

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ภาคการเกษตรมีความสำคัญต่อรายได้ประชากรไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากสถิติในปี 2544 ประชากรเกือบครึ่งหนึ่งของประเทศยังประกอบอาชีพในภาคการเกษตรถึงร้อยละ 41.75 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2545) ปัจจุบันสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ของไทยมีมูลค่าการส่งออก ในปี 2543 เท่ากับ 619,927 ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 22.35 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าไทยทั้งหมด (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2545 ก) ทำให้มีรายได้เข้าสู่ประเทศเพื่อใช้ในการนำเข้าสินค้าประเภททุน เทคโนโลยีวิทยาการสมัยใหม่ ตลอดจนสินค้าที่จำเป็น เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาประเทศ จากข้อมูลข้างต้นภาคการเกษตรและอุตสาหกรรมการเกษตรมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก โดยทั้งสองภาคนี้มีความเกี่ยวเนื่องกัน โดยภาคการเกษตรเป็นภาคการผลิตวัตถุดิบเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมหรือบริโภคและภาคอุตสาหกรรมเกษตรเป็นการแปรรูปสินค้าเกษตรเป็นสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม (value added) ถ้าหากมีการส่งออกสินค้าเกษตรทั้งที่แปรรูปและไม่แปรรูปมากขึ้นก็จะทำให้มีรายได้เข้าสู่ประเทศมากขึ้น

ประเทศไทยเป็นแหล่งปลูกไม้ผลเมืองร้อนที่สำคัญหลายชนิด ผลไม้ที่ผลิตได้นอกจากที่ใช้บริโภคภายในประเทศแล้วยังมีการส่งออกไปยังต่างประเทศเพื่อนำรายได้เข้าสู่ประเทศ สำหรับปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้สดของไทยระหว่างปี พ.ศ. 2539 - 2543 ได้แสดงไว้ในตารางที่ 1.1 ซึ่งให้ทราบว่าผลไม้สดที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุด ได้แก่ ทูเรียน โดยมีมูลค่าการส่งออกโดยเฉลี่ยเท่ากับ 1,673.1 ล้านบาท สำหรับผลไม้สดที่มีมูลค่าการส่งออกลำดับที่ 2 ได้แก่ ลำไย โดยมีมูลค่าการส่งออกโดยเฉลี่ยเท่ากับ 1,348.8 ล้านบาท และผลไม้สดที่มีมูลค่าการส่งออกลำดับที่ 3 และ 4 ได้แก่ ลิ้นจี่และมะม่วง โดยมีมูลค่าการส่งออกโดยเฉลี่ยเท่ากับ 292.5 และ 159.0 ล้านบาทตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกลำไยกับลิ้นจี่และมะม่วงแล้วทราบได้ว่าลำไยเป็นผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกสูงมาก โดยมีมูลค่าการส่งออกโดยเฉลี่ยมากกว่า 1,000 ล้านบาท ขณะที่ลิ้นจี่และมะม่วงมีมูลค่าการส่งออกโดยเฉลี่ยไม่ถึง 300 ล้านบาท แสดงให้เห็นว่าลำไยเป็นผลไม้ที่มีความสำคัญต่อการส่งออกของประเทศไทยเป็นอย่างสูง

นอกจากมีการส่งออกผลไม้สดแล้วประเทศไทยยังได้มีการแปรรูปผลไม้เพื่อทำการส่งออกไปยังต่างประเทศด้วย สำหรับมูลค่าการส่งออกรวมระหว่างผลไม้สดและผลิตภัณฑ์ผลไม้ของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2539 - 2543 ดังแสดงในตารางที่ 1.2 สรุปได้ว่ามูลค่าส่งออกรวมผลไม้สดและผลิตภัณฑ์ผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกโดยเฉลี่ยมากลำดับที่ 1 ถึงลำดับที่ 3 ได้แก่ สับปะรด ลำไย และทุเรียน ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 11,316.4 3,133.9 2,177.7 ล้านบาท ตามลำดับ นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์สับปะรดแล้วมูลค่าส่งออกรวมผลไม้สดและผลิตภัณฑ์ผลไม้ไทย เมื่อเปรียบเทียบกับตารางที่ 1.1 ทุเรียนเป็นผลไม้สดที่มีมูลค่าการส่งออกมากกว่าลำไย แต่เมื่อมีการคิดมูลค่ารวมผลิตภัณฑ์ทุกประเภทแล้วมูลค่าการส่งออกลำไยและผลิตภัณฑ์มีมูลค่าการส่งออกที่มากกว่าทุเรียนและผลิตภัณฑ์ ฉะนั้นลำไยจึงจัดว่าเป็นผลไม้ที่มีความสำคัญในแง่การส่งออกอย่างมากทั้งในรูปผลไม้สดและผลิตภัณฑ์ผลไม้ ในขณะที่สับปะรดใช้ผลิตเป็นวัตถุดิบเพื่อใช้ในการแปรรูปเป็นส่วนมาก

นอกจากการส่งออกลำไยสดแล้วผลิตภัณฑ์ลำไยที่มีการส่งออกที่สำคัญอื่นๆ อีก 3 ประเภท ได้แก่ ลำไยอบแห้ง ลำไยกระป๋อง และลำไยแช่แข็ง นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 เป็นต้นมา การส่งออกมูลค่ารวมลำไยสดและผลิตภัณฑ์ลำไยทั้ง 4 ประเภทนารายได้เข้าประเทศปีละไม่ต่ำกว่าสองพันล้านบาท (ตารางที่ 1.3) ยกเว้นปี พ.ศ. 2541 มีผลผลิตลำไยออกสู่ตลาดเพียงเล็กน้อยเนื่องจากสภาพอากาศไม่เหมาะสมต่อการติดผลของลำไย เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกโดยเฉลี่ย 5 ปีย้อนหลังตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 - 2543 มูลค่ารวมลำไยสดและผลิตภัณฑ์ลำไยทั้ง 4 มีมูลค่าการส่งออกรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3,134 ล้านบาท โดยมีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ย 5 ปีแยกตามลำไยสดและผลิตภัณฑ์ลำไยต่างๆ แต่ละประเภทเท่ากับ 1,349 1,227 516 และ 42 ล้านบาท ตามลำดับ จากตารางที่ 1.3 ทราบได้ว่า มูลค่าการส่งออกรวมลำไยสดและผลิตภัณฑ์ลำไยได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ยกเว้นที่ปี พ.ศ. 2541 ซึ่งลำไยไม่ค่อยติดผล สำหรับผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งเริ่มมีความสำคัญในมูลค่าการส่งออกตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 เป็นต้นมา โดยมีการเพิ่มมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 196 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2538 เป็น 1,054 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2537 สำหรับผลิตภัณฑ์ลำไยที่มีมูลค่าการส่งออกน้อยที่สุด ได้แก่ ลำไยแช่แข็งโดยมีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ย 5 ปี เพียง 40 ล้านบาทเศษ (ตารางที่ 1.3) ดังนั้นผลิตภัณฑ์ลำไยที่เหลือมีความสำคัญในแง่การส่งออกได้แก่ ลำไยสด ลำไยอบแห้ง และลำไยกระป๋อง

