



ที่ กษ ๑๐๐๒/ว ๔๙๐

ถึง สำนักทุกสำนัก กองทุกกอง สำนักส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขตทุกเขต
สำนักงานเกษตรจังหวัดทุกจังหวัด ศูนย์ทุกศูนย์

กรมส่งเสริมการเกษตรขอส่งสำเนาบทคัดย่อของ นายมนู ไปสมบุรณ์ นักวิชาการเกษตร
ชำนาญการพิเศษ ตำแหน่งเลขที่ ๑๑๓๙ สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร ซึ่งขอประเมินบุคคลและผลงาน
เพื่อแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งผู้เชี่ยวชาญด้านส่งเสริมและจัดการการผลิตไม้ผล ไม้ยืนต้น และยางพารา
(นักวิชาการเกษตรเชี่ยวชาญ) สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร โดยส่งผลงาน จำนวน ๓ เรื่อง คือ

๑. การศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรมมะพร้าวไทย
๒. การวิจัยศักยภาพและความพร้อมเกษตรกรผู้ผลิตไม้ผล ไม้ยืนต้น ๗ ชนิด มะม่วง ทูเรียน
มังคุด ลำไย กาแฟ ยางพารา และปาล์มน้ำมัน เข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
๓. เอกสารวิชาการเรื่อง คู่มือการผลิตผลไม้นอกฤดู

ซึ่งต้องแจ้งเวียนหน่วยงานในสังกัดกรมส่งเสริมการเกษตร ก่อนการประเมินบุคคลและผลงานเป็นเวลา ๑๕ วัน
โดยนับตั้งแต่วันที่ระบุในหนังสือแจ้งเวียน และหากไม่มีบุคคลใดคัดค้านตามระยะเวลาที่กำหนดจะถือว่า
เป็นผลงานที่แท้จริงของผู้ขอรับการประเมิน ตามที่แนบมาพร้อมนี้ จำนวน ๑ ชุด



