน หรือเฉลี่ยเดือนละประมาณ 30 ตัน โดยกำหนดส่งเดือนละ 2 ครั้ง ๆ ละประมาณ 15 ตัน ซึ่งสามารถส่งออกในตู้คอนเทนเนอร์ขนาด 20 ฟุต ได้จำนวน 2 ตู้ โดยสหกรณ์จะต้องจัดส่งตลอดทั้งปี ยกเว้นในช่วงเดือนกรกฎาคม ซึ่งเป็นช่วงฤดูร้อน และในช่วงเดือนธันวาคม ซึ่งเป็นช่วงปีใหม่เป็นเทศกาลท่องเที่ยว สมาชิกสหกรณ์ผู้บริโภคโตได้จะบริโภคกล้วยหอมทองน้อยลง ดังนั้น สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด จะต้องส่งออกกล้วยหอมทองให้ได้เดือนละ 2 ครั้ง ๆ ละประมาณ 15 ตัน รวมทั้งปี 22 ครั้ง (330 ตัน)

(2) การเพาะปลูกในแต่ละเดือน สหกรณ์ดำเนินการวางแผนการปลูกให้สมาชิกเป็นรายเดือน โดยกล้วย 1 ตันจะได้ผลผลิตประมาณ 8 – 12 กิโลกรัม ซึ่งสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้จริงประมาณ 70 – 80% ของปริมาณการปลูกทั้งหมด ซึ่งทางสหกรณ์ต้องวางแผนการปลูกให้สอดคล้องกับปริมาณความต้องการของประเทศญี่ปุ่นในแต่ละเดือน กล้วยหอมทองจะมีอายุการให้ผลผลิตนับตั้งแต่การเพาะปลูกประมาณ 9 – 11 เดือน เพราะฉะนั้นการเพาะปลูกจะต้องวางแผนล่วงหน้าประมาณ 1 ปี กล้วยหอมทอง 1 ไร่ ปลูกได้ประมาณ 400 ตัน จะให้ผลผลิตประมาณ 3 ตัน/ไร่ แต่สหกรณ์ต้องส่งออกเดือนละ 30 ตัน ดังนั้น สหกรณ์จะต้องปลูกกล้วยหอมทองถึงเดือนละ 10 ไร่ จึงจะสามารถให้ผลผลิตได้ 30 ตัน แต่ในความเป็นจริงกล้วยหอมทองไม่สามารถให้ผลผลิตตามขนาดที่ต้องการได้พร้อมกันทุกต้น สหกรณ์จะต้องเลือกต้นที่มีผลผลิตที่เหมาะสมเพื่อการส่งออกเท่านั้น แต่ในพื้นที่ 1 ไร่ สามารถตัดกล้วยหอมทองได้หมดภายใน 3 เดือน เพราะฉะนั้นเพื่อให้ได้ผลผลิตตามปริมาณที่ต้องการแล้ว สหกรณ์จะต้องปลูกกล้วยหอมทองประมาณ 30 ไร่ในแต่ละเดือน

(3) การกระจายการเพาะปลูก การเพาะปลูกกล้วยหอมทองต้องอาศัยการเอาใจใส่ดูแลอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ได้มาตรฐานตามที่ต้องการและเป็นการกระจายการผลิตให้กับสมาชิกอย่างทั่วถึง ตลอดจนเป็นการลดความเสี่ยงจากการผลิตของสมาชิก สหกรณ์จึงได้กำหนดให้สมาชิกที่เข้าร่วมโครงการสามารถปลูกกล้วยหอมทองได้ประมาณคนละ 2 – 5 ไร่ ดังนั้น ในแต่ละเดือนจะต้องมีสมาชิกเข้าร่วมโครงการเพื่อเพาะปลูกกล้วยหอมทองประมาณ 10 – 15 ราย ปัจจุบันมีสมาชิก 250 ราย พื้นที่ปลูกรวมประมาณ 2,000 ไร่ สามารถผลิตกล้วยหอมทองได้ปีละประมาณ 300 – 400 ตัน

(4) การเพาะปลูกกล้วยหอมทองการเพาะปลูกและการดูแลรักษา กล้วยหอมทอง สหกรณ์จะมีเจ้าหน้าที่เข้าไปบันทึกข้อมูลการปลูก การใส่ปุ๋ย (ชีวภาพ) เพื่อควบคุมคุณภาพสินค้า อีกทั้งเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับสมาชิก และทำให้สหกรณ์สามารถประมาณการปริมาณและคุณภาพของผลผลิตได้ล่วงหน้า ต้นกล้วยจะเริ่มตกเครือนับจากวันเริ่มปลูกประมาณ 6 – 7 เดือน และนับจากวันเริ่มตกเครือ 15 วัน ให้ดำเนินการตัดปลีกล้วย และจากนั้นอีก 20 วัน จะสามารถห่อถุงคลุมเครือกล้วยได้ โดยหลังจากการตัดปลีกล้วย 56 – 70 วัน จะสามารถเก็บเกี่ยวได้ (ความแก่ของผลกล้วยประมาณ 70%)

(5) พื้นที่เพาะปลูก พื้นที่ ๆ เหมาะสมในการปลูกกล้วยหอมทอง คือ
ก. เป็นพื้นที่ไม่มีลมแรง หรือความเร็วลมประมาณ 40 – 50 กิโลเมตรต่อชั่วโมง เพราะจะทำให้เกิดความเสียหายบริเวณโคนต้นกล้วยได้ ถ้าความเร็วลมตั้งแต่ 95 กิโลเมตรต่อชั่วโมงขึ้นไป จะทำให้ต้นกล้วยหักล้มลงทันที

ข. ดินมีความอุดมสมบูรณ์มีแหล่งน้ำที่สามารถนำมาใช้การได้ในกรณีฝนทิ้งช่วง หรือกรณีที่ฝนตกหนักเกินไป ต้องมีทางระบายน้ำด้วย

ค. อุณหภูมิที่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตไม่ควรต่ำกว่า 15 องศาเซลเซียส และไม่ควรรสูงกว่า 35 องศาเซลเซียส

(6) พันธุ์

สมาชิกสหกรณ์ใช้พันธุ์กล้วยหอมทองพื้นเมืองในการเพาะปลูก ซึ่งเป็นพันธุ์ที่ให้ผลผลิตสูง มีรสชาติอร่อย หอมหวาน และผลโต โดยสมาชิกได้ใช้หน่อในการขยายพันธุ์ซึ่งจะมีการแลกเปลี่ยนพันธุ์ระหว่างเกษตรกรด้วยกัน หรือซื้อขายหน่อพันธุ์ในอัตราหน่อละ 3 – 4 บาท

(7) วิธีการปฏิบัติดูแล

สมาชิกสหกรณ์จะพรวนดินภายหลังการปลูกกล้วยหอมทองไปแล้วประมาณ 1 – 3 เดือน ในขณะที่รากกล้วยยังแผ่ไปได้ไม่ไกลนัก แต่หลังจากนั้นแล้วจะไม่พรวนดินอีก เพื่อไม่ให้รากพืชขาด ซึ่งส่งผลต่อผลผลิตและการเจริญเติบโตของกล้วย

ส่วนการใส่ปุ๋ย สมาชิกสหกรณ์จะใส่ปุ๋ยคอกหรือปุ๋ยหมักปีละ 2 ครั้ง ครั้งแรกจะให้หลังปลูก 3 เดือน และใส่อีกครั้งเมื่อต้นกล้วยเริ่มให้ผลผลิตในช่วง 6 เดือนหลังจากปลูก

การให้น้ำจะให้ตามท้องร่องเป็นแถวยาว เกษตรกรมีความชำนาญในการดูลักษณะของพืชที่ขาดน้ำหรือพืชที่ได้รับน้ำมากเกินไป โดยดูจากสภาพดินในสวนกล้วยด้วยการใช้มือกำดินให้แน่นแล้วปล่อย ถ้าพื้นที่ที่เบมือออกดินแตกออกจากกันแสดงว่าความชื้นในดินมีน้อย ควรรีบให้น้ำกล้วย ทั้งนี้ ความถี่ของการให้น้ำขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศด้วย (ประมาณ 5 – 7 วันต่อครั้ง)