ตารางที่ 1.1 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2539 - 2543

ชนิด ผลไม้สด	2539		2540		2541		2542		2543		เฉลี่ย	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ทุเรียน	65,694	1,202.1	72,987	1,399.6	87,433	2,061.8	111,029	2,122.6	83,866	1,579.2	84,202	1,673.1
ลำไย	61,053	1,286.4	81,632	2,119.9	2,581	149.5	43,998	1,147.0	98,950	2,041.4	57,643	1,348.8
ลิ้นจี่	11,603	336.4	11,158	327.1	1,511	72.5	12,496	372.4	12,970	354.2	9,948	292.5
มะม่วง	8,249	120.1	8,539	149	10,209	201.5	10,473	159.6	8,755	164.9	9,245	159.0
มังคุด	110	3.1	3,248	99.4	2,319	44	5,001	104.8	12,886	257.7	4,713	101.8
ส้มโอ	6,182	66.9	3,247	44.4	4,496	66.3	6,432	103.5	6,209	100.4	5,313	76.3
เงาะ	2,784	38.9	3,536	46.6	3,187	78.9	5,861	111.9	4,897	85.8	4,053	72.4
กล้วย*	2,860	31.3	2,190	26.3	1,790	30.6	6,639	88.0	7,211	114.6	4,138	58.2
ทับประรด	2,172	14.6	2,979	21.2	1,473	12.3	1,993	24.5	4,995	67.6	2,722	28.0
ส้มเกลี้ยง	3,512	52.8	1,886	29.9	1,834	28.6	701	10.6	1,008	16.3	1,788	27.6
ฝรั่ง	110	3.1	80	2.2	218	4.6	542	8.1	2,963	42.6	783	12.1
ส้มเขียวหวาน	612	6.1	574	6.8	453	6.3	154	2.7	369	5.2	432	5.4
มะละกอ	5	0.2	44	1.2	29	1.3	103	3	182	7.9	73	2.7

หมายเหตุ : * รวมเฉพาะกล้วยหอมและกล้วยไข่เท่านั้น

ที่มา : กรมศุลกากร

ตารางที่ 1.2 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ผลไม้ของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2539 - 2543

มูลค่า : ล้านบาท

ผลิตภัณฑ์	2539	2540	2541	2542	2543	เฉลี่ย
สับปะรด*	10,110.4	8,786.1	10,200.1	16,023.7	11,461.7	11,316.4
ลำไย	2,962.0	5,030.7	527.5	2,097.5	5,051.7	3,133.9
ทุเรียน	1,484.5	1,736.9	2,609.4	2,727.3	2,330.3	2,177.7
ลิ้นจี่	807.7	953.6	365.4	948.6	692.3	753.5
เงาะ	684.8	609.6	573.9	509.5	446.1	564.8
มะม่วง	295.5	331.3	407.6	370.9	384.9	358.0
มะขาม	181.6	187.4	259.2	156.0	374.2	231.7
มังคุด	96.5	136.4	67.2	130.7	283.4	142.8
ส้ม**	94.0	140.6	84.5	60.1	63.0	88.4
กล้วย***	36.7	37.2	62.4	146.5	149.6	86.5
ส้มโอ	66.9	44.4	66.3	103.5	100.4	76.3
มะละกอ	52.0	30.4	63.8	45.2	57.1	49.7
ฝรั่ง	6.5	12.2	10.4	17.4	61.1	21.5

- หมายเหตุ : 1. * ผลิตภัณฑ์สับปะรดทุกประเภทยกเว้นสับปะรดไม่บรรจุภาชนะอัดลม
 2. ** เฉพาะกลุ่มส้มเปลือกบางและส้มแมนดารินตามพิกัดกรมศุลกากรเท่านั้น
 3. *** เฉพาะกล้วยหอมและกล้วยไข่เท่านั้น

ที่มา : กรมศุลกากร

ตารางที่ 1.3 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยสดและผลิตภัณฑ์ลำไย ระหว่างปี พ.ศ. 2536 - 2543

ปริมาณ : ตัน

มูลค่า : ล้านบาท

ปี พ.ศ.	ลำไยสด		ลำไยอบแห้ง		ลำไยกระป๋อง		ลำไยแช่แข็ง		รวม	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
2536	21,310	398	879	96	8,391	338	159	10	30,739	842
2537	32,628	756	3,335	248	10,105	374	140	9	46,208	1,387
2538	31,719	882	3,655	195	10,554	415	160	9	46,088	1,502
2539	61,053	1,286	26,910	1,054	16,132	609	231	13	104,326	2,962
2540	81,631	2,119	38,075	2,143	15,974	753	240	15	135,920	5,030
2541	2,581	150	946	85	4,861	273	219	20	8,607	528
2542	44,022	1,147	6,770	437	8,822	469	749	45	60,363	2,098
2543	98,950	2,041	55,904	2,415	11,715	476	3,977	119	170,546	5,051
เฉลี่ย ปี 2539-2543	57,647	1,349	25,721	1,227	11,501	516	1,083	42	95,952	3,134