กองการเจ้าหน้าที่

โทร. ๐ ๒๕๗๙ ๙๕๒๐

E-mail : person๒๐@doae.go.th

การศึกษา
เรื่อง ศักยภาพของอุตสาหกรรมมะพร้าวไทย
มนู โปสมบุญ

สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร

กรมส่งเสริมการเกษตร

บทคัดย่อ

การศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรมมะพร้าวไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ศักยภาพและความสามารถในการผลิตวัตถุดิบ การใช้ประโยชน์ มูลค่า ความสัมพันธ์ของมะพร้าวเป็น ผลิตภัณฑ์หลัก และผลิตภัณฑ์พลอยได้จากมะพร้าว อีกทั้งศักยภาพของอุตสาหกรรมมะพร้าวของไทยและขีดความสามารถในการแข่งขัน ตลอดจนปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอนการผลิตตลอดห่วงโซ่การผลิต ผลการศึกษาพบว่าศักยภาพการผลิตมะพร้าวของไทยค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับประเทศผู้ผลิตสำคัญทั้งในโลกและอาเซียน พื้นที่มะพร้าวให้ผล ๑.๓ ล้านไร่ลดลงร้อยละ ๓.๔๓ ผลผลิต ๑.๐๑ล้านตันลดลงร้อยละ ๑๐.๖๙ ในปี ๒๕๕๖ มีผลผลิตเฉลี่ย ๐.๗๘ ตันต่อไร่ขณะที่บราซิล เวียดนาม อินโดนีเซียที่ ๑.๗๖, ๑.๕๕ และ ๐.๙๘ ตันต่อไร่ สำหรับการส่งออกในตลาดโลกช่วงปี ๒๕๕๒ - ๒๕๕๖ มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์มะพร้าวของโลกทั้ง ๖ ชนิดเพิ่มขึ้นต่อปีร้อยละ ๙.๓๘ โดยในปี ๒๕๕๖ มีมูลค่าส่งออก ๒,๙๑๙.๐๗ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์มีมูลค่าส่งออกมากที่สุดร้อยละ ๓๙.๘๐ รองลงมาได้แก่ น้ำมันมะพร้าวดิบและมะพร้าวเนื้อฝอยแห้งร้อยละ ๓๒.๕๓ และ ๑๗.๖๙ ในปี ๒๕๕๖ ฟิลิปปินส์ส่งออกทุกผลิตภัณฑ์มากที่สุดหรือร้อยละ ๓๘.๗๗ ของมูลค่าการส่งออกของโลกอีกทั้งเป็นผู้นำการส่งออกมะพร้าวเนื้อฝอยแห้ง น้ำมันมะพร้าวดิบ น้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์ เวียดนามเป็นผู้นำตลาดส่งออกมะพร้าวทั้งกะลา อินโดนีเซียเป็นผู้นำตลาดส่งออกมะพร้าวอื่นๆไม่รวมเนื้อฝอยแห้งและเนื้อมะพร้าวแห้ง ส่วนไทยเป็นคู่แข่งส่งออกมะพร้าวอื่นๆไม่รวมเนื้อฝอยแห้งเป็นอันดับ ๒ ของโลกร้อยละ ๓๐.๓๖ ผลิตภัณฑ์อื่นๆไทยส่งออกได้น้อยมาก ตลาดที่นำเข้ามากที่สุด คือ ตลาดยุโรป รองลงมา ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และจีน กรณีตลาดอาเซียน มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์มะพร้าวไปตลาดโลกทั้ง ๖ ชนิดเพิ่มขึ้นต่อปีร้อยละ ๙.๑๑ ในปี ๒๕๕๖ มีมูลค่า ๒,๑๐๔.๕๕ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ น้ำมันมะพร้าวดิบมีมูลค่าส่งออกมากที่สุด รองลงมาคือ มะพร้าวทั้งกะลา มะพร้าวเนื้อฝอยแห้ง และน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์ ฟิลิปปินส์เป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ รองลงมาเป็น อินโดนีเซีย มาเลเซีย เวียดนาม สิงคโปร์ และไทย ตามลำดับ สำหรับมูลค่าการนำเข้าของตลาดอาเซียน ในปี ๒๕๕๖มูลค่า ๒๕๖.๑๑ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯคิดเป็นร้อยละ ๘.๓๐ ของมูลค่าการนำเข้าของโลก ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงสุดคือ เนื้อมะพร้าวแห้ง รองลงมา ได้แก่ มะพร้าวอื่นๆไม่รวมเนื้อฝอยแห้ง และน้ำมันมะพร้าวดิบ โดยมาเลเซียเป็นผู้นำเข้ารายใหญ่ที่สุดในอาเซียน สำหรับตลาดส่งออกของไทย มูลค่าการส่งออกไปตลาดโลกทุกผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นต่อปีร้อยละ ๓๓.๙๗ ใน ปี ๒๕๕๖ มีมูลค่าส่งออก ๓๖.๓๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งมะพร้าวอื่นๆไม่รวมเนื้อฝอยแห้งเป็นผลิตภัณฑ์ที่สำคัญที่ไทยส่งออกมีมูลค่ามากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มะพร้าวเนื้อฝอยแห้ง และน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์ ตลาดส่งออกหลักที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ฮังการี เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามยังมีผลิตภัณฑ์มะพร้าวที่สำคัญที่ไทยได้ส่งออกในตลาดโลกเป็นจำนวนมากไม่น้อยที่ไม่ปรากฏข้อมูลใน TRADE MAP จำนวน ๓ ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กะทิสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์จากกะลา และผลิตภัณฑ์ใบมะพร้าว ในช่วงปี ๒๕๕๕ - ๒๕๕๗ มูลค่าการส่งออกโดยรวมทั้ง ๓ ผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นต่อปีร้อยละ ๓๐.๖๐ ในปี ๒๕๕๗ มีมูลค่า ๑๐,๑๔๙.๒๕ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งกะทิสำเร็จรูปส่งออกมากที่สุดร้อยละ ๙๕.๗๗ ตลาดส่งออกหลักที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา ร้อยละ ๓๑.๒๔