การกำจัดวัชพืช โดยใช้จอบวางวัชพืชในแปลงออกหรือใช้เครื่องตัด แต่จะไม่มีการใช้สารเคมีพ่น

การตัดแต่งหน่อและการเก็บหน่อไว้ทำพันธุ์ กล้วยจะเริ่มแทงหน่อหลังจากปลูกแล้วประมาณ 5 เดือน หากมีหน่อมากจำเป็นต้องกำจัดหน่อที่ไม่สมบูรณ์ทิ้งเพื่อไม่ให้แย่งอาหารจากต้นแม่เกินไป ทำให้ผลผลิตไม่ได้คุณภาพตามที่ต้องการ

การตัดปลีกล้วยต่อเมื่อกล้วยออกลูกหมดแล้ว โดยระยะห่างของปลีกับหวีกล้วยประมาณ 10 – 15 เซนติเมตร

การใช้ถุงคลุมเครือกล้วย จะทำโดยเปิดด้านล่างของถุงภายหลังจากตัดปลีกล้วยแล้วประมาณ 20 วัน

3) ปัญหาด้านการผลิต

(1) ดินเสื่อมสภาพและมีสารเคมีตกค้าง เนื่องจากใช้เพาะปลูกมาเป็นเวลานานและมีการตกค้างสารเคมีที่ใช้ทำการเกษตรในอดีต จึงต้องปรับสภาพดินให้อุดมสมบูรณ์ขึ้นโดยการใช้ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยอินทรีย์ และการปลูกพืชตระกูลถั่ว

(2) พื้นที่เพาะปลูกส่วนใหญ่จะมีน้ำท่วมขังในช่วงฤดูฝนที่มีฝนตกชุกจะก่อให้เกิดปัญหาภัยระบบรากหรือระบบเสริมของต้นกล้วย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อปริมาณผลผลิตทำให้ผลผลิตตกต่ำ

(3) ถ้าอุณหภูมิต่ำหรือสูงเกินไปจะส่งผลกระทบต่อผลผลิตตกต่ำ เนื่องจากกล้วยหอมทองจะเจริญเติบโตได้ดีในช่วงอุณหภูมิระหว่าง 15 – 35 องศาเซลเซียส

(4) ถ้ามีลมแรงจะทำให้เกิดความเสียหายบริเวณโคนต้นกล้วยหรืออาจทำให้ต้นกล้วยหักล้ม

(5) ปัญหาเกี่ยวกับโรคและแมลง อาทิ โรคใบจุด แมลงด้วงวงเจาะเหง้ากล้วย

4) กระบวนการเก็บเกี่ยว

สหกรณ์จะส่งพนักงานของสหกรณ์ไปตรวจผลกล้วยในสวนของสมาชิกที่มีขนาดและความแก่ที่เหมาะสม (หรือผลกล้วยแก่ประมาณ 70%) แล้วใช้สิสเปร์ย์ทำเครื่องหมายที่ต้นกล้วย เพื่อให้รู้ว่ากล้วยต้นดังกล่าวพร้อมที่จะตัดได้และให้มีความสะดวกในการตัดซึ่งจำเป็นต้องใช้พนักงานที่มีความชำนาญโดยเฉพาะ และต้องระมัดระวังไม่ให้กระทบกระเทือนต่อผลกล้วย เสร็จแล้วหาบเครือกล้วยมาที่รถบรรทุกใช้พลาสติกพองอากาศห่อหุ้มเครือกล้วย เรียงเครือกล้วยในรถบรรทุกซึ่งภายในกระบะรถบรรทุกด้วยฟองน้ำโดยรอบ และใช้แผ่นไม้คั่นระหว่างชั้นของเครือกล้วย เพื่อกันกระแทกไม่ให้ผลกล้วยช้ำจากการขนส่ง

5) การจำหน่าย

(1) ตลาดต่างประเทศ เป็นตลาดหลักของกล้วยหอมทองปลอดสารพิษ สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด ได้ส่งออกกล้วยให้แก่ สหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้ ณ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ตั้งแต่ปี 2535 โดยมีปริมาณธุรกิจระหว่างปี 2545 – 2550 เฉลี่ยปีละ 12.505 ล้านบาท และระหว่างปี 2552 – 2556 เฉลี่ยปีละ 9.553 ล้านบาท

(2) ตลาดภายในประเทศ เป็นตลาดรองของกล้วยหอมทองปลอดสารพิษ เนื่องจากกล้วยหอมทองที่สมาชิกสหกรณ์ผลิตได้มีขนาดและความแก่เกินกว่าความต้องการของตลาดญี่ปุ่น แต่เป็นที่นิยมของลูกค้าภายในประเทศ ในปัจจุบันสหกรณ์จึงได้ขยายตลาดภายในประเทศมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างโอกาสในการขายให้แก่สหกรณ์และสมาชิก ได้แก่ โรงแรมโอเรียลเต็ล โรงแรมเซ็นทรัลพลาซ่า โรงแรมเซ็นจูรี่ โรงแรมราชดำริ โรงแรมเมอร์ริเดียน ฮิวตัน อมารีไฮเต็ล แอนดริสอร์ท โรงแรมคอนราต โรงแรมดุสิตธานี และ Tops ซูเปอร์มาร์เก็ต โดยปริมาณธุรกิจระหว่างปี 2545 – 2550 เฉลี่ยปีละ 2.085 ล้านบาท และระหว่างปี 2552 – 2556 เฉลี่ยปีละ 21.653 ล้านบาท รายละเอียดปรากฏตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 1 ปริมาณธุรกิจของกล้วยหอมทองในตลาดต่าง ๆ ของสหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด
ระหว่างปี 2545 – 2556

ปี	ปริมาณธุรกิจ (บาท)		
	ตลาดญี่ปุ่น	ตลาดห้างสรรพสินค้า	ตลาดโรงแรม
2544/45	14,188,273	-	1,401,353
2545/46	16,539,820	-	1,623,187
2546/47	14,403,860	-	897,032
2547/48	13,184,974	-	1,654,551
2548/49	8,491,059	1,737,907	1,130,132
2549/50	8,226,635	2,570,628	1,500,784
รวม	<u>75.034.621</u>	<u>4.308.535</u>	<u>8.207.039</u>
2551/52	16,238,430	-	11,684,453
2552/53	12,253,525	12,410,579	4,900,943
2553/54	8,049,900	13,702,382	5,509,653
2554/55	6,225,214	16,981,776	9,669,159
2555/56	5,002,759	24,747,467	8,663,491
รวม	<u>47.769.828</u>	<u>67.842.204</u>	<u>40.427.699</u>

ที่มา: สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด

6) กระบวนการส่งออก

สหกรณ์ผู้บริโภคดีดี ประเทศญี่ปุ่น (Tohto Consumer Co-operative Society) ได้ให้บริษัท Wacco Co.,Ltd. (บริษัทนำเข้าผักและผลไม้ อันดับ 1 ในญี่ปุ่น) ดำเนินการติดต่อซื้อขายแทนสหกรณ์และบริษัท Wacco Co.,Ltd. ได้ว่าจ้างบริษัท Otento ซึ่งมีที่ตั้งในประเทศไทย ดำเนินขั้นตอนกระบวนการส่งออกให้ โดยสหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด เป็นผู้รวบรวมกล้วยหอมทอง และนำส่งให้ บริษัท Otento ก่อนจะส่งให้บริษัท Wacco Co.,Ltd. ที่ประเทศญี่ปุ่น

7) ระยะเวลาในกระบวนการส่งออก

ระยะเวลาที่ต้องใช้ทั้งหมดของทุกกระบวนการส่งออกกล้วยหอมทอง ตั้งแต่การเก็บเกี่ยวจากสวนของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด จนถึงวันจำหน่ายให้แก่สมาชิกสหกรณ์ผู้บริโภคดีดี ณ ประเทศญี่ปุ่น ประมาณ 22 วัน

(1) ตัดกล้วยหอมทองจากสวนเกษตรกรสมาชิกจนถึงบรรจุในรถตู้เย็นคอนเทนเนอร์ใช้เวลา 3 วัน