ที่มา : กรมศุลกากร

ในปี พ.ศ. 2542 ประเทศที่มีการนำเข้าลำไยสดที่สำคัญจากไทยได้แก่ประเทศ ฮองกง มาเลเซียและอินโดนีเซีย ตามลำดับ ส่วนลำไยอบแห้งนั้น ประเทศที่มีการนำเข้าที่สำคัญได้แก่ จีน ฮองกง และสิงคโปร์ (กรมศุลกากร อ้างโดยส่งเสริมการเกษตร, 2542) แต่สำหรับในปี พ.ศ. 2543 ที่ผ่านมานี้กลับปรากฏว่าประเทศเวียดนามนำเข้าลำไยอบแห้งจากประเทศไทยมากที่สุดถึง 34,060 ตัน ตามด้วย จีน ฮองกงและลาว ตามลำดับ ส่วนประเทศที่นำเข้าลำไยกระป๋องจากประเทศไทยรายที่สำคัญในปี พ.ศ. 2542 ได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย และสหรัฐอเมริกา โดยรายละเอียดข้อมูลการส่งออกแสดงในบทที่ 3

จากข้อมูลกล่าวถึงข้างต้นแสดงให้เห็นว่าลำไยเป็นผลไม้ที่มีความสำคัญต่อมูลค่าการส่งออกผลไม้ไทย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ที่เกิดขึ้นในตลาดผลิตภัณฑ์ต่างๆ เหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจและเกษตรกรชาวสวนลำไยที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก รัฐจึงได้ให้ความสำคัญและคอยแทรกแซงตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยอยู่เสมอๆ โดยมีนโยบายต่างๆ เพื่อพยุงราคาลำไยในปีที่ผลผลิตมีการตกต่ำ เช่น ในปี พ.ศ. 2539 และ 2540 คณะกรรมการนโยบายและมาตรการช่วยเหลือเกษตรกร (คชก.) ได้มีมาตรการต่าง ๆ ในการพยุงราคาลำไยดังนี้ จัดสรรเงินทุนหมุนเวียนปลอดดอกเบี้ยเพื่อใช้เป็นทุนในการซื้อเอาผลลำไยให้แก่สถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการแปรรูปลำไย

อบแห้ง จัดให้มีโครงการจัดสรรเงินทุนหมุนเวียนปลอดดอกเบี้ยให้กับผู้ประกอบการแปรรูปลำไย
กระป๋องใช้เป็นทุนรับซื้อลำไยสดจากเกษตรกร จัดให้มีโครงการจัดสรรเงินทุนหมุนเวียนปลอด
ดอกเบี้ยให้กับผู้ประกอบการแปรรูปลำไยอบแห้งเป็นทุนรับซื้อลำไยสดจากเกษตรกร ใช้เงินทุน
ในการจัดตั้งศูนย์รวบรวมผลผลิตลำไยในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน และการรับซื้อผลผลิตลำไย
แล้วนำไประบายออกนอกแหล่งผลิต

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 1.4. มาตรการต่าง ๆ การแก้ไขปัญหาราคาลำไยตกต่ำ ปี พ.ศ. 2539, 2540 และ 2543

ลำดับที่	มาตรการ	งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้ที่ได้รับการช่วยเหลือโดยตรง
		พ.ศ. 2539	พ.ศ. 2540	พ.ศ. 2543*	
1	สนับสนุนตลาดอ้อย (เงินทุนหมุนเวียนปลอดดอกเบี้ย)	อนุมัติเงิน 55 ล้านบาท แบ่งให้ - กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 22 ล้านบาท - กรมส่งเสริมสหกรณ์ 20 ล้านบาท - กรมการค้าภายใน 13 ล้านบาท	-	-	สถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการ แปรรูปลำไยอบแห้ง
2	สนับสนุนแปรรูปลำไยอบแห้ง (เงินทุนหมุนเวียนปลอดดอกเบี้ย)	อนุมัติเงิน 120 ล้านบาท แบ่งให้ - กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 50 ล้านบาท - กรมส่งเสริมสหกรณ์ 50 ล้านบาท - กรมการค้าภายใน 50 ล้านบาท	อนุมัติเงิน 100 ล้านบาท แบ่งให้ - กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 30 ล้านบาท - กรมส่งเสริมสหกรณ์ 30 ล้านบาท - กรมการค้าภายใน 40 ล้านบาท	ครั้งที่ 1 อนุมัติเงิน 200 ล้านบาท แบ่งให้ - กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 50 ล้านบาท - กรมส่งเสริมสหกรณ์ 50 ล้านบาท - กรมวิชาการเกษตร 100 ล้านบาท	สถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการ แปรรูปลำไยอบแห้ง
3	สนับสนุนแปรรูปลำไยกระป๋อง (เงินทุนหมุนเวียนปลอดดอกเบี้ย)	กรมการค้าภายใน 97 ล้านบาท	กรมการค้าภายใน 100 ล้านบาท	ครั้งที่ 1 กรมวิชาการเกษตร 100 ล้านบาท	ผู้ประกอบการแปรรูปลำไยกระป๋อง
4	จัดตั้งศูนย์รวบรวมลำไยใน จ.เชียงใหม่และ ลำพูน (จ่ายขาด)	กรมการค้าภายใน 3 ล้านบาท	-	-	เกษตรกรและผู้ประกอบการ
5	ระบบผลิตออกซิเจนบนแปลงผลิต (เงินทุนหมุนเวียนปลอดดอกเบี้ยและจ่ายขาด ตามลำดับ)	อนุมัติเงิน 25 ล้านบาท แบ่งให้ - กรมส่งเสริมสหกรณ์ 20 ล้านบาท - กรมการค้าภายใน 5 ล้านบาท	-	ครั้งที่ 2 กรมวิชาการเกษตร 300 ล้านบาท	เกษตรกรและผู้ประกอบการ
6	การเก็บสต็อก (จำนำ) ลำไยอบแห้ง (เงินช่วยเหลือกึ่งยืม)	-	-	ครั้งที่ 2 ภูเก็ต สนับสนุนวงเงินเพื่อรับจำนำ 2,000 ล้านบาท กับ อ.ค.ก. และ อสค. ร่วม รับจำนำหน่วยงานละ 15,000 ล้านบาท	เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และ สหกรณ์การเกษตร
7	ค่ารถเขมือยกอ้อยเงินกู้ในโครงการรับจำนำ ลำไยอบแห้ง (จ่ายขาด)	-	-	ครั้งที่ 2 อนุมัติเงิน 48 ล้านบาท แบ่งให้ - ภูเก็ต 45 ล้านบาท - อ.ค.ก. และ อสค. จำนวน 3 ล้านบาท	เกษตรกรและผู้ประกอบการ