การวิเคราะห์ตำแหน่งและการเคลื่อนย้ายตำแหน่งทางการตลาดของประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ โดยใช้ BCG Matrix กรณีเนื้อมะพร้าวฝอยแห้ง ในตลาดโลก พบว่า ฟิลิปปินส์ ช่วงแรกเป็นผู้นำตลาดอยู่ในตำแหน่ง Stars ช่วงหลังตกอยู่ในตำแหน่ง Cash Cows ไทยช่วงแรกจัดอยู่ในตำแหน่ง Dogs ช่วงหลังอยู่ในตำแหน่ง Questions Marks กลุ่มประเทศอาเซียนกับคู่แข่งสำคัญในตลาดโลก ศรีลังกา ช่วงแรกจัดอยู่ในตำแหน่ง Questions Marks ช่วงหลังอยู่ในตำแหน่ง Dogs ส่วนตลาดอาเซียน อินโดนีเซียทั้ง ๒ ช่วงอยู่ระหว่างตำแหน่ง Stars และ Cash Cows ส่วนไทยช่วงแรกอยู่ในตำแหน่ง Dogs ช่วงหลังอยู่ในตำแหน่ง Question Marks ส่วนมะพร้าวอื่นๆไม่รวมเนื้อฝอยแห้งในตลาดโลก อินโดนีเซียช่วงแรกอยู่ในตำแหน่ง Stars ช่วงหลังปรับอยู่ในตำแหน่ง Cash Cows สำหรับไทยช่วงแรกอยู่ในตำแหน่ง Cash Cows ช่วงหลังอยู่ในตำแหน่ง Questions Marks กรณีกลุ่มประเทศอาเซียนกับคู่แข่งสำคัญในตลาดโลก เนเธอร์แลนด์ ช่วงแรกอยู่ในตำแหน่ง Dogs ช่วงหลังอยู่ในตำแหน่ง Question Marks กรณีตลาดอาเซียน อินโดนีเซีย ช่วงแรกอยู่ระหว่างตำแหน่ง Stars ช่วงหลังอยู่ที่ตำแหน่ง Cash Cows ไทยช่วงแรกอยู่ในตำแหน่ง Dogs ช่วงหลังปรับอยู่ในตำแหน่ง Question Marks กรณีเนื้อมะพร้าวแห้งในตลาดโลก เวียดนามช่วงแรกอยู่ในตำแหน่ง Stars ช่วงหลังอยู่ในตำแหน่ง Cash Cows ส่วนไทยทั้ง ๒ ช่วงอยู่ในตำแหน่ง Questions Marks กรณีกลุ่มประเทศอาเซียนกับคู่แข่งสำคัญในตลาดโลก อินเดีย อียิปต์ ช่วงแรกอยู่ในตำแหน่ง Questions Marks ช่วงหลังอยู่ในตำแหน่ง Dogs สำหรับตลาดอาเซียน อินโดนีเซียช่วงแรกอยู่ในตำแหน่ง Cash cows ช่วงหลังอยู่ในตำแหน่ง Stars ส่วนไทยช่วงแรกอยู่ในตำแหน่ง Cash cows ช่วงหลังอยู่ในตำแหน่ง Dogs สำหรับน้ำมันมะพร้าวดิบในตลาดโลก ฟิลิปปินส์ ช่วงแรกอยู่ในตำแหน่ง Stars ช่วงหลังอยู่ในตำแหน่ง Cash Cows ส่วนไทยอยู่ในตำแหน่ง Questions Marks กรณีของกลุ่มประเทศอาเซียนกับคู่แข่งสำคัญในตลาดโลก เยอรมนีทั้ง ๒ ช่วงอยู่ในตำแหน่ง Questions Marks สำหรับตลาดอาเซียน อินโดนีเซีย ช่วงแรกจัดอยู่ในตำแหน่ง Stars ในช่วงหลังได้ปรับไปอยู่ระหว่างตำแหน่ง Stars และ Cash cows น้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์ในตลาดโลก ฟิลิปปินส์ทั้ง ๒ ช่วงเวลาอยู่ในตำแหน่ง Stars ส่วนไทยทั้ง ๒ ช่วงอยู่ในตำแหน่ง Questions Marks กรณีของกลุ่มประเทศอาเซียนกับคู่แข่งสำคัญในตลาดโลก แคนาดาทั้ง ๒ ช่วงเวลาจัดอยู่ในตำแหน่ง Questions Marks สำหรับตลาดอาเซียน อินโดนีเซียช่วงแรกอยู่ระหว่างตำแหน่ง Stars และ Question Marks ช่วงหลังได้ปรับไปอยู่ในตำแหน่ง Cash cows สำหรับไทยอยู่ในตำแหน่ง Question Marks ช่วงหลังปรับอยู่ในตำแหน่ง Dogs

การวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบหรือ RCA ในช่วงปี ๒๕๔๗-๒๕๕๖ กรณีมะพร้าวเนื้อฝอยแห้งในตลาดโลกพบว่าศรีลังกา และตลาดอาเซียนซึ่งฟิลิปปินส์มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสูงที่สุดมีค่า RCA ๒๔๐.๔๓ และ ๖.๑๖ ส่วนกลุ่มประเทศอาเซียนกับประเทศผู้ส่งออกสำคัญในตลาดโลกกลุ่มอาเซียน ศรีลังกา เบลเยียม โดมินิกัน และไอวอรีโคสมีค่า RCA มากกว่า ๑ แสดงว่ามีศักยภาพในการแข่งขันมะพร้าวไม่รวมเนื้อฝอยแห้งทั้งใน ตลาดโลกและอาเซียน ซึ่งอินโดนีเซียมีค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสูงที่สุดมีค่า RCA เท่ากับ ๓๑.๐๙ และ ๗.๔๑ ส่วน กลุ่มประเทศอาเซียนกับประเทศผู้ส่งออกสำคัญในตลาดโลก กลุ่มอาเซียน อินเดีย เนเธอร์แลนด์ และเม็กซิโก RCA มากกว่า ๑ มีศักยภาพในการแข่งขัน เนื้อมะพร้าวแห้งในตลาดโลกพบว่าศรีลังกา และตลาดอาเซียน ซึ่งอินโดนีเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไปตลาดอาเซียนสูงสุดด้วยค่า RCA ๑๔๓.๐๖ และ ๑๐.๑๒ ส่วนของกลุ่มประเทศอาเซียนกับประเทศผู้ส่งออกสำคัญในตลาดโลกพบว่าทุกประเทศมีค่า RCA ของมากกว่า ๑ มีศักยภาพในการแข่งขันส่งออกน้ำมันมะพร้าวดิบ ในตลาดโลกฟิลิปปินส์ และตลาด

อาเซียนซึ่ง อินโดนีเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสูงสุดในตลาดโลกและอาเซียน ด้วยค่า RCA ๑๕๕.๒๐ และ ๖.๔๙ ตามลำดับ ส่วนกลุ่มประเทศอาเซียนกับประเทศผู้ส่งออกสำคัญในตลาดโลก พบว่าค่า RCA ของอาเซียนมีค่า ๑๓.๕๖ ซึ่งมีศักยภาพในการแข่งขันมากกว่าศรีลังกาและเนเธอร์แลนด์ น้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์ ในตลาดโลก ฟิลิปปินส์มี และตลาดอาเซียน ฟิลิปปินส์มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกในตลาดโลกและอาเซียนสูงสุดด้วยค่า RCA ๑๐๒.๕๔ และ ๕.๘๕ ส่วนกลุ่มประเทศอาเซียนกับประเทศผู้ส่งออกสำคัญในตลาดโลก RCA ของอาเซียนและเนเธอร์แลนด์ เฉลี่ยร้อยละ ๑๓.๕๖ และร้อยละ ๕.๘๑ มีศักยภาพในการแข่งขัน สำหรับไทยในจำนวน ๖ ผลิตภัณฑ์ที่กล่าวมาไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและมีศักยภาพในการแข่งขันส่งออกมะพร้าวอื่นๆไม่รวมเนื้อฝอยแห้งเป็นอันดับ ๒ ในตลาดโลกด้วยค่า RCA ๑๐.๕๓ นอกนั้นอีก ๕ ผลิตภัณฑ์ไทยยังไม่มีศักยภาพในการแข่งขัน แต่ยังมีศักยภาพในการส่งออกได้อีก เนื่องจากอัตราการเติบโตในการส่งออกในทุกผลิตภัณฑ์สูง

การวิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของอุตสาหกรรมมะพร้าวไทยพบว่ามีความกดดันถ่วงน้ำหนักของปัจจัยภายในที่ระดับ ๓.๔๗ และปัจจัยภายนอกที่ระดับ ๒.๙๐ และการวิเคราะห์ TOWS Matrix พบว่าอุตสาหกรรมมะพร้าวของไทยอยู่ในช่อง WO คือ อุตสาหกรรมมะพร้าวของไทยยังมีจุดอ่อนแต่ก็มีโอกาสในการขยายตลาดส่งออกได้อีก

ดังนั้นจากผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าอุตสาหกรรมมะพร้าวของไทยถึงแม้ว่าจะมีขีดความสามารถขยายการส่งออกและมีศักยภาพในการแข่งขันบางผลิตภัณฑ์ แต่ก็มีจุดอ่อนด้านการผลิตวัตถุดิบ เนื่องจากผลิตภัณฑ์มะพร้าวของไทยยังมีคุณภาพสูงเป็นที่นิยมและมีความต้องการในตลาดผู้บริโภคสูง มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นในทุกผลิตภัณฑ์ การพัฒนาและประสิทธิภาพการผลิตให้ได้ปริมาณและคุณภาพที่สูงขึ้น สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค จึงควรต้องมีการลดจุดอ่อนและแก้ไขปัญหาในด้านต่าง ๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันและรักษาตลาดทั้งในและนอกอาเซียนได้ ดังได้มีข้อเสนอแนะไว้ในการศึกษาแล้ว

ขอรับรองว่าผลงานดังกล่าวข้างต้น

เป็นความจริงทุกประการ

ลงชื่อ

(นายมนู โป้สมบุญ)

ได้รับการตรวจสอบแล้ว ขอรับรองว่าผลงานดังกล่าว

ข้างต้นถูกต้องตรงกับความเป็นจริงทุกประการ

ลงชื่อ

(นางอรสา ดิสถาพร)

ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร

การวิจัย

เรื่อง ศักยภาพและความพร้อมเกษตรกรผู้ผลิตไม้ผล ไม้ยืนต้น ๗ ชนิด มะม่วง ทุเรียน
มังคุด ลำไย กาแฟ ยางพารา และปาล์มน้ำมัน เข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

มนู โปสมบัติ

สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร

กรมส่งเสริมการเกษตร

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ศักยภาพและความพร้อมเกษตรกรผู้ผลิตไม้ผล ไม้ยืนต้น ๗ ชนิด มะม่วง ทุเรียน มังคุด ลำไย กาแฟ ยางพารา และปาล์มน้ำมัน เข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึง ศักยภาพของการผลิตสินค้าพืชสวนของประเทศไทยและกลุ่มอาเซียน จุดอ่อน จุดแข็ง ปัญหา อุปสรรคของการผลิตและการตลาด ตลอดจนแนวทางการเตรียมความพร้อมเกษตรกรผู้ผลิตไม้ผล ไม้ยืนต้น ๗ ชนิด เข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง จากประชากรเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผล ไม้ยืนต้นเชิงการค้า ได้แก่ มะม่วง มังคุด ลำไย ทุเรียน กาแฟ ยางพารา และปาล์มน้ำมัน จำนวน ๔๐๗ ราย และสังเคราะห์ข้อมูล เอกสารวิชาการ และตำราที่เกี่ยวข้อง