(2) ขนส่งกล้วยหอมทองจากสหกรณ์ ถึงท่าเรือคลองเตย เพื่อให้ผ่านกระบวนการตรวจสอบเอกสารในการส่งออก และการตรวจสอบของด่านตรวจพืช กรมวิชาการเกษตรใช้เวลา 2 วัน

(3) ขนส่งทางเรือจากท่าเรือคลองเตย ประเทศไทย ถึงท่าเรือโยโกโฮมา ประเทศญี่ปุ่นใช้เวลา 10 วัน

(4) ผ่านกระบวนการตรวจโรคพืชที่ด่านกักกันพืชที่ท่าเรือโยโกโฮมาใช้เวลา 4 วัน

(5) นำกล้วยเข้าบ่มที่เมืองโอมิยาใช้เวลา 3 วัน แล้วจึงจะจำหน่ายให้กับสมาชิกสหกรณ์ผู้บริโภครอคโตได้

8) ผลตอบแทนที่สมาชิกที่เข้าร่วมโครงการได้รับ

สมาชิกสหกรณ์ที่เข้าร่วมโครงการมีรายจ่ายในการปลูกกล้วยหอมทองโดยเฉลี่ย 20,106 บาท/ไร่ และรายได้จากผลผลิตที่ส่งขายให้แก่สหกรณ์เพื่อส่งออกให้ญี่ปุ่นและตลาดภายในประเทศโดยเฉลี่ย 33,500 บาท/ไร่ ดังนั้นสมาชิกสหกรณ์จะมีกำไรสุทธิ 12,700 บาท รายละเอียดดังตาราง

ตารางที่ 2 แสดงผลตอบแทนที่สมาชิกของสหกรณ์การเกษตรทำยาง จำกัด ในโครงการได้รับในการปลูกกล้วยหอมทอง

รายได้	บาท	รายจ่าย	บาท	กำไร	บาท
พื้นที่ 1 ไร่ ปลูกกล้วย 400 ต้น ต้นละ 320-350 เครือ เครือละ 8-12 ก.ก. ราคา ก.ก. ละ 10 บาท (335x10x10)	33,550	เตรียมดิน หน่อพันธุ์ ค่าแรงปลูก ค่าน้ำมันสูบน้ำ ปุ๋ยหมัก กำจัดวัชพืช ไม้ค้ำต้น ตัดแต่งกิ่งและห่อผล อื่น ๆ	2,000 1,600 800 800 6,000 6,000 1,400 1,200 1,000		
	33,500		20,106		12,700

ที่มา: สหกรณ์การเกษตรทำยาง จำกัด

2.3.3 การส่งเสริมจัดหาช่องทางตลาดสินค้าของสหกรณ์ (กล้วยหอมทองปลอดสารพิษ) โดย สำนักงานสหกรณ์จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งแสดงยอดจำหน่ายกล้วยหอมทองของสหกรณ์การเกษตรทำยาง จำกัด ตั้งแต่ปี 2522 – 2556

บทที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) กับการส่งออกกล้วยหอมของสหกรณ์การเกษตรไทย” ผู้ศึกษาได้ศึกษาโดยใช้ข้อมูลและวิธีการดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรการศึกษาค้างนี้ได้กำหนดเป็นสหกรณ์การเกษตรที่ได้ทำธุรกิจส่งออกผลิตผลทางการเกษตรให้แก่ประเทศญี่ปุ่นก่อนและหลังมีการจัดทำข้อตกลงความเป็นหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น หรือ JTEPA ปี พ.ศ.2551

กลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาค้างนี้คือ สหกรณ์การเกษตรทำยาง จำกัด เนื่องจากมีคุณสมบัติครบถ้วนเนื่องจากเป็นสหกรณ์ที่ได้ทำข้อตกลงกับสหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้ ประเทศญี่ปุ่น (Tohto Consumer Co-operative Society) ส่งออกกล้วยหอมทองของสหกรณ์ เริ่มตั้งแต่ปี 2534 จนกระทั่งปัจจุบัน โดยมีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยปีละ 10 ล้านบาท (ระหว่างปี 2552 – 2556)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ได้ใช้ข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ มากมายเป็นเครื่องมือในการศึกษา ได้แก่

- 1) การจัดทำ Bench Marking หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กล้วยหอมทอง โดยสหกรณ์การเกษตรทำยาง จำกัด ปี 2544
- 2) ผลงานที่เป็นผลการดำเนินงานที่ผ่านมา การเจรจาความร่วมมือหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) โดย นายวิเชียร แทนธรรมโรจน์พ.ศ.2549
- 3) การผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองปลอดสารพิษ ของสหกรณ์การเกษตรทำยาง จำกัด จ.เพชรบุรี โดย สำนักพัฒนาธุรกิจสหกรณ์ กรมส่งเสริมสหกรณ์ พ.ศ.2551
- 4) การส่งเสริมจัดหาช่องทางทางการตลาดสินค้าของสหกรณ์ (กล้วยหอมทองปลอดสารพิษ) โดยสำนักงานสหกรณ์จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งแสดงยอดจำหน่ายกล้วยหอมทองของสหกรณ์การเกษตรทำยาง จำกัด ตั้งแต่ปี 2522 – 2556
- 5) แบบสอบถาม หัวข้อ “ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น(JTEPA) กับการส่งออกกล้วยหอมของสหกรณ์การเกษตรไทย”

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมเพื่อการศึกษาในครั้งนี้จำแนกเป็น

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากแบบสอบถาม หัวข้อ “ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) กับการส่งออกกล้วยหอมของสหกรณ์การเกษตรไทย” ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 13 คน จากพนักงานสหกรณ์การเกษตรทำยาง จำกัด โดยแบ่งเป็นผู้ชายจำนวน 4 คน คิดเป็น 30.76% และผู้หญิง จำนวน 9 คน คิดเป็น 69.23% และเป็นผู้มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็น 30.76% อายุระหว่าง 30 – 39 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็น 38.46% อายุระหว่าง 40 – 49 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็น 23.07% และสูงกว่า 50 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็น เพียง 7.69%

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ เอกสารทางวิชาการ เอกสารเผยแพร่ที่สามารถนำมาอ้างอิงได้ รวมถึงบทความที่เกี่ยวข้องซึ่งเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณธุรกิจการส่งออกกล้วยหอมทองปลอดสารพิษของสหกรณ์การเกษตรทำยาง จำกัด และเมื่อพิจารณาคำตอบแบบสอบถามและข้อมูลเอกสารและบทความที่เกี่ยวข้องกับสหกรณ์การเกษตรทำยาง จำกัด ตามองค์ประกอบของโมเดลเพชรแล้ว ดังนี้

3.4.1 กลุ่มตัวแปรด้านปัจจัยการผลิตหรือกล้วยหอมทองปลอดสารพิษ

กล้วยหอมทองปลอดสารพิษของสหกรณ์การเกษตรทำยาง จำกัด มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการของลูกค้า เนื่องจากมีการทำข้อตกลงก่อนการผลิต ทั้งลักษณะสินค้าและตลาดกำหนดขนาดและน้ำหนักที่แน่นอน คือกล้วยหอมทองขนาด 4 ลูก มีน้ำหนักไม่ต่ำกว่า 400 กรัม และมีความกว้างของลูกกล้วยไม่น้อยกว่า 3 เซนติเมตร และเมื่อบรรจุกล่องมีขนาดน้ำหนักรวมทั้งกล่องไม่น้อยกว่า 12.6 กิโลกรัม รวมถึงลักษณะอื่น ๆ ได้แก่ เป็นกล้วยหอมทองปลอดสารพิษ เมื่อสุกสีจะเหลืองนวลเหมือนทอง เมื่อสุกสามารถเก็บไว้ได้นานกว่ากล้วยจากที่อื่น ๆ เนื่องจากเนื้อแน่น และไม่ใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต มีรสชาติหวาน เนื้อแน่น กลิ่นหอม และได้รับการรับรองในระบบ GAP ในเรื่องของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

เหตุผลที่สนับสนุนการผลิตกล้วยหอมทองที่มีคุณภาพอีกประการคือ สหกรณ์มีการวางแผนการผลิตในแต่ละเดือน และมีการคัดเลือกสมาชิกเข้าร่วมโครงการซึ่งต้องเป็นผู้ที่ศรัทธาในอุดมการณ์สหกรณ์ เป็นสมาชิกของสหกรณ์ มีพื้นที่ปลูกกล้วยหอมทองอยู่ในเขตอำเภอทำยางและพื้นที่ใกล้เคียงในจังหวัดเพชรบุรี และสมาชิกสหกรณ์ที่อยู่ในโครงการต้องผ่านการฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับการผลิตกล้วยหอมทองปลอดสารพิษ โดยไม่มีการใส่ปุ๋ย ไม่ใช้สารเคมีฆ่าแมลง ให้ใช้เฉพาะปุ๋ยคอก และปุ๋ยหมัก และมีการตรวจสอบทุกขั้นตอนการผลิตโดยผู้เชี่ยวชาญเป็นระยะ

นอกจากนั้น พื้นที่ ๆ ปลูกกล้วยหอมทองในโครงการ ตลอดจนบริเวณใกล้เคียงต้องปลอดจากสารพิษ เพื่อรับประกันคุณภาพและการปลอดสารพิษผลผลิตในโครงการ รวมถึงมีคมนาคมเข้า-ออก สะดวกในการเก็บผลผลิต

อีกทั้ง ปริมาณวัตถุดิบสามารถกำหนดล่วงหน้าได้ เนื่องจากมีการกำหนดจำนวนผู้ปลูกจากการแสดงความจำนงและคุณสมบัติเบื้องต้นในสิทธิ์ความเป็นเจ้าของพื้นที่เพาะปลูก

3.4.2 กลุ่มตัวแปรด้านอุปสงค์

ได้แก่ อัตราความต้องการบริโภคกล้วยหอมทองปลอดสารพิษในประเทศญี่ปุ่นมีปริมาณคงที่ เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นรับซื้อกล้วยหอมทองจากประเทศอื่น ๆ เช่นกัน โดยประเทศญี่ปุ่นรับซื้อกล้วยหอมทองปลอดสารพิษจากสหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด กิโลกรัมละ 33.15 บาท ในปี 2550 และในปีเดียวกันไทยจัดเป็นอันดับ 3 รองจากเม็กซิโก (35.13 บาท) และไต้หวัน (34.14 บาท) ที่ได้ราคาซื้อกล้วยหอมสูงสุด (สำนักพัฒนาธุรกิจสหกรณ์ กรมส่งเสริมสหกรณ์ พ.ศ. 2551)

ตารางที่ 3 ราคาซื้อกล้วยหอมของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศต่างๆ ปี 2550

ลำดับที่	ประเทศผู้ส่งออก	ราคาซื้อ (บาท/กก.)
1.	เม็กซิโก	35.13
2.	ไต้หวัน	34.14
3.	ไทย	33.15
4.	โดมินิกัน	32.23
5.	จีน	28.15
6.	โคลัมเบีย	27.70
7.	เปรู	25.19
8.	ฟิลิปปินส์	21.18
9.	เอกวาดอร์	21.15

ที่มา: สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด

ในขณะที่เดียวกันหากพิจารณาถึงอุปสงค์การบริโภคกล้วยหอมโดยรวมของประเทศญี่ปุ่น ปรากฏว่าปริมาณการนำเข้ากล้วยหอมของประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเกือบทุกปี ดังเช่น ในปี 2545 ปริมาณนำเข้าจำนวน 936,600 ตัน ในขณะที่ในปี 2555 เพิ่มขึ้นเป็น 1,086,000 ตัน โดยประเทศญี่ปุ่นจะนำเข้ากล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์มากที่สุด ตามด้วยประเทศเอกวาดอร์ จีน เป็นต้น ตามลำดับ ดังตารางที่ 4 นั้นแสดงว่าปริมาณความต้องการบริโภคกล้วยหอมของประชาชนญี่ปุ่นไม่ได้ลดลง

ตารางที่ 4 ปริมาณการนำเข้ากล้วยหอมของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศต่างๆ

หน่วย : พันตัน

ประเทศ	ปี										
	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554	2555
ฟิลิปปินส์	743.5	795.6	869.6	944.5	910.6	879.0	1,019.3	1,159.1	1,035.5	1,004.4	1,026.7
เอกวาดอร์	157.0	145.6	122.7	91.1	101.3	52.10	46.3	61.80	46.10	34.3	35.9
จีน	25.1	33.5	18.2	15.1	18.9	18.90	9.0	8.8	9.5	8.4	8.4
อื่นๆ	10.6	12.0	15.4	16.2	15.8	20.7	18.2	22.9	18.0	17.0	15.4
รวม	936.2	986.7	1,025.9	1,066.9	1,043.6	970.7	1,092.7	1,252.6	1,109.1	1,064.1	1,086.4

ที่มา: Banana Market Review and Banana Statistics 2012 – 2013, Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome 2014 P.14

ตารางที่ 5 ปริมาณการส่งออกกล้วยหอมจากประเทศไทยไปทั่วโลก

หน่วย : พันตัน

ปี	ปริมาณ
2543	5.8
2544	5.5
2545	5.2
2546	6.3
2547	17.7
2548	41.8
2549	20.3
2550	21.4
2551	22.8
2552	25.6
2553	22.8
2554	25.2
2555	27.6

ที่มา: Banana Market Review and Banana Statistics 2012 – 2013, Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome 2014 P.14

ข้อมูลจากแบบสอบถาม พนักงานสหกรณ์ทั้งหมดมีความเห็นว่า สมาชิกสหกรณ์ญี่ปุ่นชอบรับประทานกล้วยหอมทองของสหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด เพราะ เป็นกล้วยปลอดสารเคมี ส่วน พนักงาน จำนวน 84.61% คิดว่าเป็นเพราะรสชาติ และ 76.92% คิดว่าเพราะคุณภาพดี และมีเพียง 46.15% คิดว่าเป็นเพราะผลิตโดยสหกรณ์

ในขณะที่อัตราความต้องการบริโภคกล้วยหอมทองปลอดสารเคมี ในประเทศซึ่งมีแนวโน้มขยายตัวสูงขึ้นเป็นลำดับเนื่องจากผู้บริโภคในประเทศหันมาให้ความสนใจดูแลสุขภาพร่างกาย

เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดโรคภัยไข้เจ็บมากกว่าการรักษาหลังติดโรคร้าย ดังนั้น จึงเกิดเปรียบเทียบสัดส่วนกำไรระหว่างตลาดภายนอกและภายในประเทศ ผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่นคาดหวังคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคภายในประเทศ ในขณะที่ต้นทุนการส่งออกสูงกว่าการจำหน่ายในประเทศ พนักงานสหกรณ์ทุกคน 100% มีความเห็นว่าปริมาณบริโภคในประเทศเพิ่มมากขึ้น เป็นเพราะคุณภาพของกล้วยหอมทองอยู่ในระดับเดียวกับส่งออก และเป็นเพราะชื่อเสียงของสหกรณ์ และอีก 61.53% เห็นว่าเป็นเพราะสหกรณ์สามารถจัดส่งกล้วยหอมทองได้ตามปริมาณและเวลาที่ผู้ซื้อต้องการ

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นถึงปริมาณธุรกิจนำเข้ากล้วยหอมทองของญี่ปุ่นตั้งแต่มีการลงนามความร่วมมือความเป็นหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) เริ่มตั้งแต่ปี 2551 – 2556 มีแนวโน้มลดลงทุกปี คิดเป็น 2.75% ในขณะที่ตลาดภายในประเทศ ตลาดห้างสรรพสินค้า เพิ่มขึ้น 4% และตลาดโรงแรมเพิ่มขึ้น 3.25% ในช่วงเวลาเดียวกัน

นอกจากนั้น พนักงานสหกรณ์ 61.53% ที่แจ้งว่าสหกรณ์การเกษตรทำยาง จำกัด ได้ส่งออกกล้วยหอมทองไปญี่ปุ่นน้อยกว่าจำหน่ายในประเทศ และอีก 15.38% สนับสนุนว่ายอดส่งออกและจำหน่ายในประเทศเท่ากัน แต่ไม่มีพนักงานสหกรณ์ที่แจ้งว่าได้ปริมาณส่งออกกล้วยหอมทองมากกว่ายอดจำหน่ายในประเทศ

3.4.3 กลุ่มตัวแปรด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง

ประกอบด้วย ระบบการขนส่งสินค้าภายในประเทศ ระบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ระบบการบริหารงานศุลกากร ระบบการยกเว้นและการคืนภาษี และระบบการส่งเสริมการลงทุนเพื่อการส่งออก

การขนส่งกล้วยหอมทองระหว่างประเทศจากประเทศไทยสู่สหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้ประเทศญี่ปุ่น ใช้เวลาประมาณ 22 วัน โดยมีเส้นทางดังนี้

- 1) จากสวนเกษตรกรสมาชิกจนถึงบรรจุในรถตู้เย็นคอนเทนเนอร์ใช้เวลา 3 วัน
- 2) ขนส่งจากสหกรณ์ ถึงท่าเรือคลองเตยผ่านกระบวนการตรวจสอบเอกสารในการส่งออก และการตรวจสอบของด่านตรวจพืช กรมวิชาการเกษตรใช้เวลา 2 วัน
- 3) ขนส่งทางเรือจากท่าเรือคลองเตย ประเทศไทย ถึงท่าเรือโยโกโฮมา ประเทศญี่ปุ่นใช้เวลา 10 วัน
- 4) ผ่านกระบวนการตรวจโรคพืชที่ด่านกักกันพืชที่ท่าเรือโยโกโฮมาใช้เวลา 4 วัน
- 5) นำกล้วยเข้าบ่มที่เมืองโอมิยาใช้เวลา 3 วัน แล้วจึงจะจำหน่ายให้กับสมาชิกสหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้

แสดงให้เห็นว่ากระบวนการหลังจากเก็บเกี่ยวจนถึงการจำหน่ายถึงผู้บริโภคสมาชิกสหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้ใช้ระยะเวลาที่ยาวนาน ทำให้ค่าใช้จ่ายในการบริหารงานเกิดขึ้นมาก ในขณะที่การจัดจำหน่ายในประเทศสหกรณ์จะจัดส่งให้กับห้างสรรพสินค้า และโรงแรมโดยตรง ซึ่งใช้ระยะเวลาไม่เกิน 1 วัน

3.4.4 กลุ่มตัวแปรด้านโครงสร้างกลยุทธ์ของหน่วยธุรกิจและการแข่งขัน คือ ประเภทของหน่วยธุรกิจ การจัดส่งสินค้า และกลยุทธ์การแข่งขัน

สหกรณ์ ซึ่งมีรูปแบบการทำธุรกิจรวบรวมผลผลิตการเกษตรของสมาชิก และธุรกิจตลาดคือรับซื้อผลผลิตการเกษตรของสมาชิกและรวมจำหน่ายให้แก่พ่อค้าคนกลาง หรือตลาดโดยตรง หรือพ่อค้าคนกลางมารับซื้อเองที่สหกรณ์ เป็นการรวมซื้อและรวมขาย โดยสหกรณ์เป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการคัดกรองสินค้า บรรจุหีบห่อ ขนส่ง ซึ่งเป็นวิธีที่ลดความเสี่ยงให้แก่สมาชิกหรือผู้ผลิตได้เป็นอย่างดี การจำหน่ายกล้วยหอมปลอดสารพิษของสหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด เช่นเดียวกัน มีการจำหน่าย 2 ลักษณะ คือ นำส่งตลาดโดยตรง ได้แก่ 1) โรงแรมและห้างสรรพสินค้า และ 2) พ่อค้าคนกลางมารับซื้อที่สหกรณ์ ได้แก่ บริษัท WAGO Co., Ltd. เพื่อส่งออกให้สหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้ ประเทศญี่ปุ่นต่อไป และเมื่อพิจารณาถึงสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้นั้น จึงพบว่า สหกรณ์มีข้อจำกัด เนื่องจากสหกรณ์มีตลาดที่แน่นอน และขนาดใหญ่ จึงไม่เน้นถึงตลาดหรือผู้บริโภครายย่อย หรือหากมีกล้วยคัดตกเกรดที่จะวางจำหน่ายให้ผู้บริโภครายย่อย จุดที่สหกรณ์กำหนดวางจำหน่ายเป็นที่สหกรณ์ที่เดียว

หุ้นส่วนทางการค้าของสหกรณ์เป็นลักษณะสหกรณ์ต่อสหกรณ์ หรือระหว่างสหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด และสหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้ ประเทศญี่ปุ่น (Tohto Consumer Co-operative Society) และสหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้ได้จ้างบริษัทเอกชน บริษัท WAGO Co., Ltd. ดำเนินการจัดตั้งบริษัท Otento Co., Ltd. ซึ่งเป็นบริษัทลูกในประเทศไทยรวบรวมสินค้าผักและผลไม้ จัดส่งให้บริษัท WAGO Co., Ltd. อีกต่อหนึ่ง อีกทั้งการติดต่อเจรจาเป็นหุ้นส่วนครั้งแรกได้ทำการตกลงเรื่องการกำหนดและควบคุมคุณภาพกล้วยหอมทองปลอดสารพิษ ดังนั้นจึงมั่นใจได้ว่าคุณภาพกล้วยหอมทองปลอดสารพิษของสหกรณ์ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่น ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ผลิตหรือสหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด จึงไม่มีปัญหาเรื่องกลยุทธ์ที่ต้องใช้เพื่อการแข่งขันทางธุรกิจ

3.4.5 กลุ่มตัวแปรด้านโอกาส ได้แก่

สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด ได้รับโอกาสจากนโยบายการทำการค้าภายใต้กรอบความตกลงการเป็นหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น หรือ JTEPA ซึ่งได้กำหนดให้มีการลดภาษีสินค้าพืชผล โดยฝ่ายญี่ปุ่นให้โควตาสำหรับกล้วยสด โดยให้ปลอดภาษีสำหรับ 4,000 ตันในปีแรก และทยอยเพิ่มเป็น 8,000 ตันตั้งแต่ปีที่ 5 เป็นต้นไปซึ่งเดิมฝ่ายไทยต้องเสียภาษีนำเข้า 20 - 25% (ข้อมูลจากตารางที่ 1 ปริมาณธุรกิจของกล้วยหอมทองในตลาดต่าง ๆ ของสหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด ระหว่างปี 2545 - 2556) ซึ่งในส่วนนี้ พนักงานสหกรณ์ 61.53% คิดว่า การส่งออกกล้วยหอมทองในลักษณะโควตาจะส่งผลดีต่อสหกรณ์ โดยจะทำให้มีโอกาสส่งออกเพิ่มขึ้น แต่ยังมีพนักงานสหกรณ์อีก 30.76% คิดว่าส่งผลดีและผลเสีย โดย 15.38% คิดว่าจะโอกาสส่งออกมีเท่าเดิม และอีก 7.69% คิดว่ามีโอกาสลดลง

ส่วนปริมาณการส่งออกกล้วยหอมทองที่ลดลงนั้น พนักงานสหกรณ์ 69.23% แจ้งว่า เพราะสมาชิกที่ปลูกกล้วยหอมลดลงทำให้มีการรวบรวมกล้วยหอมทองลดลง การส่งออกจึงลดลง และอีก 38.46% แจ้งว่า เป็นเพราะฝ่ายญี่ปุ่นเข้มงวดกับหลักเกณฑ์การรับซื้อกล้วยหอมทองจากสหกรณ์มากขึ้น ทำให้การรักษาคุณภาพตามเกณฑ์เป็นไปได้ยาก ทำให้ปริมาณส่งออกลดลง กอปรกับ

สหกรณ์การเกษตรทำยาง จำกัดมีนโยบายขยายปริมาณการจำหน่ายกล้วยหอมทองในประเทศมากขึ้น โดยผู้ที่เห็นด้วยกับประเด็นนี้มีถึง 46.15%

นอกจากนี้ กล้วยหอมทองปลอดสารพิษของสหกรณ์ได้รับการรับรองในระบบ GAP ในเรื่องของผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ซึ่งถือเป็นโอกาสอีกด้านหนึ่งของการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีโอกาสทั้งจากภายนอกและภายใน สหกรณ์การเกษตรทำยาง จำกัด ก็ยังประสบปัญหาปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ ได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศผันผวน ค่าเงินบาทแข็งตัวทำให้การส่งออกมีกำไรลดลง

3.4.6 กลุ่มตัวแปรด้านบทบาทของภาครัฐ

การสนับสนุนทางการค้ากับประเทศญี่ปุ่น โดยจังหวัดเพชรบุรีได้มีโครงการส่งเสริมการเกษตร สนับสนุนให้สหกรณ์เพิ่มคุณภาพผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลสินค้าเกษตรและขยายตลาดให้มากขึ้น และกรมส่งเสริมสหกรณ์ โดยสำนักงานสหกรณ์จังหวัดเพชรบุรี ได้สนับสนุนให้สหกรณ์การเกษตรทำยาง จำกัด เข้าร่วมงานเทศกาลไทย ณ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น โดยนำกล้วยหอมทอง กล้วยน้ำหว้า และกล้วยไข่ไปจัดแสดงประชาสัมพันธ์และทดลองตลาดผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น

บทที่ 4

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

4.1 สรุปผลการศึกษา

สมมติฐานที่ว่าความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย – ญี่ปุ่น (JTEPA) จะช่วยเพิ่มโอกาสทำให้สหกรณ์การเกษตรไทยส่งออกกล้วยหอมไปยังประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นนั้น จากผลการศึกษาและการวิเคราะห์สรุปได้ว่า

การที่ประเทศญี่ปุ่นให้โควตาสำหรับกล้วยหอมสดซึ่งเดิมประเทศไทยต้องเสียภาษีนำเข้า 20-25% เป็นให้ปลอดภาษีสำหรับ 4,000 ตันในปีแรก และทยอยเพิ่มปีละ 1,000 ตันจนครบ 8,000 ตันในปีที่ 5 เป็นต้นไป นั้น หากพิจารณาแล้ว ควรจะเป็นโอกาสของสหกรณ์การเกษตรไทยที่เคยส่งออกกล้วยหอมให้กับสหกรณ์ในประเทศญี่ปุ่นได้เพิ่มปริมาณการส่งออกให้มากขึ้น แต่จากผลการวิเคราะห์ปรากฏว่า ปริมาณการส่งออกกล้วยหอมของสหกรณ์การเกษตรไทยไปให้กับสหกรณ์ในประเทศญี่ปุ่นกลับมีแนวโน้มลดลงเรื่อยๆ ในขณะที่ปริมาณการจำหน่ายกล้วยหอมภายในประเทศของสหกรณ์การเกษตรไทยกลับมีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ดังตัวเลขดังนี้ ปริมาณการส่งออกกล้วยหอมลดลงจาก ในปี 2552 จำนวน 16,238,430 บาท ในปี 2553 จำนวน 12,253,525 บาท ในปี 2554 จำนวน 8,049,900 บาท และปี 2555 จำนวน 5,002,759 บาท ในขณะที่ปริมาณการจำหน่ายกล้วยหอมในประเทศเพิ่มขึ้นจากปี 2552 จำนวน 11,684,453 บาท ในปี 2553 จำนวน 17,311,522 บาท และ ในปี 2555 จำนวน 33,410,958 บาท

จากผลการวิเคราะห์ปรากฏว่า ปริมาณการนำเข้ากล้วยหอมของประเทศญี่ปุ่น โดยรวมในแต่ละปีเพิ่มขึ้นทุกปี ในจำนวนนี้ปรากฏว่า ประเทศญี่ปุ่นนำเข้ากล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์เพิ่มขึ้นทุกปี ในขณะที่การนำเข้ากล้วยหอมจากประเทศอื่นมีแนวโน้มลดลงทุกปีเช่นกัน ทั้งนี้ หากเปรียบเทียบกันแล้ว ราคากล้วยหอมนำเข้าจากประเทศฟิลิปปินส์จะราคาถูกลงกว่า กล้วยหอมนำเข้าจากประเทศไทย

ปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่สหกรณ์การเกษตรทำยาง จำกัด เองมีปริมาณผลผลิตกล้วยหอมลดลง เนื่องจากสมาชิกสหกรณ์ที่ปลูกกล้วยหอมลดลง สมาชิกหันไปปลูกพืชอื่นแทน เนื่องจากการปลูกกล้วยหอมเพื่อการส่งออก สมาชิกจะต้องเข้มงวดในการดูแลรักษาและต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของสหกรณ์เข้มงวด สมาชิกจำนวนมากที่ไม่อาจปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ได้ จึงหันไปปลูกพืชชนิดอื่น ทำให้ปริมาณผลผลิตกล้วยหอมที่ได้คุณภาพส่งออกลดลง ในขณะเดียวกัน สหกรณ์การเกษตรทำยาง จำกัดเอง ก็มีนโยบายที่จะขยายปริมาณการจำหน่ายกล้วยหอมในประเทศมากขึ้น เนื่องจากประสบปัญหาการที่สหกรณ์ญี่ปุ่นเข้มงวดกับหลักเกณฑ์การรับซื้อกล้วยหอมจากสหกรณ์การเกษตรทำยาง จำกัด มากขึ้น และสหกรณ์ญี่ปุ่นยังกำหนดกฎเกณฑ์เพิ่มขึ้นด้วย ทำให้สหกรณ์การเกษตรทำยาง จำกัด หันไปมุ่งกับการจำหน่ายกล้วยหอมในประเทศมากขึ้น เนื่องจากสหกรณ์มีตลาดแน่นอน และไม่เข้มงวดหลักเกณฑ์ในเรื่องคุณภาพด้านปลอดภัยและแมลงมากนัก เนื่องจากเป็นการจำหน่ายใน

ประเทศอีกประการหนึ่ง คือ การจำหน่ายในตลาดในประเทศ สหกรณ์จะมีปริมาณกล้วยตากเกรดน้อยกว่า เนื่องจากตลาดในประเทศไม่ได้เข้มงวดในเรื่องขนาดของกล้วยหอมและความสุกของกล้วยหอมมากนัก ในขณะที่หากสหกรณ์ส่งออกให้กับสหกรณ์ญี่ปุ่น กล้วยหอมที่มีขนาดใหญ่และเล็กเกินกว่าลูกละ 100 กรัมจะถูกคัดออก สหกรณ์จะต้องคัดไปจำหน่ายเป็นกล้วยตากเกรด ซึ่งจะจำหน่ายได้ราคาต่ำมาก นอกจากนั้น หากกล้วยหอมมีความสุกมากเกินไป ก็ไม่สามารถส่งออกเช่นเดียวกัน ประกอบกับการที่สหกรณ์ต้องเข้มงวดในการกำจัดแมลงและไข่แมลงไม่ให้ติดไปกับกล้วยหอมที่จะส่งออกด้วย และปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ ราคาจำหน่าย เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการส่งออกตลอดจนระยะเวลาในการขนส่ง ทำให้ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการซื้อกล้วยหอมค่อนข้างสูง ทำให้สหกรณ์ญี่ปุ่นจึงรับซื้อกล้วยหอมจากสหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด ในราคาที่ไม่แตกต่างกับราคาที่สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด จำหน่ายในประเทศ ดังนั้น ราคาส่งออกกล้วยหอม จึงไม่จูงใจให้สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด ต้องการส่งออกเพิ่มขึ้น

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า การมีความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย – ญี่ปุ่น (JIEPA) ไม่ได้ส่งผลดีทำให้สหกรณ์การเกษตรไทยส่งออกกล้วยหอมให้กับสหกรณ์ญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น เนื่องจากปัจจัยด้านปลอดภัยนำเข้าประเทศญี่ปุ่น ไม่ใช่ปัจจัยที่ส่งเสริมการค้าระหว่างสหกรณ์การเกษตรไทยกับสหกรณ์ญี่ปุ่นเพียงอย่างเดียว แต่ยังมีปัจจัยอื่นๆ อีกหลายอย่างประกอบอีก จึงจะเกื้อหนุนให้สหกรณ์การเกษตรไทยส่งออกกล้วยหอมให้กับสหกรณ์ญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นได้

4.2 ข้อเสนอแนะ

ผู้ศึกษาพิจารณาเห็นว่า มีประเด็นที่ภาครัฐและสหกรณ์ควรให้ความสนใจและนำมาปรับปรุงเพื่อให้การส่งออกกล้วยหอมไปประเทศญี่ปุ่นมีปริมาณเพิ่มขึ้น อันจะเป็นการนำรายได้ให้กับประเทศไทยและยังเป็นการทำให้เกษตรกรสามารถจำหน่ายผลผลิตกล้วยหอมได้ในราคาที่ดีด้วย ได้แก่

4.2.1 อุปสงค์กล้วยหอมของตลาดสารพิษของผู้บริโภคญี่ปุ่น คือ สมาชิกสหกรณ์ผู้บริโภคญี่ปุ่นมีแนวโน้มนำเข้าจากประเทศไทยลดลง เพราะประเทศญี่ปุ่นมีการนำเข้ากล้วยหอมจากประเทศต่างๆ ด้วย

สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด จึงต้องหาตลาดอื่น ได้แก่ ตลาดซูเปอร์มาร์เก็ตในประเทศญี่ปุ่นรองรับด้วย ซึ่งหากพิจารณาตัวเลขการนำเข้ากล้วยหอมของประเทศญี่ปุ่น ปรากฏว่าโดยทั่วไป ความต้องการบริโภคกล้วยหอมของประชาชนญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น จึงมีการนำเข้ากล้วยหอมเพิ่มขึ้นทุกปี (กล้วยหอมทั่วไป)

4.2.2 หน่วยงานภาครัฐ เช่น กระทรวงพาณิชย์ กรมส่งเสริมสหกรณ์ เป็นต้น ควรสนับสนุนสนับสนุนการขยายตลาดต่างประเทศไปยังประเทศอื่นๆ ให้มากขึ้น

4.2.3 ภาครัฐควรส่งเสริมและควรมีการกระจายโอกาสการส่งออกให้แก่สหกรณ์การเกษตรอื่นๆ ที่มีพื้นที่และคุณสมบัติทางภูมิทัศน์ที่ใกล้เคียงกับสหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด ในลักษณะเครือข่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในประเทศเพื่อลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ และ (หรือ)ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคจากต่างประเทศ หากหลังงานวิจัยเพิ่มเติมพบว่า อุปสงค์ของผู้บริโภคญี่ปุ่นไม่ลดลงแต่กลับขยายเพิ่มมากขึ้น

บรรณานุกรม

สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด. การจัดทำ Bench Marking หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กล้วยหอมทอง,

๒๕๔๔

กระทรวงการต่างประเทศ. เรื่องน่ารู้เกี่ยวกับความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น, ๒๕๔๙
สำนักพัฒนาธุรกิจสหกรณ์ กรมส่งเสริมสหกรณ์. การผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองปลอดภัย
ของ

สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด จ.เพชรบุรี, ๒๕๕๑

สำนักงานสหกรณ์จังหวัดเพชรบุรี. การส่งเสริมจัดหาช่องทางการตลาดสินค้าของสหกรณ์ (กล้วยหอม
ทอง

ปลอดภัย), ๒๕๕๖

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร : สถิติการเกษตรของประเทศไทย ปี ๒๕๕๒

สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด. รายงานกิจการประจำปี ๒๕๔๔/๒๕๔๕

สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด. รายงานกิจการประจำปี ๒๕๔๕/๒๕๔๖

สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด. รายงานกิจการประจำปี ๒๕๔๖/๒๕๔๗

สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด. รายงานกิจการประจำปี ๒๕๔๗/๒๕๔๘

สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด. รายงานกิจการประจำปี ๒๕๔๘/๒๕๔๙

สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด. รายงานกิจการประจำปี ๒๕๔๙/๒๕๕๐

สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด. รายงานกิจการประจำปี ๒๕๕๐/๒๕๕๑

สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด. รายงานกิจการประจำปี ๒๕๕๑/๒๕๕๒

สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด. รายงานกิจการประจำปี ๒๕๕๒/๒๕๕๓

สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด. รายงานกิจการประจำปี ๒๕๕๓/๒๕๕๔

สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด. รายงานกิจการประจำปี ๒๕๕๔/๒๕๕๕

วาริรัตน์ โมริดา. ผลงานที่เป็นผลการดำเนินงานที่ผ่านมา การพัฒนาบุคลากรสหกรณ์การเกษตรของ
ประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น, ๒๕๕๔

มหาวิทยาลัยรามคำแหง. เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก
<http://www.eco.ru.ac.th>

สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด เข้าถึงได้จาก <http://www.thayangcoop.com>

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหัวข้อ “ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) กับการส่งออกกล้วยหอมของสหกรณ์การเกษตรไทย” เพื่อเป็นข้อมูลในการจัดทำรายงานการศึกษาส่วนบุคคล (Individual Study – IS) ประกอบการอบรมหลักสูตร นักบริหารการทูต รุ่นที่ 6 ของ นายวิเชียร แทนธรรมโรจน์ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่ได้ให้ข้อมูล ในการศึกษาครั้งนี้ ข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะเก็บเป็นความลับไม่นำไปเปิดเผยต่อสาธารณะ ผลการศึกษา นี้จะได้นำเสนอให้กับกรมส่งเสริมสหกรณ์ ใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายความร่วมมือระหว่าง สหกรณ์ไทยกับญี่ปุ่นต่อไป

ชื่อ สหกรณ์.....

๑. เพศ ชาย หญิง
๒. อายุ..... ปี
๓. ปัจจุบันท่านดำรงตำแหน่งใดในสหกรณ์นี้
 - ประธานกรรมการ
 - กรรมการ
 - ผู้จัดการสหกรณ์
 - พนักงานสหกรณ์
 - สมาชิกสหกรณ์
 - อื่นๆ ระบุ เช่น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์ ฯลฯ
๔. ท่านทราบหรือไม่ว่า สหกรณ์ของท่านมีการส่งออกกล้วยหอมให้กับสหกรณ์ในประเทศญี่ปุ่น
 - ทราบ
 - ไม่ทราบ
๕. ท่านทราบหรือไม่ว่า การส่งออกกล้วยหอมของสหกรณ์ของท่านไปขายสหกรณ์ญี่ปุ่น ประเทศญี่ปุ่นเก็บภาษีนำเข้าสินค้ากับผู้นำเข้าในประเทศญี่ปุ่นทำให้ราคากล้วยหอมนำเข้ามีราคาขายในญี่ปุ่นสูงขึ้น
 - ทราบ
 - ไม่ทราบ
๖. ท่านทราบหรือไม่ว่าประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่นมีความตกลงความร่วมมือหุ้นส่วนเศรษฐกิจ ไทย-ญี่ปุ่น(JTEPA)
 - ทราบ
 - ไม่ทราบ

๗. ท่านทราบหรือไม่ว่าความตกลงความร่วมมือหุ้นส่วนเศรษฐกิจ ไทย-ญี่ปุ่น(JTEPA) ประเทศญี่ปุ่นให้โควตากับประเทศไทย ในการส่งออกกล้วยหอมไปประเทศญี่ปุ่นโดยไม่เสียภาษีในปี ๒๕๕๐ ปีละ ๔,๐๐๐ ตัน และทยอย เพิ่มเป็น ๘,๐๐๐ ตัน ในปี ๒๕๕๕
- ทราบ
- ไม่ทราบ
๘. ท่านคิดว่าการที่ประเทศญี่ปุ่นให้โควตากับประเทศไทย ในการส่งออกกล้วยหอมไปประเทศญี่ปุ่นโดยไม่เสียภาษี ตามข้อ ๑๑ จะมีผลดีกับการส่งออกกล้วยหอมของสหกรณ์ หรือไม่
- มีผลดี
- ไม่มีผลใดๆ
- มีทั้งผลดีและผลเสีย
- ไม่ทราบ
๙. ท่านคิดว่าการที่ประเทศญี่ปุ่นให้โควตากับประเทศไทยในการส่งออกกล้วยหอมไปประเทศญี่ปุ่น โดยไม่เสียภาษีตามข้อ ๑๑ ท่านคิดว่าเป็นโอกาสให้สหกรณ์ของท่าน มีโอกาสส่งออกกล้วยหอมขายให้กับสหกรณ์ญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นหรือไม่
- มีโอกาสส่งออกเพิ่มขึ้น
- โอกาสส่งออกเท่าเดิม
- โอกาสส่งออกลดลง
- ไม่ทราบ
๑๐. จากข้อมูลสถิติ การส่งออกกล้วยหอมของสหกรณ์ท่านไปยังสหกรณ์ญี่ปุ่นปรากฏว่า ตั้งแต่ปี ๒๕๕๑ เป็นต้นมา มีแนวโน้มลดลง ท่านคิดว่าเกิดจากสาเหตุใด (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)
- กล้วยหอมมีคุณภาพลดลง
- คนญี่ปุ่นกินกล้วยหอมลดลง
- ประเทศญี่ปุ่นกำหนดกฎเกณฑ์กีดกันการนำเข้ากล้วยหอมจากสหกรณ์ไทยเพิ่มขึ้น
- ปริมาณกล้วยหอมที่สหกรณ์รวบรวมได้จากสมาชิกลดลง
- สหกรณ์ญี่ปุ่นตั้งกฎเกณฑ์การรับซื้อกล้วยหอมจากสหกรณ์ของท่านเพิ่มขึ้น
- สหกรณ์ญี่ปุ่นนำเข้ากล้วยหอมลดลง
- สหกรณ์ของท่านมีนโยบายขายกล้วยหอมในประเทศเพิ่มขึ้น
- อื่นๆ ระบุ

๑๑. ท่านคิดว่าคนญี่ปุ่นโดยเฉพาะอย่างยิ่งสมาชิกสหกรณ์ญี่ปุ่นชอบที่จะกินกล้วยหอมของสหกรณ์ของท่าน หรือไม่

- ชอบมาก
- ชอบ
- ไม่ชอบ
- ไม่ทราบ

๑๒. ท่านคิดว่า สมาชิกสหกรณ์ญี่ปุ่นชอบกินกล้วยหอมของสหกรณ์เนื่องจาก (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)

- ชอบรสชาติ
- คุณภาพดี
- เป็นสินค้าที่ผลิตโดยสมาชิกสหกรณ์
- มั่นใจว่าเป็นกล้วยหอมปลอดสารเคมี
- เป็นความร่วมมือระหว่างสหกรณ์ไทยกับสหกรณ์ญี่ปุ่น
- อื่นๆ ระบุ

๑๓. สหกรณ์ของท่านนอกจากขายกล้วยหอมส่งออกยังประเทศญี่ปุ่นแล้ว มีการขายกล้วยหอมภายในประเทศ หรือไม่

- มี
- ไม่มี

๑๔. หากสหกรณ์ของท่านมีการขายกล้วยหอมภายในประเทศ ขายให้กับแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)

- ห้างสรรพสินค้า เช่น บิ๊กซี โลตัส เซนทรัล เป็นต้น
- โรงแรม
- สายการบิน
- ห้างขายส่ง เช่น แมคโคร เป็นต้น
- ร้านขายปลีก
- ตลาดท้องถิ่น
- อื่นๆ ระบุ

๑๕. ในปีที่ผ่านมาสัดส่วนการขายกล้วยหอมของสหกรณ์ของท่านระหว่างการส่งออกไปประเทศ
ญี่ปุ่นกับขายในประเทศเป็นอย่างไร

- ขายส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นมากกว่าขายในประเทศ
- ขายส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นน้อยกว่าขายในประเทศ
- ขายส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นเท่ากับขายในประเทศ
- ไม่ทราบ

๑๖. ท่านคิดว่าสาเหตุใดที่กล้วยหอมของสหกรณ์ท่านเป็นที่ต้องการของผู้ซื้อในประเทศระดับ
โรงแรมหรู ห้างสรรพสินค้า สายการบิน เป็นต้น (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)

- คุณภาพของกล้วยหอมระดับส่งออกประเทศญี่ปุ่น
- ราคาถูกกว่าตลาดทั่วไป
- สหกรณ์สามารถส่งกล้วยหอมได้ตามปริมาณและตามเวลาที่ผู้ซื้อต้องการ
- ชื่อเสียงของกล้วยหอมของสหกรณ์
- อื่นๆ ระบุ

๑๗. ท่านคิดว่าสหกรณ์ของท่านควรส่งออกกล้วยหอมขายให้สหกรณ์ญี่ปุ่นมากขึ้นกว่าเดิมหรือไม่

- ควรขายมากขึ้น
- ควรขายเท่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน
- ควรขายลดลง

๑๘. ท่านคิดว่าสหกรณ์ของท่านควรมีสัดส่วนการขายกล้วยหอมระหว่างส่งออกขายให้สหกรณ์
ญี่ปุ่นกับขายในประเทศให้กับโรงแรม ห้างสรรพสินค้าเป็นต้นอย่างไร

- ขายส่งออกมากกว่าขายในประเทศ
- ขายในปริมาณพอๆ กัน
- ขายในประเทศมากกว่าขายส่งออก

๑๙. ราคาของกล้วยหอมที่สหกรณ์ของท่านขายส่งออกให้กับสหกรณ์ญี่ปุ่นแตกต่างกับขายใน
ประเทศอย่างไร

- ขายส่งออกสูงกว่าขายในประเทศ
- ขายในราคาเท่าๆ กัน
- ขายส่งออกถูกกว่าขายในประเทศ

๒๐. คุณภาพรวมทั้งขนาดของกล้วยหอมที่ส่งออกขายให้สหกรณ์ญี่ปุ่นกับขายในประเทศ ต่างกันหรือไม่อย่างไร

- คุณภาพกล้วยหอมส่งออกสูงกว่าขายในประเทศ
- คุณภาพกล้วยหอมพอๆ กัน
- คุณภาพกล้วยหอมส่งออกต่ำกว่าขายในประเทศ

๒๑. หากมีความต้องการกล้วยหอมปริมาณเพิ่มขึ้น ท่านคิดว่าสหกรณ์ของท่านสามารถเพิ่มผลผลิตกล้วยหอมได้อีกหรือไม่

- เพิ่มผลผลิตกล้วยหอมได้อีก
- ไม่สามารถเพิ่มผลผลิตกล้วยหอมได้เนื่องจาก

.....

๒๒. ท่านคิดว่าสาเหตุใดที่สหกรณ์ของท่านจึงส่งออกกล้วยหอมขายให้สหกรณ์ญี่ปุ่นลดลง

.....

๒๓. ท่านคิดว่าสหกรณ์ของท่านควรมีแนวทางอย่างไรในการที่จะเพิ่มการส่งออกกล้วยหอมขายให้กับสหกรณ์ญี่ปุ่นมากขึ้น

.....

๒๔. ท่านคิดว่า สหกรณ์ของท่านควรมีความร่วมมือกับสหกรณ์ญี่ปุ่นด้านใดเพิ่มขึ้นอีกบ้าง

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	นายวิเชียร แทนธรรมโรจน์
ประวัติการศึกษา	เศรษฐศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง Master of Cooperative Economics Philipps University of Marburg / Lahn ประเทศสหพันธ์รัฐเยอรมนี
ประวัติการทำงาน	สหกรณ์อำเภอท่าช้าง จังหวัดเพชรบุรี สหกรณ์อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี หัวหน้าฝ่ายวิชาการ สำนักงานสหกรณ์จังหวัดขอนแก่น ผู้อำนวยการกลุ่มวิเทศสัมพันธ์ กองแผนงาน กรมส่งเสริมสหกรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมสหกรณ์กรุงเทพมหานคร พื้นที่ ๑
ตำแหน่งปัจจุบัน	ผู้อำนวยการศูนย์สารสนเทศ กรมส่งเสริมสหกรณ์ ศูนย์สารสนเทศ กรมส่งเสริมสหกรณ์ ๑๒ ถนนกรุงเกษม เทเวศร์ กรุงเทพฯ ๑๐๒๐๐