หมายเหตุ * : ครั้งที่ 1 วันที่ 10 พ.ศ. 2543 และครั้งที่ 2 วันที่ 10 ก.ค. 2543
ที่มา : กรมการค้าภายใน (2541) และกรมวิชาการเกษตรและคณะ (2543)

ในปี พ.ศ. 2543 ปริมาณผลผลิตของลำไยสดได้มีผลผลิตออกมาจำนวนมากถึง 358,000 ตัน (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2545 ข) ทำให้ราคาลำไยสดหน้าสวนลดต่ำอย่างมากจึงทำให้รัฐบาลได้มีนโยบายการแทรกแซงราคาลำไย สำหรับมาตรการการแทรกแซงครั้งแรกในวันที่ 10 พฤษภาคม 2543 รัฐบาลได้มีมาตรการ เช่นเดียวกับ ปี พ.ศ. 2539 ได้แก่ มาตรการจัดให้มีโครงการจัดสรรเงินทุนหมุนเวียนปลอดดอกเบี้ยให้กับผู้ประกอบการแปรรูปลำไยกระป๋องใช้เป็นทุนรับซื้อลำไยสดจากเกษตรกร จัดให้มีโครงการจัดสรรเงินทุนหมุนเวียนปลอดดอกเบี้ยให้กับผู้ประกอบการแปรรูปลำไยอบแห้งเป็นทุนรับซื้อลำไยสดจากเกษตรกร แต่มาตรการต่าง ๆ ทั้ง 2 นั้นก็ยังไม่เพียงพอต่อการพยุงราคาลำไยให้สูงตามเป้าหมาย รัฐบาลจึงต้องมีมาตรการครั้งที่ 2 มาเพิ่มเติม ในวันที่ 10 ก.ค. 2543 ได้แก่ การรับซื้อและระบายผลผลิตออกนอกแหล่งผลิต โครงการรับจำนำลำไยอบแห้ง และค่าชดเชยดอกเบี้ยเงินกู้ให้กับ ธ.ก.ส. อตก.และ อสก การแทรกแซงตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยต่าง ๆ ในปี พ.ศ. 2543 นำมาซึ่งภาระค้ำประกันงบประมาณของรัฐจำนวนมาก ถึงแม้ว่า คชก. มีมาตรการแทรกแซงราคาลำไยต่าง ๆ ออกมาถึง 2 ครั้ง เพื่อพยุงราคาลำไย แต่ราคาลำไยสดหน้าสวนในช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวซึ่งอยู่ในกลางเดือนกรกฎาคมปี 2543 ยังมีราคาที่ตกต่ำและราคาต่ำ ๆ สูงขึ้นหลังจากเริ่มหมดฤดูกาลเก็บเกี่ยว (กรมวิชาการเกษตรและคณะ, 2543) ซึ่งเป็นการชี้ให้เห็นว่ามาตรการต่างๆ เหล่านี้ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร

ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การตลาดกล่าวว่า ตลาดสินค้าสามารถจะถูกแบ่งย่อยด้วย ระยะเวลา และรูปลักษณะของสินค้า (อารี, 2532) สำหรับลำไยและผลิตภัณฑ์ลำไยในการศึกษานี้สามารถแบ่งย่อยด้วยรูปลักษณะของสินค้าได้แก่ ลำไยสด ลำไยอบแห้ง และลำไยกระป๋อง นอกจากนี้ยังสามารถแบ่งย่อยตามเขตพื้นที่การจำหน่ายได้แก่ ผลิตภัณฑ์ลำไยระดับสวน ระดับตลาดขายส่งที่เชียงใหม่ ระดับตลาดขายส่งที่กรุงเทพฯ และตลาดระดับส่งออกที่กรุงเทพฯ ลักษณะการแบ่งแยกของตลาดดังกล่าวนำไปสู่การส่งผ่านของราคาที่เชื่อมโยงกันระหว่างตลาดในมิติต่าง ๆ

ในอดีตการวิเคราะห์เชิงนโยบายใด ๆ เป็นการวิเคราะห์การถดถอยด้วยวิธี ordinary least squares (OLS) มีข้อสมมติว่า mean และ variance ของตัวแปรที่ศึกษานั้นคงที่ การวิเคราะห์การถดถอยแบบดั้งเดิมอาจนำไปสู่ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ไม่แท้จริง (spurious relationships) ได้ เนื่องจากเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปในวงการเศรษฐศาสตร์แล้วว่า ถ้าหากข้อมูลเชิงอนุกรมเวลาที่ใช้มีลักษณะเป็น nonstationary process กล่าวคือ mean และ variance ของข้อมูลเหล่านั้นมีการเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาแล้วการวิเคราะห์นโยบายใด ๆ โดยอ้างอิงค่าสัมประสิทธิ์จากแบบจำลองดังกล่าวอาจทำให้บิดเบือนต่อข้อเท็จจริงได้ (รังสรรค์, 2538) นักเศรษฐศาสตร์ได้แก้ไขปัญหาดังกล่าวได้โดยใช้วิธีทางเศรษฐมิติแนวใหม่ที่เรียกว่า cointegration analysis และ error correction mechanism (ECM)

การศึกษาการส่งผ่านราคาระหว่างตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยนี้ได้ใช้วิธี cointegration analysis และ error correction mechanism (ECM) เพื่ออธิบายการการส่งผ่านราคาในตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยในมิติต่างๆ โดยวิธีการวิเคราะห์ cointegration จะแสดงความสัมพันธ์คุณภาพในระยะยาวระหว่างตัวแปรในตลาดทั้งสอง ในขณะที่เทคนิค error correction จะแสดงความเร็วการปรับตัวระยะสั้นๆ ของตัวแปรทั้งสองเพื่อเข้าสู่ดุลภาพในระยะยาว การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์การส่งผ่านราคาสามารถพิจารณาได้จากค่าสัมประสิทธิ์ของสมการการส่งผ่านราคาในระยะยาวที่ได้จากการถดถอย โดยที่สมการถดถอยนั้นต้องคุณสมบัติ cointegration รูปแบบสมการการถดถอยนี้จะประกอบไปด้วยสมการ forward และ backward price transmission ซึ่งก็จะทำให้ทราบว่ามีการส่งผ่านราคา ระหว่างตลาดเป็นไปในทิศทางใด มีความเร็วในการปรับตัวของราคามากน้อยเพียงไร ส่วนค่าประสิทธิภาพการส่งผ่านราคานั้นสามารถพิจารณาได้จากการนำค่าสัมประสิทธิ์การส่งผ่านราคาไปทดสอบด้วยวิธี Wald - test หากพบว่าค่าสัมประสิทธิ์การส่งผ่านราคามีค่าไม่แตกต่างจาก 1 หรือมีค่ามากกว่า 1 ก็จะแสดงให้เห็นว่าการส่งผ่านราคานั้นมีประสิทธิภาพ

ความสัมพันธ์ต่างๆ ในสมการส่งผ่านราคาในระยะยาวสามารถทำให้ทราบว่าแต่ละตลาดผลิตภัณฑ์มีการส่งผ่านราคากันหรือไม่ มีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงไร มีความเร็วในการปรับตัวของราคาขนาดไหน และมีตัวแปรอื่นใดหรือไม่ที่มีอิทธิพลต่อราคาในตลาดต่างๆ นอกจากนี้การวิเคราะห์การส่งผ่านราคาทั้งระบบจะทำให้ทราบว่าตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยใดเป็นตลาดหลักของการส่งผ่านราคาบ้าง ซึ่งการได้ทราบความสัมพันธ์ของข้อมูลราคาต่างๆ ที่ได้จากการศึกษานี้แล้วจะทำให้รัฐบาลทราบแนวทางในการแทรกแซงราคาในตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยให้สัมฤทธิ์ผลได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดการประหยัดในงบประมาณ

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อทราบลักษณะและความสัมพันธ์ทางกายภาพระหว่างตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยต่างๆ
2. เพื่อทราบพฤติกรรมการส่งผ่านของราคาระหว่างผลิตภัณฑ์ลำไยชนิดต่างๆ ในภาคเหนือของประเทศไทย

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

หลังจากทราบว่าการส่งผ่านระหว่างตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยต่าง ๆ ว่ามีทิศทางการส่งผ่านราคา ระหว่างตลาดเป็นไปในทิศทางใดและมีประสิทธิภาพการส่งผ่านหรือไม่หรือมีประสิทธิภาพการส่งผ่าน ราคามากน้อยเพียงใดและสามารถนำผลการศึกษากการส่งผ่านราคา ระหว่างผลิตภัณฑ์ลำไยไป ประยุกต์ใช้ประโยชน์ได้ดังนี้

1. คณะกรรมการนโยบายและมาตรการช่วยเหลือเกษตรกรสามารถประหยัคงบประมาณในการแทรกแซงตลาดลำไยจากการทราบว่าตลาดใดมีความเหมาะสมในทางปฏิบัติ
2. หน่วยงานของรัฐ บริษัทเอกชนต่างๆ ตลอดจนเกษตรกรสามารถนำความสัมพันธ์ระหว่างตลาดลำไยใช้ภาคคะเนราคาและวางแผนการผลิตและการตลาดในธุรกิจลำไยได้

1.4 นิยามศัพท์

ตลาด หมายถึง การที่ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถติดต่อซื้อขายสินค้าและบริการต่างๆ ได้ ตามความหมายนี้ตลาดไม่จำเป็นต้องมีสถานที่หรือมีแบบแผนที่แน่นอนแต่อย่างใดสำคัญที่ว่ามีการซื้อขายเกิดขึ้นได้ก็นับว่าเพียงพอแล้ว (อารี, 2532)

ตลาดผลิตภัณฑ์ลำไย หมายถึง การติดต่อซื้อขายผลิตภัณฑ์ลำไยชนิดต่างๆ ซึ่งถูกแบ่งย่อยด้วย ภาคหรือเขต ระยะทาง ระยะเวลา และรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์

1. การแบ่งย่อยด้วยภาคหรือเขตของการจำหน่ายสินค้า หมายถึง การที่ตลาดสินค้าชนิดหนึ่งถูกแบ่งด้วยเขตทางภูมิศาสตร์ของการจำหน่ายสินค้า เราอาจเรียกตลาดย่อยเสียใหม่ว่า พื้นที่การจำหน่ายสินค้าโดยราคาสินค้าก็สัมพันธ์กันด้วยต้นทุนการเคลื่อนย้ายสินค้าตามระยะทางการเคลื่อนย้ายสินค้า สำหรับการแบ่งย่อยเขตพื้นที่การจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ลำไย ได้แก่ ตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยระดับสวน ตลาดระดับขายส่งเชิงใหม่ ตลาดระดับขายส่งที่กรุงเทพฯ และตลาดส่งออกกรุงเทพฯ

2. การแบ่งย่อยด้วยระยะเวลา หมายถึง การที่ตลาดสินค้าหนึ่งถูกแบ่งด้วยช่วงของเวลา เช่น แยกเวลา 1 ปี ออกเป็น 12 ช่วงเวลา ช่วงละหนึ่งเดือน หรือเป็น 2 ช่วงเวลา คือ ช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวและนอกฤดูกาลเก็บเกี่ยวโดยราคาสินค้ามีความสัมพันธ์กันด้วยต้นทุนการเก็บรักษาสินค้า สำหรับการแบ่งย่อยตลาดตามระยะเวลาของผลิตภัณฑ์ลำไย ได้แก่ ตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยสดในช่วงฤดูการเก็บเกี่ยวและนอกฤดูการเก็บเกี่ยวหรือปริมาณผลผลิตลำไยสดในแต่ละเดือน เป็นต้น

3. การแบ่งย่อยด้วยรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ตลาดสินค้าหนึ่งถูกแบ่งย่อยด้วยลักษณะของสินค้า โดยราคาของสินค้าในรูปลักษณะต่างๆ ก็สัมพันธ์โดยผ่านต้นทุนการแปรรูปหรือต้นทุนที่ทำให้รูปลักษณะเปลี่ยนไป นั่นเอง สำหรับการแบ่งย่อยตลาดตามรูปลักษณะของตลาดผลิตภัณฑ์ลำไย ได้แก่ ตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยสด ตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง และตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยกระป๋อง

การส่งผ่านราคาหรือความสัมพันธ์ระหว่างราคา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงราคาในตลาดผลิตภัณฑ์ i ที่มีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงของราคาในตลาดผลิตภัณฑ์ j หรือในทางตรงกันข้าม

การเปลี่ยนแปลงราคาในตลาดผลิตภัณฑ์ j ที่มีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงของราคาในตลาดผลิตภัณฑ์ i โดยระดับความสัมพันธ์นี้พิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สมการถดถอยที่อยู่ในรูปแบบสมการ ECM ถ้าราคาตลาดผลิตภัณฑ์ i ทำให้เกิดการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของตลาดผลิตภัณฑ์ j เราเรียกการส่งผ่านราคานี้ว่า forward price transmission แต่ถ้ราคาตลาดผลิตภัณฑ์ j ทำให้เกิดการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของตลาดผลิตภัณฑ์ i เราเรียกการส่งผ่านราคานี้ว่า backward price transmission

ความสัมพันธ์ทางกายภาพระหว่างตลาด หมายถึง ความเชื่อมโยงหรือความสัมพันธ์ระหว่างตลาดผลิตภัณฑ์ที่สามารถสังเกตหรือมองเห็น ได้ชัดเจน เช่น การติดต่อซื้อขายสินค้าหรือมีการเคลื่อนย้ายสินค้าระหว่างกัน โดยความสัมพันธ์ทางกายภาพนี้ยังรวมถึงการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ค้าในตลาดแต่ละระดับว่ามีการติดต่อสื่อสารกันด้วยวิธีการใดและติดต่อสื่อสารกันเรื่องใดบ้าง

1.5 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้จำกัดขอบเขตการแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยใน 2 มิติดังนี้ คือ มิติที่แรกการแบ่งตลาดตามรูปลักษณะของสินค้าจะประกอบด้วย ตลาดลำไยสด ตลาดลำไยอบแห้ง และตลาดลำไยกระป๋องและมิติที่สองการแบ่งตลาดตามพื้นที่การจำหน่ายซึ่งตลาดลำไยสดแบ่งเป็น ตลาดลำไยสดระดับระดับสวน ตลาดขายส่งลำไยสดที่ตลาดเชียงใหม่ ตลาดขายส่งลำไยสดระดับที่กรุงเทพฯ และตลาดลำไยสดส่งออกที่กรุงเทพฯ ส่วนตลาดลำไยอบแห้งแบ่งออกเป็น ตลาดขายส่งลำไยอบแห้งที่ตลาดเชียงใหม่และตลาดลำไยอบแห้งส่งออกที่กรุงเทพฯ และตลาดลำไยกระป๋องจำกัดเฉพาะตลาดลำไยกระป๋องส่งออกที่กรุงเทพฯ โดยกรณีลำไยสดจำกัดการศึกษาเฉพาะลำไยพันธุ์ดอ เนื่องจากเป็นพันธุ์ที่มีการปลูกมากที่สุดและเป็นที่นิยมของตลาด

จากตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยต่างๆ ที่ใช้ในการศึกษานี้จะสามารถครอบคลุมตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยระดับต่างๆ ทั้งผลิตภัณฑ์ลำไยสด ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง และผลิตภัณฑ์ลำไยกระป๋อง และครอบคลุมพื้นที่การจำหน่ายในตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยระดับต่างๆ ตั้งแต่ตลาดระดับสวนจนถึงตลาดระดับส่งออกที่กรุงเทพฯ สำหรับข้อมูลด้านการส่งผ่านราคาในตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยต่างๆ ได้ใช้ข้อมูลเป็นรายเดือนหรือรายสัปดาห์ (กรณีไม่สามารถหาข้อมูลรายเดือนได้) ระหว่างปี พ.ศ. 2533 ถึงปี พ.ศ. 2543

1.6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.6.1 ด้านการตลาดลำไย

การจำหน่ายผลผลิตลำไยส่วนใหญ่เป็นขายแบบเหมาสวนซึ่งเป็นการตกลงการซื้อกันตั้งแต่เริ่มออกดอกหรือเหมาในระยะที่เริ่มติดผลแล้ว ส่วนที่เหลือชาวสวนเก็บมาจำหน่ายเองให้กับพ่อค้าที่

จูดรับซื้อและนอกจากนี้ยังพบว่าอีกว่า พ่อค้าท้องถิ่นส่วนใหญ่เป็นผู้เหมาสวนเพื่อนำไปจำหน่ายให้กับพ่อค้ารวบรวมทั้งภายในจังหวัดและต่างจังหวัด ผู้ส่งออก และแปรรูป ตลาดที่สำคัญในท้องถิ่น เช่น บริเวณตลาดหนองหอย ถนนสายเชียงใหม่-ลำพูน บริเวณหกแยก อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย ส่วนตลาดในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ตลาดปากคลองตลาด ตลาดมหานาค และตลาดดอนเมืองพัฒนา ตลาดในประเทศสามารถรองรับผลผลิตได้ประมาณร้อยละ 30 ของผลผลิตลำไยทั้งหมด (พงษ์ศักดิ์และคณะ, 2542) สำหรับพฤติกรรมการค้าของชาวสวนลำไยในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน พรทิพย์ (2529) พบว่าประมาณครึ่งหนึ่งนิยมการขายเหมาสวนเนื่องจากหลีกเลี่ยงปัญหาแรงงานในการเก็บเกี่ยวผลผลิตและชาวสวนมีความจำเป็นต้องการเงินด่วน

ตลาดส่งออกลำไยสดสามารถแบ่งเป็นตลาดเก่าและตลาดใหม่ ซึ่งพงษ์ศักดิ์และคณะ (2542) ได้จำแนกตลาดส่งออกลำไยไว้ดังนี้

ก) ตลาดเก่า ตลาดต่างประเทศที่สำคัญ คือ ฮองกง สิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ซึ่งตลาดเป็นตลาดดั้งเดิมในการส่งออกไปจำหน่าย ตลาดนี้สามารถรองรับผลผลิตได้ร้อยละ 80 ของการส่งออกทั้งหมด ลักษณะการส่งออกจะใช้ระบบฝากขาย (consignment) สามารถรองรับผลผลิตได้มาก แต่ราคาค่อนข้างผันผวน เนื่องจากผู้ค้าใช้อุปสงค์และอุปทานในการหนดราคาการซื้อและราคาขาย