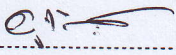
ผลการวิจัยพบว่า ไทยมีศักยภาพในการผลิตไม้ผล ไม้ยืนต้นทั้ง ๗ ชนิด ได้แก่ มะม่วง ทุเรียน มังคุด ลำไย กาแฟ ยางพารา และปาล์มน้ำมัน โดยพบว่า ๑) มะม่วงสด ประเทศคู่ค้าที่สำคัญได้แก่ เวียดนาม ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ๒) ทุเรียน ประเทศคู่ค้าที่สำคัญได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน ฮองกง ไต้หวัน อินโดนีเซีย และเวียดนาม ๓) มังคุด ประเทศคู่ค้ามังคุดสดที่สำคัญได้แก่ เวียดนาม สาธารณรัฐประชาชนจีน และฮองกง มังคุดแช่แข็ง ได้แก่ เกาหลีใต้ ไต้หวัน และญี่ปุ่น ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ อินโดนีเซีย และเวียดนาม ๔) ลำไย ประเทศคู่ค้าลำไยสดที่สำคัญได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน อินโดนีเซีย และฮองกง ลำไยอบแห้ง ได้แก่ เวียดนาม สาธารณรัฐประชาชนจีน เมียนมาร์ ลำไยบรรจุภาชนะอัดลม ได้แก่ มาเลเซีย สิงคโปร์ และสหรัฐอเมริกา ลำไยแช่แข็ง ได้แก่ ญี่ปุ่น และฮองกง ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ เวียดนาม และสาธารณรัฐประชาชนจีน ๕) กาแฟ ประเทศคู่ค้าที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา อิตาลี สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และมาเลเซีย ประเทศคู่แข่งสำคัญ ได้แก่ เวียดนาม และอินโดนีเซีย ๖) ยางพารา ประเทศคู่ค้าที่สำคัญได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน มาเลเซีย ญี่ปุ่น สำหรับประเทศที่นำเข้ายางพาราจากไทยไปแปรรูป เป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ มีดังนี้ จีน มาเลเซีย ญี่ปุ่น EU และ USA ประเทศคู่แข่งสำคัญ ได้แก่ อินโดนีเซีย เวียดนาม และมาเลเซีย ๗) ปาล์มน้ำมัน ประเทศคู่ค้าที่สำคัญได้แก่ อินเดีย มาเลเซีย สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน เมียนมาร์ และอิตาลี ประเทศคู่แข่งสำคัญ ได้แก่ อินโดนีเซียและมาเลเซีย และปาปัวนิวกินี

ผลการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมของการผลิตสินค้าไม้ผล ไม้ยืนต้น ๗ ชนิด และปัญหาอุปสรรค พบว่าไทยมีข้อได้เปรียบกับประเทศอื่น ๆ ในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้แก่ มีพันธุ์พืชที่หลากหลาย สภาพแวดล้อมเหมาะสมกับการเกษตร มีการวิจัยและพัฒนาสายพันธุ์อย่างต่อเนื่อง มีการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการผลิตและหลังการเก็บเกี่ยว คุณภาพสอดคล้องตามความต้องการของผู้บริโภค สินค้ามีความหลากหลาย เป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ มีกลุ่มเกษตรกร วิชากิจชุมชน SME

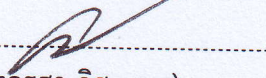
การเตรียมความพร้อมของเกษตรกรผู้ผลิต พบว่า ๑) ปาล์มน้ำมัน รักษาระดับราคาผลปาล์ม น้ำมันทั้งระบบให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม เช่น กำหนดให้โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มรับซื้อผลปาล์มทะลายอัตรา น้ำมันไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๑๗ ในราคาไม่ต่ำกว่า กิโลกรัมละ ๔ บาท ๒) กาแฟ ยกกระดับสินค้าผลิตภัณฑ์กาแฟ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้เป็นสินค้าเกษตรสำคัญ ๑๐ อันดับแรก ๓) มะม่วง เชื่อมโยงการ

