

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศกำลังพัฒนา การพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้า จำเป็นต้องอาศัยกิจกรรมทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ เพื่อช่วยให้การใช้ทรัพยากรและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น กิจกรรมที่มีความสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศอย่างหนึ่งคือ ภาคการส่งออก จากตารางที่ 1 สถิติการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2540 ถึง 2551 มีแนวโน้มมูลค่าการส่งออกและอัตราการขยายตัวทางการส่งออกของประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น ภาคการส่งออกจึงถือได้ว่ามีบทบาทสำคัญต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทย

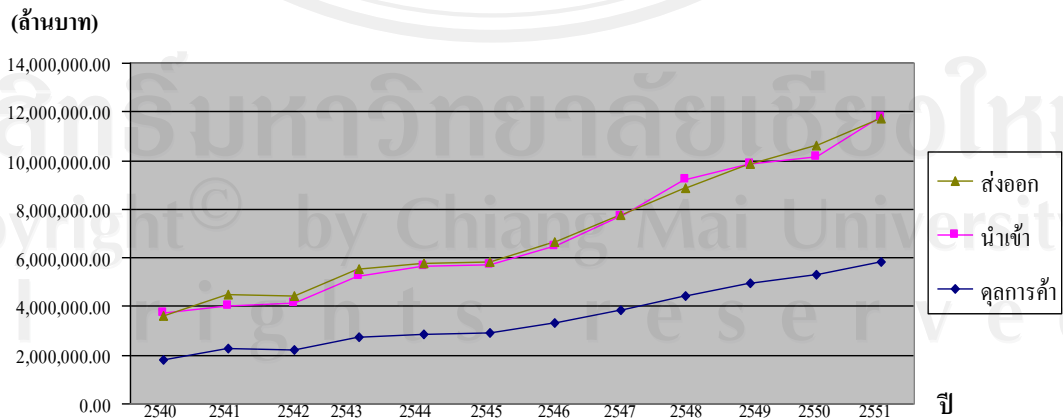
ตารางที่ 1.1 สถิติการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2540 ถึง 2551

ปี	มูลค่า: ล้านบาท				อัตราการขยายตัว: ร้อยละ			
	มูลค่าการค้า	ส่งออก	นำเข้า	ดุลการค้า	มูลค่าการค้า	ส่งออก	นำเข้า	ดุลการค้า
2540	3,730,945.1	1,806,682.0	1,924,263.1	-117,581.2	15.0	28.0	5.0	-72.1
2541	4,022,155.8	2,248,089.4	1,774,066.4	474,023.1	7.8	24.4	-7.8	-
2542	4,121,639.3	2,214,248.7	1,907,390.6	306,858.1	2.5	-1.5	7.5	-35.3
2543	5,262,197.9	2,768,064.8	2,494,133.1	273,931.7	27.7	25.0	30.8	-10.7
2544	5,633,665.5	2,884,703.9	2,748,961.6	135,742.3	7.1	4.2	10.2	-50.4
2545	5,698,833.5	2,923,941.4	2,774,892.1	149,049.2	1.2	1.4	0.9	9.8
2546	6,464,406.0	3,325,630.1	3,138,775.9	186,854.3	13.4	13.7	13.1	25.4
2547	7,674,756.1	3,873,689.6	3,801,066.6	72,623.0	18.7	16.5	21.1	-61.1
2548	9,192,715.6	4,438,691.0	4,754,024.6	-315,333.6	19.8	14.6	25.1	-
2549	9,880,294.8	4,937,372.2	4,942,922.5	-5,550.3	7.5	11.2	4.0	-98.2
2550	10,172,305.6	5,302,119.2	4,870,186.4	431,932.8	3.0	7.4	-1.5	-
2551	11,797,636.3	5,853,628.5	5,944,007.8	-90,379.3	16.0	10.4	22.0	-

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์
โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร ปี พ.ศ. 2540 – 2551

รูปที่ 1.1 แสดงมูลค่าการส่งออกและนำเข้าของประเทศไทยรายปี ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2540 ถึง 2551

มูลค่าการส่งออกนำเข้ารายปีจากปี พ.ศ. 2540 ถึง 2551



ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์
โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร ปี พ.ศ. 2540 – 2551

เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม กลุ่มสินค้าที่ได้จากทรัพยากรทางการเกษตร เช่น ข้าว ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ข้าวโพด รวมถึงผักและผลไม้ต่างๆ เป็นต้น ยังคงเป็นสินค้าส่งออกสำคัญของประเทศและถือเป็นสินค้าที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิต ดังตารางที่ 2 จากสถิติมูลค่าการส่งออกและนำเข้าสินค้าเกษตรของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2545 ถึง 2551 มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น ซึ่งผลไม้และผลิตภัณฑ์จากผลไม้ก็จัดเป็นสินค้าส่งออกประเภทหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศ เนื่องจากผลไม้เป็นสินค้าเกษตรตามฤดูกาลและให้ผลผลิตตลอดทั้งปี ดังนั้นจึงมีความน่าสนใจในการสนับสนุนและพัฒนาด้านการส่งออก โดยเกษตรกรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้พยายามปรับปรุงพันธุ์และพัฒนาคุณภาพของผลผลิตให้ได้มาตรฐานของตลาดส่งออกมากยิ่งขึ้น ผลไม้ส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย เช่นทุเรียน ลำไย มังคุด มะม่วง สับปะรด เป็นต้น ส่วนผลิตภัณฑ์จากผลไม้ประกอบด้วย ผลไม้กระป๋อง ผลไม้แปรรูป และน้ำผลไม้ จากตารางที่ 3 โดยมีสถิติปริมาณและมูลค่าส่งออกผลไม้และผลิตภัณฑ์ระหว่างปี พ.ศ. 2549 ถึง 2551 ประเทศไทยส่งออกผลไม้และผลิตภัณฑ์ในรูปแบบผลไม้สดแช่เย็น แช่แข็ง ผลไม้แห้งและ ผลไม้กระป๋องและแปรรูปปริมาณ 1,848,774 ตันในปี พ.ศ. 2549 คิดเป็นมูลค่า 50,818 ล้านบาท และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปีทั้งปริมาณและมูลค่า โดยตลาดส่งออกผลไม้และผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ จากตารางที่ 4 ตลาดส่งออกสินค้าผลไม้สดแช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง 5 อันดับแรกของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2549 ถึง 2551 โดยส่งออกไป จีน ฮองกง อินโดนีเซีย สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น จากตารางที่ 5 ตลาดส่งออกสินค้าผลไม้กระป๋องและแปรรูป 5 อันดับแรกของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2549 ถึง 2551 โดยส่งออกไป สหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ ญี่ปุ่น เยอรมนี และแคนาดา ถึงแม้ว่าอุปสรรคในการส่งออกผลไม้จะมีหลายประการ เช่น ความเข้มงวดในการตรวจสอบสารเคมีตกค้างในผลไม้ การกำหนดโควตาการนำเข้าสินค้าจากประเทศคู่ค้า การเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม ปัญหาราคาผลไม้ตกต่ำในช่วงที่มีผลผลิตออกมาก การแข็งค่าของค่าเงินบาท เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามโดยภาพรวมแล้วการส่งออกผลไม้และผลิตภัณฑ์จากผลไม้ยังคงมีอัตราการส่งออกขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยเกื้อหนุนหลายประการ ทั้งจากการผลักดันนโยบายยุทธศาสตร์ผลไม้ไทยสู่ตลาดโลกของภาครัฐ และการที่ไทยอาศัยโอกาสการเปิดเขตการค้าเสรี FTA กับประเทศต่างๆ โดยเฉพาะการเปิดเขตการค้าเสรีภายใต้ความตกลงระหว่างอาเซียนกับจีน การเจรจาความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจไทยและญี่ปุ่น (JTEPA) การเปิดตลาดผลไม้ในตลาดสหรัฐฯ และการที่สหรัฐฯประกาศยกเลิกมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด AD เป็นต้น

ตารางที่ 1.2 มูลค่าการส่งออกและนำเข้าสินค้าเกษตรของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2545 ถึง 2551

ปี	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551
ส่งออก (ล้านบาท)	694,402.7	804,349.2	883,177.4	936,519.4	1,071,543.0	1,128,658.4	1,339,411.6
นำเข้า (ล้านบาท)	325,961.3	363,373.6	398,356.1	437,576.2	434,540.7	456,887.6	584,124.3

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร โดยความร่วมมือของ กรมศุลกากร ปี พ.ศ. 2545 - 2551

ตารางที่ 1.3 ปริมาณและมูลค่าส่งออกผลไม้และผลิตภัณฑ์ของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2549 ถึง 2551

รายการ	2549		2550		2551		Δ%2551/2550	
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
ผลไม้สดแช่เย็น แช่แข็งและแห้ง	583,314	12,038.63	703,322	13,200.08	725,754	13,589.29	3.19	2.95
ผลไม้สด แช่เย็น	415,622	7,916.96	482,551	8,270.60	539,475	9,032.73	11.80	9.21
ผลไม้แช่แข็ง	29,144	1,185.36	31,704	1,217.92	26,739	1,002.63	-15.66	-17.68
ผลไม้แห้ง	99,843	2,519.10	146,553	3,220.47	121,943	3,021.16	-16.79	-6.19
ผลไม้อื่นๆ	38,705	417.21	42,514	49.09	37,597	532.77	-11.57	8.49
ผลไม้กระป๋อง และแปรรูป	1,265,460	38,779.71	1,141,773	38,319.16	1,221,779	44,792.82	7.01	16.89
ผลไม้กระป๋อง	763,703	19,581.58	673,317	19,231.67	718,761	23,618.26	6.75	22.81
ผลไม้แปรรูป	190,772	10,478.08	197,199	11,181	204,172	11,615.24	3.54	3.88
น้ำผลไม้	310,985	8,720.05	271,257	7,906.49	298,846	9,559.32	10.17	20.90
ผลไม้และ ผลิตภัณฑ์	1,848,774	50,818	1,845,095	51,519	1,947,533	58,382	5.55	13.32

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร ปี พ.ศ. 2549 - 2551

ตารางที่ 1.4 ตลาดส่งออกสินค้าผลไม้สดแช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง 5 อันดับแรกของประเทศไทย
ใน ปี พ.ศ. 2549 ถึง 2551

ประเทศ	2549	2550	2551	$\Delta\%2551/2550$	สัดส่วน%
	มูลค่า (ล้านบาท)	มูลค่า (ล้านบาท)	มูลค่า (ล้านบาท)		
โลก	12,039	13,200	13,589	2.95	100.00
จีน	3,731.69	4,376.53	4,941.57	12.91	36.36
ฮ่องกง	1,408.00	2,415.00	2,262.00	5	16.65
อินโดนีเซีย	1,209.23	1,258.07	1,185.67	-5.75	8.73
สหรัฐอเมริกา	781.42	992.53	1,061.28	6.93	7.81
ญี่ปุ่น	659.25	672.38	650.37	-3.27	4.79
อื่นๆ	4,248.68	3,485.55	3,488.14	0	25.66

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์
โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร ปี พ.ศ. 2549 - 2551

ตารางที่ 1.5 ตลาดส่งออกสินค้าผลไม้กระป๋องและแปรรูป 5 อันดับแรกของประเทศไทยในปี
พ.ศ. 2549 ถึง 2551

ประเทศ	2549	2550	2551	$\Delta\%2551/2550$	สัดส่วน%
	มูลค่า (ล้านบาท)	มูลค่า (ล้านบาท)	มูลค่า (ล้านบาท)		
โลก	38,780	38,319	44,793	16.89	100.00
สหรัฐอเมริกา	14,562.82	14,441.07	14,893.76	12.91	33.25
เนเธอร์แลนด์	3,761.00	2,986.00	3,673.00	5.47	8.21
ญี่ปุ่น	1,935.91	1,813.68	2,563.95	6.93	5.72
เยอรมนี	1,668.71	1,778.07	2,005.03	-5.75	4.48
แคนาดา	1,077.37	1,183.27	1,480.96	-3.27	3.31
อื่นๆ	15,773.81	16,116.77	20,175.77	25.18	45.03

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์
โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร ปี พ.ศ. 2549 - 2551

ในที่นี้จะพิจารณาตลาดส่งออกผลไม้ที่น่าสนใจของประเทศไทย ดังนี้คือ

ตลาดส่งออกผลไม้และผลิตภัณฑ์ในประเทศจีน

ตลาดผลไม้สดในประเทศจีนถือว่าเป็นตลาดที่น่าสนใจสำหรับผู้ส่งออกผลไม้ของไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังจากไทยและจีนลงนามในความตกลงเปิดเสรี (FTA) สำหรับสินค้าผักและผลไม้ พิกัด 07-08 ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2546 โดยผลไม้ที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคชาวจีนคือ ลำไย ลิ้นจี่ ทุเรียน มะม่วง มังคุด และกล้วย แต่ก่อนที่ผู้ส่งออกจะเข้าไปตลาดจีน ต้องศึกษาตลาดให้รอบคอบเนื่องจากประเทศจีนเป็นตลาดที่มีมาตรการกีดกันทางการค้าสูงมาก ทำให้สินค้าผลไม้สดที่ส่งเข้าประเทศจีนในช่วง ปีที่ผ่านมาต้องประสบปัญหามากมาย ทั้งมาตรฐานสุขอนามัยที่เข้มงวด นอกจากนี้ในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมาประเทศจีนปรับเปลี่ยนระบบเพื่อรองรับการเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคก็มีการปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยใหม่ จะเห็นได้จากคนจีนในยุคนี้นิยมรับประทานอาหารกึ่งสำเร็จรูป (ready to eat) ในซูเปอร์มาร์เก็ตซึ่งมีการวางขายหลายยี่ห้อ สำหรับผลไม้ไทยที่ส่งออกไปยังประเทศจีนนั้น ถึงแม้จะไม่เสียภาษีนำเข้า แต่รัฐบาลจีนยังเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 13 และหากส่งผ่านมณฑลใดจะต้องศึกษากฎระเบียบของมณฑลนั้นด้วย เช่น มณฑลกว่างตุง ผู้นำเข้าต้องมีใบอนุญาตการนำเข้าผลไม้จาก AQSIQ ต้องใช้เวลา 30-40 วัน นอกจากนี้ในกรณีส่งออกลำไยไทยมายังจีน ต้องระวังปัญหาสารเคมีตกค้าง ซึ่งตามระเบียบของจีนสารตกค้างซัลเฟอร์ไดออกไซด์ในลำไยต้องไม่เกิน 50 พีพีเอ็ม ในด้านการชำระค่าสินค้านั้น ส่วนใหญ่จะเป็นวิธีฝากขาย โดยราคาสินค้านั้นๆ จะขึ้นอยู่กับสถานะตลาด และต้องเสียค่าธรรมเนียมฝากขายประมาณ 3-5 หยวน/กล่องผลไม้ (น้ำหนักประมาณ 10 กิโลกรัม) ซึ่งการชำระเงินทางผู้นำเข้าจะโอนเงินให้ผู้ส่งออกไทยเป็นงวดๆ ดังนั้นผู้ส่งออกไทยต้องมีความคุ้นเคยหรือสนิทสนมกับผู้นำเข้าในระดับหนึ่ง มิเช่นนั้นโอกาสที่จะขาดทุนมีสูง ดังนั้นผู้ส่งออกที่ต้องการส่งออกผลไม้ไปจีนต้องคำนึงถึงปัจจัยทั้งในแง่พฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งในแต่ละเมืองจะแตกต่างกัน และที่สำคัญคือต้องศึกษากฎระเบียบทั้งในระดับประเทศและระดับเมืองให้ละเอียดก่อนจะส่งผลไม้เข้าไปเจาะตลาดจีน

ตลาดส่งออกผลไม้และผลิตภัณฑ์ในประเทศอินเดีย

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาประเทศอินเดียเป็นหนึ่งในตลาดส่งออกที่สำคัญของไทยในภูมิภาคเอเชีย เนื่องจากเป็นประเทศที่มีจำนวนประชากรมากเป็นอันดับ 2 ของโลกรองจากประเทศจีน มูลค่าส่งออกและนำเข้าสินค้านี้ระหว่างประเทศมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยประเทศไทยและประเทศอินเดียได้ทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี(เอฟทีเอ)ระหว่างกันเพื่อลดอุปสรรคทางการค้า ในการเปิดเสรีทางการค้าสินค้านั้น ได้มีการแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่งการเร่งลดภาษีสินค้าบางส่วนทันที (Early Harvest Products : ESPs) และส่วนที่สองการลดภาษีสินค้าทั่วไป

ในส่วนของการเร่งลดภาษีสินค้าบางส่วนทันทีที่ Early Harvest Products : ESPs) จะมีการทยอยลดภาษีลงในอัตรา ร้อยละ 50 ร้อยละ 75 และร้อยละ 100 ของอัตรารายปีฐาน (ณ วันที่ 1 มกราคม 2547) โดยเริ่มต้นจะลดภาษีในอัตราร้อยละ 50 ในระหว่างวันที่ กันยายน 2548 - 31 สิงหาคม 2549 และสุดท้ายจะลดภาษีลงในอัตราร้อยละ 100 หรืออัตรารายปีจะเหลือ 0% ในวันที่ 1 กันยายน ทั้งนี้สินค้าที่จะได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรภายใต้ลดภาษีสินค้าบางส่วนที่ (Early Harvest Products : ESPs) ต้องเป็นไปตามกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า (Wholly Obtained) ตามเกณฑ์ที่ทั้งสองประเทศได้มีการตกลงกันไว้ คือ ต้องเป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นโดยใช้วัตถุดิบภายในประเทศทั้งหมดหรือเป็นสินค้าที่ผลิตในประเทศไทยหรือประเทศอินเดีย มีการนำเข้าวัตถุดิบจากแหล่งอื่นไม่เกินกว่าที่กำหนดไว้ โดยมีการเปลี่ยนแปลง พิกัดศุลกากรในระดับที่กำหนดไว้ และมีสัดส่วนมูลค่าเพิ่มของวัสดุในประเทศตามที่กำหนด (Local Value Added Content : LVAC) ซึ่งจะใช้ในการชั่วคราวและจะยกเลิกเมื่อมีการบังคับใช้ฉบับถาวรภายใต้เกณฑ์การเร่งลดภาษีสินค้าบางส่วนทันที มีสินค้าทั้งหมดจำนวน 82 รายการที่จะเริ่มลดภาษีระหว่างกัน ในจำนวนนี้เป็นสินค้าที่อยู่ในหมวดเกษตรและอาหารอยู่ 11 รายการ ได้แก่ มังคุด มะม่วงสด องุ่นสด แอปเปิ้ลทุเรียนสด เงาะ ลำไย และทับทิมสด ข้าวสาลีดูรัม ข้าวสาลีอื่นๆ สินค้าทั้ง 7 รายการนี้อยู่ในกลุ่มสินค้าเร่งลดภาษีและอยู่ภายใต้เกณฑ์แหล่งกำเนิดสินค้า (Wholly Obtained) โดยต้องเป็นสินค้าที่เพาะปลูกและเก็บเกี่ยว ในประเทศเท่านั้น นอกจากนี้ยังมีสินค้าอีก 4 รายการ ซึ่งอยู่ภายใต้เกณฑ์การเร่งลดภาษีบางส่วนทันที ที่มีการเปลี่ยนแปลงพิกัดศุลกากรและมีสัดส่วนมูลค่าเพิ่มของวัสดุในประเทศ (Local Value Added Content) ซึ่งได้แก่ ปลาแชลมอนทั้งตัว หรือเป็นชิ้นแต่ไม่บด ที่มีสัดส่วนมูลค่าเพิ่มของ วัสดุในประเทศไม่น้อยกว่า 20 % ปลาซาร์ดีนและ ปลาซาร์ดีนเนลล่าและปลาบรอสลิงหรือปลาสแปรต ปลาแมกเคลเรล ทั้งตัวหรือเป็นชิ้นแต่ไม่บด ปูที่ปรุงแต่งหรือทำให้ไม่ให้เสีย สินค้าทั้ง 3 รายการ นี้มีสัดส่วนมูลค่าเพิ่มของวัสดุในประเทศไม่น้อยกว่า 30 % หลังจากที่ข้อตกลงเขตการค้าเสรีไทย-อินเดีย มีผลบังคับใช้ ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2547 ส่งผลให้การค้าสินค้าในกลุ่มเกษตรและอาหารไทยขยายตัวเพิ่มขึ้นด้วย

ตลาดส่งออกผลไม้และผลิตภัณฑ์ในสหภาพยุโรป

สหภาพยุโรป (European Union : EU) เป็นตลาดผลไม้อบแห้งที่น่าสนใจแห่งนี้ด้วยปริมาณนำเข้าผลไม้อบแห้งสูงถึง 762,000 ตัน คิดเป็นมูลค่า 1,200 ล้านยูโร ในปี 2549 อัตรากาขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 8 ต่อปี เมื่อประกอบกับแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมอาหารที่มีผลไม้อบแห้งเป็นส่วนประกอบ โดยเฉพาะอาหารเซ้าที่มีส่วนผสมของธัญพืชผลิตภัณฑ์เบเกอรี่และขนมขบเคี้ยวซึ่งมีมูลค่าตลาดสูงถึง 45,9 00 ล้านยูโร เพื่อทดแทนอาหารมือหลักขณะที่การผลิตผลไม้อบแห้งในสหภาพยุโรป ซึ่งปัจจุบันมีเพียงราว 270,000 ตันยังไม่เพียงพอต่อความต้องการจึงเป็นโอกาสของประเทศไทยใน

การส่งออกผลไม้อบแห้งไปสหภาพยุโรป โดยเฉพาะมะม่วงอบแห้งมะละกออบแห้งและมะขามอบแห้งซึ่งเป็นผลไม้อบแห้งเขต ร้อนที่เริ่มเป็นที่รู้จักและนิยมรับประทานมากขึ้นในสหภาพยุโรป สำหรับข้อมูลที่น่าสนใจของตลาดผลไม้อบแห้งในสหภาพยุโรป มีดังนี้

การบริโภคครัวเรือนร้อยละ 80 ของปริมาณการบริโภคผลไม้อบแห้งทั้งหมดของสหภาพยุโรป เป็นของกลุ่มผู้ผลิตในอุตสาหกรรมอาหารที่มีผลไม้อบแห้งเป็นส่วนประกอบโดยโรงงานส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในอังกฤษเยอรมนีฝรั่งเศส และอิตาลีขณะที่อีกร้อยละ 20 เป็นผู้บริโภคในสหภาพยุโรป ซึ่งชื่นชอบผลไม้อบแห้งพร้อมรับประทาน อาทิ ลูกเกด และ ลูกพรุนอบแห้ง และมีวางจำหน่ายในร้านค้าปลีกและร้านอาหารเพื่อสุขภาพ นอกจากนี้ผลไม้อบแห้งอินทรีย์ซึ่งผลิตจากผลไม้ที่ปลูกด้วยดินที่ไม่ใช้ปุ๋ยเคมีรวมทั้งมีกระบวนการผลิตที่ไม่ใช้สารเคมีก็เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมสูงในกลุ่มผู้บริโภคในสหภาพยุโรป

ส่วนแบ่งตลาดผลไม้อบแห้งที่สหภาพยุโรปนำเข้าส่วนใหญ่คือ ลูกเกดลูกพรุนและอินทผลัมอบแห้ง มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 49 ของมูลค่านำเข้าผลไม้อบแห้งทั้งหมด โดยในปี 2549 พบว่าประเทศไทยครองส่วนแบ่งตลาดผลไม้อบแห้งเขตร้อน โดยเฉพาะมะขามอบแห้งสูงสุดถึงร้อยละ 57 อัตราภาษีนำเข้า สหภาพยุโรปให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป (Generalized System of Preferences : GSP) แก่ผลไม้อบแห้งนำเข้าบางรายการจากประเทศไทย ทำให้ปัจจุบันประเทศไทยเสียภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 0-12.5 อาทิ กล้วยอบแห้งมีอัตราภาษีนำเข้าร้อยละ 12.5 มะละกออบแห้งร้อยละ 0 และมะขามอบแห้งร้อยละ 0

แนวโน้มการส่งออก

คาดว่าในปี 2552 การส่งออกผลไม้จะขยายตัวมากขึ้น เนื่องจากได้มีการทำข้อตกลงการจัดตั้งเขตการค้าเสรีกับประเทศต่าง ๆ เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน อินเดีย ญี่ปุ่น และออสเตรเลีย เป็นต้น โดยการลดภาษีให้เหลือศูนย์ รวมถึงสหรัฐอเมริกา อนุญาตให้นำเข้าผลไม้สดของไทย 6 ชนิด ได้แก่ มะม่วง สับปะรด เงาะ ลิ้นจี่ มังคุด และลำไย โดยผ่านการฉายรังสี เพื่อป้องกันการแพร่ขยายของศัตรูพืช เข้าไปจำหน่ายในสหรัฐอเมริกาได้

เนื่องจากแต่ละประเทศมีการใช้สกุลเงินที่แตกต่างกัน ในการทำการค้าระหว่างประเทศ ดังนั้นระบบการเงินระหว่างประเทศจึงมีบทบาทสำคัญต่อการทำการค้า อัตราแลกเปลี่ยนของเงินจึงมีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวกลางในการแปลงราคาสินค้าของประเทศไทยในรูปเงินบาทให้เป็นราคาสินค้าในรูปราคาสินค้าต่างประเทศและแปลงราคาสินค้าของต่างประเทศให้เป็นราคาสินค้าในรูปเงินบาท จากวิวัฒนาการของระบบอัตราแลกเปลี่ยนของประเทศไทยจากระบบอัตราแลกเปลี่ยนแบบตะกร้าเงิน ที่ค่าเงินบาทต้องอิงเงินหลายสกุลด้วยกัน การที่ต้องอิงเงินหลายสกุลนั้นทำให้เงิน

บาทมีเสถียรภาพค่อนข้างมาก และมีความผันผวนค่อนข้างน้อยซึ่งมีการใช้ระบบตะกร้าเงินมานานกว่า 10 ปี จนมาถึงปี 2540 เกิดปัญหาเนื่องจากกลไกทำให้ค่าเงินบาทมีความแข็งค่ากว่าที่ควรจะเป็นส่งผลให้มีการเข้ามาเก็งกำไรและมีการโจมตีค่าเงินบาท ทำให้ต้องมีการป้องกัน และต้องสูญเสียเงินทุนสำรองระหว่างประเทศไปบางส่วน จึงเป็นเหตุผลในการประกาศเปลี่ยนแปลงระบบอัตราแลกเปลี่ยนเป็นระบบลอยตัวที่มีการจัดการ โดยค่าเงินบาทจะเป็นไปตามกลไกของความต้องการและกลไกของปริมาณเงินในระบบ หรือเรียกว่า อุปสงค์ อุปทานจะเป็นตัวกำหนดว่าค่าเงินบาทจะเป็นอัตราเท่าใดหลังจากวันที่ 2 กรกฎาคม 2540 ค่าเงินบาทก็อ่อนลงในช่วงนั้น โดยอ่อนไปถึงระดับ 90 กว่าบาทต่อดอลลาร์สหรัฐแต่ก็สามารถปรับแข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่อง และล่าสุดอยู่ที่ 34 บาทกว่าๆต่อดอลลาร์สหรัฐจากการเปลี่ยนแปลงนี้บ่งชี้ได้ว่าค่าเงินบาทดีขึ้น จากการที่เศรษฐกิจเริ่มดีขึ้น ด้วยเงินทุนสำรองระหว่างประเทศที่มากขึ้นเป็นลำดับ นำมาซึ่งความมั่นคงทางเศรษฐกิจการที่ดีขึ้น การส่งออกก็มากขึ้น สุดท้ายคือ ขาดดุลบัญชีเดินสะพัดน้อยลง(กรมประชาสัมพันธ์, 2550) ดังนั้นความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนและเสถียรภาพของค่าเงินบาทจึงมีบทบาทสำคัญต่อศักยภาพในแข่งขันทางการค้าในการส่งออก

จึงมีความน่าสนใจที่จะศึกษาเรื่องผลกระทบของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศต่อมูลค่าการส่งออกผลไม้ของไทย เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจแบบเปิดเป้าหมายสำคัญของรัฐบาล คือ มีดุลการชำระเงินเกินดุลซึ่งอัตราแลกเปลี่ยนมีบทบาทสำคัญต่อการบรรลุเป้าหมายนี้เนื่องจากเมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของไทยกับต่างประเทศเปลี่ยนแปลงไปให้ราคาสินค้าและบริการของไทยเมื่อเทียบเป็นเงินตราต่างประเทศเปลี่ยนแปลงด้วย ดังนั้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อการค้าและการเงินระหว่างประเทศเพื่อให้ประเทศบรรลุเป้าหมายทางเศรษฐกิจ และสามารถแข่งขันทางการค้ากับประเทศคู่ค้าได้

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1.2.1 เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่แท้จริงที่มีต่อการส่งออกผลไม้และผลิตภัณฑ์ของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้า

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.3.1 เพื่อทราบถึงผลกระทบของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่แท้จริงที่มีต่อการส่งออกผลไม้และผลิตภัณฑ์ของประเทศไทย
- 1.3.2 เพื่อเป็นประโยชน์ต่อภาครัฐและเอกชน ในการนำไปใช้ปรับปรุงนโยบายเกี่ยวกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและการส่งออกผลไม้และผลิตภัณฑ์ของประเทศไทย
- 1.3.3 เพื่อให้ให้นักศึกษาและผู้ที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเพิ่มเติมต่อไปในอนาคต

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าขอบเขตของการศึกษาดังนี้คือ ศึกษามูลค่าการส่งออกผลไม้และผลิตภัณฑ์ โดยเลือกศึกษาจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศคู่ค้าในการส่งออกผลไม้และผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ 3 ประเทศ คือ จีน สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา โดยใช้ข้อมูลรายเดือนครอบคลุมตั้งแต่เดือนมกราคมปี พ.ศ.2544 ถึง เดือนมีนาคมปี พ.ศ.2552 รวมทั้งหมด 99 เดือน