ข) ตลาดใหม่ ได้แก่ แคนาดา อังกฤษ ฝรั่งเศส เป็นต้น ในปัจจุบันประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น เนื่องจากได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยวลำไยเพื่อการส่งออก โดยการรมด้วยซัลเฟอร์ไดออกไซด์ แล้วบรรจุในตู้คอนเทนเนอร์ปรับอากาศ ทำให้ไม่จำเป็นต้องขนส่งทางเครื่องบินเหมือนเมื่อก่อน เป็นผลให้สามารถส่งลำไยไปไกลถึงทวีปยุโรป สำหรับประเทศแคนาดาเป็นตลาดรับซื้อลำไยที่คุณภาพสูงให้ราคาดีและมีเสถียรภาพ แต่เนื่องจากประเทศนี้มีการจัดซื้อตามคำสั่งจึงรองรับผลผลิตได้ไม่มากนัก สำหรับตลาดใหม่นี้รองรับผลผลิตร้อยละ 20 ของปริมาณการส่งออกและแนวโน้มการส่งออกไปยังตลาดลักษณะนี้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

สำหรับตลาดลำไยแปรรูป พงษ์ศักดิ์และคณะ (2542) ได้จำแนกตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยแปรรูปที่สำคัญไว้ 3 ประเภทดังนี้

ก) ตลาดลำไยกระป๋อง รองรับผลผลิตได้ร้อยละ 20 ของปริมาณลำไยสด ลำไยสดที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการบรรจุกระป๋องคือ ลำไยเกรด ระหว่าง A ถึง B โดยลำไยกระป๋องส่วนใหญ่ส่งจำหน่ายต่างประเทศ ตลาดสำคัญได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย สหรัฐอเมริกา เป็นต้น

ข) ตลาดลำไยอบแห้ง ตลาดลำไยอบแห้งที่สำคัญได้แก่ ฮ่องกง เกาหลีใต้ สิงคโปร์ สาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นต้น ปัจจุบันการขยายตัวของลำไยอบแห้งเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นที่ต้องการของตลาด และผู้ผลิตสามารถพัฒนาการทำลำไยอบแห้งให้มีคุณภาพดีขึ้นกว่าเดิมทั้งในรูปลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อและลำไยอบแห้งทั้งเปลือก

ค) ตลาดลำไยแช่แข็ง ตลาดลำไยแช่แข็งที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นเพราะประเทศทั้งสอง มีนโยบายไม่เปิดตลาดผลไม้สด การส่งออกลำไยประเภทนี้ยังไม่แน่นอนมีอัตราการขยายตัว ชื่นๆ ลงๆ ในแต่ละปีและมีปริมาณน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับลำไยสดและลำไยอบแห้ง

สำหรับผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง คณิต (2541) พบว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกไปยังประเทศจีน เนื่องจากประเทศไทยมีพื้นที่เพาะปลูกลำไย พื้นที่เก็บเกี่ยวผลผลิต ปริมาณผลผลิตลำไยสด และปริมาณผลผลิตลำไยอบแห้ง มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.13, 8.47, 11.98 และ 305.04 ต่อปี ตามลำดับ และมีการขยายของลำไยและผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี นอกจากนี้ยังพบว่าประเทศไทยส่งออกลำไยอบแห้งไปสาธารณรัฐประชาชนจีน ประมาณร้อยละ 90 ของผลผลิตมวลรวม ช่วงที่การส่งออกขยายตัวมากที่สุดคือ ปี พ.ศ. 2539 - 2540 โดยในปี พ.ศ. 2538 มีปริมาณการส่งออกลำไยอบแห้งไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน 2,129 ตัน เพิ่มขึ้นเป็น 25,704 ตัน และ 36,432 ตัน ในปี พ.ศ. 2539 และ พ.ศ. 2540 ตามลำดับ

ปัญหาด้านการตลาดและการส่งออกลำไยนั้นพบปัญหาเกี่ยวกับความไม่มีคุณภาพของผลผลิต อันเนื่องมาจากการไม่มีห้องเย็นเก็บรักษาลำไยสดในช่วงที่ผลผลิตลำไยสดเข้าสู่ตลาดพร้อมๆ กัน คุณภาพของผลผลิตที่ได้ไม่มีมาตรฐานที่แน่นอนเพราะยังไม่มีข้อกำหนดมาตรฐานผลผลิตลำไยแปรรูป อันจะมีผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์ลำไยแปรรูปในระดับสากลและเป็นอุปสรรคต่อการค้าระหว่างประเทศได้ ยังพบอีกว่า การส่งออกลำไยมีปัญหาด้านการขนส่ง การกีดกันการค้าจากต่างประเทศ (ปิยาวรรณ, 2539 และรัตนาและคณะ, 2541)

สำหรับปัญหาที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมลำไยประเภทต่างๆ นั้น รัตนาและคณะ (2541) พบว่าปัญหาที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมการแปรรูปลำไยนั้นเกิดขึ้นและเกี่ยวเนื่องกันเป็นระบบ คือ ตั้งแต่ระดับเกษตรกรผู้ผลิตลำไยสด ระดับการแปรรูป และระดับตลาด ปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ผลิตลำไยสดนั้น ได้แก่ ปริมาณผลผลิตที่ไม่แน่นอน อันเนื่องมาจากลักษณะทางธรรมชาติและโรคระบาดบางชนิด ทำให้เกษตรกรและผู้เกี่ยวข้องไม่สามารถวางแผนการผลิตล่วงหน้าได้ ส่วนปัญหาที่เกิดขึ้นระดับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ลำไยซึ่งแบ่งเป็นลำไยกระป๋องและลำไยอบแห้งนั้น พบว่าปัญหาที่เกิดขึ้นในการผลิตลำไยกระป๋องคือ เรื่องการขาดแคลนแรงงานและวัตถุดิบ การขาดแคลนแรงงานเป็นการขาดแคลนแรงงานทั้งแรงงานฝีมือที่คว้านลำไยและแรงงานในขั้นตอนการคัดและบรรจุ

ส่วนด้านวัตถุดิบนั้น ได้แก่ ปริมาณลำไยที่เข้าสู่โรงงานไม่แน่นอน ซึ่งได้รับผลกระทบจากการที่มีการแปรรูปลำไยอบแห้งเพิ่มขึ้นและคุณภาพของลำไยไม่ได้มาตรฐาน ปัญหาอีกประการหนึ่งคือการขาดแคลนกระป๋องระหว่างการผลิต ปัญหาที่เกิดขึ้นเหล่านี้เป็นปัญหาที่มีผลต่อภาวะการผลิตของโรงงานลำไยกระป๋อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาวัตถุดิบและปัญหาแรงงาน ในขณะที่ปัญหาที่เกิดขึ้นกับการแปรรูปลำไยอบแห้งนั้น มาจากผู้แปรรูปส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายย่อย ปัญหาสำคัญที่เกิดขึ้นคือ การขาดแคลนเงินทุน นอกจากนี้ยังพบว่า การแปรรูปลำไยอบแห้งต้องใช้แรงงานและวัตถุดิบคือ ลำไยสดเป็นจำนวนมากเช่นเดียวกับลำไยกระป๋อง จึงเกิดปัญหาการขาดแคลนแรงงานและวัตถุดิบที่มีคุณภาพเช่นเดียวกัน และยังมีปัญหาอื่นๆ อันได้แก่ ความรู้ในการประกอบการ เตาอบลำไย และการขายผลผลิต ปัญหาที่ผู้ประกอบการต้องการให้หน่วยงานของรัฐให้ความช่วยเหลือมากที่สุดก็คือ เงินทุน เนื่องจากหากผู้ประกอบการขาดแคลนเงินทุนจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพ ปริมาณ และราคาของลำไยอบแห้งที่ขายได้ จากปัญหาต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น มีทั้งที่เป็นปัญหาที่แก้ไขได้และแก้ไขค่อนข้างยาก ปิยาวรรณ (2539) ได้กล่าวถึงปัญหาและอุปสรรคที่ควรแก้ไข ได้แก่ ปัญหาด้านการขนส่ง รถขนส่ง รถห้องเย็น การคัดเกรดให้เป็นมาตรฐานสากล การส่งออกผลผลิตที่แก่ไม่เต็มที่ และกฎระเบียบของรัฐที่เป็นอุปสรรคในการส่งออก เช่น การรายงานข้อมูลและเอกสารการส่งออกลำไยให้กระทรวงพาณิชย์ทราบควรเป็นเอกสารที่ง่ายและสะดวกต่อการกรอกข้อมูลและการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่กรมศุลกากรในการตรวจปล่อยสินค้า เป็นต้น

1.6.2 Cointegration และ Error Correction Mechanism และการประยุกต์ใช้

แนวความคิดทางเศรษฐมิติเรื่อง cointegration นี้เริ่มต้นจาก Granger (1981) ผู้ซึ่งได้พบว่า component ของเวกเตอร์ X_t จะมีคุณสมบัติ cointegrated of order d, b ซึ่งเขียนแทนด้วยสัญลักษณ์ $X_t \sim CI(d, b)$ ถ้าหาก component ของเวกเตอร์ X_t เป็น integrated of order d ซึ่งเขียนด้วยสัญลักษณ์ $I(d)$ และมีเวกเตอร์ α มีค่าไม่เป็นศูนย์ที่ทำให้ $Z_t = \alpha'X_t \sim I(d-b), b > 0$ และเราจะเรียกเวกเตอร์ α นี้ว่า cointegrating vector (Granger, 1981)

ถ้าตัวแปร 2 ตัวแปรที่มีลักษณะเป็น cointegrated กันจะมีความสัมพันธ์เชิงคุณภาพในระยะยาว เราสามารถสร้างแบบจำลอง error correction mechanism ซึ่งเป็นระบบที่แสดงให้เห็นทราบการปรับตัวระยะสั้น ๆ ของตัวแปรต่าง ๆ เพื่อเข้าสู่ดุลยภาพในระยะยาวได้ (Engle and Granger, 1987) ลักษณะโครงสร้างของแบบจำลอง error correction เป็นการนำ error term ของสมการซึ่งเป็น equilibrium error ของตัวแปรที่ cointegrated กัน มาผูกเป็นพหุคูณระยะสั้นเพื่อแสดงการปรับตัวสู่ดุลยภาพระยะยาวได้ (Gujarati, 1995)

Engle and Granger (1987) ได้ประยุกต์ใช้แบบจำลอง cointegration และ error correction เพื่อทดสอบ cointegration ระหว่างการบริโภคกับรายได้ ค่าจ้างกับอัตราดอกเบี้ย และ nominal

GNP กับ ปริมาณเงิน M1, M2 และ M3 และต่อมา Ling (1998) ยังได้ประยุกต์ใช้ในการทดสอบ การส่งผ่านราคาทุ้งอุตสาหกรรมในประเทศไทยและอินโดนีเซียไปยังผู้ค้าส่งไปยังประเทศญี่ปุ่น

ในประเทศไทยนั้น รังสรรค์ (2538) ได้ประยุกต์ใช้กับแบบจำลองเศรษฐศาสตร์มหภาคของ ไทย ผลการศึกษาพบว่าเทคนิคนี้มีความเหมาะสมกับแบบจำลองเศรษฐศาสตร์มหภาคของไทย เนื่องจากข้อมูลตัวแปรด้านเศรษฐศาสตร์มหภาคของไทยมีลักษณะเป็น nonstationary process

การประยุกต์ใช้แบบจำลอง cointegration และ ECM ในทางการเกษตรของประเทศไทย สมพร (2542) ได้นำมาทดสอบความเชื่อมโยงของราคาในตลาดกลางและตลาดท้องถิ่นของกระทู้ ปลาในประเทศไทย เพื่อนำไปหาข้อสรุปว่าตลาดท้องถิ่นหนึ่งจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาเหนือ กว่าตลาดท้องถิ่นอื่น ๆ หรือไม่ อย่างไร

ผลจากการศึกษา forward และ backward price transmission ระหว่างตลาดผู้ค้าส่งใน ประเทศไทยและอินโดนีเซียไปยังผู้ค้าส่งไปยังประเทศญี่ปุ่นของ Ling (1998) ได้เป็นพื้นฐานให้ ทรงศักดิ์และอารี (2542) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมส่งผ่านราคาทุ้งอุตสาหกรรมระหว่างตลาดค้าส่งโต เกี่ยวกับตลาดผู้ค้าส่งในประเทศไทยอีกครั้งโดยปรับแบบจำลองการส่งผ่านราคาของ Ling (1998) ด้วยการรวมเอาตัวแปรความเสี่ยงหรือความผันผวนของราคาอันเนื่องมาจากพฤติกรรม การเปลี่ยนแปลงราคาของพ่อค้าเพื่อประกันความเสี่ยงมาเป็นตัวแปรอิสระรวมด้วยซึ่งจะทำให้ลดการ เกิด bias ในการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