กระจายไปยังตลาดต่างประเทศเพื่อนบ้าน เช่น เวียดนาม มาเลเซีย สิงคโปร์ กัมพูชา สาธารณรัฐ
ประชาธิปไตยประชาชนลาว เมียนมาร์ และบรูไน โดยเชื่อมโยงผ่านสถาบันเกษตรกรที่มีศักยภาพและผู้
ส่งออก ๔) มังคุด พัฒนาคุณภาพและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต คุ้มครองคุณภาพ และส่งเสริมการแปรรูป
เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต ๕) ลำไย เชื่อมโยงการกระจายไปยังตลาดประเทศเพื่อนบ้าน เช่น มาเลเซีย
อินโดนีเซีย กัมพูชา เวียดนาม เมียนมาร์ โดยเชื่อมโยงผ่านสถาบันเกษตรกรที่มีศักยภาพและผู้ส่งออก ๖)
ทุเรียน พัฒนาคุณภาพและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ควบคุมการตัดทุเรียนอ่อน ตลอดจนการรับรอง
คุณภาพรวมทั้งเชื่อมโยงการกระจายไปยังตลาดประเทศเพื่อนบ้าน เช่น เวียดนาม กัมพูชา เมียนมาร์ โดย
เชื่อมโยงผ่านสถาบันเกษตรกรที่มีศักยภาพและผู้ส่งออก ๗) กาแฟ พัฒนาคุณภาพและเพิ่มประสิทธิภาพการ
ผลิตเพื่อให้ได้ปริมาณผลผลิตกาแฟคุณภาพดีมากขึ้นเพื่อทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ ๘) ยางพารา
สนับสนุนให้เกิดการแปรรูปยางให้ได้คุณภาพสูงขึ้น ทั้งในการทำยางแผ่นดิบคุณภาพ และการทำยางก้อนถ้วย
เพื่อยกระดับราคาที่เกษตรกรขายได้ให้สูงขึ้น

ขอรับรองว่าผลงานดังกล่าวข้างต้น
เป็นความจริงทุกประการ

ลงชื่อ 
(นายมนู โป้สมบุญ)

ได้รับการตรวจสอบแล้ว ขอรับรองว่าผลงานดังกล่าว
ข้างต้นถูกต้องตรงกับความเป็นจริงทุกประการ

ลงชื่อ 
(นางอรสา ดิสภาพร)

ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร

เอกสารวิชาการ
เรื่อง คู่มือการผลิตผลไม้ส่งออก
มनु ไปสมบูรณ์

สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร

กรมส่งเสริมการเกษตร

หนังสือคู่มือการผลิตผลไม้ส่งออกเป็นหนังสือทางวิชาการเพื่อการศึกษา ค้นคว้า และเป็นแนวทางในการประยุกต์และส่งเสริมการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตผลไม้ส่งออกสำหรับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง สถาบันการศึกษา เกษตรกร บุคคลทั่วไปที่มีความสนใจ

วัตถุประสงค์ในการจัดทำหนังสือคู่มือการผลิตผลไม้ส่งออกนี้เพื่อมุ่งหวังให้เกิดการกระจายผลไม้ไทยที่มักมีมากและออกมาแข่งขันกันเอง กระจุกตัว เกินกำลังความต้องการขอตลาดผู้บริโภคทำให้เกิดผลกระทบต่อราคาผลไม้ในช่วงฤดูกล ให้ออกในช่วงที่มีผลไม้ขาดแคลนหรือมีน้อย โดยทยอยออกสู่ตลาดตลอดทั้งปี อันจะเป็นวิถีทางในการสร้างโอกาสทางการตลาดและเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลไม้มีราคาสูงขึ้นเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร ลดปัญหาความเดือดร้อนจากราคาผลไม้ราคาตกต่ำที่มักเกิดขึ้นเป็นประจำ การผลิตผลไม้ส่งออกยังเป็นการสนับสนุนให้ภาคธุรกิจการค้าสามารถทำการขยายช่วงเวลาการส่งออกและเปิดตลาดใหม่ของผลไม้ไทยให้กว้างไกลไปในหลายภูมิภาคของโลก ตลอดจนเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคได้ทุกช่วงเวลา นานมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยลดความเสี่ยงศัตรูพืชเข้าทำลายที่มักจะมีระบาดมากในช่วงฤดูการผลิตตามปกติ และที่สำคัญอีกประการหนึ่งการผลิตผลไม้ส่งออกยังช่วยให้รัฐบาลประหยัดงบประมาณเพื่อการช่วยเหลือในการพยุงราคาผลไม้ไม่ให้ตกต่ำในช่วงผลผลิตออกมาอย่างที่เคยดำเนินการมาในอดีต ที่เป็นวิธีการที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่เกษตรกร ในการสร้างเข้มแข็งแก่ตนเอง เพื่อพัฒนาการผลิตผลไม้คุณภาพและเอกลักษณ์โดดเด่น จนเป็นที่ยอมรับของตลาดผู้บริโภคทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศได้อย่างยั่งยืน

หนังสือคู่มือการผลิตผลไม้ส่งออกนี้ได้เรียบเรียงจากข้อมูล เอกสารทางวิชาการ งานศึกษาและวิจัย จากวารสารและเอกสารสิ่งพิมพ์ การสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิและเกษตรกรผู้ประสบความสำเร็จ ตลอดจนการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งการผลิตผลไม้ที่เกี่ยวข้อง โดยจัดทำเนื้อหาสาระแบ่งเป็น ๖ บท ซึ่งบทที่ ๑ กล่าวถึงความสำคัญของการผลิตผลไม้ส่งออก บทที่ ๒ หลักการสู่ความสำเร็จในการผลิตผลไม้ส่งออก บทที่ ๓ การวางแผนการผลิตและการตลาดผลไม้ส่งออก บทที่ ๔ สารเคมีที่ใช้ในการชักนำการออกดอก บทที่ ๕ วิธีการทำผลไม้ส่งออกซึ่งประกอบด้วยประเด็นเนื้อหาสำคัญได้แก่ การเตรียมความพร้อมของต้น ศัตรูไม้ผลที่สำคัญ การเตรียมความพร้อมเพื่อการออกดอกนอกฤดู การบังคับให้ไปสู่การออกดอกนอกฤดู การกระตุ้นออกดอก การดูแลช่อดอกและระยะดอกบาน การดูแลผลอ่อนจนถึงผลแก่เพื่อให้ได้ผลไม้ส่งออกคุณภาพ การเตรียมการจัดการสินค้าสู่ตลาด การเก็บเกี่ยวและการจัดการผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยว บทสรุปการใช้ฮอโรโมน สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช อัตราและวิธีการใช้ พร้อมภาพประกอบเพื่อการเรียนรู้ และทำความเข้าใจ ซึ่งเนื้อหาครอบคลุมชนิดไม้ผลเศรษฐกิจสำคัญ ๑๔ ชนิดแบ่งออกเป็นตอนดังนี้ ตอนที่ ๑ การผลิตมะม่วงนอกฤดู ตอนที่ ๒ การผลิตมะนาวนอกฤดู ตอนที่ ๓ การผลิตส้มโอนอกฤดู ตอนที่ ๔ การผลิตลำไยนอกฤดู ตอนที่ ๕ การผลิตมังคุดนอกฤดู ตอนที่ ๖ การผลิตเงาะนอกฤดู ตอนที่ ๗ การผลิตชมพู่นอกฤดู ตอนที่ ๘ การผลิตลองกองนอกฤดู ตอนที่ ๑๐ การผลิตทุเรียนนอกฤดู

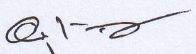
ตอนที่ ๑๑ การผลิตน้อยหน่านอกฤดู ตอนที่ ๑๒ การผลิตส้มเขียวหวานนอกฤดู ตอนที่ ๑๓ การผลิตทุเรียนนอกฤดู ตอนที่ ๑๔ การผลิตลิ้นจี่นอกฤดู

สำหรับบทสุดท้ายซึ่งเป็นบทที่ ๖ ซึ่งเป็นภาพรวมของประเด็นปัญหา อุปสรรค อันเกิดจากวิธีการและขั้นตอนการปฏิบัติ การใช้สารเคมี และสภาวะปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อการผลิตผลไม้ นอกฤดูไม่ประสบความสำเร็จ โดยได้เสนอแนวทางแก้ไขไว้ตามประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นโดยละเอียดพร้อมภาพประกอบ เพื่อง่ายต่อการเรียนรู้และทำความเข้าใจ

ขอรับรองว่าผลงานดังกล่าวข้างต้น

เป็นความจริงทุกประการ

ลงชื่อ

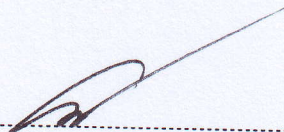


(นายมนู โป้สมบูรณ์)

ได้รับการตรวจสอบแล้ว ขอรับรองว่าผลงานดังกล่าว

ข้างต้นถูกต้องตรงกับความเป็นจริงทุกประการ

ลงชื่อ



(นางอรสา ดิสถาพร)

ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร