



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ "การพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยส่งออก" Development of Export Markets for Longan Products

เรื่อง
ระบบตลาดที่เชื่อมโยงกับระบบผลิตผลิตภัณฑ์ลำไยภายในประเทศ

โดย
รองศาสตราจารย์วรุณ ศรีเกษมรักษ์ และคณะ

30 กันยายน 2546

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์



โครงการ "การพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยส่งออก"
Development of Export Markets for Longan Products

เรื่อง

ระบบตลาดที่เชื่อมโยงกับระบบผลิตผลิตภัณฑ์ลำไยภายในประเทศ

คณะผู้วิจัย

สังกัด

- | | |
|---|---|
| 1. รองศาสตราจารย์วรุณ ศรีเจษฎารักษ์ | ภาควิชาเทคโนโลยีอาหาร คณะเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยขอนแก่น |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญศรี เจริญวานิช | ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยขอนแก่น |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา ตันติประภา | ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 4. นายสายณรงค์ รसानนท์ | ประธานชมรมผู้ปลูกลำไย |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์วรรณ งามศักดิ์ | ภาควิชาเทคโนโลยีอาหาร คณะเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยขอนแก่น |
| 6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษม นันทชัย | ภาควิชาเทคโนโลยีอาหาร คณะเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยขอนแก่น |

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และสำเร็จลุล่วงด้วยดี ส่งผลให้ผลการวิจัยสามารถเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยส่งออก ทั้งนี้เพราะได้รับการสนับสนุนโอกาสและทุนในการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย และรับคำชี้แนะในการดำเนินงานพร้อมขวัญและกำลังใจจากผู้ประสานงานชุดโครงการวิจัยคือ รองศาสตราจารย์ ดร.ดนัย บุญเกียรติ นอกจากนี้ยังได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากเจ้าหน้าที่จากภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น กรมส่งเสริมการส่งออก กรมการค้าต่างประเทศ กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ กรมวิชาการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ศูนย์ผลักดันสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออก (ศกอ.) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร บริษัทเอกชน (ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ผู้ส่งออก ผู้นำเข้า) สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ ตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังปรากฏรายละเอียดในภาคผนวกดังกล่าว รวมทั้งผู้ช่วยนักวิจัยซึ่งประกอบด้วย นางสาว เปรมฤดี จิตรเกื้อกูล นางสาวนุชจิรา ปัทมธรรมกุล และนางอรัญญา เจริญวานิช ที่ได้ช่วยเหลือในการจัดทำข้อมูลตรวจสอบข้อมูล และจัดทำรายงานผลการวิจัยในครั้งนี้ให้เสร็จสมบูรณ์ทุกประการ

คณะผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.) ที่ให้ทุนสนับสนุน และใคร่ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งเป็นหน่วยงานต้นสังกัดของนักวิจัยในโครงการฯ รวมทั้งผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่ได้ให้ความร่วมมือและให้ความอนุเคราะห์จนทำให้โครงการวิจัยนี้บรรลุผลสำเร็จด้วยดีทุกประการ

คณะผู้วิจัย

กันยายน 2546

คำนำ

การวิจัยเรื่อง “ระบบตลาดที่เชื่อมโยงกับระบบผลิตผลิตภัณฑ์ลำไยภายในประเทศ” นี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อทราบระบบการผลิตและตลาดที่เชื่อมโยงของผลิตภัณฑ์ลำไยภายในประเทศ ซึ่งจะมีการเชื่อมโยงสู่ตลาดเป้าหมายเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาตลาดการสินค้าผลิตภัณฑ์ลำไยเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในตลาดเป้าหมาย

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ เนื่องจากได้รับความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามตามสถานที่ต่างๆ ที่ได้เสียสละเวลาให้ข้อมูลให้สัมภาษณ์และกรอกแบบสอบถาม

คณะผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง หากมีสิ่งใดบกพร่องหรือผิดพลาดประการใด คณะผู้วิจัยใคร่ขอน้อมรับทุกประการ

คณะผู้วิจัย

กันยายน 2546

บทสรุปผู้บริหาร

ระบบตลาดที่เชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ลำไยภายในประเทศ พบว่า ผลผลิตในอดีต (2534-2543) โดยเฉพาะปีพ.ศ. 2543 มีการนำเทคโนโลยีการปลูกให้ลำไยออกนอกฤดู โดยใช้สารโปรดัสเทียมคลอเรต และมีการขยายพื้นที่ปลูก ทำให้ผลผลิตลำไย ปีพ.ศ. 2543 มีปริมาณสูงถึง 374,459 ตันโดยผลผลิตภาคเหนือมากกว่า 90% ลำไยสดทั้งหมดของประเทศจะนำมาบริโภคภายในประเทศ 18.69% ของผลผลิต (70,025 ตัน) ที่เหลือส่งออกโดยเฉพาะ โดยคิดเป็นลำไยสด 105,387 ตัน และลำไยแปรรูป 197,047 ตัน คิดเป็น 28.14% และ 53.16% ตามลำดับ จากผลผลิตที่มากทำให้ราคาลำไยตกต่ำ ดังนั้นรัฐบาลจึงให้การสนับสนุนเดอบเพื่อการแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งทั้งเปลือกเพื่อแก้ปัญหาราคาลำไยตกต่ำ จึงทำให้ปริมาณการส่งออกลำไยอบแห้งทั้งเปลือกมีปริมาณสูงและยังมีส่วนยังไม่ได้จำหน่ายออก จึงส่งต่อปีพ.ศ. 2544 ซึ่งมีผลผลิตลำไยไม่เพิ่ม แต่มีลำไยอบแห้งทั้งเปลือกที่รอการจำหน่ายเป็นจำนวนมาก เกษตรกรจึงจำหน่ายลำไยสดจึงจะได้ราคาดีกว่าโดยปีพ.ศ. 2544 รัฐบาลไม่มีนโยบายประกันราคาลำไยอบแห้งทั้งเปลือก แต่ปีพ.ศ. 2545 รัฐบาลมีนโยบายประกันราคาลำไยอบแห้งทั้งเปลือก เกษตรกรส่วนใหญ่จะนำมาแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งทั้งเปลือกซึ่งได้ราคาดีกว่า ดังนั้น ปีพ.ศ. 2543-2545 จะพบว่ารัฐบาลจะมีนโยบายพยุงราคาลำไยในช่วงมีผลผลิตมาก ส่งผลต่อกลไกตลาด โดยเฉพาะผลผลิตและความต้องการ (Demand & Supply) ที่ไม่ได้ดำเนินไปตามตลาดสภาวะปกติ ดังนั้นการติดตามอุปสงค์ของตลาด โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศที่เป็นแหล่งการกระจายผลผลิตที่สำคัญของประเทศ จะถือว่าเป็นเป้าหมายสำคัญในการผลิตลำไย ให้ประสบความสำเร็จ และหากจะสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ มีความจำเป็นต้องสามารถแข่งขันในด้านคุณภาพ ราคา ของผลิตภัณฑ์ลำไยชนิดเดียวกัน และผลิตภัณฑ์ผลไม้ชนิดอื่นๆ เพราะผู้บริโภคสามารถเลือก ผลิตภัณฑ์อื่น ๆทดแทนได้

จากวิถีทางการผลิตผลิตภัณฑ์ลำไยของประเทศและตลาดส่งออกที่สำคัญปีพ.ศ. 2543 พบว่า ผลผลิตลำไยสดทั้งประเทศจะมีการส่งออกลำไยสด 28.14 % ลำไยอบแห้ง 45.48% ลำไยกระป๋อง 6.61% และลำไยแช่แข็ง 1.06% โดยลำไยสดมีตลาดที่สำคัญที่เป็นตลาดบน คือฮ่องกง จีน สิงคโปร์ แคนาดา ตลาดล่างคือ มาเลเซีย ลำไยอบแห้งตลาดบน คือ จีน สิงคโปร์ ฮ่องกง ตลาดล่าง คือ เกาหลีใต้ มาเลเซีย ลำไยกระป๋องตลาดบน คือ สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา แคนาดา จีน ตลาดล่าง คือ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ส่วนลำไยแช่แข็งตลาดบนที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา แคนาดา โดยผลิตภัณฑ์ลำไยที่มีการส่งออกไปยังประเทศที่อยู่ในแถบเอเชีย ส่วนใหญ่มีระบบการซื้อขายแบบขายฝาก ส่วนตลาด สหรัฐอเมริกา แคนาดาเป็นระบบขายขาดวิถีผลิตภัณฑ์ลำไยมีรายละเอียดดังนี้

ระบบการกระจายและช่องทางการตลาดลำไยสดที่จำหน่ายในประเทศไทยมีการกระจายและช่องทางการตลาดไปจำหน่ายตามตลาดหลักของแต่ละจังหวัดตามความต้องการและปริมาณผลผลิต ราคา เพราะหากราคาลำไยสดแพงมากไปการจำหน่ายออกจะยากหรือช้า และลำไยสดมีการเน่าเสียง่าย แม้บางครั้งจะมีการรมควันซัลเฟอร์ไดออกไซด์ การจำหน่ายลำไยสดภายในประเทศ

มีการติดสติ๊กเกอร์ของตราสินค้าบนฝาตะกร้าและด้านข้างของตะกร้า โดยจะบรรจุลำไย 10 กิโลกรัม มีการบอกเกรดคุณภาพ โดยใช้ตราสินค้าและสีของสัญลักษณ์เป็นการบอกถึงคุณภาพเกรด หรือมีการใช้ตราสินค้าที่แตกต่างกัน ราคาของตะกร้าจะตกใบละ 20 บาท เวลาซื้อขายจะจำหน่ายทั้งตะกร้า หรือมีการคืนตะกร้าก็ได้ โดยบรรจุตะกร้าพลาสติก 11 กิโลกรัม ขายพร้อมตะกร้า โดยส่วนใหญ่เป็นการขายฝาก ขายขาดและการร่วมลงทุนกัน

ระบบการกระจายและช่องทางการตลาดลำไยอบแห้งทั้งเปลือก พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกลำไยจะนำลำไยมาอบแห้งต่อเมื่อราคาลำไยสดราคาต่ำ และนำมาอบแห้งด้วยเตาอบของตนเองเสีย ส่วนใหญ่แล้วนำลำไยอบแห้งทั้งเปลือกไปจำหน่ายตามนโยบายประกันราคาของรัฐบาลหากมีราคาที่ต่ำกว่า หรือจำหน่ายให้เอกชนโดยตรงหากเกษตรกรต้องการใช้เงินสด ลำไยอบแห้งทั้งเปลือกเกือบ 95% ส่งออกไปที่สาธารณรัฐประชาชนจีน ดังนั้น ลักษณะการขนส่งลำไยอบแห้งส่วนใหญ่จะส่งไปที่ ท่าเรือเชียงแสน จังหวัดเชียงราย โดยมีแผนที่การเดินทาง ในปีพ.ศ. 2543 มีการขนส่งทางรถยนต์ไปทางด้านจังหวัดมุกดาหารเข้าประเทศเวียดนาม และไปที่สาธารณรัฐประชาชนจีน หากผ่านเวียดนามจะไม่ได้ภาษีหรือการขนส่งทางลาว และเวียดนามปลายทางที่ประเทศจีน ทั้งนี้เนื่องจากปัญหาด้านภาษี ส่วนการขนส่งลำไยอบแห้งไปยังประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ ฮองกง แคนาดา เหมือนกับการขนส่งลำไยสด

ระบบการกระจายและช่องทางการตลาดลำไยกระป๋องภายในประเทศ ในโรงงานผลิตลำไยกระป๋องจะส่งให้ผู้แทนจัดจำหน่าย ร้านค้าขายส่งหรือซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่มีระบบการซื้อขายแบบให้เครดิต 45 – 90 วัน หรือบางบริษัทจะส่งให้ร้านค้าปลีกแต่มีการชำระเงินเป็นทั้งเงินสดและเครดิต 30 – 60 วัน มีการใช้ตราสินค้าที่เหมือนกันในการจัดจำหน่ายภายในประเทศและต่างประเทศลำไยกระป๋องเป็นผลิตภัณฑ์ลำไยแปรรูปที่มีการส่งออกประมาณ 70-80% โดยปี 2543 มีตลาดหลัก คือ มาเลเซีย สิงคโปร์ มีการขนส่งทางบก คือ รถยนต์ และ รถไฟ และสหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย และ แคนาดา มีการขนส่งทางเรือ

ระบบการกระจายและช่องทางการตลาดลำไยแช่แข็งเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปที่มีการส่งออก 100% โดยส่งไปที่ฮองกง สหรัฐอเมริกา แคนาดา โดยมีการกระจาย ช่องทางการตลาดคล้ายลำไยกระป๋อง โดยจำหน่ายร้านขายส่ง ซูเปอร์มาร์เก็ตใหญ่ ๆ แต่ระบบการซื้อขายจะขายขาด มีการขนส่งเหมือนลำไยกระป๋อง

ปัญหาคุณภาพและการแข่งขันและระบบการซื้อขายตลาดลำไยสด คือ

1. มาตรฐานลำไยของประเทศไทยไม่สม่ำเสมอ และการปฏิบัติแบ่งเกรดแตกต่างกัน
2. ความเข้าใจในการปฏิบัติระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายอาจจะไม่ตรงกัน การจะตัดสินใจว่าเป็นเกรดอะไรขึ้นอยู่กับผู้ตรวจคุณภาพซึ่งผู้ตรวจคุณภาพจะถูกฝึกฝนในแต่ละปีๆ ไป
3. ผู้ซื้อไม่ได้ดูคุณภาพที่ตราสินค้าเลย แต่ดูที่ลักษณะของลำไยและราคาตามที่มีผู้ซื้อยอมรับได้ จากการสัมภาษณ์พบว่าตราสินค้าใดมีคุณภาพไม่ตรงตามเกณฑ์ที่บอกไว้จะเกิดอะไรขึ้น สิ่งที่ทำ

ต่อมาคือมีการเปลี่ยนตราสินค้าใหม่ เปลี่ยนที่อยู่เบอร์โทรศัพท์ติดต่อใหม่ โดยเฉพาะเบอร์มือถือ นอกจากนี้ยังเกิดการสับสนในการเรียกเกรด

4. ปัญหาลำไยสดส่งออก คือปริมาณซัลเฟอร์ไดออกไซด์ที่ตกค้างที่เปลือก และที่เนื้อมากเกินไป ส่งผลให้ผู้บริโภคที่มีความเป็นห่วงสุขภาพจะมีความเป็นห่วงปริมาณสารดังกล่าว ตกค้างมาก นอกจากนี้ประเทศเป้าหมายส่งออก เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ มีการออกข่าวเรื่องคุณภาพลำไยของไทยที่มีซัลเฟอร์ไดออกไซด์ตกค้าง ซึ่งถือว่าเป็นจุดอ่อน ปัจจุบันประเทศจีนก็นำเรื่องสารตกค้างในลำไยมาถกกันทางการค้าเพื่อปกป้องเกษตรกรในประเทศ ตลอดจนมีนโยบายโครงการเร่งด่วนของชาติที่ดำเนินการปีค.ศ. 1999–2002 เรื่องเทคโนโลยีการเพาะปลูกลำไยคุณภาพเยี่ยม โดยอาศัยหลักการ การนำวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจชนบท ส่งเสริมความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของการประกอบการธุรกิจ ยกกระตือรือร้นกำลังผลิตในชนบท ผลักดันให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวดเร็วซึ่งในปัจจุบันการปลูกลำไยของประเทศจีนมีการรุดอย่างเรื่องคุณภาพคือ ปลูกลำไยอย่างธรรมชาติไม่ได้ใช้สารเคมีการเพาะปลูก และสามารถการเก็บรักษาได้หลายวันที่ดูอากาศเย็น และได้นำไปจำหน่ายในสิงคโปร์แล้ว ดังนั้นในอนาคตประเทศจีนที่เคยเป็นลูกค้าจะกลายเป็นคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทยแน่นอน

5. ระบบการซื้อขายและราคา ลำไยสดที่ส่งออกไปในประเทศแถบเอเชียคือ จีน ฮองกง มาเลเซียและสิงคโปร์ โดยส่วนใหญ่จะเป็นระบบขายฝาก ส่วนประสหรัฐอเมริกา และแคนาดาจะเป็นระบบขายขาด

ข้อเสนอแนะและแนวทางการแก้ไข

คือหาวิธีการเก็บรักษาลำไยสดเพื่อการส่งออก ที่ไม่เป็นอันตรายหรือแบบธรรมชาติ แต่สามารถช่วยในการกระจายลำไยสดได้นานขึ้น และควรมีการพัฒนาเทคโนโลยีการเพาะปลูกลำไยคุณภาพเพื่อการส่งออกสร้างความเข้าใจว่าหากผู้ปลูกลำไยที่มีคุณภาพ เกษตรกรจะได้ผลประโยชน์อะไร

ปัญหาด้านคุณภาพและราคาตลาดลำไยอบแห้ง คือ

1) ปัญหาด้านคุณภาพ การรับซื้อลำไยอบแห้งจากเกษตรกร หรือผู้ประกอบการที่มีเตาอบนั้นมีการควบคุมคุณภาพเฉพาะด้านขนาดของลำไย การบอบแตก เท่านั้น ไม่ได้รวมถึงความชื้นที่มีอยู่ภายในลำไยอบแห้งโดยเฉพาะเนื้อลำไย เพราะหากยังคงมีความชื้นสูงกว่า 18% จะทำให้ปัญหาการเกิดเชื้อราบริเวณผิวได้ ซึ่งปัญหาการตรวจสอบความชื้นนี้ทางบริษัทผู้ทำการส่งออกก็ไม่ได้มีเครื่องตรวจวัด แต่อาศัยจากประสบการณ์ดูลักษณะเนื้อลำไยว่ามีลักษณะแห้งแล้วหรือยัง นอกจากนี้โรงงานที่มีเตาอบก็มีวิธีการที่อบแตกต่างกัน โดยเฉพาะปริมาณที่ใช้ อุณหภูมิ และเวลาในการอบ เนื่องจากใช้ชนิดของเชื้อเพลิง จำนวนครั้งการเปลี่ยนแต่ละชั้นในการอบ สิ่งเหล่านี้มีผลต่อความชื้น สุดท้ายของลำไยอบแห้งทั้งเปลือก

2) บรรจุภัณฑ์ การขนส่งและการเก็บรักษา เกษตรกรนำลำไยอบแห้งใส่ถุงพลาสติกตาข่ายมัดปากถุง บรรจุห่อซ้อนกันเป็นจำนวนมาก หรือแม้แต่ขณะกำลังคัดเกรด หรือเก็บ Stock ไว้ก็ซ้อนทับกันมาก โอกาสจะเกิดการบอบแตกของลำไยก็มาก นอกจากนี้บางบริษัทมีกล่องลูกฟูกที่มีถุงพลาสติกในกล่อง แล้วมีการบรรจุลำไยอบแห้งทั้งเปลือก 10 หรือ 15 กิโลกรัม มีการใช้กล่องกระดาษลูกฟูกมีความแข็งแรงที่แตกต่างกัน ซึ่งจะมีผลเมื่อเวลาต้องผ่านการขนส่งจากรถบรรทุกลงท่าเรือในเมืองไทย และขนย้ายจากท่าเรือประเทศที่ส่งออก ลงบนรถบรรทุกอีกครั้ง ซึ่งโอกาสที่กล่องลูกฟูกที่มีความแข็งแรงไม่พอจะเกิดปัญหามันพัง ทำให้ลำไยแตกบอบได้

3) ราคา ราคาลำไยอบแห้งทั้งเปลือก พ่อค้าคนกลางจะเป็นผู้กำหนด โดยจะพิจารณาจากราคาการขายและความต้องการในต่างประเทศ หากต่างประเทศมีความต้องการมาก ของขาดตลาด ราคาก็จะสูง ดังนั้นความไม่แน่นอนของราคาลำไยอบแห้งขึ้นอยู่กับตลาดต่างประเทศ หรือผู้นำเข้า สำหรับประเทศไทยมีผู้ส่งออกลำไยอบแห้งมีการดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิต ผู้รับซื้อ ผู้ส่งออก ผู้นำเข้า และเป็นผู้กระจายสินค้าลำไยด้วย ดังนั้นราคาจะถูกกำหนดโดยความต้องการของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะแนวทางการแก้ปัญหา

1. ศึกษาวิธีการอบแห้งที่ถูกต้อง และมีคู่มือปฏิบัติอย่างถูกต้อง
2. ศึกษาการผลิตเครื่องตรวจวัดความชื้นของลำไย
3. รัฐบาลช่วยการส่งเสริมการจำหน่าย โดยเฉพาะเรื่องการกระจายสินค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

- ชื่อโครงการ :** การพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยส่งออก
- ชื่อเรื่อง :** ระบบตลาดที่เชื่อมโยงกับระบบผลผลิตผลิตภัณฑ์ลำไยภายในประเทศ
- ผู้วิจัย :** รองศาสตราจารย์วรุณ ศรีเจษฎารักษ์
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญศรี เจริญวานิช
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พัทธรา ตันติประภา
 นายสายณรงค์ รสานนท์
 รองศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์วรรณ งามศักดิ์
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษม นันทชัย
- ที่ตั้งโครงการ :** คณะวิทยาการจัดการ
 มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- แหล่งเงินทุน :** เงินอุดหนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

บทคัดย่อ

ระบบตลาดที่เชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ลำไยภายในประเทศ พบว่าผลผลิตในอดีต (2534-2543) โดยเฉพาะปีพ.ศ. 2543 มีการนำเทคโนโลยีการปลูกให้ลำไยออกนอกฤดู โดยใช้สารโปรดักส์เทียมคลอเรต และมีการขยายพื้นที่ปลูก ทำให้ผลผลิตลำไย ปีพ.ศ. 2543 มีปริมาณสูงถึง 374,459 ตันโดยผลผลิตภาคเหนือมากกว่า 90% ลำไยสดทั้งหมดของประเทศจะนำมาบริโภคภายในประเทศ 18.69% ของผลผลิตที่เหลือส่งออกโดยเฉพาะ โดยคิดเป็นลำไยสด 105,387 ตัน และลำไยแปรรูป 197,047 ตัน คิดเป็น 28.14% และ 53.16% ตามลำดับ จากผลผลิตที่มากทำให้ราคาลำไยตกต่ำ ดังนั้นรัฐบาลจึงให้การสนับสนุนเดอบเพื่อการแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งทั้งเปลือกเพื่อแก้ปัญหาราคาลำไยตกต่ำ จึงทำให้ปริมาณการส่งออกลำไยอบแห้งทั้งเปลือกมีปริมาณสูงและยังมีบางส่วนยังไม่ได้จำหน่ายออก จึงส่งต่อปีพ.ศ. 2544 มีผลผลิตลำไยไม่เพิ่ม แต่มีลำไยอบแห้งทั้งเปลือกที่รอการจำหน่ายเป็นจำนวนมาก เกษตรกรจึงจำหน่ายลำไยสดจึงจะได้ราคาดีกว่าทำให้รัฐบาลไม่มีนโยบายประกันราคาลำไยอบแห้งทั้งเปลือก ปีพ.ศ. 2545 รัฐบาลมีนโยบายประกันราคาลำไยอบแห้งทั้งเปลือก เกษตรกรส่วนใหญ่จะนำมาแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งทั้งเปลือกซึ่งได้ราคาดีกว่า ดังนั้นปีพ.ศ. 2543-2545 จะพบว่า รัฐบาลจะมีนโยบายพยุงราคาลำไยในช่วงมีผลผลิตมาก ส่งผลต่อกลไกตลาด โดยเฉพาะผลผลิตและความต้องการ (Demand & Supply) ที่ไม่ได้ดำเนินไปตามตลาดสภาวะปกติ ดังนั้นการติดตามอุปสงค์ของตลาด โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศที่เป็นแหล่งการกระจายผลผลิตที่สำคัญของประเทศ จะถือว่าเป็นเป้าหมายสำคัญในการผลิต

ลำไย ให้ประสบความสำเร็จ และหากจะสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้มีความจำเป็นต้องสามารถแข่งขันในด้านคุณภาพ ราคา ของผลิตภัณฑ์ลำไยชนิดเดียวกัน และผลิตภัณฑ์ผลไม้ชนิดอื่นๆ เพราะผู้บริโภคสามารถเลือกผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ทดแทนได้

การกระจายสินค้าพบว่า ปีพ.ศ. 2543ลำไยสดจากแหล่งผลิตจะถูกกระจายไปตามตลาดขายส่ง เช่น พ่อค้าต่างจังหวัด ซูเปอร์มาเก็ต และผู้รวบรวมเพื่อการส่งออกโดยเกษตรกรภาคเหนือจะขายผลผลิตให้พ่อค้าคนกลาง 58% ขายผู้ส่งลำไย 16% ส่วนเกษตรกรจันทบุรีขายผลผลิตให้พ่อค้าคนกลางและผู้ส่งออกปริมาณ 40% เท่ากัน โดยมีการขนส่งที่สำคัญคือ ทางเรือไปยังประเทศเป้าหมายที่สำคัญตามลำดับ คือ จีน ฮองกง มาเลเซีย สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา และ แคนาดาที่ซึ่งการจำหน่ายไปยังประเทศจีน ฮองกง มาเลเซีย สิงคโปร์ เป็นระบบการขายฝาก และประเทศสหรัฐอเมริกาและแคนาดาจะเป็นระบบขายขาด ส่วนลำไยอบแห้งทั้งเปลือกมีตลาดสำคัญถึง 98% ส่งไปจำหน่ายที่จีน และฮองกง ลำไยกระป๋องมีตลาดที่สำคัญคือ มาเลเซีย สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา และลำไยแช่แข็งมีตลาดที่สำคัญ คือ ฮองกง และสหรัฐอเมริกา โดยลำไยแปรรูปทั้งหมดมีการขนส่งและระบบการขายเหมือนลำไยสด

ปัญหาและข้อเสนอแนะในระบบตลาด คือ ปริมาณสารตกค้าง โดยเฉพาะสารซิลิเฟอไรด์ออกไซด์ที่ตกค้างทำให้ตลาดเป้าหมายนำมาติดกั้นการนำเข้า และในปัจจุบันประเทศจีนที่เคยเป็นลูกค้าจะกลับมาเป็นคู่แข่งในการผลิตลำไย และมีการนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาพัฒนาการปลูก โดยเฉพาะเรื่องการปลูกลำไยอย่างธรรมชาติไม่ได้ใส่สารเคมีในการเพาะปลูก ลำไยอบแห้งทั้งเปลือกมีปัญหาเรื่องคุณภาพความชื้นและต้องเก็บที่อุณหภูมิห้องทำอากาศมีอุณหภูมิและความชื้นสัมพัทธ์ผันแปรตลอดเวลา ทำให้เกิดเชื้อราระหว่างการเก็บข้ามปี เกิดการเสียหายระหว่างรอการจำหน่าย ทำให้มาตรฐานของลำไยสด และลำไยอบแห้งมีความไม่สม่ำเสมอ ส่วนราคาของลำไยสดและลำไยอบแห้งทั้งเปลือก ราคาจะขึ้นอยู่กับตลาดต่างประเทศเป็นผู้กำหนด

Research Project : Development of Export Markets for Longan Products

Research Title : Market system in connection with the production process of longan products in Thailand

Researchers : Associate Professor Voranuch Srijesdaruk
 Assistant Professor Pensri Jaroenwanit
 Assistant Professor Dr. Patchara Tantiprabha
 Mr. Sainarong Rasananda
 Associate Professor Dr. Tipvanna Ngarmsak
 Assistant Professor Dr. Kaseam Nantachai

Location : Faculty of Management Science
 Khon Kaen University

Financial Support : The Thailand Research Fund (TRF.)

Abstract

Market system:

Since 1990, potassium chlorate has been widely used by longan tree growers to stimulate flowering and fruit bearing. Concurrently longan tree growing areas have been expanded tremendously. Consequently in the year 2000 the total production of longan fruits was as high as 374,459 tons and 90 % of them were produced in the north region. About 18 % of the total production were consumed in Thailand. About 28 % or 105,387 tons were exported as fresh fruits and about 53 % or 197,047 tons as processed products respectively. The situation led to high production yield and caused low market price. To help solve the problem the Thai Government has launched some relieving schemes such as introducing simple drying technology to the growers and setting up an organization to buy dried longan fruits in order to keep the price stability. During that time, a large quantity of dried whole fruits was exported. Nevertheless, high proportion of dried whole fruits was still left unsold in the

country. In 2001 the production yield of longan fruits was not increased, but there was a large stock of left over dried whole fruits waiting to be sold. Fruit growers then sold their produce as fresh fruits rather than as processed products. In 2002, the Thai government laid down a policy to guarantee a stable price level of dried whole longan fruits. During this year, majority of growers tended to sell their produce as dried whole fruits rather than as fresh fruits.

It was evident that during the year 2001-2002, market intervention from the government was practiced. Therefore, demand and supply of fresh longan fruits and processed products were not simply followed natural market mechanism. In the long run this situation may cause many problems for Thai longan products, especially for exporting purposes. In order to be able to compete internationally, potential demand in target markets need to be carefully studied and the product production has to be planned accordingly. To compete in international markets, product quality and price level should be considered as important factors since target consumers have various fruits and fruit products to select for fulfilling their needs.

Product distribution:

It was found that fresh longan fruits were distributed from farm gates to consumers through various channels such as provincial wholesalers and super market chains for local consumers, and collectors on behalf of exporters for export markets. Farmers in the North region normally sold about 58% of their produce to the provincial wholesalers and about 16% to the exporters respectively. Farmers from the East region distributed their produce to consumers through both provincial wholesalers and exporters equally. Sea freight is a normal mean of longan product transportation to target export markets. Common practice of exporting longan fruits and products to China, Hong Kong, Malaysia, and Singapore markets was a transaction somewhat like a mortgage. On the contrary, common practice of exporting to USA and Canada markets was selling for a lump sum.

Important markets for dried whole longan fruits were China and Hong Kong. Malaysia, Singapore, and USA were potential markets for canned longan fruits. Hong Kong and USA were potential markets for frozen longan fruits. Transportation and distribution systems of processed longan products in those target markets were similar to those of fresh longan fruits.

Problem and obstacle:

Thai longan products are currently facing with the many problems. Consumer perceptions on chemical residues especially sulfur dioxide residues were evident in some target markets such as Malaysia. The quality of Thai longan product especially fresh fruits and

whole dried fruits are still not very consistent. Many countries have used the situation as a trade barrier and imposed a very strict control on Thai longan products. This may certainly affect export opportunity. Apart from that, China has currently promoted an expansion of longan growing areas continuously with a strong support by applying science and technology to improve production and productivity. It is believed that in the near future China will become a major competitor of Thailand as a major longan producing and exporting country. Also, longan product price level was not always stable and largely determined by target markets.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
คำนำ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ช
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ณ
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญรูปภาพ	ด
1. บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
2. วิธีการศึกษา	4
2.1 การค้นคว้าเอกสาร	4
2.1.1 ประเภทเอกสารที่ทำการค้นคว้า	4
2.1.2 ประเภทและข้อมูลที่ต้องการจากการค้นคว้าเอกสาร	4
2.2 การสัมภาษณ์ความคิดเห็น (Depth Interview)	5
2.3 การสำรวจข้อมูลด้านการผลิต ระบบการซื้อขายลำไยและผลิตภัณฑ์ลำไย ภายในประเทศ และระบบการซื้อขายเพื่อการส่งออก	5
2.4 สรุปผล	5
3. ผลการศึกษา	6
3.1 ระบบการผลิตผลิตภัณฑ์ลำไยภายในประเทศ	6
3.1.1 ลำไยสด	6
3.1.1.1 ลักษณะทั่วไปของลำไยและสายพันธุ์ที่ปลูกในประเทศไทย	6
3.1.1.2 แหล่งปลูก พื้นที่ปลูกและผลผลิตลำไยในประเทศไทย	7
3.1.1.3 เทคโนโลยีการเพิ่มผลผลิต	13
3.1.1.4 ขั้นตอนการปฏิบัติของการเก็บเกี่ยวลำไยสด	13
3.1.1.5 ต้นทุนการผลิตลำไยสด	17

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.1.1.6 การปลูกลำไยในอนาคต	20
3.1.1.7 กระบวนการอบกัมมะถันลำไยเพื่อการส่งออก	20
3.1.2 ลำไยอบแห้ง	21
3.1.2.1 ประเภทของลำไยอบแห้ง	21
3.1.2.2 กรรมวิธีการผลิตลำไยอบแห้ง	22
3.1.2.3 ต้นทุนการผลิตลำไยอบแห้ง	34
3.1.3 ลำไยกระป๋อง	36
3.1.3.1 เกรดลำไยกระป๋อง	36
3.1.3.2 กระบวนการผลิตลำไยกระป๋อง	36
3.1.3.3 ต้นทุนลำไยกระป๋อง	41
3.1.4 ลำไยแช่แข็ง	42
3.2 ระบบตลาดผลิตภัณฑ์ลำไย	44
3.2.1 ระบบตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยภายในประเทศ	44
3.2.1.1 สถานการณ์ตลาดผลิตภัณฑ์ลำไย	44
1) สถานการณ์ตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยในปัจจุบัน	44
2) สถานการณ์ตลาดลำไยในอนาคต	46
3.2.2 ระบบการซื้อขาย การกระจาย และช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ลำไย ภายในประเทศ	49
3.2.2.1 ลำไยสด	49
1) ระบบการซื้อขายลำไยสด	49
2) การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยสด	52
3) การปฏิบัติการซื้อขายลำไยสด	53
4) การขนส่งลำไยสด	57
3.2.2.2 ลำไยอบแห้ง	64
1) ระบบการซื้อขายลำไยอบแห้ง	64
2) การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยอบแห้ง	65
3) การปฏิบัติการซื้อขายลำไยอบแห้ง	67
4) การขนส่งลำไยอบแห้ง	76

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2.2.3 ลำไยกระป๋อง	77
1) ระบบการซื้อขายลำไยกระป๋อง	77
2) การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยกระป๋อง	77
3.2.2.4 ลำไยแช่แข็ง	79
1) ระบบการซื้อขายลำไยแช่แข็ง	79
3.2.3 ช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยในประเทศเป้าหมาย	81
3.2.3.1 สาธารณรัฐประชาชนจีน	81
1) ลำไยสด	81
(1) ระบบการซื้อลำไยสด	81
(2) การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยสด	81
(3) ผลิตภัณฑ์ลำไยที่มีจำหน่าย	83
2) ลำไยอบแห้ง	96
(1) ระบบการซื้อขายลำไยอบแห้ง	96
(2) การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยอบแห้ง	96
(3) ลักษณะการจัดจำหน่ายปลีกลำไยอบแห้งในประเทศ	97
สาธารณรัฐประชาชนจีน	
3.2.3.2 เขตปกครองพิเศษฮ่องกง	110
1) ลำไยสด	110
(1) ระบบการซื้อลำไยสด	110
(2) การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยสด	110
(3) การตลาดผลิตภัณฑ์ลำไย	112
3.2.3.3 มาเลเซีย	114
1) ลำไยสด	114
(1) ระบบการซื้อลำไยสด	114
(2) การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยสด	114
(3) ผลิตภัณฑ์ลำไยที่มีจำหน่าย	115
2) ลำไยอบแห้ง	118

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2.3.4 สาธารณรัฐประชาชนสิงคโปร์	120
1) ลำไยสด	120
(1) ระบบการซื้อลำไยสด	120
2) ลำไยอบแห้ง	123
3) การตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยในประเทศสิงคโปร์	123
3.2.3.5 สหรัฐอเมริกา	125
1) ระบบการซื้อขายและช่องทางการตลาดลำไยสดและผลิตภัณฑ์ลำไย	125
3.2.3.6 แคนาดา	127
1) ระบบการซื้อขายผลิตภัณฑ์ลำไย	127
2) การกระจายและช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ลำไย	128
4. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	130
4.1 สรุปผลการศึกษา	130
4.1.1 ภาพรวมระบบตลาดผลิตภัณฑ์ลำไย	130
4.1.2 สรุปการกระจายและช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ลำไย	133
4.1.2.1 ลำไยสด	133
4.1.2.2 ลำไยอบแห้ง	135
4.1.2.3 ลำไยกระป๋อง	138
4.1.2.4 ลำไยแช่แข็ง	139
4.2 ข้อเสนอแนะ	140
4.2.1 ปัญหาและข้อเสนอแนะการตลาดลำไย	140
4.2.2 ปัญหาและข้อเสนอแนะการตลาดลำไยอบแห้ง	141
บรรณานุกรม	143
ภาคผนวก	
ภาคผนวกที่ 1 แบบสอบถามเกษตรกรผู้ปลูกลำไย	145
ภาคผนวกที่ 2 รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	149
ภาคผนวกที่ 3 ชื่อ-ที่อยู่ ของผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ลำไยในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน	162
ภาคผนวกที่ 4 ชื่อ-ที่อยู่ ของผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ลำไยในเขตการปกครองพิเศษฮ่องกง	167
ภาคผนวกที่ 5 ชื่อ-ที่อยู่ ของผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ลำไยในมาเลเซียและสิงคโปร์	169
ภาคผนวกที่ 6 ผลการสำรวจความคิดเห็นของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือและจังหวัดจันทบุรี	169

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 สถิติแสดงพื้นที่ให้ผล พื้นที่ปลูก ผลผลิต ผลผลิตรวม ราคาขายเฉลี่ยของลำไย รายจังหวัดทั่วประเทศ ประเทศไทย ปี 2537-2541	9
ตารางที่ 2 สถิติแหล่งเพาะปลูกที่สำคัญของลำไย ปี 2539-2543	11
ตารางที่ 3 พื้นที่เพาะปลูกที่ให้ผลผลิตแล้ว ผลผลิต และผลผลิตเฉลี่ยของปี 2532-2543 และเป็นเป้าหมายการผลิตในอนาคต 2545-2549	12
ตารางที่ 4 ตัวอย่างการลงทุนปลูกลำไย พื้นที่ 10 ไร่	18
ตารางที่ 5 การให้ผลผลิตของลำไยอายุตั้งแต่ 5 ปี – 20 ปี	19
ตารางที่ 6 แสดงมาตรฐานคุณภาพของเนื้อลำไย	37
ตารางที่ 7 การกระจายผลผลิตลำไยเปรียบเทียบกับผลผลิตรวมและพื้นที่เพาะปลูก ที่ให้ผล	44
ตารางที่ 8 ราคาจำหน่ายลำไยสดภายในประเทศ ปี 2531-2542	46
ตารางที่ 9 มาตรฐานลำไยอบแห้งที่รับจำนำ (อ.ต.ก.)	73
ตารางที่ 10 ชนิดการบรรจุและราคาผลิตภัณฑ์ลำไยในซูเปอร์มาร์เกตเมืองภูเก็ต	102
ตารางที่ 11 สถิตินำเข้าลำไยสดของฮ่องกงปี 2541-2543	111
ตารางที่ 12 ราคาขายปลีกผลไม้บางชนิดในฮ่องกง วันที่ 12 พฤษภาคม 2544	112

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
รูปที่ 1 ระบบการตลาดอย่างง่าย	1
รูปที่ 2 ลำไยพันธุ์ปึงปอง(จากเวียดนาม) ที่ปลูกที่สวนคุณชาญณรงค์ ศรีวิเชียร จังหวัดหนองบัวลำภู	13
รูปที่ 3 ลักษณะลำไยที่สวนที่มีการปลูกนาน 7 ปี ใส่สารโปรแตสเซียมคลอไรด์ เก็บเกี่ยวใน วันที่ 1 สิงหาคม 2544	14
รูปที่ 4 ขั้นตอนการหักก้านลำไย	14
รูปที่ 5 การขนย้ายลำไยจากสวนไปที่ร่มไม้ เพื่อนำไปตัดแต่ง	15
รูปที่ 6 การตัดแต่งลำไย และคัดเกรดลำไยหลังตัดแต่งโดยใช้สายตา	15
รูปที่ 7 การปฏิบัติเกี่ยวกับการบรรจุลำไยเพื่อการขายของเกษตรกรในรูปแบบเกรดลำไย AA	16
รูปที่ 8 ลักษณะต้นลำไย การเก็บเกี่ยว และการคัดเลือกเกรดลำไยในจังหวัดหนองคาย	16
รูปที่ 9 กรรมวิธีการทำลำไยอบแห้งทั้งเปลือกในปี 2539 ที่ใช้กับเตาอบกะบะแบบได้ห้วน และเตาอบกะบะแบบใช้แก๊สหุงต้ม	23
รูปที่ 10 กระบวนการแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกสำหรับเตาอบตุ๋น และเตาอบรม	24
รูปที่ 11 กรรมวิธีการอบลำไยแห้งสีทองทั้งเปลือกสำหรับเตาอบกะบะ	25
รูปที่ 12 ขั้นตอนการอบลำไยแห้งทั้งเปลือกของเกษตรกร	26
รูปที่ 13 กรรมวิธีการทำลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อในปี 2539	28
รูปที่ 14 กระบวนการแปรรูปลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อสีทอง	29
รูปที่ 15 ขั้นตอนการแปรรูปลำไยกระป๋อง	40
รูปที่ 16 การบรรจุลำไยแช่แข็ง	43
รูปที่ 17 แผนภาพลำไยในปัจจุบันปี 2543	47
รูปที่ 18 แผนภาพลำไยในอนาคต	48
รูปที่ 19 ช่องทางการตลาดของลำไยสดปี 2540	53
รูปที่ 20 การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยสดภายในประเทศปี 2544-2545	63
รูปที่ 21 ช่องทางการตลาดของลำไยอบแห้งในประเทศไทย	66
รูปที่ 22 ขั้นตอนการรับซื้อ และคัดเกรดลำไยอบแห้ง	70
รูปที่ 23 มาตรฐานลำไยอบแห้ง ลักษณะลำไยอบแห้งและขั้นตอนการปฏิบัติของ การรับจำนำลำไย	73
รูปที่ 24 ลักษณะการขนส่งลำไยอบแห้งที่ทำเรือเชียงแสนไปสิบสองปันนา ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน	75
รูปที่ 25 แผนที่การเดินทางเรือ	75

สารบัญรูปภาพ(ต่อ)

	หน้า
รูปที่ 26 การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยอบแห้งทั้งเปลือก	76
รูปที่ 27 ช่องทางการตลาดของลำไยกระป๋องในประเทศ	78
รูปที่ 28 ช่องทางการตลาดลำไยกระป๋องในประเทศ	79
รูปที่ 29 การกระจายการตลาดลำไยกระป๋อง และลำไยแช่แข็งภายในและ ต่างประเทศ ปี 2544-2545	80
รูปที่ 30 ลักษณะตลาดค้าส่งผลไม้เมืองกวางโจ้	85
รูปที่ 31 ลักษณะตลาดค้าส่งผลไม้เมืองก๊วยก๊าง	87
รูปที่ 32 ลักษณะตลาดค้าส่งผลไม้เมืองจางโจ้	87
รูปที่ 33 ลักษณะตลาดค้าส่งผลไม้เมืองหนานหนิง	88
รูปที่ 34 ลักษณะตลาดค้าส่งผลไม้เหม่อหลิน	93
รูปที่ 35 ลักษณะตลาดค้าส่งผลไม้ Buji	94
รูปที่ 36 ตราสินค้าผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งที่จำหน่ายในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน	95
รูปที่ 37 ช่องทางการเคลื่อนย้ายลำไยอบแห้งจากประเทศไทยเข้าไปประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน	99
รูปที่ 38 ผลิตภัณฑ์ลำไยที่มีจำหน่ายในตลาดขายส่ง-ปลีก ซูเปอร์มาร์เกต เมืองหนานไห่ ฟูโจว และเซี่ยงไฮ้	101
รูปที่ 39 บริษัทคนไทยในตลาดหลิขุย เมืองกวางโจว	103
รูปที่ 40 ตลาดร้านขายส่งผลไม้เมืองหนานอัน เมืองกวางโจว	104
รูปที่ 41 ตลาดขายส่งผลไม้เมืองฟูโจว	105
รูปที่ 42 ตลาดค้าส่ง ปลีก ตลาดหนานหนิง	106
รูปที่ 43 ตลาดค้าส่งกว่าหลงหลิ่งกู่ เมืองเซี่ยงไฮ้ มีลำไยของไทยและผลไม้หลายชนิด จากประเทศต่าง ๆ วางจำหน่าย	108
รูปที่ 44 ลักษณะค้าปลีกลำไยสดจากประเทศไทย จำหน่ายในเมืองเซี่ยงไฮ้	109
รูปที่ 45 ผลิตภัณฑ์ลำไยที่จำหน่ายในซูเปอร์มาร์เกต ณ ห้างสรรพสินค้าจัสโก้ สาขาจิมซานจู้ย ฮองกง	113
รูปที่ 46 ลักษณะตลาดขายส่งในฮ่องกง	113
รูปที่ 47 วิถีทางการผลิตผลิตภัณฑ์ลำไยของประเทศ และตลาดที่ส่งออกที่สำคัญปี 2543	132
รูปที่ 48 การกระจายและช่องทางการตลาด ลำไยสดภายในประเทศ ปี 2544-2545	133
รูปที่ 49 การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยสด	135

สารบัญรูปภาพ(ต่อ)

	หน้า
รูปที่ 50 การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยอบแห้งทั้งเปลือกและลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อ ภายในประเทศ ปี 2544-2543	136
รูปที่ 51 การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยอบแห้ง	137
รูปที่ 52 ช่องทางการตลาดลำไยกระป๋องในประเทศ	138
รูปที่ 53 การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยกระป๋อง	139
รูปที่ 54 การกระจายการตลาดลำไยกระป๋องและลำไยแช่แข็งภายในและต่างประเทศ ปี 2544-2545	140

บทที่ 1

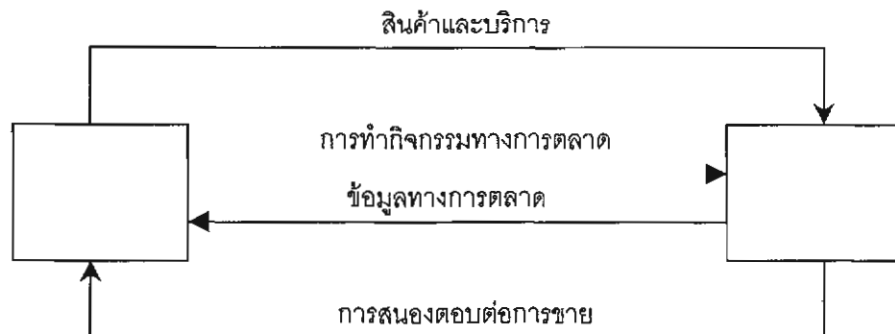
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย

เนื่องจากการตลาดมีหน้าที่ที่สำคัญในการให้บริการการตลาดแก่ระบบเศรษฐกิจ เพื่อเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคให้สามารถติดต่อและเข้าใจถึงกันได้ หน้าที่การตลาดในระบบเศรษฐกิจจึงนับว่าให้ประโยชน์กับทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค ในปัจจุบันผู้บริโภคมีความต้องการและให้ความสนใจพิถีพิถันในการเลือกบริโภคสินค้ามากขึ้น ขณะเดียวกันผู้ผลิตก็มีขีดความสามารถในการผลิตสินค้าสูงขึ้น การตลาดจึงต้องทำหน้าที่ให้บริการการตลาดแก่ระบบเศรษฐกิจมากขึ้นตามไปด้วย

การพัฒนาเศรษฐกิจให้ก้าวหน้าจะส่งผลให้การตลาดพัฒนาตามไปด้วย ในทางตรงกันข้าม การพัฒนาการตลาดให้ก้าวหน้า ก็จะมีผลเกื้อหนุนให้เศรษฐกิจมีความก้าวหน้าเช่นเดียวกัน

ระบบการตลาด (Marketing system) คือกลุ่มของหน้าที่ต่างๆทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นและมีผลกระทบซึ่งกันและกัน และสามารถเปลี่ยนแปลงได้ (Purcel, 1979 : 21) ดังนั้นระบบการตลาดเป็นการศึกษาความสัมพันธ์และความเกี่ยวข้องของกิจกรรมทางการตลาด ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 แสดงระบบการตลาดอย่างง่าย (พิทักษ์สิทธิ์ ฉายะภุติ, 2539 : 136)

Thomsen (1969) กล่าวว่า กระบวนการตลาด (The marketing process) เป็นกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นและดำเนินต่อเนื่อง เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค ประกอบด้วยกิจกรรมที่ดำเนินการโดยผู้ทำหน้าที่การตลาดทุกราย เช่น พ่อค้าท้องถิ่นที่มีการรับซื้อผลผลิต การเก็บรักษา แปรรูป ขนส่ง ต่อเนื่องไปยัง พ่อค้าขายปลีก พ่อค้าขายส่ง และผู้ส่งออก เป็นต้น และกิจกรรมที่ดำเนินงานของผู้ทำหน้าที่การตลาด

กิจกรรมในกระบวนการตลาด สามารถแบ่งออกได้ 3 กิจกรรมย่อยคือ

1. การรวบรวมสินค้าจากผู้ผลิต (concentration) โดยองค์กรในท้องถิ่น แล้วส่งไปยังศูนย์รวมของการขนส่งใกล้ผู้แปรรูปและผู้บริโภค
2. กิจกรรมต่างๆ ที่ปรับสมดุลระหว่างการผลิต (ผู้ขาย) และการบริโภค (ผู้ซื้อ) ให้มีผลผลิตพร้อมสำหรับผู้บริโภค (Equalization)
3. การจัดจำหน่ายสินค้าไปสู่ผู้บริโภค โดยผ่านช่องทางการตลาด (Marketing channel) ผ่านผู้ขายส่ง ผู้ขายปลีกไปยังผู้บริโภค

จากกิจกรรมในกระบวนการตลาดดังกล่าว จะพบลักษณะที่สำคัญของกระบวนการตลาด 2 ประการคือ

1. เป็นการกระทำหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นบางตอนในการเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค
2. เป็นการรวมกันของกิจกรรมต่างๆ เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค

ดังนั้นกระบวนการตลาดจึงประกอบด้วย 2 ส่วนคือ ส่วนแรกประกอบด้วย การซื้อ การขาย การจัดการสินค้า เช่นการขนส่ง การเก็บรักษา แยกชนิด ส่วนที่ 2 คือ การกระจายสินค้า ลักษณะของกิจกรรมในกระบวนการตลาดจะทำให้ทราบถึงระบบการตลาดว่ามีลักษณะอย่างไร

Kotler&Armstrong (1998) กล่าวว่าช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution channel) เป็นกลุ่มของสถาบันซึ่งเกี่ยวข้องกับขั้นตอนที่ทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีเพียงพอและทั่วถึงสำหรับการใช้หรือการบริโภค

ช่องทางการตลาด หรือวิถีตลาด (Marketing Channel) หมายถึงทางเดินที่ผลิตผลเคลื่อนที่จากจุดที่ทำการผลิตไปยังผู้ใช้ชั้นกลาง และผู้ใช้ชั้นสุดท้าย (Lancaster and Massingham, 1993:203)

ลำไยเป็นสินค้าเกษตรที่มีผู้ผลิตเป็นเกษตรกรรายเล็กเป็นจำนวนมาก ทำให้ไม่สามารถควบคุมปริมาณและคุณภาพได้ และยังมีข้อจำกัดในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในด้านเวลาและปริมาณผลผลิตจึงไม่แน่นอนและไม่สมดุล นอกจากนี้การผลิตและการตลาดยังแยกจากกันโดยสิ้นเชิง ดังนั้นในการศึกษาด้านการตลาดผลิตภัณฑ์ลำไย จึงจำเป็นต้องพิจารณาโดยรวมทั้งระบบการตลาด กิจกรรมการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลทำให้ผลิตภัณฑ์ลำไยสามารถเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคตามที่ต้องการ

ดังนั้น ในการส่งออกผลิตภัณฑ์ลำไยไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพมีความจำเป็นต้องมีระบบการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพและมีศักยภาพในการแข่งขันในระยะยาวนั้น และควรมีแผนงานด้านระบบการผลิต ระบบการซื้อขายลำไยและผลิตภัณฑ์ลำไยภายในประเทศ และระบบการซื้อขายเพื่อการส่งออกที่สามารถเชื่อมโยงกันได้ อันจะส่งผลให้สามารถวาง

แผนความสมดุลของความต้องการในระบบตลาดและผลผลิตในระบบการผลิต ซึ่งแผนงานดังกล่าวจะมีส่วนสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์และส่งเสริมสนับสนุนศักยภาพในการส่งออก

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาระบบตลาดที่เชื่อมโยงกับระบบผลิตผลิตภัณฑ์ลำไยภายในประเทศ

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ได้ระบบตลาดที่เชื่อมโยงกับระบบการผลิตผลิตภัณฑ์ลำไยภายในประเทศ

บทที่ 2

วิธีการศึกษา

2.1 การค้นคว้าเอกสาร

การศึกษาระบบตลาดที่เชื่อมโยงกับระบบการผลิตผลิตภัณฑ์ภายในประเทศโดยการค้นคว้าเอกสาร มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1.1 ประเภทเอกสารที่ทำการค้นคว้าและศึกษา

2.1.1.1 เอกสารหน่วยงานภาครัฐของไทย

- กรมศุลกากร
- กรมวิชาการเกษตร
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
- กรมส่งเสริมการเกษตร
- กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์
- สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ
- กรมการค้าต่างประเทศ

2.1.1.2 การค้นคว้าวิจัยและวิทยานิพนธ์บัณฑิตศึกษา

2.1.1.3 รายงานการค้นคว้าวิจัยของหน่วยงานต่างๆ

2.1.1.4 วารสารทางการเกษตร และวารสารทางวิชาการ

2.1.1.5 ข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (Internet)

2.1.2 ประเภทและข้อมูลที่ต้องการจากการค้นคว้าเอกสาร

2.1.2.1 ระบบการผลิตผลิตภัณฑ์ลำไยภายในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ ลักษณะทั่วไปของลำไย และสายพันธุ์ลำไยที่ปลูกในประเทศ แหล่งปลูก พื้นที่ปลูก ผลผลิต และสถานการณ์การผลิตลำไย

2.1.2.2 ระบบการตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยภายในประเทศ ได้แก่ สถานการณ์ตลาดผลิตภัณฑ์ลำไย การรวบรวม และระบบการซื้อขายผลิตภัณฑ์ลำไย การกระจาย และช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ลำไย

2.1.2.3 ระบบการตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยในประเทศเป้าหมายอันได้แก่ จีน ฮองกง มาเลเซีย สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา และแคนาดา ประกอบด้วยข้อมูลการรวบรวมและระบบการซื้อขาย และการกระจายและการช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ลำไย

2.2 การสัมภาษณ์ความคิดเห็น (Depth Interview)

เป็นการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับระบบการผลิตลำไย ระบบการซื้อขายลำไยและผลิตภัณฑ์ลำไยภายในประเทศ และระบบการซื้อขายเพื่อการส่งออก ได้แก่เกษตรกรผู้ปลูกลำไยที่สำคัญ ผู้รวบรวมสินค้าเกษตร ผู้ค้าส่ง ผู้ส่งออก ผู้เชี่ยวชาญ และเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง

2.3 การสำรวจข้อมูลด้านการผลิต ระบบการซื้อขายลำไยและผลิตภัณฑ์ลำไยภายในประเทศ และระบบการซื้อขายเพื่อการส่งออก

สำรวจข้อมูลด้านการผลิต ระบบการซื้อขายลำไยและผลิตภัณฑ์ลำไยภายในประเทศ และระบบการซื้อขายเพื่อการส่งออกโดยการสำรวจสวนลำไยและตลาดซื้อขายลำไย และการสอบถามความคิดเห็นของเกษตรกรที่ปลูกลำไย โดยการให้เกษตรกรตอบแบบสอบถาม

โดยการสำรวจข้อมูลดังนี้

2.3.1 สำรวจข้อมูลด้านการผลิต

โดยการไปสำรวจสวนลำไยในจังหวัดเชียงใหม่ และลำพูน และสังเกตการณ์การเก็บเกี่ยวลำไย ตลอดจนการคัดขนาดการบรรจุ และการขนส่ง

2.3.2 สำรวจตลาดซื้อ-ขายผลิตภัณฑ์ลำไย

2.3.2.1 การสำรวจโดยการสำรวจบริษัท ห้างร้านต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ และลำพูน ที่เป็นจุดรับซื้อผลิตภัณฑ์ลำไย และสำรวจตลาดที่มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ลำไยที่สำคัญอันได้แก่ ตลาดไท ตลาดหาดใหญ่

2.3.2.2 การสำรวจตลาดซื้อขายลำไยในต่างประเทศ โดยการสำรวจตลาดซื้อขายลำไยในประเทศจีน ฮองกง มาเลเซีย และสิงคโปร์

2.3.3 สอบถามความคิดเห็นจากเกษตรกรผู้ปลูกลำไยในภาคเหนือ โดยมีเครื่องมือคือ แบบสอบถาม ที่นักวิจัยได้สร้างขึ้นมา ดังภาคผนวกที่ 1

2.4 สรุปผล

คณะผู้วิจัยสรุปผลข้อมูลเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาระบบตลาดที่เชื่อมโยงกับระบบการผลิตภายในประเทศ

บทที่ 3

ผลการศึกษา

3.1 ระบบการผลิตผลิตภัณฑ์ลำไยภายในประเทศ

3.1.1 ลำไยสด

ระบบการผลิตลำไยสดภายในประเทศ โดยใช้วิธีการคั้นคว่ำเอกสาร การสัมภาษณ์ใน
แนวลึก และการสำรวจ ดังมีรายละเอียดดังนี้

3.1.1.1 ลักษณะทั่วไปของลำไยและสายพันธุ์ลำไยที่ปลูกในประเทศไทย

ลำไยเป็นไม้ผลกิ่งเมืองร้อน ลำต้นเจริญเต็มที่สูงประมาณ 10-12 เมตร
ทรงพุ่มแผ่กว้างประมาณ 6-8 เมตร เจริญเติบโตได้ดีในดินที่มีหน้าดินลึก มีอินทรีย์วัตถุมาก มีค่าความ
เป็นกรดเป็นด่างระหว่าง 5-6 และมีการระบายน้ำดี อุณหภูมิที่เหมาะสมแก่การเจริญเติบโตอยู่ระหว่าง
20-25 องศาเซลเซียส และในช่วงก่อนออกดอกต้องการอุณหภูมิระหว่าง 10-12 องศาเซลเซียส
ปริมาณน้ำฝนที่เหมาะสมอยู่ระหว่าง 1,200-1,400 มิลลิเมตร/ปี ความชื้นสัมพัทธ์ในระยะก่อนออก
ดอกควรต่ำกว่า 80% และความชื้นสัมพัทธ์ในระยะติดผลอยู่ระหว่าง 80-100% ลำไยอายุตั้งแต่ 3 ปี
จะเริ่มให้ผลผลิตและจะให้ผลเต็มที่เมื่ออายุ 7 ปีขึ้นไป ลำไยสามารถให้ผลผลิตได้มากกว่า 30 ปี ทั้งนี้
ขึ้นอยู่กับ การดูแลรักษา การตัดแต่งกิ่งระยะเวลาตั้งแต่ออกดอกถึงเก็บเกี่ยว ผลผลิตประมาณ 6 เดือน
ผลผลิตเฉลี่ยของลำไยที่โตเต็มที่ประมาณ 200 กิโลกรัม/ต้น ปริมาณของผลผลิตอยู่ระหว่าง 60-90 ผล
/กิโลกรัม และฤดูกาลเก็บเกี่ยว ผลผลิตอยู่ระหว่างเดือนกรกฎาคม-เดือนสิงหาคม (กองส่งเสริมพืชสวน
, 2543)

พันธุ์ลำไยที่นิยมปลูกและมีความสำคัญในเชิงการค้า คือ พันธุ์อีดอ ซึ่งมีผลผลิต
คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 ของผลผลิตทั้งหมด เหตุผลที่ได้รับความนิยมเนื่องจากการดูแลรักษาง่าย
ทนทานต่อโรค ให้ผลผลิตสม่ำเสมอ ผลผลิตที่ได้รับมีคุณภาพดี กล่าวคือ เนื้อหนา และกรอบ
มีรสหวาน กลิ่นหอม เมล็ดเล็ก จึงเป็นที่ต้องการของตลาด โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ และโรงงาน
ลำไยกระป๋อง จึงคาดว่าในอนาคตจะมีการเพาะปลูกลำไยพันธุ์อีดอมากขึ้น พันธุ์ที่ปลูกรองลงมาได้แก่
พันธุ์แห้ว (ร้อยละ 7) สีชมพู (ร้อยละ 5) เปี้ยวเขียว (ร้อยละ 5) ปัจจุบันได้ลดความสำคัญลง
เนื่องจากให้ผลผลิตไม่สม่ำเสมอและตลาดให้ความนิยมน้อย นอกจากนี้ยังมีการปลูกพันธุ์พื้นเมือง คิด
เป็นสัดส่วนของผลผลิตเพียงร้อยละ 3 ส่วนใหญ่จะปลูกในสวนเก่าๆ คาดว่าในอนาคตจะลดน้อยลง
เนื่องจากคุณภาพของผลผลิตไม่เป็นที่ต้องการของตลาด (กองส่งเสริมพืชสวน, 2543)

คณะผู้วิจัยได้รับความร่วมมือในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการผลิต และ
ระบบตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยจากผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกลำไยรายสำคัญ สหกรณ์ผู้ปลูก
ลำไย ผู้ผลิตสื่อด้านการเกษตรทางวิทยุ หน่วยงานราชการที่ประกอบด้วย เกษตรกรจังหวัดลำพูน

เกษตรจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย จันทบุรี สำนักงานเกษตรและสหกรณ์อำเภอป่าซาง รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดเชียงใหม่ ผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการและผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ลำไย ดังตารางที่ 1 และ 2 ในภาคผนวกที่ 1 พบว่าส่วนใหญ่มีการปลูกพันธุ์ดอมากกว่า 70% ขึ้นไป นอกจากนั้นจะเป็นพันธุ์แป้นเขียว สีชมพู ทั้งนี้เนื่องจากพันธุ์ดอ สามารถขายให้กลุ่มต่างๆ ได้หลายกลุ่ม คือ ขายสด ขายให้โรงงานแปรรูป เช่น ลำไยอบแห้ง ทำกระป๋องก็ได้ เป็นพันธุ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ซึ่งจะทำให้โอกาสราคาลำไยพันธุ์ดอราคาสูงกว่าการปลูกพันธุ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ซึ่งจะทำให้โอกาสราคาลำไยพันธุ์ดอราคาสูงกว่าการปลูกพันธุ์อื่นๆ และจากการสำรวจความคิดเห็นของเกษตรกรเกี่ยวกับระบบการผลิตและระบบการตลาด โดยเครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม ผลการสำรวจจะเห็นเกษตรกร ชาวจังหวัดลำพูน เชียงใหม่ เชียงราย และจันทบุรี ปรากฏรายละเอียดในภาคผนวกที่ 2 พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกลำไย จังหวัดลำพูน เชียงใหม่ และเชียงราย ที่ตอบแบบสอบถามมี 175 คน เป็นเกษตรกรที่มีอาชีพในการปลูกลำไย 1-5 ปี มี 33.8% 5-10 ปีมี 25.3% นั่นคือ มีอายุ 1-10 ปี มีมากกว่า 56% โดยส่วนใหญ่มีพื้นที่เพาะปลูก 1-20 ไร่ ประมาณ 77% โดยอายุลำไยมีมากช่วงอายุ 4-7 ปี และ 11-15 ปี เกษตรกรไม่มีเตาอบถึง 83.6% พันธุ์ที่นิยมปลูกอันดับ 1 คือ ดอ รองลงมาคือ แป้นเขียว แห้ว สีชมพู ส่วนเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรี 13 คน เป็นเกษตรกรผู้ปลูกลำไย 5-20 ปี มี 77.9% โดยมีพื้นที่เพาะปลูก 5-40 ไร่ 53.9% พันธุ์ที่นิยมปลูกอันดับ 1 คือ ดอ สีชมพู และแห้ว

3.1.1.2 แหล่งปลูก พื้นที่ปลูก และผลผลิตลำไยในประเทศ

แหล่งปลูกลำไยที่สำคัญของประเทศไทยคือ จังหวัดที่อยู่ในเขตภาคเหนือ ได้แก่ เชียงใหม่ ลำพูน เชียงราย ลำปาง แพร่ น่าน พะเยา นอกจากนี้ยังมีการปลูกในภาคตะวันออกที่อำเภอโป่งน้ำร้อน อำเภอสอยดาว จังหวัดจันทบุรี ปัจจุบันลำไยได้แพร่กระจายไปในจังหวัดต่างๆ ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือเช่น จังหวัดเลย หนองคาย นครพนม ขอนแก่น และหนองบัวลำภู เป็นต้น ดังตารางที่ 1

สถิติแสดงแหล่งเพาะปลูกลำไย เป็นรายจังหวัดที่สำคัญปี 2537-2543 พบว่าพื้นที่ปลูกส่วนใหญ่คือ ภาคเหนือ โดยปี 2543 จังหวัดที่มีผลผลิตมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน เชียงราย คิดเป็น 35.01% 25.77% และ 10.79% ของปริมาณผลผลิตทั้งหมด ดังตารางที่ 2

ลำไยที่ปลูกในประเทศไทยให้ผลผลิตหลังการปลูก 4 ปี ในปี 5 ให้ผลผลิต 2.5 กิโลกรัม/ต้น ปีที่ 7 เป็น 20 กิโลกรัม/ต้น ขึ้นปีที่ 10 เพิ่มเป็น 60 กิโลกรัม/ต้น ถึงปีที่ 15 เพิ่มเป็น 100-190 กิโลกรัม/ต้น หลังปีที่ 15 ผลผลิตอยู่ในช่วง 150-200 กิโลกรัม/ต้น และ 10 ปีให้หลังผลผลิตจะลดลง เมื่ออายุลำไย 35 ปี อย่างไรก็ตามลำไยอายุ 12-15 ปี จะมีผลผลิตน้อย และมีผลผลิตสูงสุดถึง 300-340 กิโลกรัม/ต้น (Subhadrabandhu and Yapwattanaphun, 2000)

จากสถิติของพื้นที่เพาะปลูกที่ให้ผลผลิตแล้ว ผลผลิต และผลผลิตเฉลี่ยของปีพ.ศ. 2532-2543 และเป็นเป้าหมายการผลิตในอนาคต 2545-2549 ดังตารางที่ 3-3 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2543-2544)

ในปีการผลิตปีพ.ศ. 2544/2545 ปริมาณลำไยออกสู่ตลาดลดลงเหลือ 186,800 ตัน ประมาณ 52% ของปริมาณลำไยในปีพ.ศ. 2543 ซึ่งมีผลผลิต 258,470 ตัน เนื่องจากในปีที่ผ่านมา ลำไยติดดอกออกผลมาก ทำให้ลำต้นขาดความสมบูรณ์ต้องการพักตัวเพื่อสะสมอาหาร อากาศหนาวเย็นไม่เพียงพอ และความสมบูรณ์ของผลลำไยมีน้อยส่งผลให้ผลผลิตลดลงมาก (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2544)

ตารางที่ 1 สถิติแสดงพื้นที่ให้ผล พื้นที่ปลูก ผลผลิต รวม ราคาขายเฉลี่ยของลำไย รายจังหวัดแห่งประเทศไทย ปี 2537-2541

จังหวัด	พื้นที่ให้ผล (ไร่)					พื้นที่ปลูกรวม (ไร่)					ผลผลิตเฉลี่ย (กก./ไร่)					ผลผลิตรวม (ตัน)					ราคาขายเฉลี่ย (บาท/กก.)				
	2537	3538	2539	2540	2541	2537	3538	2539	2540	2541	2537	3538	2539	2540	2541	2537	3538	2539	2540	2541	2537	3538	2539	2540	2541
กำแพงเพชร	481	520	1,050	1,103	1,125	868	1,430	2,084	2,774	3,225	513	659	899	1,345	0	246.80	342.50	943.98	1,483.30	0.00	22.50	39.50	28.57	28.33	2541
	14,121	17,158	20,420	24,718	25,722	20,722	29,870	35,742	43,350	59,370	841	590	873	805	104	11,868.89	10,118.51	17,820.14	19,903.27	2,684.25	19.33	22.44	21.83	23.41	76.28
	45,994	56,959	64,041	81,186	98,515	89,860	108,593	126,626	148,924	171,241	1,023	881	1,209	1,152	21	47,038.68	50,159.86	77,436.84	93,505.62	2,060.53	20.97	22.58	22.58	21.81	120.00
	5,058	4,479	5,809	6,014	6,014	9,503	9,623	9,162	12,289	12,769	796	795	794	1,145	0	4,027.80	3,561.44	4,615.05	6,883.56	0.00	21.25	24.44	23.06	23.50	0.00
นครสวรรค์	0	0	0	0	0	0	0	0	6	0	0	0	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
น่าน	8,516	5,937	10,118	8,596	5	16,801	13,225	15,827	14,190	17,425	704	679	480	217	100	5,997.85	4,033.90	4,858.66	2,328.20	0.50	12.81	12.84	12.58	15.11	90.00
	0	0	0	30	30	30	30	63	96	100	0	0	0	50	85	0.00	0.00	0.00	1.50	2.55	0.00	0.00	0.00	37.50	41.50
	25	17	89	627	818	156	805	4,184	4,704	7,495	366	350	488	528	230	9.15	5.95	43.40	331.05	188.23	9.83	9.00	21.67	43.00	77.50
	550	586	658	913	953	1,103	1,342	1,470	2,003	2,380	713	440	652	724	500	391.90	257.65	428.78	661.16	476.78	22.88	24.55	25.16	24.38	38.06
แพร่	5,265	5,797	6,144	7,601	0	8,061	8,444	9,758	10,833	0	671	1,168	844	1,077	0	3,531.32	6,772.87	5,186.94	8,183.61	0.00	14.61	18.46	15.91	18.02	0.00
พะเยา	7,820	8,435	8,110	8,664	1,233	12,197	13,165	14,354	17,470	20,587	788	778	1,106	1,127	27	6,164.08	6,566.08	8,66.37	9,768.02	33.47	19.79	19.82	16.91	17.55	100.42
	265	296	330	449	629	485	475	1,414	1,599	2,373	605	678	633	907	25	160.39	200.72	208.99	407.43	15.53	16.59	19.59	18.75	16.65	47.08
	5,954	4,731	6,069	6,332	35	8,833	8,224	9,369	9,623	11,926	956	1,108	1,052	848	720	5,690.26	5,241.48	6,385.82	5,366.42	25.20	18.58	20.35	18.46	18.50	55.00
	79,993	85,265	83,289	81,277	10,312	98,030	111,240	129,896	150,047	157,493	615	385	726	883	832	49,192.67	32,851.42	60,444.81	71,766.56	8,577.64	23.79	23.59	27.39	27.43	106.88
สุโขทัย	911	1,375	1,485	1,485	0	2,600	3,001	3,778	3,788	3,788	227	203	220	233	0	206.43	278.84	327.44	346.14	0.00	18.95	21.56	22.50	21.94	0.00
อุตรดิตถ์	550	518	441	740	694	1,148	822	1,327	4,751	5,952	1,669	695	1,879	567	569	918.10	354.91	828.70	419.40	394.84	17.40	19.35	19.67	18.21	19.17
อุทัยธานี	17	5	21	21	53	52	37	110	522	559	913	704	660	618	238	15.52	3.52	13.87	12.99	12.60	20.00	25.00	37.50	26.25	
กาฬสินธุ์	6	6	36	56	76	6	345	520	583	704	500	360	685	708	826	3.00	2.16	24.66	39.66	62.00	22.50	17.50	25.00	26.25	30.00
ขอนแก่น	9	9	34	66	8	229	229	4,011	4,829	8,626	1,236	1,236	1,200	1,155	500	11.13	11.13	40.80	76.20	4.00	25.83	25.83	24.17	26.00	37.50
ชัยภูมิ	0	0	0	0	0	0	0	65	140	3,111	0	0	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
นครพนม	923	953	153	100	276	1,755	1,765	821	836	3,211	979	934	440	435	45	903.48	890.08	67.25	43.49	12.41	18.35	18.35	13.06	16.50	20.57
นครราชสีมา	420	435	485	630	658	565	778	970	1,155	1,197	1,052	927	1,042	894	811	441.70	403.45	505.45	563.38	533.65	22.10	46.21	25.36	26.25	28.50
บุรีรัมย์	5	0	15	22	32	114	129	120	782	732	32	0	183	341	334	0.16	0.00	2.75	7.51	10.70	17.50	17.50	11.25	22.50	25.00
มหาสารคาม	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30	0	0	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ยโสธร	107	127	132	138	39	196	221	414	383	303	894	872	811	1,165	245	95.70	110.70	107.06	160.72	9.57	25.38	26.50	24.00	19.92	20.63

จังหวัด	พื้นที่ให้ผล (ไร่)						พื้นที่ปลูกรวม (ไร่)						ผลผลิตเฉลี่ย (กก./ไร่)						ผลผลิตรวม (ตัน)						ราคาขายเฉลี่ย (บาท/กก.)					
	2537	3538	2539	2540	2541	2542	2537	3538	2539	2540	2541	2542	2537	3538	2539	2540	2541	2542	2537	3538	2539	2540	2541	2542	2537	3538	2539	2540	2541	2542
ร้อยเอ็ด	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
เลย	2,061	2,805	3,012	6,061	60	21,338	697	643	742	714	10	1,437.26	1,803.37	2,234.34	4,326.07	0.60	0.00	0.00	18.93	20.19	20.15	20.58	0.00	0.00	0.00	0.00	20.15	20.58	0.00	0.00
ศรีสะเกษ	54	35	153	153	0	180	865	979	1,064	1,064	0	46.70	34.25	162.85	162.85	0.00	0.00	0.00	19.17	19.17	25.83	25.83	0.00	0.00	0.00	19.17	25.83	25.83	0.00	0.00
สกลนคร	250	250	674	833	810	547	440	440	500	482	166	110.04	110.04	337.26	401.32	134.80	0.00	0.00	20.96	20.96	20.96	21.07	19.69	0.00	0.00	20.96	21.07	19.69	65.83	0.00
หนองคาย	679	644	583	519	0	1,101	944	975	1,077	889	0	641.27	627.97	628.06	461.35	0.00	0.00	0.00	17.73	18.38	15.96	16.04	0.00	0.00	0.00	18.38	15.96	16.04	0.00	0.00
อุดรธานี	13	6	101	148	0	512	187	360	363	471	0	2.44	2.16	36.67	69.65	0.00	0.00	0.00	17.50	21.25	24.20	23.63	0.00	0.00	0.00	21.25	24.20	23.63	0.00	0.00
อุบลราชธานี	10	-	4	201	204	1,816	765	321	500	1,251	1,026	7.65	2.25	2.00	251.50	209.36	0.00	0.00	18.33	25.75	55.00	24.64	0.00	0.00	0.00	25.75	55.00	24.64	29.58	0.00
มุกดาหาร	729	978	737	838	868	4,323	924	867	863	1,099	1,089	673.53	848.14	636.36	921.14	954.14	0.00	0.00	20.39	20.25	20.94	24.50	0.00	0.00	0.00	20.25	20.94	24.50	24.50	0.00
หนองบัวลำภู	144	151	169	466	0	2,244	768	770	587	583	0	110.60	116.20	99.24	271.59	0.00	0.00	0.00	14.75	26.25	26.50	25.00	0.00	0.00	0.00	26.25	26.50	25.00	0.00	0.00
อำนาจเจริญ	35	28	54	72	0	155	1,380	213	707	1,085	0	48.30	5.96	38.20	78.12	0.00	0.00	0.00	14.50	11.00	21.25	24.17	0.00	0.00	0.00	11.00	21.25	24.17	0.00	0.00
บึงกาฬ	0	0	0	0	0	81	0	0	0	0	350	0.00	0.00	0.00	0.00	17.50	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	80.00	0.00
บึงกาฬ	0	0	0	0	0	32	0	0	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
สระบุรี	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ฉะเชิงเทรา	5,269	4,914	4,769	6,529	9,123	11,072	542	403	402	965	0	2,857.84	1,979.38	1,918.48	6,301.81	0.00	0.00	0.00	36.83	34.50	33.67	38.00	0.00	0.00	0.00	34.50	33.67	38.00	0.00	0.00
ปราจีนบุรี	0	0	0	0	0	100	0	0	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
สระแก้ว	34	34	124	153	257	588	233	338	433	957	604	7.91	11.50	53.75	146.40	155.11	0.00	0.00	32.50	32.50	27.38	24.30	0.00	0.00	0.00	32.50	27.38	24.30	34.83	0.00
ราชบุรี	0	2	9	147	105	1,234	0	1,000	1,375	564	400	0.00	2.00	12.38	82.90	42.00	0.00	0.00	0.00	25.00	25.00	25.00	27.50	0.00	0.00	25.00	25.00	27.50	37.50	0.00
สมุทรสาคร	0	150	150	150	283	337	0	1,200	2,500	2,500	1,500	0.00	180.00	375.00	375.00	424.50	0.00	0.00	0.00	19.00	19.00	45.00	70.00	0.00	0.00	19.00	45.00	70.00	50.00	0.00
นครปฐม	0	0	0	0	17	79	0	0	0	0	800	0.00	0.00	0.00	0.00	13.60	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	42.50	0.00
สุพรรณบุรี	0	0	0	0	200	648	0	0	0	0	500	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	41.00	0.00
กาญจนบุรี	83	191	254	250	341	962	1,006	780	554	383	725	83.50	148.94	140.81	95.63	247.30	0.00	0.00	20.83	20.50	24.58	25.25	0.00	0.00	0.00	20.50	24.58	25.25	31.79	0.00
เพชรบุรี	0	0	0	0	0	60	0	0	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ประจวบคีรีขันธ์	0	0	0	0	5	25	0	0	0	0	1,500	0.00	0.00	0.00	0.00	7.50	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
กระบี่	0	0	0	0	0	25	0	0	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
สงขลา	212	80	80	85	90	148	1,200	1,250	1,250	1,250	1,358	254.40	100.00	100.00	106.25	122.25	0.00	0.00	17.50	100.00	120.00	60.00	0.00	0.00	100.00	120.00	60.00	105.00	0.00	0.00
ระนอง	0	0	0	0	0	6	0	0	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	32.50	0.00
สุราษฎร์ธานี	0	0	0	0	0	10	0	0	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
พังงา	0	0	0	0	0	34	0	0	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ยะลา	0	7	7	20	25	55	0	1,200	1,200	1,200	1,200	0.00	8.40	8.40	24.00	30.00	0.00	0.00	0.00	60.00	60.00	100.00	50.00	0.00	0.00	60.00	100.00	50.00	100.00	100.00
รวม	366,620	401,238	433,265	486,076	307,956	1,068,489	20,758	18,778	22,013	22,750	7,523	282,356.75	252,894.91	378,734.1	464,266.67	33,004.11	542.81	605.16	639.59	669.67	605.16	639.59	669.67	1,150.15	605.16	639.59	669.67	1,150.15	605.16	639.59

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ตารางที่ 2 ตารางแสดงสถิติแหล่งเพาะปลูกที่สำคัญของลำไย ปี 2539-2543

จังหวัด	พื้นที่ผล (ไร่)				พื้นที่ปลูกรวม (ไร่)				ผลผลิตเฉลี่ย (กก./ไร่)				ผลผลิตรวม (ตัน)			
	2539	2540	2541	2542	2543	2539	2540	2541	2542	2543	2539	2540	2541	2542	2543	2543
เชียงราย	20,420	24,718	24,936	29,153	38,189	35,724	43,350	60,739	67,119	70,695	873	805	101	634	1,013	18,487.09
เชียงใหม่	64,041	81,152	98,515	112,431	119,514	126,626	148,954	171,241	174,246	179,122	1,209	1,152	21	530	1,050	59,638.41
ตาก	5,809	6,014	6,014	2,969	8,842	9,162	12,289	12,769	11,870	14,010	794	1,145	0	1,539	1,550	13,703.60
น่าน	10,118	8,566	ND	11,122	14,299	15,827	14,519	22,159	21,313	21,666	488	528	230	453	1,000	14,299.00
แพร่	6,144	7,651	ND	7,277	10,305	9,758	11,223	11,223	10,989	12,979	844	1,076	0	1,069	1,408	14,510.32
พะเยา	8,110	8,664	1,233	11,610	17,043	14,354	17,470	20,587	25,905	37,918	1,106	1,127	27.00	726	841	14,338.51
ลำปาง	6,069	6,332	ND	1,180	10,069	9,369	9,633	12,272	10,829	16,216	1,052	848	720	1,459	1,101	11,083.52
ลำพูน	83,289	81,277	10,312	56,327	94,167	129,896	150,047	157,493	167,099	202,106	726	883	832	1,126	981	92,381.76
จันทบุรี	4,769	6,529	9,123	10,737	10,737	9,956	10,595	12,499	14,120	20,157	402	965	0	1,150	1,795	19,273.60
อื่น	224,496	255,173	157,833	125,224	62,896	448,591	548,442	587,517	61,236	8,584	877.15	1,307.56	123.14	280.90	233.11	14,662
รวม	433,265	486,076	307,966	368,030	386,061	809,263	966,522	1,068,499	564,726	583,453						358,420.00

ที่มา : สำนักวิชาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร กรมการค้าภายใน และศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

ND = ไม่มีข้อมูล

ตารางที่ 3 พื้นที่เพาะปลูกที่ให้ผลผลิตแล้ว ผลผลิต และผลผลิตเฉลี่ยของปี 2532-2543 และเป็นเป้าหมายการผลิตในอนาคต 2545-2549

ปี	พื้นที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)
2532	110,984	44,661	402
2533	124,514	145,869	1172
2534	136,064	81,842	601
2535	147,721	145,047	982
2536	171,752	92,742	540
2537	192,429	193,079	1,003
2538	216,972	143,542	662
2539	239,393	236,428	988
2540	258,964	250,359	967
2541	275,108	33,771	123
2542	295,137	142,553	483
2543	331,069	358,420	1,083
2545	360,000	360,000	1,000
2546	370,000	388,500	1,050
2547	380,000	418,000	1,100
2548	380,000	437,000	1,150
2549	380,000	456,000	1,200

ที่มา : 2532-2543 ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2544

จากการสัมภาษณ์ในแนวลึก พบว่า ประเทศไทยมีการปลูกลำไยขยายมากขึ้น โดยเฉพาะจังหวัดเชียงราย และภาคตะวันออก ได้แก่จังหวัดจันทบุรี ซึ่งจะเป็นเกษตรกรรมมืออาชีพ และมีพื้นที่การปลูกขนาด 100-5,000 ไร่ ซึ่งต่างจากภาคเหนือ ซึ่งมีตั้งแต่ 5-2,000 ไร่ นอกจากนี้ยังมีการปลูกที่ภาคใต้ของประเทศ โดยเฉพาะจังหวัดสุราษฎร์ธานี และภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการขยายพื้นที่ปลูกในจังหวัดเลย และที่จังหวัดหนองบัวลำภู มีพื้นที่ปลูก 100 กว่าไร่ ได้มีการปลูกลำไยพันธุ์ป้องกันของเวียดนามที่มีลูกขนาดใหญ่ เนื้อโต ผิวสีออกเหลือง เปลือกหนา รสชาติหวาน 20-22

องศาบริกซ์ เมล็ดขนาดใหญ่ มีน้ำเยอะ ดังรูปที่ 3-1 ส่วนแหล่งปลูกลำไยเขตจังหวัดหนองคาย พบว่าส่วนใหญ่ปลูกพันธุ์ดอ โดยนำพันธุ์มาจากเชียงใหม่ ลำพูน มีการปลูกตั้งแต่ 4 – 100 ไร่ เริ่มปลูก 10 ปีมาแล้ว และได้ให้ผลผลิตแล้ว มีการใช้ปุ๋ยในการบำรุง ยังไม่มีการใช้โปรแตสเซียมคลอไรด์ ปัญหาที่พบในการเพาะปลูกคือ แมลงวันทอง ฝั่มม้วยหวาน แมงข้างค่อม เพลี้ยหอย และลำไยมีตำหนิ

ปัจจุบันการเก็บเกี่ยวลำไยของประเทศไทยสามารถให้ผลผลิตได้ทั้งในฤดู และนอกฤดู จากผลการใช้โปรแตสเซียมคลอไรด์สามารถทำให้ลำไยให้ผลผลิตนอกฤดูและให้ผลผลิตลำไยสูง โดยเกษตรกร และผู้รวบรวมให้ความคิดเห็นตรงกันว่า ลำไยที่ใส่สารโปรแตสเซียมคลอไรด์ ไม่ใช่จะให้ผลผลิตในฤดูหรือนอกฤดูเท่านั้น ยังสามารถเก็บเกี่ยวได้ภายใน 6-6.5 เดือน หลังออกดอก ซึ่งโดยปกติจะใช้เวลา 7 เดือน โดยจะเก็บที่ความแก่ 80% หากเลยระยะดังกล่าว จะทำให้ลำไยร่วง และลำไยแก่เร็วกว่าปกติ



รูปที่ 2 ลำไยพันธุ์ปิงปอง (จากเวียดนาม) ที่ปลูกที่สวนคุณชาญณรงค์ ศรีวิเชียร จังหวัดหนองบัวลำภู

3.1.1.3 เทคโนโลยีการเพิ่มผลผลิต

จากการสำรวจความคิดเห็นของเกษตรกร ที่ตอบแบบสอบถาม 175 คน พบว่าเทคโนโลยีการเพิ่มผลผลิต คือ การให้ปุ๋ยที่ถูกต้อง (23.53%) การให้น้ำ (21.68) การตัดกิ่งทรงพุ่ม และการดูแลรักษากำจัดศัตรูพืช (19.83%) และการใช้โปรแตสเซียมคลอไรด์ (13.95%) โดยได้รับการแนะนำจากเกษตรกรด้วยกันเองมากที่สุด (36.06%) รองลงมาคือ สื่อต่างๆ 20.56%

3.1.1.4 ขั้นตอนการปฏิบัติของการเก็บเกี่ยวลำไยสด

ระบบการผลิตผลิตภัณฑ์ลำไยไทย โดยเฉพาะลำไยสดนั้นมี 2 ช่วง คือ ช่วงในฤดูซึ่งสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตในช่วง มิถุนายน-กันยายน ของทุก ๆ ปี โดยให้ผลผลิตมากที่สุดในช่วงเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม ส่วนผลผลิตลำไยสดนอกฤดูนั้น มีการให้ผลผลิตช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา (2540-2544) จากผลการใช้สารโปรแตสเซียมคลอไรด์ พบว่าจะมีผลต่อคุณภาพลำไย และระบบตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยในอนาคต โดยทีมวิจัยได้สำรวจการปฏิบัติการเก็บเกี่ยวของสวนที่มีการใส่

สารโปแตสเซียมคลอไรด์ มีอายุต้นลำไย 7 ปีของสวนเกษตรที่บ้านหลุก ต.เหมืองว่า อ.เมืองลำพูน จ.ลำพูน ขณะลำไย อายุ 6.5 เดือน มีความแก่ 80% ลักษณะลำไยสีน้ำตาลปนเขียว(ปกติ 7.5-8 เดือน) เก็บเกี่ยว ณ วันที่ 1 สิงหาคม 2544 ซึ่งอยู่ในฤดูลำไยออกผลผลิต การปฏิบัติขณะเก็บเกี่ยวมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) ลำไยมีความแก่ 80% มีลักษณะสีผิวน้ำตาลปนเขียว ดังรูปที่ 3



รูปที่ 3 ลักษณะลำไยที่สวนที่มีการปลูกนาน 7 ปี ใส่สารโปแตสเซียมคลอไรด์ เก็บเกี่ยวในวันที่ 1 สิงหาคม 2544

(2) เก็บเกี่ยวลำไยโดยใช้แรงงาน โดยการหักก้านลำไยให้ยาวพอประมาณ หักลำไยอยู่สูงจะใช้นันไคขึ้นไปเก็บ ซ่อที่หักแล้วจะนำมาใส่แ่ง ลำไยที่หักก้านจากต้น จะมีลำไยและใบปนกันมา ค่าแรงงานคนหักก้าน วันละ 200 บาท ดังรูปที่ 4



รูปที่ 4 ขั้นตอนการหักก้านลำไย

(3) ลำไยที่หักก้านแล้วที่บรรจุในแ่งจะถูกขนย้าย โดยการใช้แรงงานเพื่อยกไปที่ร่มไม้หรือนำไปไว้ที่ใต้ถุนบ้าน เพื่อทำการตัดแต่ง แรงงานมีค่าแรง 200 บาท/วัน ดังรูปที่ 5



รูปที่ 5 การขนย้ายลำไยจากสวนไปที่ร่มไม้ เพื่อนำไปตัดแต่ง

(4) การตัดแต่งจะมีแรงงานเป็นกลุ่มแม่บ้าน เด็กวัยรุ่น คนชรา โดยจะใช้กรรไกรตัดแต่งกิ่ง และโบออกเพื่อให้เหลือเฉพาะช่อลำไย โดยให้เหลือก้านยาวพอประมาณ แยกลำไยช่อ และลำไยร่วง หรือก้านที่ไม่เป็นช่อก็จะเด็ดลำไยออก นอกจากนี้จะมีการคัดลำไยลูกที่ไม่ได้ขนาด ลูกที่มีตำหนิออก การตัดแต่งนี้จะมีการคัดเกรดโดยดูลักษณะผิวและขนาดเป็นเกณฑ์ ทำการคัดเลือกโดยแยกตะกร้ากลุ่มนี้มีค่าแรงงาน 120-150 บาท/วัน ดังรูปที่ 6



รูปที่ 6 การตัดแต่งลำไย และคัดเกรดลำไยหลังตัดแต่ง โดยใช้สายตา

(5) การคัดเกรดลำไย จะคัดตามพ่อค้าที่ซื้อ ซึ่งโดยทั่วไปจะมีเกรด AA A B นำช่อลำไยแต่ละเกรดเรียงลงตะกร้าพลาสติก โดยให้ก้านอยู่ด้านใน ลูกลำไยโบอยู่ด้านบน น้ำหนัก 12 กิโลกรัม น้ำหนักลำไย 11 กิโลกรัม น้ำหนักตะกร้า 1 กิโลกรัม แล้วนำใบลำไยมาปิดบนตะกร้า นำฝาตะกร้ามาปิดแล้วใช้เชือกฟางผูกหูทั้ง 4 ด้าน ยกตะกร้าซ้อนกัน เพื่อรอขนย้ายต่อไป ดังรูปที่ 7



รูปที่ 7 การปฏิบัติเกี่ยวกับการบรรจุลำไยเพื่อการขายของเกษตรกร
ในรูปเกรดลำไย AA

ส่วนระบบการผลิตผลิตภัณฑ์ลำไยไทยในฤดู โดยได้ไปสำรวจที่จังหวัด
หนองคาย (13-14 กรกฎาคม 2545) และจังหวัดเชียงราย (2 สิงหาคม 2545) พบว่า ลำไยที่ปลูก
แถบภาคอีสานจะมีที่จังหวัดเลย และแถบลุ่มแม่น้ำโขง เฉพาะจังหวัดหนองคาย เพราะบริเวณ
ดังกล่าวลำไยได้รับความเย็นและความชุ่มชื้นจากไอน้ำของแม่น้ำโขง จึงให้ผลผลิตได้ ลักษณะ
ต้นลำไยจะมีลักษณะต้นเตี้ย ทรงพุ่ม เริ่มให้ผลผลิตมาแล้ว 2-3 ปี พันธุ์ที่นำมาปลูกเป็นพันธุ์ดอ
ส่วนใหญ่ โดยนำพันธุ์มาจากจังหวัดเชียงใหม่ และลำพูน ลักษณะของต้นลำไย การเก็บเกี่ยวและ
คัดเกรด แสดงดังรูปที่ 8



ลักษณะของลำไยต้นเตี้ย



รูปที่ 8 ลักษณะต้นลำไย การเก็บเกี่ยว และการคัดเลือกเกรดลำไยในจังหวัดหนองคาย

ส่วนชาวสวนอำเภอป่าแดด จังหวัดเชียงรายมีพื้นที่ปลูกลำไยแล้ว โดยมีอายุ 12-13 ปี และเพิ่งปลูกอีกหลายพันไร่ โดยให้เหตุผลว่าตัดต้นมะขาม ลิ้นจี่ ทิ้งแล้วปลูกลำไยแทน เพราะมะขามดูแลยาก พื้นดิน อ.ป่าแดด เป็นที่ราบลุ่ม (ที่นา) รากมะขามแช่น้ำต้นโทรม ส่วนลิ้นจี่คือราคาตกและดูแลยาก ซึ่งขณะนี้จังหวัดเชียงรายมีการขยายพื้นที่ปลูกลำไยทุกอำเภอ

พันธุ์ที่นิยมปลูก คือ อีตดอ แท่ง เบี้ยวเขียว ตามลำดับ โดยในปี 2545 มีการใส่สารโปแตสเซียมคลอไรด์ ไม่เกิน 10% มีต้นทุนการผลิตประมาณ 8 บาท/กิโลกรัม ซึ่งปีนี้มีราคาเฉลี่ยเกรด AA A และ B มีราคา 11 บาท ซึ่งเกษตรกรสามารถอยู่ได้ และผลผลิตที่เชียงรายโดยเฉลี่ย ได้ไร่ละ 3,000 กว่ากิโลกรัม

ปัญหาลำไยสดที่จังหวัดเชียงราย คือ ยังไม่สวย เป็นซีกลาก ไม่เรียบ ขาดแรงงานในการดูแลคุณภาพ

3.1.1.5 ต้นทุนการผลิตลำไยสด

สินค้าเกษตรเพื่อการส่งออกจะประสบความสำเร็จได้ขึ้นอยู่กับความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก โดยเฉพาะด้านราคา และคุณภาพของสินค้า ดังนั้นต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์ลำไย จึงมีบทบาทในการกำหนดราคาสินค้าและสามารถกำหนดกลยุทธ์ในการตลาดของการแข่งขันเป็นอย่างดี การรวบรวมเอกสารพบว่า

ต้นทุนการผลิตลำไยสด 10.50 บาท โดยมีสัดส่วนต้นทุนที่ผลผลิต 632.29 กิโลกรัม ต้นทุนต่อไร่ มีต้นทุนคงที่เฉลี่ย 1,382.06 บาทต่อไร่ (21%) ต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 5,258.02 บาทต่อไร่ (79%) รวม 6,640.08 บาทต่อไร่ โดยต้นทุนคงที่คือค่าใช้ที่ดิน/ค่าเช่าที่ดิน ค่าภาษีที่ดิน ค่าอุปกรณ์ทางการเกษตร ต้นทุนผันแปร คือ ค่าแรงเตรียมดินถึงเก็บเกี่ยว ค่าวัสดุปัจจัยต่างๆ ค่าใช้จ่ายอื่นๆ โดยมีค่าใช้จ่ายไปกับค่าวัสดุปัจจัยต่างๆ มากที่สุด รองลงมาคือ ค่าแรงเก็บเกี่ยว และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ตามลำดับ (กองส่งเสริมพืชสวน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2544)

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2540) ได้วิเคราะห์ต้นทุนการผลิตลำไยของเกษตรกรว่าในช่วง 3 ปีแรกที่ปลูกลำไย เป็นช่วงเวลาที่ลำไยยังไม่ให้ผลผลิต ลำไยจะเริ่มให้ผลผลิตตั้งแต่ปีที่ 4 เป็นต้นไป ในการวิเคราะห์จะคิดตลอดช่วง 20 ปี พบว่าต้นทุนการผลิตเท่ากับ 4,833.95 บาท/ไร่ ผลผลิตเฉลี่ย 484 กิโลกรัม/ไร่ ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 9.99 บาท/กิโลกรัม

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2543) ได้วิเคราะห์ต้นทุนการผลิตลำไยของเกษตรกรในปี พ.ศ. 2537 ว่ามีต้นทุนการผลิตลำไยทั้งหมดไร่ละ 7,762.18 บาท เป็นต้นทุนผันแปร 7,153.94 บาท ต้นทุนคงที่ 608.24 บาท ผลผลิตเฉลี่ยไร่ละ 761 กิโลกรัม ราคาต้นทุนเฉลี่ย กิโลกรัมละ 13.38 บาท มีรายได้ไร่ละ 10,182.18 บาท มีกำไรไร่ละ 2,420 บาท

ตัวอย่างการลงทุนปลูกกล้วยพื้นที่ 10 ไร่ ระยะปลูก 8x10 เมตร ได้จำนวน 200 ต้น ลงทุนระยะยาว 20 ปี ดังตารางที่ 4 (คุณโสภณ สุดำ)

ตารางที่ 4 ตัวอย่างการลงทุนปลูกกล้วยพื้นที่ 10 ไร่

ลำดับ	รายการ	จำนวนเงิน(บาท)	หมายเหตุ
1	ค่าเช่าหรือใช้ที่ดินไร่ละ 1,000 บาท $(1,300 \times 700/2) \times 20$ ปี	200,000	
2	ค่าปรับสภาพพื้นที่ให้เหมาะสมกับการทำสวนกล้วย ไร่ละ 1,500 บาท	15,000	$1,500 \times 10$
3	ค่าจัดหาแหล่งน้ำ 1 บ่อ	75,000	เจาะบ่อบาดาลน้ำลึก
4	ค่าเครื่องดูดน้ำลึกพร้อมอุปกรณ์ขนาด 3 แรงม้า (ซัมมิต)	45,000	
5	ค่าเดินท่อน้ำ PVC ไร่ละ $2,400 \times 10$ ไร่	24,000	
6	ซื้อเครื่องตัดหญ้า 1 เครื่อง	8,500	
7	ซื้อเครื่องพ่นยาพร้อมอุปกรณ์ 1 ชุด	15,000	
8	ค่าติดตั้งไฟฟ้าพร้อมอุปกรณ์จ่ายไฟเข้ามายังพื้นที่	15,000	
9	ค่าโรงเก็บอุปกรณ์และเครื่องมือทำการเกษตรพร้อมโรงเก็บเกี่ยวผลผลิต	30,000	
10	ค่ากิ่งพันธุ์ จำนวน 240 ต้น $\times$ 25 บาท	6,000	
11	ค่าปุ๋ยคอกรองกันหลุมต้นละ 10 บาท $\times$ 200 ต้น	2,000	
12	ค่าเตรียมหลุมปลูกหลุมละ 15 บาท $\times$ 200 ต้น	3,000	
13	ค่าแรงปลูก 10 คนต่อ 10 ไร่ คนละ 120 บาทต่อวัน	1,200	
14	ค่าจ้างแสงแดดพร้อมจัดหาอุปกรณ์ต้นละ 10 บาท $\times$ 200 ต้น	2,000	

รวมเป็นเงินที่ลงทุนไปทั้งหมด 441,700 บาท

คิดเป็นการลงทุนต่อไร่ $441,700/10 = 44,170$ บาท

ข้อมูลการให้ผลผลิตลำไย ต่อไร่ ต่อปี ต้นลำไยอายุ 20 ปี จะให้ผลผลิต 16 ปี ต้นลำไยอายุ 21 ปีขึ้นไป เกษตรกรถือว่าชราภาพ เกษตรกรส่วนมากจะปลดเกษียณ เพราะยากแก่การบำรุงรักษา และลำไยที่อายุผ่านมาได้ถึง 20 ปี ถือว่าผ่านความเสี่ยงมาได้ โดยมากจะผ่านเกณฑ์ 20 ปี มาได้ประมาณ 50%

ตารางที่ 5 การให้ผลผลิตของลำไยอายุตั้งแต่ 5 ปี – 20 ปี

อัตราให้ผลผลิตต่อไร่ต่อปี

อายุของต้นลำไย	อัตราการให้ผล 100% ต่อต้น	จำนวนผลผลิตที่เป็นไปได้ 70%	จำนวนต้นลำไยต่อไร่ 20 ต้น	จำนวนผลผลิตที่ได้ต่อปี	รวมผลผลิต 4 ปี	ผลผลิตต่อไร่ต่อปีเฉลี่ยเป็นช่วง ๆ
5 ปี	30 กก.	21 กก.	20 ต้น	420 กก.	2,100 กก.	525 กก.
6 ปี	50 กก.	35 กก.	20 ต้น	700 กก.		
7 ปี	70 กก.	49 กก.	20 ต้น	980 กก.		
8 ปี	ไม่ติดผล	ไม่ติดผล	20 ต้น			
9 ปี	80 กก.	56 กก.	20 ต้น	1,120 กก.	4,200 กก.	1,050 กก.
10 ปี	100 กก.	70 กก.	20 ต้น	1,400 กก.		
11 ปี	120 กก.	84 กก.	20 ต้น	1,680 กก.		
12 ปี	ไม่ติดผล	ไม่ติดผล	20 ต้น			
13 ปี	140 กก.	98 กก.	20 ต้น	1,960 กก.	6,720 กก.	1,680 กก.
14 ปี	160 กก.	112 กก.	20 ต้น	2,240 กก.		
15 ปี	180 กก.	126 กก.	20 ต้น	2,520 กก.		
16 ปี	ไม่ติดผล	ไม่ติดผล	20 ต้น			
17 ปี	200 กก.	140 กก.	20 ต้น	2,800 กก.	7,560 กก.	1,890 กก.
18 ปี	180 กก.	126 กก.	20 ต้น	2,520 กก.		
19 ปี	160 กก.	112 กก.	20 ต้น	2,240 กก.		
20 ปี	ไม่ติดผล	ไม่ติดผล	20 ต้น			
รวม 16 ปี เก็บผลผลิตได้					20,580 กก.	
เฉลี่ยผลผลิตต่อไร่ต่อปี ต่อน้ำหนัก					1,286 กก.	

ที่มา : คุณโสภณ สุดำ 233 หมู่ที่ 11 ต. น้ำบ่อปลา อ.สันป่าตอง จ.เชียงใหม่ 50120

รองประธานกลุ่มองค์กรเครือข่ายผู้ปลูกและผลิกลำไยภาคเหนือ

สรุป

1. ต้นทุนผันแปรหรือต้นทุนดูแลรักษาปีต่อปี ระยะเวลา 16 ปี	261,701.80 บาท
2. ต้นทุนคงที่ทั้งหมด	83,383.46 บาท
รวมต้นทุนทั้งหมด ต่อไร่ต่อ 20 ปี	345,085.26 บาท
3. เก็บผลผลิตทั้งหมด 16 ปี ได้	20,580 กิโลกรัม
4. เฉลี่ยต้นทุนต่อกิโลกรัม	16.77 บาท
5. เฉลี่ยผลผลิตต่อไร่ต่อปี	1,286 กิโลกรัม

จากการสัมภาษณ์ชาวจังหวัด เชียงใหม่ ลำพูน โดยส่วนใหญ่จะมีต้นทุนการผลิตสูง โดยจะอยู่ในช่วง 20-25 บาท/กิโลกรัม ส่วนจังหวัด เชียงราย 8 บาท และจังหวัดหนองคายจะมีต้นทุน 10-15 บาท/กิโลกรัม

3.1.1.6 การปลูกลำไยในอนาคต

จากการสำรวจความคิดเห็นเกษตรกร 175 คน เกษตรกรให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำสวนลำไยในอนาคตว่า จะมีการปลูกมากขึ้น 59.1% ไม่ควรปลูกเพิ่ม 40.9% แต่ได้จากการตอบคำถามข้อนี้เพียง 25% แต่อย่างไรก็ตามเกษตรกรคิดว่าจะไม่รื้อสวนเพื่อปลูกพืชอื่นทดแทนมีค่า 95.7% โดยได้จากการตอบ 26.8%

3.1.1.7 กระบวนการอบก้ามมะถันลำไยเพื่อการส่งออก จากการสำรวจความคิดเห็นเกษตรกร พ่อค้า เอกชน และเจ้าหน้าที่หน่วยงานของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับลำไย พบว่า ปัญหาการตกค้างก้ามมะถันในลำไยจะมีปัญหาที่เกิดขึ้นในอนาคต ควรหากระบวนการยืดอายุ การเก็บรักษาลำไยสดลำไยสดที่เหมาะสม

3.1.2 ลำไยอบแห้ง (สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่, 2542)

3.1.2.1 ประเภทของลำไยอบแห้ง

ในปี 2533 ผลผลิตลำไยสดได้เพิ่มมากขึ้น กระทรวงพาณิชย์ได้เล็งเห็นโอกาสการขยายตลาดส่งออกลำไยอบแห้ง จึงได้ส่งเสริมการผลิตลำไยอบแห้ง เพื่อรองรับผลผลิตลำไยสดคุณภาพต่ำ ซึ่งมักเป็นสาเหตุของปัญหาการค้าตกต่ำ ปี 2543 เกิดปัญหาผลผลิตล้นตลาด รัฐบาลจึงให้เงินกู้เพื่อให้ชาวสวนลำไยนำซื้อเตาอบเพื่อเป็นการรองรับปัญหา แต่ลำไยที่นำมาอบไม่ใช่ลำไยคุณภาพต่ำหรือตกเกรด แต่เป็นลำไยที่มีขนาดใหญ่ และการแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งเป็นวิถีทางเดียวที่จะสามารถรักษาเสถียรภาพราคาลำไยได้ ดังนั้นการแปรรูปลำไยอบแห้ง เป็นวิธีการหนึ่งที่แก้ไขปัญหาการค้าผลผลิตลำไยสดตกต่ำให้สูงขึ้น เนื่องจากตลาดมีความต้องการลำไยอบแห้งเพิ่มมากขึ้นทุกปี ทั้งนี้เนื่องจากการแปรรูปลำไยแห้งเน้นเรื่องคุณภาพ และความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์ลำไย แตกต่างกันออกผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งมี 2 ชนิดคือ

(1) การอบลำไยแห้งทั้งเปลือก

เอาลำไยสดที่แก่จัดมาอบแห้งทั้งเปลือก ในตู้อบลมร้อนที่ใช้แก๊สหรือน้ำมันดีเซล เป็นเชื้อเพลิง โดยมีพัดลมเป่าความร้อนเข้าสู่ตู้อบใช้เวลาประมาณ 40-48 ชั่วโมง การนำไปใช้ประโยชน์ โดยนำไปทำเป็นซูป ทานเป็นของทานเล่น

ลำไยที่นำมาแปรรูปเป็นลำไยอบแห้ง ส่วนใหญ่เป็นลำไยร่วงเนื่องจากมีราคาต่ำกว่าลำไยข้อ สายพันธุ์ที่ใช้ทำลำไยอบแห้งสามารถใช้ได้ทุกสายพันธุ์ ไม่มีข้อจำกัดเหมือนลำไยกระป๋อง แต่ถ้าใช้พันธุ์ดองจะให้เปอร์เซ็นต์ผลผลิตสูงกว่าพันธุ์ลำไยพันธุ์อื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นพันธุ์แดงกลม พันธุ์แก้ว และพันธุ์ใบด้า ขนาดของลำไยที่ใช้ทำลำไยอบแห้งใช้ได้ทุกขนาดแต่ขนาดผลใหญ่จะได้น้ำหนักเนื้อที่ดีกว่า เสียต้นทุนต่อกิโลกรัมต่ำกว่า และจำหน่ายได้ราคาดีกว่า (รัตนา อัดตปัญญา และคณะ, 2541)

จากการสัมภาษณ์ในแนวลึก พบว่าในการผลิตลำไยอบแห้งทั้งเปลือกควรใช้เวลาในการอบประมาณ 50-78 ชั่วโมง โดยเริ่มที่อุณหภูมิ 50 °C และเพิ่มอุณหภูมิชั่วโมงละ 2 °C อบไปเรื่อย ๆ

ปี พ.ศ.2539 เป็นปีที่มีผลผลิตลำไยมากที่สุด เพื่อป้องกันราคาตกต่ำ รัฐบาลจึงให้ความสนใจ และให้ทุนสนับสนุนในการแปรรูปลำไยเป็นลำไยอบแห้ง ซึ่งในขั้นเริ่มต้นนั้น เตาอบที่ใช้ส่วนใหญ่ผลิตในประเทศได้วัน แต่ในปัจจุบันคนไทยสามารถผลิตได้เอง

(2) การอบลำไยแห้งเฉพาะเนื้อ (รัตนา อัดตปัญญา และคณะ, 2541)

ลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อซึ่งบางครั้งอาจจะอบน้ำผึ้ง ลักษณะเนื้อจะเป็นสีขาว มี 2 แบบคือ เฉพาะเนื้อแล้วอบแห้ง หรืออบแห้งโดยแช่น้ำผึ้งด้วยแล้วนำไปอบแห้ง ซึ่งลักษณะเนื้อจะออกเป็นสีทอง การนำไปใช้ประโยชน์ โดยการนำไปทานเล่น

เนื้อลำไยอบแห้งแบ่งคุณภาพตามสีของเนื้อ ดังนี้

(2.1) สีเหลืองทอง เป็นเนื้อลำไยที่ได้จากลำไยร่วงที่คัดเกรดมีขนาดเล็กผล สม่ำเสมอ มาตรฐานเอาเนื้อไปอบ เนื้อไม่ฉีกขาด หรือฉีกขาดเล็กน้อย ไม่มีสิ่งเจือปน ส่วนใหญ่นิยมใช้ บริโภคทันที

(2.2) สีน้ำตาลทอง เป็นเนื้อลำไยที่ได้จากการแกะเอาเนื้อลำไยที่ผ่านการ อบแห้งทั้งเปลือก เนื้อฉีกขาด และมีสิ่งเจือปนบ้างเล็กน้อย นิยมนำไปทำน้ำลำไย หรือส่วนผสม ของยาจีน

(2.3) สีน้ำตาลแดง หรือน้ำตาลดำ เป็นเนื้อลำไยร่วงที่ได้แกะเนื้อลำไย อบแห้งทั้งเปลือกหรือรวมเศษเนื้อลำไยจากเกรดอื่นๆ ที่ผลแตกถูกคัดออก และมีสิ่งเจือปนมาก การจำหน่ายจะอัดเป็นก้อน หรือแท่ง นิยมทำน้ำลำไยมากกว่านำมาบริโภคโดยตรง

3.1.2.2 กรรมวิธีการผลิตลำไยอบแห้ง

(1) ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก

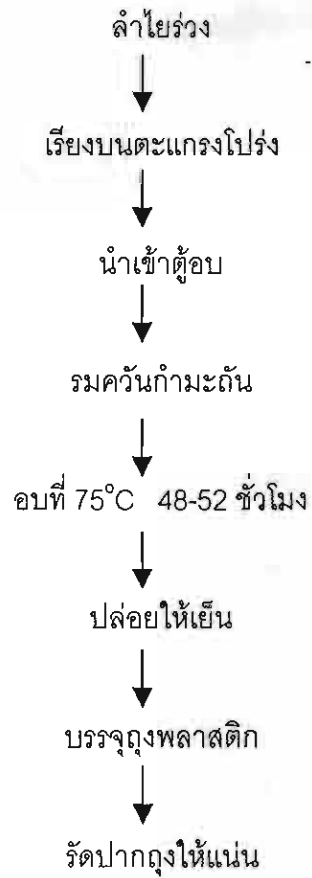
กรรมวิธีผลิตลำไยอบแห้งทั้งเปลือก มีกระบวนการผลิตหลายวิธี คือ ในปี พ.ศ. 2539 สามารถสรุป ได้ 4 วิธี ดังรูปที่ 9 กรรมวิธีการผลิตลำไยอบแห้งทั้งเปลือกสำหรับเตาอบตู้และเตาอบม (เตาอบยาสูบ) ดังรูปที่ 10 และกรรมวิธีการอบลำไยสีทองทั้งเปลือกสำหรับเตากระบะ ดังรูปที่ 11

**กรรมวิธีการทำลำไยอบแห้งทั้งเปลือกในปี 2539 ที่ใช้กับเตาอบกะแบบไต้หวัน
และเตาอบกะแบบใช้แก๊สหุงต้ม**

วิธีที่ 1	วิธีที่ 2	วิธีที่ 3	วิธีที่ 4
ลำไยทั้งเปลือกคัดแยกขนาด ↓ ใส่ตะแกรงโปร่งตามลำดับ เกรด 1 (เอ) บนสุด เกรด 2 (บี) ตรงกลาง เกรด 3 (ซี) ล่างสุด ↓ อบที่ 80°C เป็นเวลา 12 ชม. ↓ กลับลำไย เรียงเกรด 1 ล่างสุด เกรด 2 ตรงกลาง เกรด 3 บนสุด ↓ อบที่ 90°C เป็นเวลา 12 ชม. ↓ กลับลำไย เรียงเกรด 2 ล่างสุด เกรด 1 ตรงกลาง เกรด 3 บนสุด ↓ อบที่ 70°C เป็นเวลา 12 ชม. ↓ อบที่ 60°C เป็นเวลา 12 ชม. จน ลำไยแห้ง ↓ ปล่อยให้เย็น ↓ บรรจุถุง	ลำไยทั้งเปลือก ↓ ใส่บนตะแกรงโปร่ง ↓ อบที่ 80°C เป็นเวลา 24 ชม. ↓ กลับลำไยบนลงล่าง ↓ อบที่ 65°C เป็นเวลา 24 ชม. ↓ กลับลำไยบนลงล่าง ↓ อบที่ 60°C จนลำไยแห้ง เป็นเวลา 4-6 ชม. ↓ ปล่อยให้เย็น ↓ บรรจุถุง	ลำไยเปลือกคัดขนาดอบ เฉพาะผลใหญ่หรือเล็ก ↓ ใส่บนตะแกรงโปร่ง ↓ อบที่ 90°C เป็นเวลา 11 ชม. ↓ ลำไยล่างขึ้นบน บนลงล่าง ↓ อบที่ 80°C เป็นเวลา 12 ชม. ↓ ลำไยล่างขึ้นบน บนลงล่าง ↓ อบที่ 70°C เป็นเวลา 12 ชม. ↓ อบที่ 60°C จนลำไยแห้ง ถ้าเป็นผลใหญ่ 7 ชม. ถ้าเป็นผลเล็ก 2 ชม. ↓ ปล่อยให้เย็น ↓ บรรจุถุง	ลำไยเปลือกคัดขนาด เฉพาะผลใหญ่เล็ก ↓ ใส่บนตะแกรงโปร่ง เล็กบนใหญ่ล่าง ↓ อบที่ 100°C เป็นเวลา 4-5 ชม. ↓ กลับลำไยสลับใหญ่บน เล็กล่าง ↓ อบที่ 80°C เป็นเวลา 15 ชม. ↓ กลับลำไยสลับใหญ่ล่าง เล็กบน ↓ อบที่ 70°C เป็นเวลา 15 ชม. ↓ อบที่ 60°C จนลำไยแห้ง ↓ ปล่อยให้เย็น ↓ บรรจุถุง

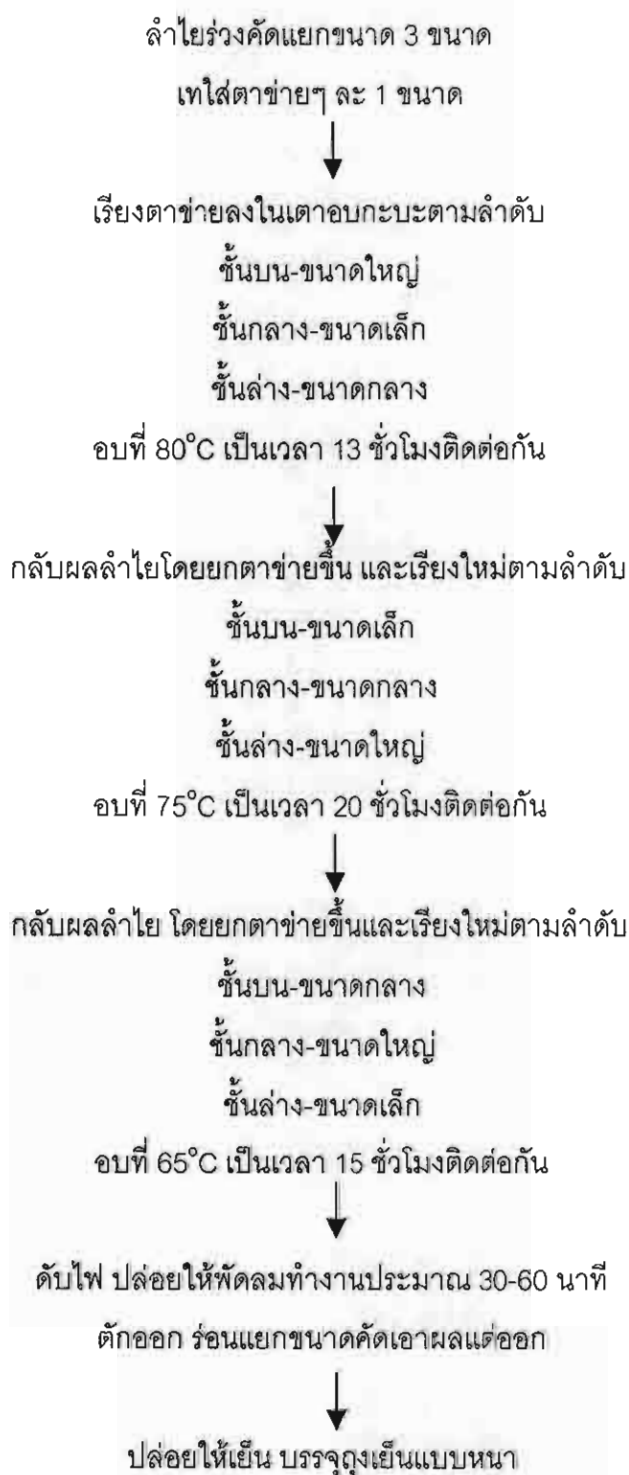
รูปที่ 9 กรรมวิธีการทำลำไยอบแห้งทั้งเปลือกในปี 2539 ที่ใช้กับเตาอบกะแบบไต้หวันและเตาอบกะแบบใช้แก๊สหุงต้ม (รัตนา อัดตปัญญาและคณะ, 2541)

กระบวนการแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกสำหรับเตาอบตู้ และเตาอบ



รูปที่ 10 กระบวนการแปรรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกสำหรับเตาอบตู้ และเตาอบ
(รัตนา อุตตปัญญและคณะ, 2541)

กรรมวิธีการอบลำไยแห้งสีทองทั้งเปลือกสำหรับเตากระบะ



หมายเหตุ ลำไยสด 10 กิโลกรัม ได้ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก 3 กิโลกรัม

รูปที่ 11 กรรมวิธีการอบลำไยแห้งสีทองทั้งเปลือกสำหรับเตากระบะ

(รัตนา อัดตปัญญาและคณะ, 2541)

จากการสำรวจการผลิตลำไยอบแห้งทั้งเปลือกของเกษตรกร โดยใช้การผลิตของ นายนิพนธ์ สบถ้อย บ้านร่องเผื่อง มีพื้นที่ปลูกลำไย 60 ไร่ ผลผลิต 1,000 ตัน (ประธานกลุ่ม เกษตรกรชาวสวนห้วยสัก มีสมาชิก 88 คน) ซึ่งจะมีการรับซื้อลำไยมาอบเอง (มีเตาอบ 3 เตา) โดย ปี 2545 มีการซื้อลำไยสดกิโลกรัมละ 12-13 บาท นำมาอบ 55 ชั่วโมง โดยมีการอบเปลี่ยน - กลับ ด้าน 3 ครั้ง ครั้งละ 15-16 ชั่วโมง และหากเป็นลำไยที่มีการใส่สารโปรแตสเทียมคลอเรตจะใช้เวลา ในการอบนานขึ้น เมื่อลำไยอบแห้งแล้วจะนำมาบรรจุในถุงพลาสติกเก็บไว้ใต้ถุนบ้าน เพื่อรอนำไป ขายต่อไป ดังรูปที่ 12 และหากเป็นโรงงานที่ผลิตลำไยอบแห้งทั้งเปลือกเพื่อการส่งออกจะมีเตาอบ มาก เมื่อแห้งจะบรรจุในกล่องกระดาษแข็งที่มีถุงพลาสติกอยู่ด้านใน ปิดผนึกกล่องเพื่อรับการส่งออก



รับซื้อลำไยสดที่ร่วงแล้ว บรรจุในเชิงเพื่อรอบ (โดยการรูดลำไย)



อบโดยใช้เตาอบน้ำมันโซล่า



ลำไยอบแห้งแล้วเหลือความชื้นประมาณ 13% ให้ประสบการณ์บอกว่าแห้ง แล้วบรรจุถุงพลาสติก

รูปที่ 12 ขั้นตอนการอบลำไยแห้งทั้งเปลือกของเกษตรกร

จากการค้นคว้าเอกสาร การสัมภาษณ์และการสำรวจกรรมวิธีการผลิตลำไยอบแห้งทั้งเปลือก พบว่ามีหลายวิธีขึ้นอยู่ปัจจัยดังต่อไปนี้

- 1) ขนาดของเตาอบ (เตาอบ เตาปัม)
- 2) เชื้อเพลิง – น้ำมัน หรือแก๊สหุงต้ม
- 3) ขนาดของลำไย
- 4) ปริมาณที่ใช้อบ

ซึ่งปัจจัยทั้ง 4 นี้จะมีผลต่ออุณหภูมิ เวลา การกลับลำไย การอบ แต่สุดท้าย คืออบแห้ง ปล่อยให้เย็นและบรรจุถุง โดยการกำหนดว่าเป็นลำไยอบแห้งทั้งเปลือก ควรมีความชื้นเท่าไรนั้น ผู้ผลิตจะใช้ประสบการณ์โดยดูจากสี เนื้อสัมผัสของลำไยว่าแห้ง ไม่เหนียว โดยมีความชื้นไม่มากกว่า 18% ทั้งผู้ผลิตและผู้รับซื้อลำไยอบแห้งทั้งเปลือกควบคุมคุณภาพเรื่องขนาด การบอบแตก และประสบการณ์บอกว่าแห้งหรือไม่แห้ง ดังนั้นในอนาคตควรมีการแนะนำกรรมวิธีการอบลำไยทั้งเปลือกที่มีปัจจัยต่าง ๆ จะบอกได้ว่ามีประสิทธิภาพ (ต้นทุน เวลา) และคุณภาพของลำไยที่จะได้ โดยเฉพาะเรื่องความชื้น นอกจากนี้ควรมีการพัฒนาเครื่องมือ วัดความชื้นของลำไยที่จะกำหนดคุณภาพลำไยอบแห้งทั้งเปลือก เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถเก็บไว้เป็นปี ๆ หากอบแห้งได้เหมาะสม

(2) ลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อ

ลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อมีการผลิตโดยเอาลำไยสดมาคว้านเอาเมล็ดออกแล้วนำไปอบประมาณ 12 ชั่วโมง ที่อุณหภูมิ 60-70 °C มี 2 ประเภทคือ ลำไยเนื้อดำ ซึ่งส่วนใหญ่นำไปใช้ในอุตสาหกรรมอื่นๆ ต่อ เช่นอุตสาหกรรมอาหาร และอุตสาหกรรมยา และลำไยเนื้อทอง สำหรับลำไยเนื้อดำ เกิดจากการที่อบลำไยทั้งเปลือกและเปลือกลำไยแตก จึงนำมาแกะเอาเฉพาะเนื้อออก ซึ่งเนื้อลำไยจะเป็นสีดำ มีการบรรจุ ขนาด 1 กิโลกรัม และ 10 กิโลกรัม ส่วนลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อสีทองมีกระบวนการผลิตหลายวิธีเช่นกัน ในปีพ.ศ. 2539 ดังรูปที่ 13 และกระบวนการแปรรูปลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อสีทอง ดังรูปที่ 14



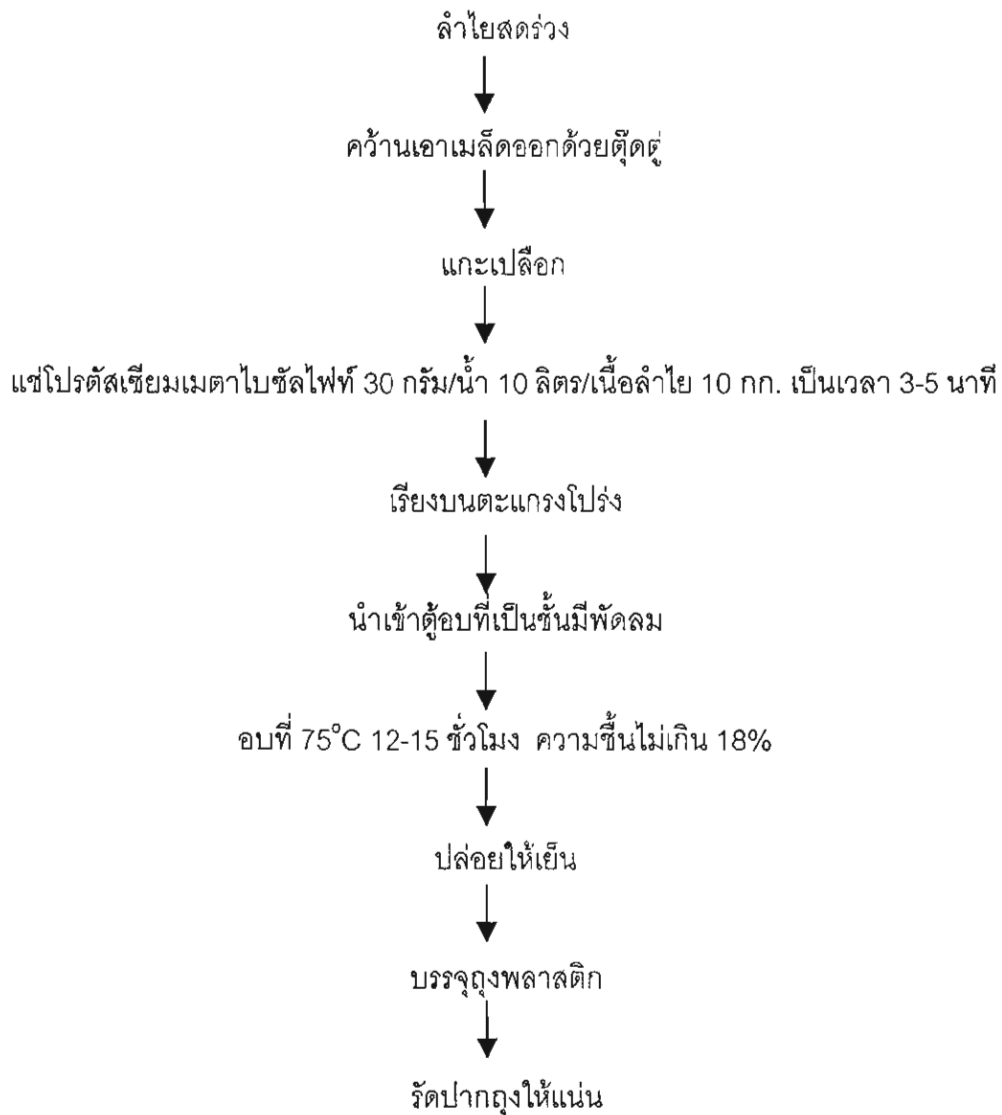
กรรมวิธีการทำลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อในปี 2539

วิธีที่ 1	วิธีที่ 2	วิธีที่ 3	วิธีที่ 4
ลำไยสด ↓ คว้านเมล็ด ↓ แกะเปลือก ↓ ล้างน้ำ ↓ เรียงบนตะแกรงโปร่ง ↓ อบจนแห้ง ↓ ปล่อยให้เย็น ↓ บรรจุถุง	ลำไยสด ↓ คว้านเมล็ด ↓ แกะเปลือก ↓ แช่น้ำสารส้ม 100 กรัม/น้ำ 20 ลิตร เป็นเวลา 5 นาที ↓ แช่แคลเซียมคลอไรด์ 1/2 ช้อนชา/ น้ำ 20 ลิตร เป็นเวลา 5 นาที ↓ เรียงบนตะแกรงโปร่ง ↓ อบจนแห้ง ↓ ปล่อยให้เย็น ↓ บรรจุถุง	ลำไยสด ↓ คว้านเมล็ด ↓ แกะเปลือก ↓ ล้างในน้ำปูนใส ↓ แช่ขึ้นในสเด็ด ↓ เรียงบนตะแกรงโปร่ง ↓ อบจนแห้ง ↓ ปล่อยให้เย็น ↓ บรรจุถุง	ลำไยสด ↓ คว้านเมล็ด ↓ แกะเปลือก ↓ ล้างน้ำ ↓ แช่โปรตัสเซียมเมตาไบซัลไฟท์ 30 กรัม/น้ำ 10 ลิตร/เนื้อลำไย 10 กก. เป็นเวลา 3-5 นาที ↓ แช่ขึ้นในสเด็ด ↓ เรียงบนตะแกรงโปร่ง ↓ อบจนแห้ง ↓ ปล่อยให้เย็น ↓ บรรจุถุง

รูปที่ 13 กรรมวิธีการทำลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อในปี 2539

(รัตนา อุตตปัญญาและคณะ, 2541)

กระบวนการแปรรูปลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อสีทอง



รูปที่ 14 กระบวนการแปรรูปลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อสีทอง
(รัตนา อัดตปัญญาและคณะ, 2541)

จากการสำรวจและสัมภาษณ์ การทำลำไยอบแห้งเนื้อสีทอง เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับลำไยให้มีค่าเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งในการทำจะต้องใช้ความขยันและอดทนเพื่อให้ได้สีตามต้องการ ซึ่งในปัจจุบันมีอยู่จำนวนหลายร้อยเตา ดังนั้นเนื้อลำไยที่ได้จึงมีคุณภาพที่แตกต่างกันบ้างขึ้นอยู่กับ การเลือกซื้อลำไยสดและอุปกรณ์ในการทำของเตานั้นๆ

อุปกรณ์

อุปกรณ์ในการทำลำไยอบแห้งเป็นสิ่งที่จำเป็นและสำคัญมากอีกอย่างหนึ่งเพราะจะทำให้สี สันที่ออกมาสวยงามหรือไม่ ซึ่งอุปกรณ์ในการทำมีดังนี้

1. ตะกร้าพลาสติก ตะกร้าพลาสติกแบ่งเป็น 4 ประเภท คือ

1.1 ตะกร้าพลาสติกขนาดใหญ่ สำหรับใส่ลำไยสดก่อนที่จะลงมือทำและใส่เปลือก และเมล็ดลำไยหลังจากเอาเนื้อออกแล้ว

1.2 ตะกร้าพลาสติกเจาะรูด้านล่าง ขนาดเล็ก สำหรับใส่เนื้อลำไยที่ควั่นแล้ว

1.3 ตะกร้าพลาสติกเจาะรูด้านล่างขนาดใหญ่ สำหรับใส่เนื้อลำไยเพื่อล้างเอาสิ่ง

สกปรกออก

1.4 ถังพลาสติกมีฝาปิด สำหรับใส่เนื้อลำไยสีทองที่เก็บออกมาจากเตา ก่อนที่จะนำไป ตากแดดรอการบรรจุถุง

2. อุปกรณ์ในการควั่นเนื้อ

อุปกรณ์ในการควั่นเนื้อแบ่งออกเป็น 3 ประเภท

2.1 ช้อนควั่นเนื้อ เป็นปลายช้อนขนาดเล็กสำหรับตักขมหวาน ซึ่งจะตัดเอาเฉพาะ ด้านปลายช้อน แล้วนำมาใส่ด้านไม้เพื่อให้จับถนัดมือ

2.2 กระบอกควั่น มีลักษณะคล้ายกับช้อนแต่ใช้กระบอกเหล็กกลมตัดให้แหลม

2.3 ดัดตุ้ นิยมใช้ในโรงงานผลิตลำไยกระป๋องขนาดใหญ่

3. กระด้ง เป็นกระด้งไม้ไผ่ทรงกลม หรือสี่เหลี่ยมใช้ลูมียื่นเย็บทำ รองพื้นด้วยตาข่าย อลูมิเนียม หรือ Fiber

4. พื้น ส่วนใหญ่จะใช้ไม้ลำไย ลั่นจี่ ดันเก่าๆ ที่ไม่ให้ผลผลิตแล้ว

5. เตาอบ มีลักษณะดังรูป คือเป็นชั้นๆ โดยกว้างประมาณ 2.5 เมตร สูง 3 เมตร ยาว 4 เมตร (ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ทำ) ชั้นที่ 1 จะสูงจากพื้นประมาณ 1 เมตร และแต่ละชั้นจะห่าง กันประมาณ 30 ซม. ขึ้นไป โดยจะติดพัดลมด้านหน้า และด้านหลัง ด้านละ 2 ตัว ระดับต่างกันเพื่อ เป่าให้ความร้อนทั่วถึงทั้งเตา สมัยก่อนไม่ใช้พัดลม

การคัดเลือกลำไยสด

ในการคัดเลือกลำไยสดเพื่อการผลิตลำไยอบแห้งเนื้อสีทองให้ได้คุณภาพที่ดีมีดังนี้

1. ขนาดของลำไย ขึ้นอยู่กับฤดูที่ผลิต เพราะลำไยสดนอกฤดูกาลจะมีขนาดเล็กกว่าและเนื้อก็จะบางกว่าลำไยในฤดูกาล ส่วนใหญ่ลำไยในฤดูกาลจะมีขนาดตั้งแต่ 1.5 ซม. ขึ้นไปในการนำมาคว้าน เพราะจะคว้านง่าย ไม่ค่อยฉีก แต่ถ้าลำไยลูกใหญ่เกินไปก็จะทำให้แห้งช้า ใช้เวลาในการอบนานกว่าปกติ

2. พันธุ์ลำไย ถ้าจะให้ง่ายในการคว้าน สีสอกมาสวยงาม จะต้องเป็นลำไยพันธุ์ อีตด ถ้าเป็นพันธุ์อื่น จะมีข้อเสียที่แตกต่างกันไป แต่ละพันธุ์จะไม่เหมือนกัน

กรรมวิธีการผลิตลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อของ ป้าผัน คมพนัส 130/2 หมู่ที่ 7 ต.มะเขือแจ้ อ.เมือง จ.ลำพูน โทร.053-503451 ซึ่งเป็นธุรกิจแบบชาวบ้าน ลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อที่ผลิตจะนำไปส่งขายให้ผู้ซื้ออีกที บางทีผู้รับซื้อจะทำหน้าที่ในการรับซื้อลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อให้ และขายลำไยสดกลับคืนให้ เป็นการลดขั้นตอนที่ผู้ผลิตลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อไม่ต้องหาซื้อลำไยสดอีกที กระบวนการผลิตลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อที่จะกล่าวต่อไปนี้เป็นตัวอย่างลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อจากแหล่งเดียวกันที่นำไปทดสอบความชอบของผู้บริโภค โดยมีขั้นตอนต่อไปนี้

1. นำลำไยสดร่อนขนาดลูกจัมโบ้มาแกะเปลือกออก และแกะเอาเมล็ดออก รวบรวมเนื้อลำไยสดเป็นตะกร้าพลาสติก ประมาณ 5 กิโลกรัม



2. นำตะกร้าพลาสติกที่บรรจุเนื้อลำไยสด มาล้างด้วยน้ำประปา โดยการจุ่มลงในน้ำแบบขึ้น - ลง 3-5 ครั้ง



3. ล้างด้วยน้ำโปรแตสเทียมเมต้าไบซัลไฟท์ ความเข้มข้นประมาณ 2 ช้อนต่อน้ำ 150 ลิตร โดยการจุ่มลงในน้ำแบบขึ้น - ลง 3 - 5 ครั้ง



4. นำตะกร้าพลาสติกที่บรรจุเนื้อลำไยสดที่ล้างตามขั้นตอนขึ้น จากนั้นนำมาวางบนพื้นไม้ให้เสด็จน้ำ



5. นำเนื้อลำไยสดมาเรียงโดยให้หัวคว่ำลง วางเรียงบนกระจาดไม้ไผ่ที่มีตาข่ายพลาสติกรองกันเพื่อกันร่วง แต่มีช่องระบายอากาศ



6. นำกระจาดไม้ไผ่ที่เรียงเนื้อลำไยสด วางในตู้อบโดยวางชั้นล่างสุดและจะย้ายขึ้นบนเรื่อย ๆ จนกว่าจะอบแห้งเสร็จ ตู้อบนี้ใช้ระบบลมร้อน โดยมีไม้เป็นเชื้อเพลิงในการผลิตความร้อน และมีมอเตอร์ดูดความร้อนในระบบตู้อบ ลักษณะตู้อบลมร้อนจะใช้ลังกะสีเป็นฝาผนังชั้นด้วยไม้ลักษณะคู่มมีความสูงจากพื้นดิน และมีไม้ชั้นเป็นชั้น ๆ ประมาณ 6 ชั้น การเคลื่อนย้ายกระจาดไม้ไผ่ไปแต่ละครั้ง อบรมจนครบ 24 ชั่วโมง และจะอาศัยประสบการณ์ในการดู ไม่มีเทอร์โมมิเตอร์วัดความร้อนในตู้อบ หรือไม่มีเครื่องวัดสี และเครื่องวัดความชื้นในการบอกว่ อบแห้งเสร็จแล้ว



7. นำเนื้อลำไยอบแห้งมาคัดขนาดและสี โดยชิ้นที่มีขนาดเล็กหรือฉีกขาดมาก และสีเข้มจะ ถูกคัดเกรดเป็นตกเกรด



8. นำเนื้อลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อ มาผึ่งแดดให้แห้ง 2-3 ชั่วโมง เพื่อไม่ให้เนื้อลำไยติดกัน และนำมาผึ่งลมให้เย็น



9. นำเนื้อลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อที่แห้ง แล้วปล่อยให้เย็นมาบรรจุถุงพลาสติกขนาด 10 กิโลกรัม เพื่อนำไปจำหน่ายผู้รับซื้อ



10. ผู้รับซื้อนำถุงพลาสติกที่บรรจุเนื้อลำไยอบแห้งถุงละ 10 กิโลกรัม มาบรรจุกล่องกระดาษอีกที โดยบรรจุ 2 ถุง คือกล่องละ 20 กิโลกรัม เพื่อรอการจำหน่ายต่อไป หรือบางบริษัทก็มีการบรรจุแบบอัดบีบไป โดยบรรจุบีบละ 20 กิโลกรัม



3.1.2.3 ต้นทุนการผลิตลำไยอบแห้ง

ลำไยอบแห้งทั้งเปลือกจะมีลักษณะสีผิวของเปลือกเป็นสีน้ำตาลอ่อน เนื้อด้านในมีสีทองอมน้ำตาล เมื่อเก็บนานขึ้นจะมีสีดำ โดยลำไยสด 3 กิโลกรัม สามารถอบแห้งได้ลำไยอบแห้ง 1 กิโลกรัม โดยเกษตรกร และโรงงานอบจะใช้แก๊ส และน้ำมันเชื้อเพลิงในการอบแห้ง สภาพการอบลำไยแห้งของปริมาณลำไยสดที่อบ 2,000-2,800 กิโลกรัม/เตา มีเวลาการอบ 36-48-50 ชั่วโมงโดยมีปัจจัยด้านเชื้อเพลิงแก๊สหรือน้ำมันเชื้อเพลิง การกลับด้านแต่ละครั้ง และขนาดของลำไยทำให้ลำไยอบแห้งมีคุณภาพ ที่แตกต่างกัน และเมื่อเก็บได้นานขึ้น จะมีปัญหาที่ตามมาคือ ราขึ้น และปัญหาอีกด้านจากการอบลำไยแห้ง คือการบวมแตก เนื่องจากการใช้อุณหภูมิสูง จึงเกิดการดันของน้ำตาลออกจากลูกลำไย ตัวอย่างการอบลำไยแห้ง/เตา (ใช้แก๊สและน้ำมันเชื้อเพลิง) และเปรียบเทียบกับการขายลำไยอบแห้งแต่ละขนาดในปี 2543 ซึ่งการซื้อลำไยสองแบบคละเกรดกิโลกรัมละ 12 บาท แต่ปี 2543 ลำไยมีขนาดลูกใหญ่ โดยส่วนใหญ่เป็นเกรด AA จะทำให้ราคาขายลำไยอบแห้งได้ผลกำไรบ้าง (สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่, 2542)

ต้นทุนการผลิตลำไยอบแห้ง/เตา (ใช้แก๊สอบ)

ค่าลำไยสด	2,200 กก.๗ ละ 12 บาท	เป็นเงิน 26,400 บาท
ค่าเชื้อเพลิง (แก๊ส)	5 ถัง๗ ละ 500 บาท	เป็นเงิน 2,500 บาท
ค่าแรง/เตา		เป็นเงิน 600 บาท
รวมต้นทุนการผลิต		29,500 บาท

ต้นทุนการผลิตลำไยอบแห้ง/เตา (ใช้น้ำมันเชื้อเพลิง)

ค่าลำไยสด	2,200 กก.๗ ละ 12 บาท	เป็นเงิน 26,400 บาท
ค่าเชื้อเพลิง (น้ำมันเชื้อเพลิง)	1.55 ถัง	เป็นเงิน 3,500 บาท
ค่าแรง/เตา		เป็นเงิน 600 บาท
รวมต้นทุนการผลิต		30,500 บาท

- ระยะเวลาที่ใช้บดลำไยโดยใช้แก๊สใช้เวลา 50 ชั่วโมง
- ระยะเวลาที่ใช้บดลำไยโดยใช้น้ำมันเชื้อเพลิง ใช้เวลา 48 ชั่วโมง
- ราคาที่เกษตรกรจำหน่ายลำไยอบแห้งได้ในช่วงเดือน กรกฎาคม-ตุลาคม 2543

AA	ราคา 47-72 บาท	รายได้ 32,900-50,400 บาท
A	ราคา 27-51 บาท	รายได้ 18,900-35,700 บาท
B	ราคา 15-31 บาท	รายได้ 10,500-21,500 บาท
C	ราคา 5-15 บาท	รายได้ 3,500-10,500 บาท
	แต่ราคา 5-18 บาท	รายได้ 3,500-12,600 บาท

จากการสัมภาษณ์เกษตรกรและการสำรวจราคาซื้อขายในเอเชีย สิงหาคม 2544 ผู้บดลำไยพบว่ามีค่าใช้จ่าย 2.50-3.0 บาท/กิโลกรัม ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2543 มีราคาลำไยสดแบบคละเกรด 12 บาท / กิโลกรัม ค่าอบ 2.50-3.0 บาท/ กิโลกรัม ปี 2544 มีราคาลำไย 32 บาท/กิโลกรัม (ก.ก.) ดังนั้นต้นทุน 3 ปี เปรียบเทียบดังนี้

ปี 2545 รัฐบาลมีนโยบายประกันราคาลำไย ราคารับจำนำ ดังนี้

เกรด AA	80 บาท/กิโลกรัม	รับจำนำ 95%	ราคา 72 บาท
เกรด A	60 บาท/กิโลกรัม	รับจำนำ 90%	ราคา 54 บาท
เกรด B	40 บาท/กิโลกรัม	รับจำนำ 90%	ราคา 36 บาท

โดยผู้บดลำไยซึ่งเป็นทั้งเกษตรกรผู้ปลูกลำไย หรือผู้มีเตาอบ จะรับซื้อลำไยสดเกรด AA ที่ราคา 15 บาท/กิโลกรัม เพราะต้นทุนวัตถุดิบ 45 บาท ค่าอบ 7.50-9 บาท/ลำไยอบแห้ง 1 กิโลกรัม รวมต้นทุน 52.5-54 บาท

ปี	ต้นทุนวัตถุดิบ (บาท)	ค่าอบลำไย (บาท)	รวมต้นทุน (บาท)	สัดส่วนวัตถุดิบ (%)	สัดส่วนค่าอบ (%)
2543	12X3	2.50-3.0	43.5-45	80-83	17-20
2544	32X3	2.50-3.0	103.5-105	91-93	7-9
2545	15X3	2.50-3.0	52.5-54	83-85	14-16

หมายเหตุ ลำไยสด 3 กิโลกรัม อบแห้งได้ 1 กิโลกรัม

ต้นทุนของลำไยอบแห้งพบว่าสัดส่วนราคาวัตถุดิบสูงขึ้นสัดส่วนค่าวัตถุดิบจะสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ราคาลำไยอบแห้งจะมีความสัมพันธ์กับราคาลำไยสด ดังนั้นการตั้งราคาลำไยอบแห้งมักอาศัยราคาการซื้อขายลำไยสด โดยในปี 2544 รับซื้อเกรด AA 100-110 บาท ซึ่งปี 2544 ราคาไม่สูงมากนักเพราะยังคงมีลำไยอบแห้งเหลือตกค้างจากปีที่ผ่านมา แต่ปี 2545 ลำไยอบแห้งเป็นตัวกำหนดราคาลำไยสด

3.1.3 ลำไยกระป๋อง

3.1.3.1 เกรดลำไยกระป๋อง

ตลาดลำไยกระป๋องจะสามารถรองรับผลผลิตได้ประมาณร้อยละ 20 ของผลผลิตทั้งหมด หรือประมาณ 20,000-21,000 ตัน ในอดีตลำไยกระป๋องเป็นตลาดที่รองรับลำไยร่วง แต่ปัจจุบันลำไยร่วงถูกนำไปใช้ผลิตลำไยอบแห้งหมด การผลิตลำไยกระป๋องจึงหันมาใช้ลำไยขอ เกรดบี และบางส่วนอาจจะเป็นเกรดเอ โดยมีอัตราการแปรสภาพดังนี้ ลำไยสด : ลำไยกระป๋อง = 2 : 1 หรือ ลำไยสด 12 กิโลกรัมได้ลำไยกระป๋อง 1 กล่อง โดย 1 กล่องจะบรรจุลำไยกระป๋อง 24 กระป๋อง 1 กระป๋องมีน้ำหนัก 656 กรัม นั่น คือ ลำไยสด 12 กิโลกรัม เฉพาะเนื้อ 6 กิโลกรัมจะสามารถผลิตได้ ลำไย 1 กล่อง ซึ่งมีน้ำหนัก 13.56 กิโลกรัม (24 กระป๋อง x 565 กรัม) อายุการเก็บลำไยกระป๋อง 3 ปี แต่พอ 1 ปี จะเกิดการเปลี่ยนสีของลำไยภายในกระป๋อง ดังนั้นอาจเก็บได้น้อยกว่า 2 ปี

การคัดเกรดลำไยแบ่งเป็น 4 เกรด

- เกรดพิเศษ ภายในกระป๋องจะมีลำไยที่เนื้อไม่ฉีกขาด มีจำนวนลำไย 30 ลูก ต่อกระป๋อง
- เกรดปานกลาง ภายในกระป๋องจะมีลำไยที่เนื้อฉีกขาดมีจำนวนลำไย 30-40 ลูกต่อกระป๋อง
- เกรดเล็ก ภายในกระป๋องจะมีลำไยที่เนื้อฉีกขาดมีจำนวนลำไย 41-45 ลูกต่อกระป๋อง
- เกรดแตก ภายในกระป๋องจะมีลำไยหลายขนาดแต่เนื้อฉีกขาดรวมอยู่

3.1.3.2 กระบวนการผลิตลำไยกระป๋อง

พันธุ์ที่นิยมใช้คือ พันธุ์ดอ และพันธุ์แก้ว คุณภาพที่ต้องการคือ เนื้อลำไยต้องสะอาด สด มีสีขาวใส ไม่อ่อนหรือแก่ ไม่ละ ไม่ยุ่ย ไม่มีเมือกและกลิ่นผิดปกติ หลังแกะเปลือกควรวางเมล็ดต้องส่งถึงโรงงานไม่เกิน 4 ชั่วโมงในลักษณะบรรจุในถังที่มีสารละลายที่เย็นแช่อยู่และปิดสนิท ขนาดของผลมี 2 เกรด คือ เกรดเอ มีจำนวนน้อยกว่า 160 ผลต่อกิโลกรัม และเกรดบีมีจำนวนผล 161-228 ผลต่อกิโลกรัม (รัตนา อัดปัญญา และคณะ, 2543)

กรรมวิธีการแปรรูปลำไยกระป๋อง

กรรมวิธีการแปรรูปลำไยกระป๋องมีขั้นตอนดังนี้ (รัตนา อัดปัญญาและคณะ, 2541)

1) ขั้นตอนการรับวัตถุดิบ

ทางฝ่ายจัดซื้อวัตถุดิบทำการรับซื้อลำไยสดชนิดขอ และเนื้อลำไยตามมาตรฐานคุณภาพที่กำหนดไว้ การทำงานในขั้นตอนนี้ฝ่ายจัดซื้อเป็นผู้ออกไปรับในเรื่องปริมาณสินค้าที่รับเข้าและฝ่ายควบคุมเป็นผู้ตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบ จากนั้นนำข้อมูลจากทั้งสองฝ่ายมารวมกันเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ตัดสินใจในเรื่องที่จะรับซื้อ

2) ขั้นตอนการปอกเปลือก และคว้านเมล็ด

ขั้นตอนนี้เป็นการใช้แรงงานคว้านเมล็ดลำไยออกด้วยเครื่องมือที่เรียกว่า ตู๊ดตู ซึ่งมีหลายขนาดตามขนาดของลำไย การคว้านเมล็ดใช้ด้านคมที่มีลักษณะกลมตามรูปของท่อแสดนเลสกดลงบนหัวขั้วให้ลึกจนถึงเนื้อเมล็ดด้านในด้วยการกดและหมุนอัด เพื่อให้ความคมของท่อตัดเนื้อลำไยขาด เมื่อถึงท่อออกทำให้เมล็ดในติดท่อออกมา เมื่อคว้านเมล็ดออกเรียบร้อยแล้วทำการปอกเปลือกลำไยถ้าเนื้อลำไยฉีกขาดจะถูกแยกออกทันที และเป็นส่วนที่โรงงานไม่จ่ายเงินค่าจ้างคว้านให้ ส่วนเนื้อลำไยที่มีหัวฉีกขาด เนื่องจากใช้ขนาดตู๊ดตูไม่เหมาะสมจะต้องนำมาตัดแต่งอีกครั้งให้เรียบร้อยด้วยมีดคว้านถึงจะนำไปชั่งน้ำหนักกับเนื้อที่ดีไม่ฉีกขาด เพื่อบันทึกน้ำหนักไว้ อัตราการจ้างเหมาคว้านในปี 2539 โดยเฉลี่ยเท่ากับ 7 บาท/กิโลกรัมของเนื้อลำไยสด

3) ขั้นตอนการแช่สารเคมี

เป็นขั้นตอนการแช่สารละลายแคลเซียมคลอไรด์เพื่อเพิ่มความกรอบแก่เนื้อลำไย และสารละลายกรดมะนาวเพื่อเพิ่มความเป็นกรดให้แก่เนื้อลำไย ในขั้นตอนนี้โรงงานจะมีการควบคุมคุณภาพอย่างเข้มงวดด้วยการกำหนดความเข้มข้นของสารละลาย ระยะเวลาในการแช่ และปริมาณเนื้อลำไยต่อสารละลายเพื่อให้ได้คุณภาพเนื้อลำไยสม่ำเสมอ จากนั้นต้องนำเนื้อลำไยมาล้างน้ำ เพื่อชะล้างสารเคมีที่อาจติดมามากเกินไปออกให้หมดเพราะจะมีผลให้รสชาติและความใสของน้ำเชื่อมของลำไยกระป๋องผิดไปจากมาตรฐาน

4) ขั้นตอนการคัดขนาดและตำหนิ

เนื้อลำไยที่ผ่านการล้างเรียบร้อยแล้วถูกนำมาคัดขนาดและตำหนิ โดยใช้คนคัดแยกขนาดและตำหนิบนสายพานตามมาตรฐานของผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปที่กำหนดขนาดและลักษณะของลำไย ดังตารางที่ 5 ในการคัดจะใช้คนคัดประมาณ 20-30 คน และใช้คนคัดตำหนิและตัดแต่งประมาณ 5-6 คน ต่อหนึ่งสายพาน

ตารางที่ 6 แสดงมาตรฐานคุณภาพของเนื้อลำไย

เกรดของผล	ขนาดของผล น้ำหนัก (กรัม)/ผล	ลักษณะของผลลำไย
จัมโบ้	มากกว่า 8.8	เนื้อหนา ผลใหญ่มาก ไม่ฉีกขาด
ใหญ่ (เอ)	6.5-8.8	เนื้อหนา ผลใหญ่ ไม่ฉีกขาด
กลาง (บี)	5.0-6.6	เนื้อหนา ผลกลาง ไม่ฉีกขาด
เล็ก (ซี)	3.7-5.0	เนื้อหนา ผลเล็ก ไม่ฉีกขาด
แตก	-	เนื้อหนา ผลแตก หรือฉีกขาด

ในการคัดจะมีคนโรยลำไยบนสายพานรางละ 1 คน ที่หัวรางมีคนคัดผลที่มีหัวขั้วติดและผลที่มีเศษเนื้อลำไยติดออกรวมทั้งผลที่มีสีอื่นออก ประมาณ 5-6 คน ทำการเก็บคัดเลือกผลแตกหักขาดออก ประมาณ 4-6 คน ทำการคัดเลือกผลขนาดจัมโบ้ออกที่เหลือบนสายพานไหลลงสู่ตะกร้าที่รองรับเกรดเอ

5) ขั้นตอนการบรรจุ

ลำไยที่ผ่านการคัดขนาดถูกนำมาบรรจุในกระป๋องที่ผ่านการล้างด้วยน้ำให้สะอาด โดยให้น้ำหนักของเนื้อลำไยและจำนวนผลลำไยและขนาดของผลตรงตามความต้องการของลูกค้า ตามมาตรฐานคุณภาพลำไยกระป๋อง จากนั้นนำมาเติมน้ำเชื่อมที่เตรียมไว้ลงไป การเติมน้ำเชื่อมอาจใช้คนงานเติม หรือใช้เครื่องเติมน้ำเชื่อมกึ่งอัตโนมัติซึ่งต้องใช้คนควบคุม หรือใช้เครื่องเติมน้ำเชื่อมอัตโนมัติที่สามารถควบคุมปริมาณน้ำเชื่อมที่เติมลงไปในกระป๋องให้สม่ำเสมอทุกกระป๋องได้

กระป๋องที่บรรจุเรียบร้อยแล้วจะถูกลำเลียงผ่านเข้ารางไล่อากาศ เพื่อให้ไล่อากาศที่อยู่ในกระป๋อง อุณหภูมิภายในกระป๋องที่ออกจากรางไล่อากาศวัดได้ประมาณ $78-83^{\circ}\text{C}$

6) ขั้นตอนการปิดฝากระป๋อง

กระป๋องที่ผ่านการไล่อากาศแล้วต้องทำการปิดฝากระป๋องทันทีด้วยเครื่องปิดฝากระป๋อง เครื่องปิดฝากระป๋องอาจเป็นแบบ Semi-automatic หรือแบบ automatic ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกำลังการผลิตของโรงงาน

7) ขั้นตอนการต้มฆ่าเชื้อ

กระป๋องที่ผ่านขั้นตอนการปิดฝาเรียบร้อยแล้วจะถูกนำมาต้มฆ่าเชื้อในน้ำเดือด อุณหภูมิ $98-100^{\circ}\text{C}$ อุปกรณ์ที่ใช้ในการต้มฆ่าเชื้อจะพบทั้งที่เป็นหม้อต้ม แบบฆ่าเชื้อเป็นชุด (batch cooker) และแบบเป็นสายพานต่อเนื่อง (continuous cooker)

8) ขั้นตอนการหล่อเย็น

กระป๋องที่ผ่านการต้มฆ่าเชื้อเรียบร้อยแล้วจะถูกนำมาให้เย็นทันทีด้วยการแช่ในน้ำผสมคลอรีนจนอุณหภูมิถึงกลางกระป๋องอยู่ที่ประมาณ $35-40^{\circ}\text{C}$ เพื่อรักษาเนื้อลำไยไม่ให้ไหม้เกินไป อีกทั้งความร้อนที่เหลืออยู่ จะช่วยให้น้ำที่เกาะจับอยู่ที่ตัวกระป๋องแห้งระเหยไปด้วยเป็นการป้องกันการเกิดสนิม

9) ขั้นตอนการเก็บรักษา

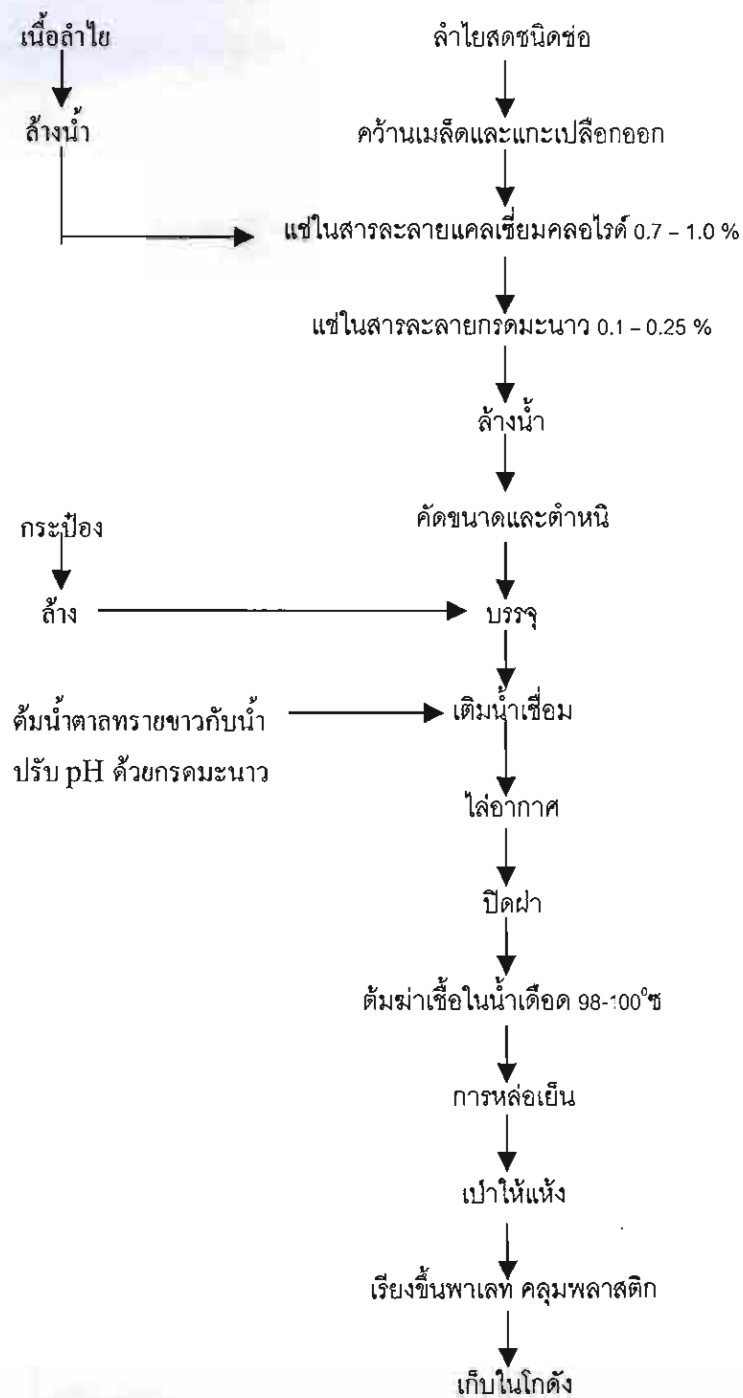
เมื่อผ่านขั้นตอนการหล่อเย็น กระป๋องถูกนำมาทำให้แห้งโดยใช้ลมเป่า จากนั้นจะถูกนำมาปั๊มรหัสวันเดือนปีที่ทำการผลิตด้วย Ink jet machine จากนั้นนำมาจัดเรียงขึ้นพาเลท ไม่ควรวางกระป๋องไว้กับพื้น ควรวางบนลังไม้ที่มีกระดาดปูรองอย่างน้อย 2 แผ่น เพื่อป้องกันยางไม้เปื้อนกระป๋อง วิธีการจัดเรียงขึ้นอยู่กับขนาดของกระป๋องที่บรรจุดังนี้

ขนาดของกระป๋อง	จำนวนกระป๋อง/แถว	จำนวนแถว/ชั้น	จำนวนชั้น/พาเลท	จำนวนกระป๋อง/พาเลท
20 ออนซ์	13	13	10	1,690
6 ออนซ์	15	15	18	4,050

เมื่อเรียงเสร็จเรียบร้อยแล้วต้องปูทับด้านบนด้วยกระดาษและทำการหุ้มด้วยพลาสติกเป็นการป้องกันฝุ่น และสิ่งสกปรก แล้วนำเข้าไปเก็บในโกดังสินค้าเพื่อให้เจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพทำการสุ่มตัวอย่างไปตรวจสอบคุณภาพอีกครั้งหนึ่งก่อนที่จะส่งไปจำหน่ายต่อไป ขั้นตอนทั้งหมดในการแปรรูปลำไยกระป๋องสรุปได้ดังรูปที่ 15

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตลำไยกระป๋อง พบว่าขั้นตอนการปอกเปลือกและคว้านเมล็ดในโรงงานจะไม่ค่อยทำ เพราะมีการรับซื้อเป็นเนื้อลำไย ซึ่งทำให้ผู้ผลิตไม่ต้องเสียเวลาและหาคนงานในการทำ แต่ปัญหา คือ การควบคุมคุณภาพเนื้อลำไย ที่จะต้องตรงตามมาตรฐานของโรงงานกำหนด

ขั้นตอนการแปรรูปลำไยกระป๋อง



รูปที่ 15 ขั้นตอนการแปรรูปลำไยกระป๋อง (รัตนา อัดตปัญญาและคณะ, 2541)

3.1.3.3 ต้นทุนลำไยกระป๋อง (รัตนา อัดปัญญา และคณะ, 2543)

จากการรวบรวมเอกสารพบว่าต้นทุน 22.92, 21.66 และ 19.79 บาทต่อกระป๋อง (250 กรัม) สำหรับลำไยกระป๋องเกรดเอ บี และ ซี ตามลำดับ โดยมีสัดส่วนต้นทุนดังต่อไปนี้

ประเภทต้นทุน	จำนวนร้อยละ	ร้อยละ
ค่าวัสดุ	8.65 – 11.69	43.5 - 51
ค่าที่ดิน	2.29	10 - 11.5
ค่าเชื้อเพลิง	0.45	2 - 2.3
ค่าวัสดุและสารเคมี	1.38	6 - 6.9
ค่าบรรจุหีบห่อ	5.73	25 - 28.8
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	1.38	6 - 6.9
รวม	19.88 – 22.92	100

ซึ่งจะพบว่าต้นทุนลำไยกระป๋อง ขึ้นอยู่กับลำไย 43 – 51 % ค่าภาชนะบรรจุ 25 – 29% ซึ่งจะมีผลต่อต้นทุนมาก

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตลำไยกระป๋อง ซึ่งพยายามควบคุมต้นทุนการผลิตโดยมีสัดส่วนต้นทุนการผลิตดังต่อไปนี้

การคิดต้นทุนลำไยกระป๋อง

วัตถุดิบ 55 – 62 %	62 %
ส่วนผสม	5 %
ค่าการแปรรูป	3 %
ค่าบรรจุภัณฑ์ (กระป๋อง กล่อง และเทปติด เชือกมัด)	30 %
ต้นทุนสินค้ารวม	100 %
ค่า Overhead 10 % ของต้นทุน	10 – 15 % (110 บาท)
ค่าบริหารจัดการ 20 % ของต้นทุนค่า Overhead	132 บาท
โดยปกติจะมี margin	15 – 20 %

ค่าวัตถุดิบของลำไยกระป๋อง 62% เพราะเป็นลำไยที่มีการรับซื้อเป็นเนื้อลำไยที่แกะเอาเมล็ดและเปลือกออกแล้ว ซึ่งในปัจจุบันบริษัทมีการรับซื้อเฉพาะเนื้อลำไยเสียส่วนใหญ่

3.1.4 ลำไยแช่แข็ง

การผลิตลำไยแช่แข็ง ต้องคัดวัตถุดิบที่มีคุณภาพดี ขนาดผลใกล้เคียงกัน นำมาทำความสะอาด แล้วนำเข้าสู่กระบวนการแช่แข็ง แต่เนื่องจากลำไยสดเป็นผลไม้ที่แยกเป็นผลเดี่ยวได้ง่าย ดังนั้นการแช่แข็งจึงนิยมใช้ระบบแช่แข็งอย่างรวดเร็วด้วยเครื่อง IQF จากนั้นจึงบรรจุลงกล่องและเก็บรักษาในห้องเย็นเพื่อรอการจำหน่ายลำไย (พงษ์ศักดิ์ อังกสิทธิ์, 2542)

จากการสำรวจและสัมภาษณ์พบว่า ลำไยแช่แข็งในปัจจุบันมีการแช่แข็งแบบช้า (slow freezing) โดยมีตลาดที่ต้องการคือ แคนาดา และสหรัฐอเมริกา โดยมีขั้นตอนดังนี้

-ทำการคัดเลือกลำไยสดที่ม้วนวัน ซัลเฟอร์ไดออกไซด์ คุณภาพที่มีขนาดผลที่สม่ำเสมอ

-ตัดหัวลำไยออกเป็นข้อเล็กๆ ประมาณ 2-3 ลูก

-นำมาบรรจุลงในตระกร้าพลาสติกให้มีน้ำหนัก 3 4.5 5 และ 10 กิโลกรัม โดยเป็นน้ำหนักหรือบรรจุในถุงตาข่าย ขนาด 1 กิโลกรัม แล้วนำมาบรรจุกล่องกระดาษอีกที

-นำแผ่นพลาสติกกันกระแทกปิดด้านบน

-รัดด้วยเชือกพลาสติกทั้ง 2 ด้าน ทั้งตระกร้าพลาสติกและกล่องกระดาษ ตระกร้าพลาสติกจะมีตราสินค้าติดไว้ที่ฝา นำลำไยแช่แข็งในตู้ -30°C ดังรูปที่ 16



ตัดข้าวลำไยบรรจุในตะกร้าพลาสติก แล้วนำไปแช่แข็ง



ลำไยตัดแล้วบรรจุใส่ถุงตาข่าย 1 กิโลกรัม และนำไปแช่แข็ง



ลำไยที่บรรจุกล่องกระดาษ นำไปแช่แข็ง

รูปที่ 16 การบรรจุลำไยแช่แข็ง

3.2 ระบบตลาดผลิตภัณฑ์ลำไย

3.2.1 ระบบตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยภายในประเทศ

3.2.1.1 สถานการณ์ตลาดผลิตภัณฑ์ลำไย

1) สถานการณ์ตลาดลำไยในปัจจุบัน

ในปี 2543 ประเทศไทยมีปริมาณผลผลิตลำไยสด 358,420 ตัน โดยมีปริมาณการส่งออกเป็นลำไยสด 98,950 ตัน หรือคิดเป็น 27.61% ของปริมาณผลผลิตทั้งหมด โดยมีตลาดที่สำคัญ คือ ฮองกง อินโดนีเซีย จีน มาเลเซีย สิงคโปร์

ผลผลิตลำไยสด จะถูกนำไปใช้เป็นผลิตภัณฑ์ลำไย 2 รูปแบบคือ ผลสด และแปรรูป โดยจะนำไปแปรรูปเป็นลำไยอบแห้ง ลำไยกระป๋อง และลำไยแช่แข็ง ซึ่งผลิตภัณฑ์ลำไยมีสัดส่วนการจำหน่ายทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ชนิดแปรรูป ส่วนใหญ่ส่งไปยังต่างประเทศ ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 การกระจายผลผลิตลำไยเปรียบเทียบกับผลผลิตรวมและพื้นที่เพาะปลูกที่ให้ผล

ปี พ.ศ.	พื้นที่เพาะปลูก ที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิตรวม (ตัน)	บริโภคในรูปผลไม้สด (ตัน)				นำไปแปรรูป (ตัน)		รวม	
			ในประเทศ	%	ส่งออก	%	รวม	%	รวม	%
2531	96,257	97,990	58,998	60.20	12,442	12.71	71,440	72.91	26,550	27.09
2532	110,984	44,661	31,515	70.56	3,205	7.18	34,720	77.74	9,941	22.26
2533	124,514	145,869	100,642	68.99	14,355	9.85	114,997	78.84	30,872	21.16
2534	136,064	81,842	55,069	67.29	7,618	9.31	62,687	76.60	19,155	23.40
2535	147,721	145,047	103,979	71.69	12,811	8.83	116,790	80.52	28,257	19.48
2536	171,752	92,742	40,526	43.70	21,310	22.98	61,836	66.68	30,906	33.32
2537	192,429	193,079	114,853	59.48	32,628	16.90	147,481	76.38	45,598	23.62
2538	216,972	143,592	63,254	44.05	31,719	22.09	94,973	66.14	48,619	33.86
2539	239,393	236,428	52,621	22.26	61,053	25.82	113,674	48.08	122,754	51.92
2540	258,964	250,359	11,994	4.79	81,632	32.61	93,626	37.40	156,733	62.60
2541	275,108	17,715	642	3.62	2,580	14.57	3,222	18.19	14,493	81.81
2542	295,137	142,553	59,834	41.97	43,996	30.87	103,830	72.84	38,723	27.16
2543	331,069	358,420	53,986	15.06	105,387	29.41	159,373	44.47	199,047	55.53

ที่มา : รวบรวมจากสำนักการศึกษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร กรมการค้าภายใน และศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2544)

จากตารางที่ 7 พบว่าในอดีตการบริโภคลำไยสดภายในประเทศเคยเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่และรองรับผลผลิตในสัดส่วนสูงที่สุด แต่ในระยะหลังตลาดส่งออกลำไยสดและลำไยแปรรูปได้ขยายตัวเพิ่มขึ้น ทำให้ตลาดภายในประเทศมีสัดส่วนลดลง กล่าวคือ สัดส่วนการบริโภคลำไยที่บริโภคสดภายในประเทศได้ลดลงจากร้อยละ 60 หรือประมาณ 58,998 ตัน ในปีพ.ศ. 2531 เหลือเพียงร้อยละ 15 หรือประมาณ 53,986 ตัน ในปีพ.ศ. 2543 และในปีพ.ศ. 2543 สำหรับลำไยที่ไม่ได้บริโภคสดภายในประเทศอีกร้อยละ 85 จะถูกส่งออกในรูปลำไยสดร้อยละ 29 ให้กับลูกค้าประจำในต่างประเทศ และที่เหลืออีกร้อยละ 56 นำมาแปรรูปเป็นลำไยกระป๋องร้อยละ 12 เป็นลำไยอบแห้งร้อยละ 86 และแช่แข็งร้อยละ 1 ของลำไยแปรรูป

ผลผลิตลำไยเดิมใช้บริโภคภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ แต่ในระยะหลังการส่งออกลำไยสด และการแปรรูปลำไยมีการขยายตัวทำให้สัดส่วนตลาดบริโภคภายในประเทศลดลงเหลือร้อยละ 15 แต่ก็ยังเป็นตลาดที่สำคัญ เนื่องจากเป็นตลาดที่รองรับผลผลิตได้ไม่จำกัดคุณภาพโดยเฉพาะผลผลิตที่เหลือจากการส่งออก

จากการเปรียบเทียบผลผลิตลำไยช่วงปีพ.ศ. 2531-2543 พบว่า ช่วงปีพ.ศ. 2531-2538 จะมีการบริโภคผลสดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เมื่อรวมกันมีมากกว่าร้อยละ 65 ของผลผลิตรวม และลดลงมากที่สุดคือ ร้อยละ 18.19 ในปีพ.ศ. 2541 เนื่องจากผลผลิตลำไยมีน้อยกว่าทุกปี ปีพ.ศ. 2542 มีการบริโภคสดถึงร้อยละ 72.84 และยังคงสูงถึง ร้อยละ 44.47 ในปีพ.ศ. 2543 ซึ่งผลผลิตปีพ.ศ. 2542/2543 มีผลผลิตสูงถึง 358,420 ตัน โดยราคาจำหน่ายลำไยสดภายในประเทศจะสูงขึ้นเมื่อปริมาณผลผลิตต่ำ ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ราคาจำหน่ายลำไยสดภายในประเทศ ปี 2531-2542

(บาท/กิโลกรัม)

ปี พ.ศ.	ราคาขายส่งในตลาดกรุงเทพฯ ชนิดละ	ราคาเฉลี่ยที่เกษตรกรขายได้		
		ชนิดดี	ชนิดรอง	ชนิดคละ
2531	37.09	9.13	6.88	11.07
2532	18.18	36.15	26.60	ไม่มีรายงาน
2533	34.59	17.94	13.00	7.47
2534	31.87	ไม่มีรายงาน	35.60	25.63
2535	36.79	31.07	22.05	20.81
2536	32.25	32.62	26.55	11.49
2537	24.73	16.26	11.92	7.72
2538	27.21	49.49	31.95	18.87
2539	16.17	24.43	26.93	16.17
2540	17.70	21.76	16.20	17.70
2541	50.00	118.54	75.21	60.00
2542	21.48	-	-	-
2543	15.37	-	-	-

ที่มา : รวบรวมจากกรมการค้าภายใน และศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการ

เกษตร, 2544

- ไม่มีข้อมูล

2) สถานการณ์ตลาดในอนาคต

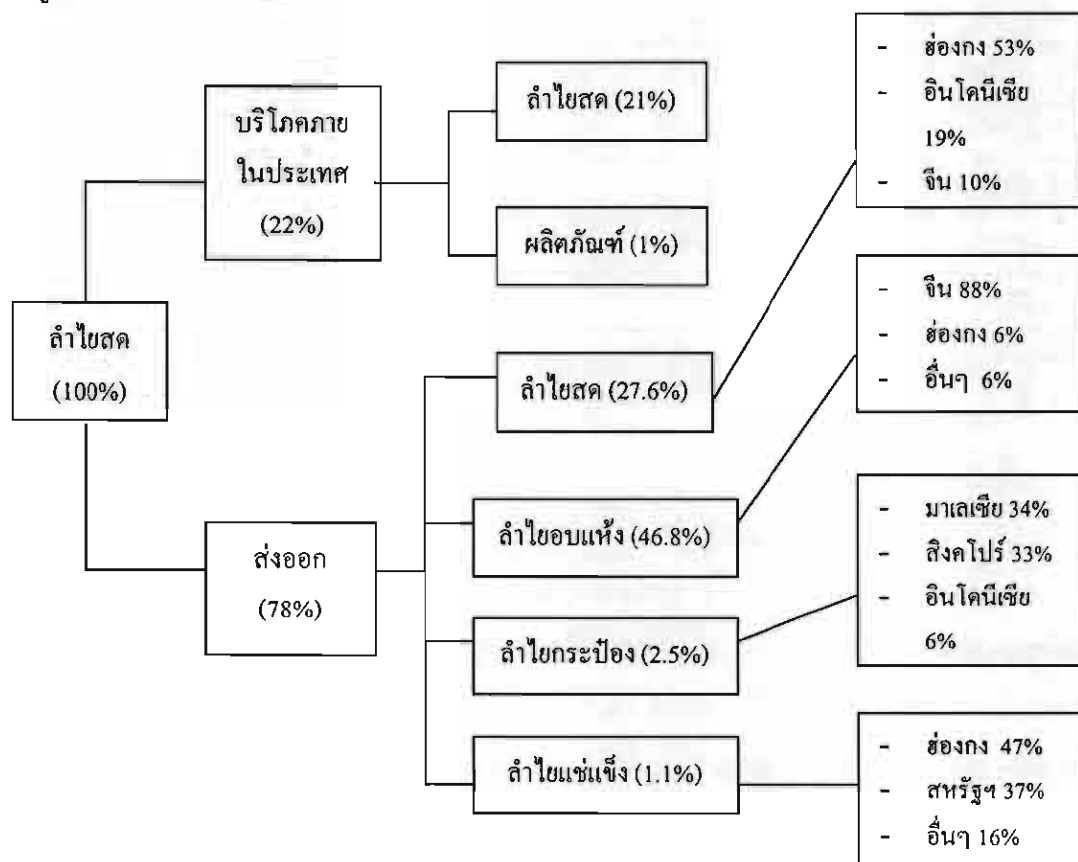
พงษ์ศักดิ์ อังกลสิทธิ์และคณะ (2542) ได้วิจัยและคาดการณ์สถานการณ์ตลาดลำไยในอนาคตโดยกล่าวว่า ประเทศไทยจะมีการปลูกลำไยเพิ่มมากขึ้น มีการใช้พันธุ์ที่ดีมากขึ้น นอกจากนี้การใช้เทคโนโลยีที่ทำให้ผลผลิตเพิ่มมากขึ้น มีคุณภาพมากขึ้น หรือมีการบังคับให้ลำไยออกผลนอกฤดูคุณภาพจะเพิ่มมากขึ้นด้วย ดังนั้นจำนวนผลผลิต (อุปทาน) จะเพิ่มมากขึ้นไปด้วย

ในประเทศจีนมีการปลูกลำไยในมณฑลกว่างสีตอนใต้ของจีน และมีการเพิ่มเนื้อที่การปลูกเพิ่มขึ้นอย่างมากมาย ผลผลิตในอีก 4-5 ปี ข้างหน้าจะเพิ่มมากขึ้นอย่างแน่นอน ถึงแม้คุณภาพลำไยของจีนอาจจะไม่ดีเท่าลำไยของไทย แต่ถ้ามีนโยบายกีดกันลำไยจากไทยเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรของจีน ก็จะมีผลกระทบต่อส่งออกลำไยไทย เพราะจีนเป็นประเทศลูกค้ารายใหญ่ของไทย

ประเทศเวียดนามมีพื้นที่ปลูกลำไยเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ผลผลิตก็ต้องเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ทำให้เวียดนามเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทยในการส่งออกลำไยไปจีนเช่นกัน

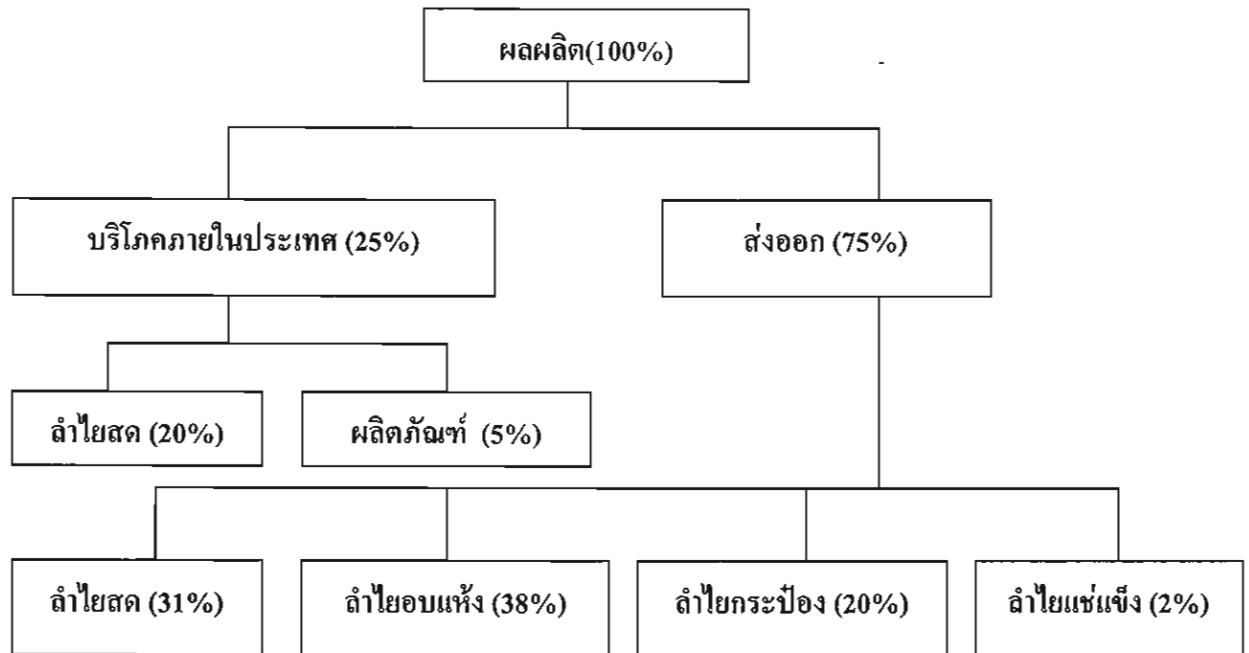
โดยสรุปแล้วในอนาคต 4-5 ปีข้างหน้า ปริมาณผลผลิตลำไย (อุปทาน) ของโลก จะเพิ่มมากขึ้น แต่จะเพิ่มขึ้นเล็กน้อยเพียงได้นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อปริมาณการผลิตในแต่ละปีของแต่ละประเทศ เช่น สภาพดินฟ้าอากาศ การใช้เทคโนโลยีที่ได้ผล การขยายพื้นที่การปลูก ลำไย เป็นต้น ดังนั้นการที่ลำไยจะสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรไทยหรือมีกำไรจากการปลูกลำไยมากน้อยเพียงใดนั้น คงต้องพิจารณาด้านความต้องการลำไย (อุปสงค์) ของตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศด้วย ซึ่งความต้องการลำไยของโลกจะเพิ่มขึ้นมากพอสมควรในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศจีน ซึ่งเป็นประเทศที่บริโภคลำไยมากที่สุด แต่เนื่องจากแนวโน้มของผลผลิตลำไยของประเทศจีน จะเพิ่มมากด้วย จะส่งผลให้การตลาดลำไยมีการแข่งขันกันอย่างมากยิ่งขึ้น

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, (2544) ได้คาดการณ์ว่าโครงสร้างการผลิตผลผลิตลำไยภายในประเทศ และการตลาดในปัจจุบัน 2543 และอนาคต สามารถแสดงในรูปที่ 17 และรูปที่ 18 ตามลำดับ



ที่มา : สำนักเศรษฐกิจการเกษตร, 2544

รูปที่ 17 แสดงแผนภาพลำไยในปัจจุบันปี 2543



ที่มา : สำนักเศรษฐกิจการเกษตร, 2544

รูปที่ 18 แสดงแผนภาพลำไยในอนาคต

จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับสถานการณ์ตลาดผลิตภัณฑ์ลำไย พบว่า

ตลาดลำไยในปัจจุบัน จะพึ่งพาตลาดจีนเป็นหลัก เพราะสามารถรองรับผลผลิตได้มาก ทั้งในรูปของลำไยสด และลำไยอบแห้ง และประชาชนของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนโดยส่วนใหญ่ รู้จักลำไยเป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งลำไยอบแห้ง ซึ่งเป็นตลาดที่มีสัดส่วนมากที่สุดนั้น ตลาดที่รองรับได้มาก คือ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ในปีพ.ศ. 2543 คาดว่าขนาดตลาดสำหรับลำไยอบแห้งของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนประมาณ 80,000 ตัน หากพิจารณาสถานการณ์ตลาดในปัจจุบัน ผู้ที่ให้สัมภาษณ์หลายท่านคิดว่าลำไยสด ขนาดตลาดยังคงเดิมไปเรื่อยๆ ลำไยกระป๋อง ตลาดจะหดตัวเล็กลง ลำไยอบแห้งเป็นตลาดขนาดใหญ่ แต่คาดว่าสถานการณ์อีก 3 ปีข้างหน้าจะมีปัญหาเรื่องตลาดอิมพอร์ต เพราะประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนสามารถผลิตได้เอง นอกจากนั้นต้องเผชิญกับการแข่งขันกับคู่แข่งที่สำคัญคือ เวียดนาม

ดังนั้นในการดำเนินงานตลาดลำไย ควรกำหนดราคาให้สามารถแข่งขันได้ เนื่องจากความต้องการของตลาดจะขึ้นกับราคาเป็นหลัก หากราคาต่ำจะสามารถขยายตลาดได้มากขึ้น และผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพในอนาคตคือ ลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อ มีหลายตลาดที่นิยมมากขึ้น

3.2.2 ระบบการซื้อขาย การกระจายและช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยภายในประเทศ

3.2.2.1) ลำไยสด

1) ระบบการซื้อขายลำไยสด

กรมส่งเสริมการเกษตร (2542) ได้กล่าวถึงวิธีการรวบรวมลำไยสด หลังจากการเก็บเกี่ยวลำไยแล้ว มีการปฏิบัติดังนี้

- การขนย้ายลำไยไปรวบรวมไว้ในที่ร่ม ซึ่งอาจจะเป็นได้ต้นลำไยภายในสวนที่ทำความสะอาดแล้ว

- คัดคุณภาพและตัดแต่งช่อผล โดยคัดเอาผลที่เล็ก ผลลีบ ผลแตก รวมทั้งผลที่มีร่องรอยการทำลายของโรคและแมลงออก แล้วทำการตัดแต่งเอาก้านที่ไม่มีผลทิ้งให้หมด เพื่อให้ได้ช่อผลที่มีลักษณะสวยงาม (ก้านของลำไยควรมีไม่เกินร้อยละ 20 ของน้ำหนัก) และในกรณีที่จะบรรจุลำไยเป็นผลเดี่ยวๆ โดยไม่ให้มีก้านช่อผล ให้ใช้กรรไกรที่คมและสะอาดตัดก้านผลให้เกือบชิดขั้วผล ห้ามใช้มือปัด เพราะจะเป็นช่องทางการเข้าทำลายของโรคทำให้ลำไยเน่าเสียเร็ว

การรวบรวมลำไยจากผู้ผลิตมีผู้ที่มีบทบาทเกี่ยวข้องดังนี้ (ชัยยุทธ ชินกุล, ลำดับที่ 1980)

(1.1) ผู้ผลิตหรือเกษตรกรชาวสวน จะขายลำไยแบบเหมาสวน ขายให้พ่อค้าส่งในกรุงเทพฯ ที่เรียกว่า “หยง” หรือนำไปขายเอง ณ จุดรับซื้อตลาดท้องถิ่นใกล้แหล่งผลิต

(1.2) พ่อค้าส่งในท้องถิ่น รวบรวมลำไยโดยวิธีเหมาสวน นำมาบรรจุแล้วส่งไปขายต่อในตลาดกรุงเทพฯ หรือต่างจังหวัด

(1.3) พ่อค้าส่งในกรุงเทพฯ หรือ หยง มีศูนย์กลางขายส่งที่ตลาดมหานาคปากคลองตลาด และตลาดไท รับซื้อลำไยทั้งที่แหล่งผลิต และตั้งจุดรับซื้อที่ศูนย์กลางขายส่งที่กรุงเทพฯ

(1.4) พ่อค้าเร่ เป็นพ่อค้าจากภาคต่างๆ ของประเทศ นำรถยนต์ไปรับซื้อลำไยถึงแหล่งผลิต เพื่อนำไปจำหน่ายต่อในภูมิภาคของตน

(1.5) ผู้ส่งออก มีทั้งผู้ส่งออกที่อยู่ ณ แหล่งผลิต ผู้ส่งออกในกรุงเทพฯ และผู้ส่งออกในภาคใต้ รวบรวมคัดลำไยเกรดเอ และบี เพื่อส่งไปยังต่างประเทศทางเครื่องบิน รถยนต์ และทางเรือ ผู้ส่งออกจะใช้ระบบขายฝาก

(1.6) รูปแบบอื่นๆ อีก เช่น ตัวแทน พ่อค้าส่งต่างจังหวัด โรงงานแปรรูป สมาคมการค้า เข้ามารวบรวมเพื่อช่วยในการกระจายสินค้า

การจำหน่ายผลผลิตลำไยของเกษตรกรส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 70 จะเป็นการเหมาสวน ซึ่งจะเป็นการเหมาซื้อขายตกลงราคากัน ตั้งแต่เริ่มเป็นดอกหรือเหมาในระยะที่ดอกเริ่มติดผลแล้ว ส่วนอีกร้อยละ 30 เกษตรกรจะเก็บมาจำหน่ายเองให้กับพ่อค้าที่จตุรัสซื้อ พ่อค้าที่ทำการเหมาสวนส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าในท้องถิ่นแล้วนำไปจำหน่ายให้กับพ่อค้ารวบรวมในจังหวัด และต่างจังหวัด ผู้ส่งออกและผู้แปรรูป

การซื้อขายลำไยสดระหว่างเกษตรกรกับพ่อค้าโดยส่วนใหญ่แล้ว พ่อค้ามักจะเป็นผู้กำหนดราคาในการซื้อขาย ซึ่งรูปแบบการขายของเกษตรกรมี 3 รูปแบบคือ

การจำหน่ายแบบเหมาสวน การจำหน่ายผลผลิตลำไยของเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นการขายแบบเหมาสวนซึ่งเป็นการเหมาซื้อขายตกลงราคากันตั้งแต่เริ่มเป็นดอก หรือเหมาในระยะที่ดอกเริ่มติดผลแล้ว เป็นการซื้อขายล่วงหน้าเรียกว่า "ตกเขียว" ซึ่งอาจจะขายเหมาทั้งหมดหรือเป็นบางส่วนก็ได้ ส่วนที่เหลือเกษตรกรจะเก็บมาจำหน่ายเองให้กับพ่อค้าที่จตุรัสซื้อ พ่อค้าที่ทำการเหมาสวน ส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าในท้องถิ่น แล้วนำไปจำหน่ายให้กับพ่อค้ารวบรวมภายในจังหวัดและต่างจังหวัด ผู้ส่งออกและผู้แปรรูป เกษตรกรที่ขายเหมาในช่วงลำไยติดผล และเริ่มมีการเก็บเกี่ยวเข้าสู่ตลาดแล้วจะขายได้ในราคาที่ใกล้เคียงกับราคาตลาด ส่วนเกษตรกรที่ขายไปในช่วงที่ลำไยออกดอกหรือติดผลในระยะเริ่มต้นจะขายได้ในราคาที่ต่ำ เพราะในขณะที่ขายนั้นยังไม่ทราบภาวะตลาด และราคาที่แท้จริง การขายแบบเหมาสวนอาจจะเป็นไปได้ทั้งการซื้อขายตามสัญญาระยะยาว 5-10 ปี หรือการขายเหมาสวน 1 ปี ก่อนฤดูกาลเก็บเกี่ยว

เกษตรกรขายเองหรืออิสระ เป็นลักษณะที่เกษตรกรอาจจะขายลำไยเองที่สวน หรือมีพ่อค้ามารับซื้อถึงสวนหรือนำไปวางขายที่ตลาด หรือนำไปขายที่จตุรัสซื้อของพ่อค้าในระดับต่างๆ โดยเกษตรกรอาจจะขายแยกตามเกรด หรือขายคละก็ได้

การรวมกลุ่มกันขาย เป็นการขายในลักษณะที่เกษตรกรรวมกลุ่มกันขายลำไยให้กับพ่อค้าเพื่อที่จะได้มีอำนาจการต่อรองทางด้านราคากับพ่อค้า แต่วิธีการแบบนี้ยังไม่เป็นที่นิยมนัก

การขายขาด โดยการขายแล้วรับเงินสด หรือการนำเอาสินค้าไปฝากขายกับพ่อค้าส่งในกรุงเทพฯ ซึ่งจะจำหน่ายต่อไปให้พ่อค้าปลีกในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดยระบบการขายในตลาดกรุงเทพฯ ที่ตลาดมหานาค สะพานขาว ตลาดปากคลองตลาด ตลาดดอนเมืองพัฒนา ตลาดสี่มุมเมือง และตลาดไท ระบบการขายในตลาดเหล่านี้ยังเป็นการขายฝาก ซึ่งพ่อค้าขายตามแผงตลาดหรือหยง จะคิดค่าตลาด 10% ของราคาขาย (มนตรี ด่านไพบูลย์, 2543)

จากการสำรวจความคิดเห็นโดยใช้แบบสอบถาม เกษตรกรผู้ปลูกลำไย 175 คน พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกลำไยมีระบบการซื้อขายลำไยสดภายในประเทศ หลายวิธีคือ

1) การจำหน่ายแบบตกเขียว หมายถึงพ่อค้าท้องถิ่นจะมาซื้อลำไยขณะกำลังให้ผลผลิตซึ่งได้แก่ช่วงแทงช่อ ดอกบาน ติดลูก โตขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งพ่อค้าจะตัดสินใจซื้อช่วงใดหรือซื้อเร็ว หรือช้า ถ้าซื้อเร็วก็จะเป็นช่วงต้นๆ โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเร็วหรือช้าคือ

1.1) ข้อมูลปีที่ผ่านมา (1 ปี) ของพ่อค้าที่ได้สนทนากันว่าได้กำไรหรือขาดทุน หากมีกำไรก็จะมี การตัดสินใจเร็ว หากขาดทุนจะชะลอการตัดสินใจซื้อ

1.2) พ่อค้ามีความมั่นใจในราคา หากมั่นใจในราคาจะซื้อเร็วขึ้น

1.3) พ่อค้ามีความมั่นใจว่าไม่มีอุทกภัยเกิดขึ้น ก็จะซื้อเร็วขึ้น

2) การจำหน่ายแบบเหมาสวน หมายถึง พ่อค้าท้องถิ่นจะเป็นผู้เหมาสวนลำไยที่พร้อมเก็บผลผลิต

3) เก็บเกี่ยวเองแล้วนำไปขาย ณ จุดรับซื้อ (ผู้รับซื้อกับผู้รวบรวมและหรือผู้ส่งออก) โดยเกษตรกรผู้ปลูกลำไยเก็บเกี่ยวผลผลิตเอง แล้วนำไปขาย ณ จุดขาย โดยมีจุดขายใหญ่ๆ 3 จุดคือ

3.1) ถนนอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ทางไปสันป่าตอง แถบลุ่มแม่น้ำปิง

3.2) สามแยกถนนทางหลวงเชียงใหม่ไปฮอดแยกไปท่าลี่ ก่อนถึงอำเภอ

จอมทอง

3.3) เลย์อำเภอจอมทองไปทางฮอดประมาณ 3.5 กิโลเมตร

4) เก็บเกี่ยวเองแล้วจำหน่ายที่ตลาดเอง โดยเกษตรกรผู้ปลูกลำไยเก็บเกี่ยวเองแล้วขายที่ริมทาง หรือนำไปขายให้พ่อค้าในตลาดขายปลีก

ผลการศึกษาแบบสอบถาม จากเกษตรกรผู้ปลูกลำไย 175 คน พบว่าเกษตรกรผู้ปลูกลำไยนำผลผลิตไปขายให้กับพ่อค้าคนกลางมากที่สุด คือ 58.37% รองลงมาคือ ขายให้ผู้ส่งออก 16.67% ขายตรงให้แก่ลูกค้าที่ซื้อไปบริโภคเอง 1.47% ตามลำดับ โดยราคาจะถูกกำหนดโดยพ่อค้าเสียส่วนใหญ่ คือ 69.57% รองลงมาคือ ตัวเอง 23.91% ด้วยวิธีการขายตรงต่อผู้บริโภค

ผลผลิตลำไยทั้งหมดที่ได้มา จะนำไปขายเป็นลำไยสดทั้งหมด 76.16% ทั้งนี้เนื่องจากเกษตรกรที่ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ไม่มีเตาอบ

โดยปกติเกษตรกรมีลักษณะการขายโดยเก็บเกี่ยวเองแล้วนำไปขายที่จุดรับซื้อ 52.24% รองลงมาคือ เหมาสวนเมื่อผลผลิตพร้อมขาย 28.80% ขายตามตลาด และตกเขียว 9.95 และ 7.46% ตามลำดับ

เป็นสวนขนาดใหญ่มีต้นลำไยนับหมื่นต้น แต่เกษตรกรท้องถิ่นแจ้งว่ารายได้ที่ปลูก 1-2 ไร่ ก็มีมากเช่นเดียวกัน

2) การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยสด

ช่องทางการการตลาดของลำไยสด ประกอบด้วย (สถานการณ์การผลิตและการตลาดลำไย, 2542/2543)

- ตลาดระดับท้องถิ่น อันเป็นการซื้อขายลำไยระหว่างชาวสวนกับพ่อค้าจากในและต่างจังหวัดตลาดลำไยที่สำคัญในท้องถิ่น เช่น แถบถนนเชียงใหม่-ฮอด จังหวัดเชียงใหม่ ถนนเชียงใหม่-ลำพูน จังหวัดลำพูน และบริเวณหกแยก อำเภอพาน บ้านเหมืองง่า ตำบลสันติสุข และบ้านป่าตึง ตำบลดอยงาม อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย ส่วนตลาดกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ตลาดปากคลอง

- ตลาดขายส่งเป็นศูนย์กลางแหล่งใหญ่ของการขายส่งผลไม้ในกรุงเทพฯ เช่น ตลาดมหานาค ตลาดดอนเมืองพัฒนา และตลาดไท และต่างจังหวัดที่เชียงใหม่ ลำพูน หาดใหญ่ ประมาณ 60-70 % ของปริมาณการค้าลำไยทั้งหมด

- ตลาดขายปลีกประกอบด้วยพ่อค้าจากทั่วไปมารับซื้อลำไยจากศูนย์กลางการขายส่งผลไม้เพื่อขายโดยตรงให้ผู้บริโภค

มนตรี ด้านไพบูลย์ (2543) ได้รายงานว่าการซื้อขายลำไยสดจากเกษตรกรจนถึงผู้บริโภคในประเทศ ได้ผ่านผู้ที่ทำหน้าที่ทางการตลาดพอสรุปเป็นภาพรวมของช่องทางการตลาดได้ดังนี้

- เกษตรกร จะจำหน่ายผลผลิตให้พ่อค้าท้องถิ่น พ่อค้าขายปลีก พ่อค้าขายส่งต่างจังหวัด พ่อค้าขายส่งกรุงเทพฯ โรงงานแปรรูป ผู้ส่งออกและขายให้กับผู้บริโภคภายในประเทศโดยตรง

- พ่อค้าท้องถิ่น จะจำหน่ายผลผลิตต่อไปให้กับพ่อค้าท้องถิ่น พ่อค้าขายส่งต่างจังหวัด พ่อค้าขายส่งกรุงเทพฯ พ่อค้าขายปลีก ผู้ส่งออก และโรงงานแปรรูป

- พ่อค้าท้องถิ่น จะจำหน่ายผลผลิตต่อไปให้กับพ่อค้าขายส่งกรุงเทพฯ โรงงานแปรรูปและผู้ส่งออก

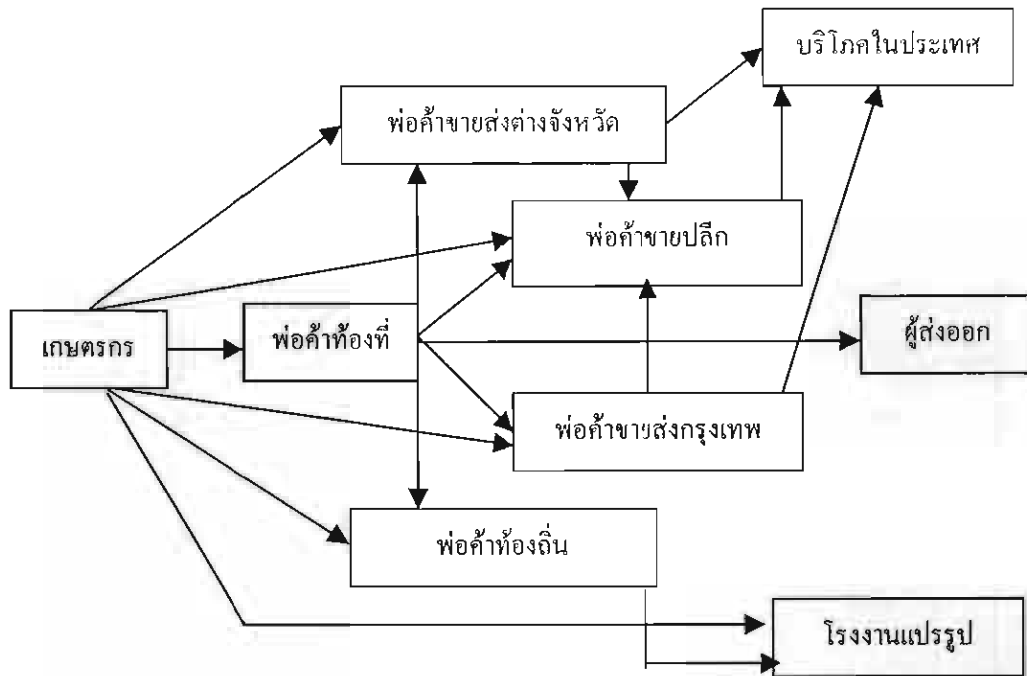
- โรงงานแปรรูป จะรับซื้อผลผลิตแล้วมาทำการแปรรูปเป็นลำไยอบแห้ง ลำไยกระป๋อง และลำไยแช่แข็ง จำหน่ายภายในประเทศและส่งออกต่างประเทศ

- พ่อค้าขายส่งกรุงเทพฯ จะจำหน่ายผลผลิตให้กับพ่อค้าปลีก และผู้บริโภคภายในประเทศ

- พ่อค้าขายส่งต่างจังหวัด จะจำหน่ายผลผลิตให้กับพ่อค้าปลีก และผู้บริโภคภายในประเทศ

- พ่อค้าขายปลีก จำหน่ายผลผลิตให้กับผู้บริโภคภายในประเทศ

ดังรายละเอียดในรูปที่ 19



ที่มา : วิเคราะห์และปรับปรุงจากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2540) อ้างในนพดลและคณะ, 2543

รูปที่ 19 ช่องทางการตลาดของลำไยสดปี 2540

จากการสัมภาษณ์แนวลึก และการสำรวจระบบการซื้อขาย การกระจายและช่องทางการตลาด ลำไยสดมีการปฏิบัติของผู้ส่งออกที่แตกต่างกัน แต่มีเกณฑ์ที่จะพิจารณาจากขนาดและสีผิวเป็นหลัก ถ้าขนาดโต สีผิวสวย คือ ผิวเรียบ สีส้มเหลืองสว่าง จะได้ราคาสูงที่สุด โดยจะกล่าวถึงการปฏิบัติ การคัดเกรด การบรรจุ ราคา ที่มีการปฏิบัติภายในประเทศและส่งออก ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3) การปฏิบัติการซื้อขายลำไยสด

การคัดเกรด

(1) สีผิว แบ่งเกรด เป็น 2 เกรด คือ เกรด 1 ผิวสวย เหลืองอมน้ำตาล ไม่มีตำหนิ เกรด 2 ผิวสีน้ำตาลเข้ม ผิวลาย บางครั้งก็ไม่แบ่งตามผิว จะมีเกรดเดียว

(2) ขนาด แบ่งเกรด หรือเบอร์ตามขนาด โดยเรียกขนาดต่างๆ กัน เช่น

จัมโบ้	เทียบเท่า	AA	เทียบเท่า	XXL
1	"	A	"	XL
1 / 2				
2	"	B		
2 / 3				
3	"	C		

จะเห็นว่าแบ่งตามขนาดมี 6 ขนาด และแบ่งตามผิว อีก 2 เกรด จะได้เกรดทั้งหมด 12 เกรด จาก 12 เกรด จะมีราคาที่ได้รับซื้อจากเกษตรกรที่แตกต่างกัน ดังนั้นการปฏิบัติการซื้อขายลำไยสดที่มีในปัจจุบันจะเป็นมาตรฐานของแต่ละบริษัทใช้กัน โดยมาตรฐานดังกล่าวจะถูกกำหนดตามความต้องการของตลาดส่งออก และมีผลให้การจำหน่ายภายในประเทศมีการคัดเกรดตามไปด้วย ผลดีวิธีนี้คือ ให้ความยุติธรรมในการซื้อขาย คุณภาพลำไยดี (ผิวสวย ขนาดใหญ่) ก็จะได้ราคาสูง ดังนั้นตอนการปฏิบัติการซื้อขายลำไยสดของบริษัทหนึ่ง ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. เกษตรกรนำลำไยสดที่บรรจุโดยผ่านการคัดเกรดด้วยสายตาในสวนหรือใต้ถุนบ้าน บรรจุในตะกร้าพลาสติก 11 หรือ 12 กิโลกรัม มาบรรจุทุกในรถยนต์ 4 ล้อ มีราคาค่าบรรจุ 1 บาท/ 1 กิโลกรัมลำไย

2. ลำไยสดในตะกร้าพลาสติกจะนำลงบนลานเพื่อตรวจคุณภาพ

3. ชั่งน้ำหนักลำไยสดบนตะกร้าได้ 12 กิโลกรัม น้ำหนักลำไยสุก 11 กิโลกรัม

4. ตรวจสอบคุณภาพโดยใช้เกณฑ์สีผิวและขนาดตรวจสอบโดยใช้สายตาแบ่งเป็น 2 เกรดคือ

เกรด 1 จะมีสีผิวเหลืองน้ำตาลอ่อน ไม่มีตำหนิ

เกรด 2 จะมีสีผิวน้ำตาลเข้มถึงน้ำตาลดำ ผิวลาย

โดยในเกรด 1 จะส่งตลาดบนได้แก่ ประเทศจีน ฮองกง แคนาดา ยุโรป ส่วนเกรด 2 จะเป็นตลาดล่าง ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์

เกรด 1 มี 6 ขนาด เกรด 2 มี 5 ขนาด ดังมีสัญลักษณ์ และราคา ดังต่อไปนี้
ณ วันที่ 31 สิงหาคม 2544

		เกรด 1	เกรด 2
ขนาด	สัญลักษณ์	ราคา	ราคา
จัมโบ้	ทอง+	32	-
	ทอง	30	25
1 2	เหลือง	24	18
2	แดง	18	15
2 3	เขียว	15	13
3	ฟ้า	12	10

5. เมื่อตรวจสอบคุณภาพเรียบร้อยแล้ว ราคาจะถูกกำหนดไว้ในแต่ละวันโดยพ่อค้าคนกลาง เกษตรกรจะได้รับทราบราคาและจำนวนเงินหลังการชั่งน้ำหนักและตรวจสอบคุณภาพแล้วมีการติดสติ๊กเกอร์สี โดยจำแนกเป็น ดินสอสีแดง 1 ดินสอเหลือง 1 2 ดินสอฟ้า 2 สีเขียว 2 3 สีขาว

6. การตรวจสอบอีกครั้งบนสายพาน แล้วจึงรัดเชือกพลาสติกตามสี เช่น

รัดเชือกสีเหลืองคือ เกรด 1 เบอร์ 1

รัดเชือกสีแดงคือ เกรด 2 เบอร์จัมโบ้ เกรด 1 เบอร์ 2

รัดเชือกสีเขียวคือ เกรด 2 เบอร์ 1 เกรด 1 เบอร์ 3

รัดเชือกสีขาว คือ เกรด 2 เบอร์ 2 3

7. หลังการตรวจสอบ 2 ครั้งเรียบร้อยแล้ว จะมีการติดสติ๊กเกอร์ตราสินค้าบอกเกรดของลำไยสดที่คัดเกรดไว้ เพื่อจำหน่ายภายในประเทศและส่งออก



1. เกษตรกรนำลำไยสดที่บรรจุโดยผ่านการคัดเกรดในสวนบรรจุทุกใส่รถยนต์ 4 ล้อมาส่ง

2. ลำไยสดที่บรรจุตะกร้านำส่งบนลานตรวจคุณภาพ



3. ชั่งน้ำหนักลำไยสดบนตะกร้าได้ 12 กิโลกรัม น้ำหนักลำไยสดสุทธิ 11 กิโลกรัม

4. คุณภาพลำไยสดเกรด 1 เบอร์จัมโบ้ คือ ลูกใหญ่สม่ำเสมอ สีผิวเหลืองน้ำตาล



5. คุณภาพลำไยสดคัดเกรด 1 เบอร์ 1 ในตะกร้า แล้วมีสติ๊กเกอร์



6. คุณภาพลำไยสดคัดเกรด 1 เบอร์ 1 และ 2 ผสมกันในตะกร้า



7. คุณภาพลำไยสดคัดเกรด 2 เบอร์ 1 ในตะกร้า



8. คุณภาพลำไยสดคัดเกรด 1 และ 2 เบอร์ 1 ในตะกร้า



9. ตรวจสอบคุณภาพและติดสติ๊กเกอร์สีบนสายพาน โดย จัมโบ้ สีแดง 1 สีเหลือง 2 สีฟ้า 3 สีเขียว D สีขาว



10. การรัดเชือกสีเหลืองคือ เกรด 1 เบอร์ 1



11. ขนส่งตู้คอนเทนเนอร์ส่งออกเชียงใหม่



12.ขนส่งไปตลาดไท

จากการสังเกตที่งานวิจัยพบว่า การเรียกชื่อเกรดจะไม่มีมาตรฐานที่แน่นอน บางแห่งก็เรียก A, AA บางแห่งก็เรียก 1, 2, 3 นอกจากนั้นแล้ว ขนาดของแต่ละเกรดก็ไม่มีมาตรฐานที่แน่นอน ขึ้นอยู่กับความรู้สึกของพ่อค้า ผู้เก็บ ช่วงเวลาที่เก็บ และสถานการณ์ของแต่ละปี

จากการสำรวจพบว่าการขนส่งผลผลิตลำไยและผลิตภัณฑ์ลำไยแปรรูป ทั้งภายในประเทศและส่งออกนั้น จะมีการใช้การขนส่งทางบก ทางเรือ และทางอากาศ โดยจะแยกตาม ผลิตภัณฑ์ลำไยทั้งภายในทั้งภายในประเทศและเพื่อการส่งออก (เฉพาะประเทศเป้าหมาย) ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

4) การขนส่งลำไยสด

การขนส่งลำไยสดภายในประเทศ

การขนส่งลำไยสดภายในประเทศมีลักษณะการขนส่งดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. เกษตรกรผู้ปลูกลำไยมายังจุดรับซื้อ ซึ่งจะมีผู้รวบรวมหรือผู้ส่งออกมารับซื้อ โดยเกษตรกรผู้ปลูกลำไย จะใช้รถยนต์ 4 ล้อ (รถกระบะ) ส่วนใหญ่ในการขนส่ง



2. พ่อค้าต่างจังหวัดเมื่อซื้อลำไยจากเกษตรกรผู้ปลูกลำไย จะมีการขนส่งโดยรถยนต์ 4 ล้อ หรือ 6 ล้อ และ 10 ล้อ หากปริมาณต้องการของตลาดมาก เช่น ตลาดหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ตลาดสุระ จังหวัดนครราชสีมา ตลาดไท ตลาดมหนาค ตลาดสี่มุมเมือง กรุงเทพฯ



การบรรจุและราคาลำไยสดที่จำหน่ายภายในประเทศ

การบรรจุและราคาลำไยสดที่จำหน่ายในประเทศไทยมีการบรรจุแตกต่างกันไป คือ

1) ลำไยบรรจุในรถยนต์บรรทุก เพื่อนำไปจำหน่ายแบบส่งตามตลาดหลักของแต่ละจังหวัด มีน้ำหนักบรรทุกขึ้นอยู่กับความต้องการและปริมาณผลผลิต ราคา เพราะหากราคาลำไยสดแพงมากไปการจำหน่ายออกจะยาก และลำไยสดมีการเน่าเสียง่าย แม้จะมีบางครั้งมีการรวมควินซีลเฟอร์ไดออกไซด์ นอกจากนี้ยังขึ้นกับทุนสำรองของพ่อค้าต่างจังหวัดเมื่อซื้อขายจะนำลำไยมาบรรจุถุงพลาสติก บรรจุขนาด 10 กิโลกรัม หรือ 5 กิโลกรัม โดยลำไยเป็นการขายคละเกรด

2) ลำไยบรรจุกล่องกระดาษลูกฟูกที่มีความแข็งแรง มีตราสินค้าที่อยู่ของผู้ขาย บรรจุลำไยกล่องละ 10 กิโลกรัม แต่ละกล่องจะระบุคุณภาพเกรดไว้ ซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายกล่องเกิดขึ้น ดังนั้นจะมีราคาแพงขึ้น

3) ลำไยบรรจุตะกร้าพลาสติก มีการติดสติ๊กเกอร์ของตราสินค้าบนฝาตะกร้าและด้านข้างของตะกร้า โดยการจำหน่ายภายในประเทศจะบรรจุลำไย 10 กิโลกรัม มีการบอกเกรดคุณภาพโดยใช้ตราสินค้าเดิมแต่ใช้สัญลักษณ์สีเป็นการบอกถึงคุณภาพเกรด หรือมีการใช้ตราสินค้าที่แตกต่างกัน ราคาตะกร้าละ 20 บาท จำหน่ายภายในประเทศ ขายรวมตะกร้า หรือหากนำตะกร้ามาคืนจะคืนเงิน 20 บาท ยกตัวอย่างดังต่อไปนี้

ตราสินค้าที่แตกต่างกัน บ่งบอกคุณภาพ

เสื้อทอง เกรด XXL = จัมโบ้



เสื้อขาว เกรด XL = AA



สิงโต เกรด L = A



เสื้อดาว เกรด L = A



p ตกเกรด

ตราสินค้าเดิมแต่ใช้สัญลักษณ์บ่งบอกคุณภาพ

มังกร	เกรด	เครื่องบิน	VH	เกรด	TP
	ทอง+	จัมโบ้	ทองถึงแดง		
	ทอง	1			
	เหลือง	1 2	ทอง		
	แดง	2	น้ำเงิน		
	เขียว	2 3			
	ฟ้า	3	เขียว		

จากการสำรวจการจำหน่ายลำโพงในตลาดไทยพบว่ามี ลำโพงบรรจุตะกร้าพลาสติกจำหน่ายในตลาดไทยหลายตราสินค้า จากการสำรวจราคาพบว่ามี 8 เบอร์ 1 เกรด แต่ละเบอร์มีราคาไม่แตกต่างกันในเดือนสิงหาคม 2544

คุณภาพเกรด	ตราสินค้า	ราคา (บาท/กิโลกรัม)
เกรด A	ลิง	52
เกรด 1	เครื่องบิน (แดง)	45
	นกสองตัว	
เกรด 2	เครื่องบินขาว	42
เกรด 3	นกพิราบ	38-40
	ช้าง	
	MATA	
เกรด 4	เครื่องบินฟ้า	35
เกรด 5	สิงโต	32
เกรด 6	ม้า	28
เกรด 7	ไม่มีตรา	22
เกรด 8	ไม่มีตรา	20

4) บรรจุลำไยในตะกร้าไม้ไผ่บรรจุ 20-30 กิโลกรัม ซึ่งส่วนใหญ่พ่อค้าในท้องถิ่นซื้อไปเพื่อนำไปจำหน่ายเป็นกิโลกรัมตามริมถนน หรือส่งให้ร้านค้าขายปลีกในท้องถิ่น

การบรรจุและราคาลำไยสดส่งออก

การบรรจุลำไยสดส่งออก มีการบรรจุที่ทีมวิจัยได้พบมีวิธีเดียวคือ ลำไยบรรจุตะกร้าพลาสติก มีขนาดบรรจุ 11 กิโลกรัม รวมตะกร้า 12 กิโลกรัม แต่ละตะกร้ามีการติดสติ๊กเกอร์ตราสินค้าบนฝาตะกร้า และข้างตะกร้า โดยใช้ตราสินค้าเดียวกันหรือเดิม แต่ใช้สัญลักษณ์สีบอกความแตกต่างของเกรด เวลาซื้อขายจะขายพร้อมตะกร้าพลาสติก จะไม่มีการคืนตะกร้าพลาสติก ดังนั้นผู้ส่งออกจะมีต้นทุน คือ ตะกร้า หากผู้ส่งออกรายใหญ่จะมีการผลิตตะกร้าพลาสติกเอง เพราะผู้ส่งออกมีการจำหน่ายผลไม้หลายชนิด

ราคาลำไยสดส่งออก พบว่าผู้ส่งออกแบ่งเป็นตลาดบนซึ่งจะได้ราคาสูงกว่าตลาดล่าง อย่างเช่น 12 เกรด จะเป็นตลาดบน 7 เกรด ตลาดล่าง 5 เกรด ตลาดบนคือ เกรด 1 ตลาดล่างคือ เกรด 2 (ผิวลาย) แต่มีขนาดลำไยเท่ากัน

ตราลำไยสดที่มีในประเทศไทย/ต่างประเทศ

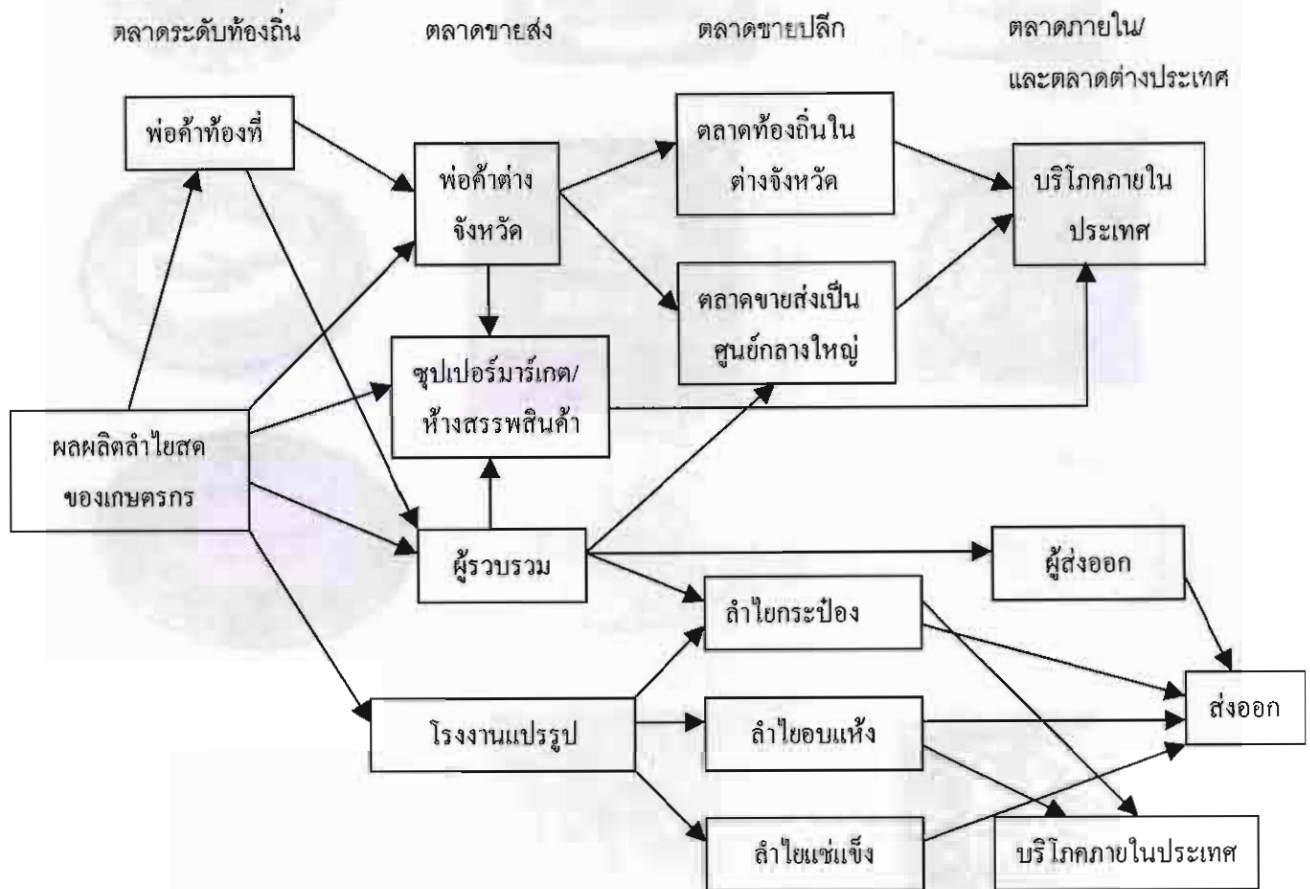
ตัวอย่างตราสินค้าลำไยสดของไทยที่จำหน่ายภายในประเทศบางส่วน



ตัวอย่างตราสินค้าลำไยสดของไทยที่จำหน่ายในต่างประเทศบางส่วน



จากการค้นคว้าข้อมูล สัมภาษณ์แนวลึก และการสำรวจเกษตรกรผู้ปลูกลำไยทางภาคเหนือ คือ จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และเชียงราย ภาคตะวันออก คือ จังหวัดจันทบุรี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ จังหวัดหนองคาย พบว่า การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยสด ปีพ.ศ. 2544-2545 ดังรูปที่ 20



รูปที่ 20 การกระจายและช่องทางการตลาด ลำไยสดภายในประเทศ ปี 2544-2545

ปีพ.ศ. 2544 เกษตรกรผู้ปลูกลำไยที่ได้สัมภาษณ์แนวลึก จะเป็นจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และจันทบุรี พบว่า โดยส่วนใหญ่จำหน่ายลำไยเพื่อการบริโภคสด มากกว่าการนำไปจำหน่ายเพื่อเป็นลำไยอบแห้ง หรือนำมาอบเป็นลำไยอบแห้ง เพราะ ลำไยอบแห้งราคาไม่ดี มีผลผลิตตกค้างในปีพ.ศ. 2543 เป็นจำนวนมาก ดังนั้นการจำหน่ายเพื่อการบริโภคสดจะได้ราคาดีกว่า ส่วนปีพ.ศ. 2545 รัฐบาลมีนโยบายประกันราคาลำไย โดยรับจำนำลำไยอบแห้งทั้งเปลือกด้วยเงินงบประมาณ 72 ล้านบาท ประมาณ 49,000 ตัน ทำให้เกษตรกรส่วนใหญ่นำลำไยขอมมาแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งทั้งเปลือก เพราะคาลำไยสดที่รับซื้อราคา 15 บาท ต่อ กิโลกรัม ซึ่งเกษตรกรนำแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งทั้งเปลือกจะได้ราคาดีกว่า จำหน่ายเป็นลำไยสด ซึ่งราคา 10-15 บาท ต่อ กิโลกรัม

จากรูปที่ 20 ปีพ.ศ. 2544-2545 เกษตรกรผู้ปลูกลำไยจะขายผลผลิตให้กับพ่อค้าท้องถิ่น หรือจำหน่ายเองในท้องถิ่น ซึ่งจะเป็นตลาดระดับท้องถิ่น หากเป็นตลาดขายส่งเกษตรกรจะขายผลผลิตให้พ่อค้า

ส่วนที่พ่อค้าท้องถิ่นนำไปจำหน่ายมักจะนำไปจำหน่ายเป็นกิโลกรัมตามริมถนน หรือส่งให้ร้านค้าปลีกในท้องถิ่น พ่อค้าที่มารับซื้อลำไยจะมีทั้งพ่อค้าปลีกและพ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีกบางส่วนเป็นซูเปอร์มาร์เก็ต หรือห้างสรรพสินค้า และพ่อค้ารายย่อยทั่วไป สำหรับพ่อค้าส่ง จะมารับซื้อจากเกษตรกรเพื่อนำไปจำหน่ายต่อ และยังมีผู้รวบรวม ซึ่งจะทำหน้าที่รวบรวมสินค้าจากท้องถิ่นเพื่อส่งต่อไปพ่อค้าส่งโรงงานอุตสาหกรรม และตลาดที่เป็นศูนย์รวมการจำหน่าย เช่น ตลาดไท

ลำไยสดที่จำหน่ายในประเทศไทยมีการกระจายและช่องทางการตลาดไปจำหน่ายตามตลาดหลักของแต่ละจังหวัดตามความต้องการและปริมาณผลผลิต ราคา เพราะหากราคาลำไยสดแพงมากไปการจำหน่ายออกจะยาก และลำไยสดมีการเน่าเสียง่าย แม้จะมีบางครั้งมีการรมควันซัลเฟอร์ไดออกไซด์ มีการติดสติ๊กเกอร์ของตราสินค้าบนฝาตะกร้าและด้านข้างของตะกร้า โดยการจำหน่ายภายในประเทศจะบรรจุลำไย 10 กิโลกรัม มีการบอกเกรดคุณภาพ โดยใช้ตราสินค้าและสีของสัญลักษณ์เป็นการบอกถึงคุณภาพเกรด หรือมีการใช้ตราสินค้าที่แตกต่างกัน ราคาตะกร้าละ 20 บาท เวลาซื้อขายจะจำหน่ายทั้งตะกร้า หรือมีการคั้นตะกร้าก็ได้

3.2.2.2) ลำไยอบแห้ง (รัตนา อัดตปัญญา และคณะ, 2541)

1) ระบบการซื้อขายลำไยอบแห้ง

ผู้ประกอบการค้าที่มีบทบาทการรวบรวมผลผลิตลำไยอบแห้งมี 7 กลุ่ม ได้แก่

(1) ผู้รวบรวมรายย่อย เป็นผู้ประกอบการค้ารายเล็กๆ ที่มีเงินทุนจำกัด มียานพาหนะของตนเอง และออกไปรับซื้อผลผลิตจากผู้ผลิตรายย่อยแล้วนำมาขายให้แก่ผู้รวบรวมต่างๆ

(2) ผู้ผลิตและรวบรวม เป็นผู้ประกอบการค้าลำไยอบแห้งที่เป็นทั้งผู้ผลิตเอง และยังทำหน้าที่รวบรวมผลผลิตลำไยแห้งจากผู้ประกอบการรายย่อยอื่นๆ ผู้ประกอบการเหล่านี้มักเป็นผู้ผลิตรายใหญ่แต่ยังไม่สามารถติดต่อกับพ่อค้าผู้นำเข้าจากต่างประเทศได้โดยตรง จึงรวบรวมผลผลิตแล้วส่งขายให้แก่ผู้ประกอบการ

(3) ผู้ผลิต รวบรวม และส่งออก เป็นผู้ประกอบการค้าที่เป็นผู้ผลิตเอง รวบรวมผลผลิตจากผู้ผลิตรายย่อย และทำการส่งออกลำไยแห้ง หากไม่รวมผู้ค้าปลีกซึ่งเป็นผู้ประกอบการรายย่อย ผู้ประกอบการกลุ่มนี้จะมีจำนวนมากที่สุด

(4) ผู้รวบรวม และผู้ส่งออก เป็นผู้ประกอบการค้าลำไยอบแห้งที่ไม่ทำการผลิตด้วยตนเอง แต่จะซื้อผลผลิตจากผู้ผลิตรายย่อยแล้วส่งออกไปจำหน่ายให้พ่อค้าจากต่างประเทศ ผู้ประกอบการเหล่านี้มีจำนวนไม่มากนักและมักเป็นสถาบันเกษตรกร (สหกรณ์การเกษตร) และบริษัทส่งออก ในบางครั้งผู้ประกอบการเหล่านี้ก็จะขายผลผลิตให้แก่ผู้ประกอบการประเภทที่สามอีกด้วย

(5) ผู้รวบรวมเป็นผู้ประกอบการค้าที่ไม่ได้ทำหน้าที่ในการผลิตลำไยอบแห้ง แต่จะเป็นผู้รวบรวมลำไยอบแห้งเพื่อนำไปขายต่อให้กับผู้ประกอบการที่ทำหน้าที่ในการส่งออกต่อไป

(6) ผู้นำเข้า เป็นพ่อค้าจากต่างประเทศที่นำเข้าลำไยอบแห้งจากประเทศไทย ผู้นำเข้านี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มผู้นำเข้าที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในต่างประเทศ ผู้นำเข้ากลุ่มนี้จะรับซื้อผลผลิตอยู่ในประเทศที่นำเข้าซึ่งในบางครั้งอาจเดินทางเข้ามายังประเทศไทยเพื่อตรวจสอบการรับซื้อสินค้าของคู่ค้าตลอดจนการคุณภาพของสินค้าที่จะส่งมอบถึงแหล่งผลิตเพื่อให้แน่ใจว่าจะสามารถได้สินค้าที่มีคุณภาพ ส่วนกลุ่มที่ 2 เป็นผู้นำเข้าที่เดินทางเข้ามาทำธุรกิจซื้อถึงในประเทศไทยซึ่งอาจดำเนินการโดยส่งตัวแทนเข้ามารับซื้อหรือเดินทางเข้ามาดำเนินการรับซื้อด้วยตนเอง ผู้นำเข้ากลุ่มนี้จะว่าจ้างล้งเพื่อทำหน้าที่สื่อสารทางการค้ากับผู้ผลิตหรือประกอบการค้าชาวไทย

(7) ผู้ค้าปลีก เป็นพ่อค้ารายย่อยที่ขายลำไยอบแห้งให้แก่ผู้บริโภคในประเทศโดยตรง พ่อค้าประเภทนี้จะเป็นพ่อค้ารายย่อยที่ทำการค้าปลีกผลผลิตอื่นๆอยู่ด้วย และมักจะเป็นการขายปลีกให้แก่ผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่

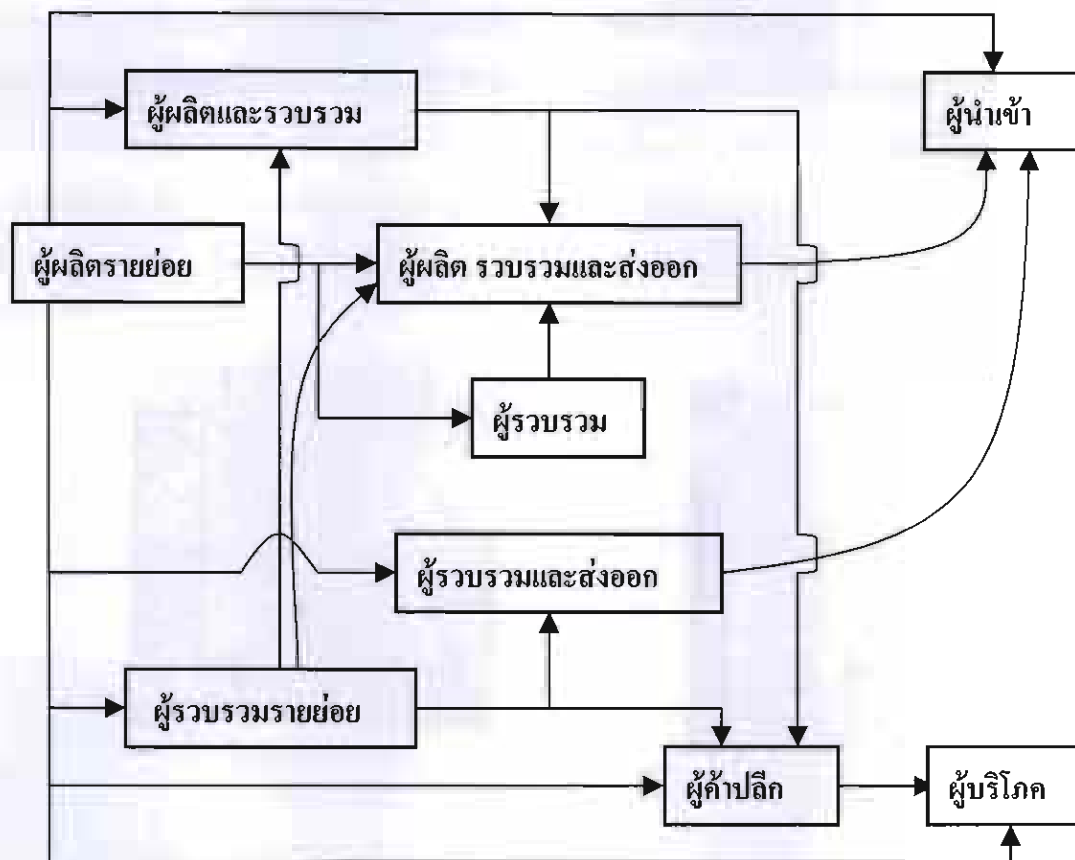
2) การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยอบแห้ง (รัตนา อัดตปัญญา และคณะ, 2541)

- ลำไยอบแห้งที่ผลิตโดยผู้ผลิตรายย่อยจะถูกขายให้แก่ผู้รวบรวมรายย่อย
- กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรอาจขายผลผลิตของตนให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง โดยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าซึ่งมักจัดโดยหน่วยงานราชการและให้โอกาสกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรได้นำผลผลิตเข้าไปจำหน่ายโดยไม่เสียค่าเช่าสถานที่

- ผู้รวบรวมรายย่อยจะขายผลผลิตต่อให้แก่ผู้รวบรวมประเภทต่างๆ รวมทั้งผู้ค้าปลีก

- ผู้ผลิตและผู้รวบรวมจะขายผลผลิตต่อให้แก่ผู้ประกอบการค้าที่ทำหน้าที่ด้านการผลิต รวบรวมและส่งออก

- ผู้ค้าปลีกจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคภายในประเทศ
- ผู้รวบรวมจะขายต่อให้แก่ผู้ผลิตที่ทำหน้าที่รวบรวมและส่งออก
- ผู้ประกอบการค้าที่ทำหน้าที่ทั้งด้านการผลิต รวบรวมและส่งออก และผู้รวบรวมและส่งออก จะส่งสินค้าไปให้แก่ผู้นำเข้าในต่างประเทศเพื่อจัดจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคในต่างประเทศต่อไป ดังรูปที่ 21



รูปที่ 21 ช่องทางการตลาดของลำไยอบแห้งในประเทศไทย

ทีมวิจัยได้สำรวจและสัมภาษณ์ผู้ผลิต ผู้ขาย ผู้ส่งออก เกี่ยวกับลำไยอบแห้งมีจำหน่ายภายในประเทศและส่งออก พบว่ามีลำไยอบแห้งทั้งเปลือก ลำไยอบแห้งที่แกะจากลำไยอบแห้งทั้งเปลือก ลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อ เป็นต้น จากผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งดังกล่าวได้มีการปฏิบัติการซื้อขายแตกต่างกันในเรื่องการคัดเกรด การบรรจุ ราคา ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก มีการคัดเกรดตามคุณภาพของขนาด แต่สีผิวไม่ได้นำมาพิจารณาในการแบ่งเกรดซื้อ-ขาย โดยมีเกรด AA A B C ดังได้กล่าวรายละเอียดในระบบการผลิตลำไยอบแห้ง ซึ่งมีการบรรจุจำหน่ายภายในประเทศ และต่างประเทศแตกต่างกัน คือ

การบรรจุลำไยอบแห้งทั้งเปลือกที่มีการจำหน่ายภายในประเทศมีการบรรจุจำหน่ายปลีกขนาด 500 กรัม 1 กิโลกรัม ด้วยถุงพลาสติกแล้วรัดยาง บนถุงไม่มีตราสินค้า ขายส่งบรรจุขนาด 5-10 กิโลกรัมด้วย ส่วนต่างประเทศจะมีการบรรจุใส่ถุงขนาด 15 หรือ 20 กิโลกรัม แล้วนำมาใส่กล่องกระดาษอีกครั้ง

3) การปฏิบัติการซื้อขาย

(1) การบรรจุลำไยอบแห้งทั้งเปลือกเพื่อการส่งออกมีการบรรจุในถุงพลาสติกที่บรรจุในกล่องกระดาษ กล่องปิดผนึกด้วยเทปใส มีขนาด 10 กิโลกรัม หรือ 15 กิโลกรัม บนพื้นที่กล่องจะมีตราสินค้าของผู้ส่งออก ชื่อบริษัท เกรด และขนาดบรรจุ ซึ่งในกล่องรูปตรามังกรจะมีสติ๊กเกอร์ติดบนกล่องต้องการแจ้งคำว่า ลำไยใหม่ (1) เนื่องจากปี 2543 มีลำไยอบแห้งตกค้างมาก พอปี 2544 ต้องการแสดงความแตกต่างของลำไยอบแห้ง เพราะต้นทุนลำไยอบแห้งปี 2544 ราคาสูงกว่า คุณภาพดีกว่า จึงจะขายได้ราคาที่สูงกว่า ดังรูป



ตรากระต่าย



(1) ตรามังกร

เรื่องสำคัญอย่างหนึ่งที่จะไม่อยู่บนกล่องลำไยอบแห้งคือ ลำไยอบแห้งจาก หรือผลิตจากประเทศไทยทั้งนี้เนื่องจากปัญหามาตรการภาษี

(2) เนื้อลำไยอบแห้งจากลำไยอบแห้งทั้งเปลือกนุบหรือแตก

เนื้อลำไยอบแห้งจากลำไยอบแห้งทั้งเปลือกนุบหรือแตกจะเป็นผลิตภัณฑ์ลำไยอีกชนิดหนึ่งที่รองรับของที่มีคุณภาพต่ำ เช่น ขนาดเล็ก หรือตกเกรด นุบ แตก จะถูกนำมาแกะเปลือก เมล็ดออก เหลือเฉพาะเนื้อ ผลิตภัณฑ์นี้มีค่าแรงงานสูงมาก แต่ราคาต่อหน่วยมีราคาเท่ากับลำไยอบแห้งทั้งเปลือกเกรด AA เช่นราคาปี 2544 ลำไยอบแห้งทั้งเปลือกเกรด AA ราคา 100 บาท/กิโลกรัม ลำไยอบแห้งเนื้อที่แกะมาราคากิโลกรัมละ 100 บาท แต่เกรดเนื้อผสมกันทุกเกรด (ลำไยสด 10 กิโลกรัม ได้เนื้อลำไยอบแห้ง 1 กิโลกรัม)

การบรรจุเนื้อลำไยอบแห้งมีการบรรจุเพื่อจำหน่ายภายในประเทศในลักษณะใส่ถุงพลาสติกขนาด 500 กรัม และขนาดเล็ก 250 กรัม เพื่อการขายปลีก ส่วนขายส่งมีขนาดการบรรจุถุง 5-10 กิโลกรัม ไม่มีตราสินค้า สำหรับการบรรจุเพื่อการส่งออกจะมีการบรรจุใส่ถุงพลาสติกขนาด 200 กรัม 500 กรัม 600 กรัม และ 1 กิโลกรัม โดยขนาด 600 กรัมจะมีการอัดเป็นแท่ง หรือบรรจุถุงในปิ่น ขนาด 20 กิโลกรัม โดยมีตราสินค้าและไม่มีตราสินค้า ในกรณีส่งออกจะนำเนื้อลำไยถุงที่บรรจุ

1 กิโลกรัม หรือ 600 กรัม บรรจุในกล่องกระดาษขนาด 8-10 กิโลกรัม หรือ 10 ห่อ ดังกล่าว ดังตัวอย่าง การบรรจุต่างๆ กัน



- ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งทั้งเปลือกแล้วนำส่วนที่ บุบแตกมาแกะเปลือกเอาเฉพาะเนื้อ



- ลำไยอบแห้งทั้งเปลือกที่บุบแตกมาแกะเปลือก เอาเฉพาะเนื้ออัดเป็นแท่งใส่ถุงพลาสติก



- ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก ที่บุบแตกนำมาแกะ เปลือกเอาเฉพาะเนื้อบรรจุปี๊บ



- ลำไยอบแห้งทั้งเปลือกที่บุบแตกนำมาแกะ เปลือกเอาเฉพาะเนื้อใส่ถุงเล็กจำหน่ายปลีก

ระบบซื้อขายลำไยอบแห้ง

ในปีพ.ศ. 2543 เนื่องจากผลผลิตออกมากเกษตรกรผู้มีเตาอบจะนำลำไยขอมารูด ลำไยออกจากช่อแล้วนำมาอบแห้งจำนวนมากเพื่อชะลอการขายออกไป ในปีพ.ศ. 2544 มีลำไยอบแห้ง จากเกษตรกรน้อยมาก เพราะขายลำไยสดได้ราคาที่ดีกว่า โดยเกษตรกรที่ผลิตลำไยอบแห้งจะนำมา ขายให้กับโรงงานอบแห้งที่เป็นรายใหญ่ที่เป็นผู้ส่งออก หรือเกษตรกรที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ของจังหวัด จะนำมาขายให้กับสหกรณ์ ผู้กำหนดราคา คือ ผู้รับซื้อ สำหรับปีพ.ศ. 2544 โรงงานผู้ผลิตลำไยส่งออก มีราคา ณ วันที่ 1 สิงหาคม 2544 เกรด AA ราคา 100 บาท ในขณะที่ลำไยสดมีราคา 32 บาท/กิโลกรัม (ลำไยช่อ) ลำไยร่วงหรือคละเกรด 12 บาท ดังนั้น ผู้ขายจะได้รับเงินตามราคาที่ผู้รับซื้อกำหนดตามเกรด ในวันนั้นๆ

ผู้ผลิตลำไยอบแห้ง จะรับซื้อลำไยสดตามขนาดมาตรฐานลำไยสด พันธุ์ที่นำมาอบ พันธุ์อะไรก็ได้ และจะมีการรับซื้อลำไยอบแห้งจากเกษตรกรหรือผู้ประกอบการที่มีเตาอบ โดยมีขั้นตอน การรับซื้อ และคัดเกรดลำไยอบแห้งดังนี้ ดังรูปที่ 22

(1) เกษตรกรนำลำไยที่อบแห้งที่บรรจุในกระสอบถุงพลาสติกตาข่าย หรือบรรจุ ตะกร้าผลไม้บรรจุทุกใส่รถยนต์ 4 ล้อ หรือ 6 ล้อ ที่ได้จากการรวบรวมของสมาชิก นำมาแหล่งที่ซื้อ

(2) ผู้รับซื้อจะนำลำไยอบแห้งมาผ่านการคัดเกรดด้วยเครื่องคัดเกรด โดยจะคัดเกรด เป็น AA A B และ C โดยขนาด AA จะมีขนาด 25 มิลลิเมตร (มีน้อย)

เกรด AA ขนาด 25 มิลลิกรัม

เกรด A ขนาด 22 มิลลิกรัม

เกรด B ขนาด 20 มิลลิกรัม

เกรด C ขนาด 18 มิลลิกรัม

(3) ผู้รับซื้อจะกำหนดราคาในแต่ละวัน ดังตารางวันที่ 2 สิงหาคม 2544 แต่ละ เกรดราคาจะลดลง 20-30 บาท

เกรด AA ผ่าน 25 มิลลิกรัม ราคา 100 บาท

เกรด A ผ่าน 22 มิลลิกรัม ราคา 70-80 บาท

เกรด B ผ่าน 20 มิลลิกรัม ราคา 40-50 บาท

เกรด C ผ่าน 18 มิลลิกรัม ราคา 30 บาท

ลูกแตกราคาจะตก

(4) เมื่อลำไยอบแห้งผ่านการคัดเกรดเป็นที่เรียบร้อยแล้วจะนำตะกร้าพลาสติก ที่รองรับลำไยที่ผ่านการคัดเกรดมาทำการคัดเลือกลูกแตก บ่ม ออกไป แล้วนำไปแกะเปลือก เมล็ดออก ขายเป็นเนื้อลำไยอบแห้ง

(5) ลำไยอบแห้งที่ผ่านการตรวจสอบการบอบแตก แล้วจะถูกนำไปบรรจุใส่กล่อง ที่มีถุงพลาสติกอยู่ด้านใน โดยจะบรรจุน้ำหนัก 10 กิโลกรัม 15 กิโลกรัม แล้วมัดด้วยเชือกฟางปิดผนึก ด้วยเทปใส

(6) นำกล่องที่ติดผนึกเรียบร้อยแล้วมาเรียงบนพาเลท แล้วขนย้ายโดยรถยก (โฟล์คลิฟท์) เพื่อยกขึ้นรถบรรทุก 10 ล้อ เพื่อนำไปขนถ่ายลงเรือ ที่ท่าเรือเชียงแสน หรือท่าเรือต่างๆ

รูปที่ 22 ขั้นตอนการรับซื้อ และคัดเกรดลำไยอบแห้งดังนี้



รับซื้อลำไยอบแห้ง



เครื่องคัดเกรดลำไยอบแห้ง



ลำไยอบแห้งที่คัดเกรดแล้ว



ลำไยอบแห้งที่ผ่านการคัดเกรดจะนำไปตรวจคุณภาพลำไยอบแห้ง



บรรจุลำไยอบแห้งตามขนาดบรรจุใส่ถุงพลาสติกในกล่อง ทรายกระต่าย น้ำหนัก 10 กิโลกรัม
ทรายบรรจุน้ำหนัก 15 กิโลกรัม มัดด้วยเชือกฟางและปิดผนึกกล่องด้วยเทปใส



การเรียงกล่องบนพาเลท แล้วขนย้ายโดยรถยกไ้รถบรรทุก เพื่อขนส่งไปท่าเรือเชียงใหม่

สถานการณ์และระบบการขายลำไยอบแห้งภายในประเทศของปีพ.ศ. 2545

รัฐบาลมีนโยบายประกันราคาลำไยปีพ.ศ. 2545 ด้วยเงินงบประมาณ 72 ล้านบาท ประมาณ 40,000 ตัน โดยให้องค์การคลังสินค้า (อคส. อตก. สกต. และธกส.) รับจำหน่ายโดยรัฐบาล โดยให้รับจำหน่ายดังนี้

เกรด AA	80 บาท/กิโลกรัม รับจำหน่าย 90%	ราคา 72 บาท
เกรด A	60 บาท/กิโลกรัม รับจำหน่าย 90%	ราคา 54 บาท
เกรด B	40 บาท/กิโลกรัม รับจำหน่าย 90%	ราคา 36 บาท

มีระยะเวลา 18 กรกฎาคม – 30 กันยายน 2545 สิ้นสุดสัญญารับจำหน่าย 31 ตุลาคม 2545 เพื่อให้เกษตรกรผู้ปลูกลำไย และนำลำไยไปอบเป็นลำไยอบแห้งทั้งเปลือกมีขั้นตอนการรับจำหน่าย ดังนี้

1. เกษตรกรต้องไปเอาใบรับรองว่าเป็นเกษตรกร โดยทำที่ผู้อำนวยการศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีประจำตำบล โดยมีเกษตรกรตำบลเป็นผู้รับรอง
2. ธกส. เพื่อรับรองการขึ้นทะเบียนเป็นลูกค้า ธกส. โดยนำสำเนาบัตรประจำตัวประชาชน และทะเบียนบ้านมารับรองด้วย
3. ให้รับใบคิวที่จุดรับจำหน่าย มีหลายจุดเช่น อคส. อตก. สกต. ธกส. และบริษัทเอกชนที่ทำหน้าที่ QC
4. รับใบประทวน (ใบรับซื้อ) นำสินค้าไปร่อนเพื่อคัดเกรด (การรับจำหน่ายเกษตรกร 1 คน รับจำหน่ายได้ 250,000 บาท) ซึ่งแต่ละครั้งจะมีใบประทวน หลายใบแต่จะต้องไม่เกิน 250,000 บาท
5. นำใบประทวน ไปธกส. เพื่อทำสัญญาเงินกู้
6. ภายใน 5 วัน ธกส. จะโอนเงินเข้าบัญชี

การรับจำหน่ายลำไยอบแห้งโดยหน่วยงานเอกชนภายใต้การกำกับของรัฐบาล

หลักการปฏิบัติของเอกชนที่ทำหน้าที่เป็น QC ในการรับจำหน่ายลำไยอบแห้ง ปี 2545 ตามนโยบายของรัฐบาล โดยใช้เงินงบประมาณ 72 ล้านบาท ระยะเวลาในการจำหน่าย 18 กรกฎาคม –

30 กันยายน ทั้งหมดประมาณ 40,000 ตัน สิ้นสุดสัญญารับจำนำ 31 ตุลาคม 2545 มีขั้นตอนปฏิบัติ ดังนี้

1. ตรวจสอบคุณภาพ มีการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานความชื้น 13.5% แต่ในการตรวจสอบผู้ตรวจสอบจะดูลักษณะปรากฏลำไยอบแห้งโดยใช้ประสบการณ์ในการตรวจสอบ

2. คัดขนาดลำไยอบแห้ง โดยเครื่องคัดเกรด ดังนี้

AA ขนาดคัดเลือก 25 มม.

A ขนาดคัดเลือก 22-24 มม.

B ขนาดคัดเลือก 19-21 มม.



3. นำลำไยที่คัดเกรดมาบรรจุในกล่อง 10 กิโลกรัม ดังรูป E ราคารับประกัน ดังนี้

AA ราคา 72 บาท หักค่ากล่อง 4 บาท เหลือ 68 บาท/กิโลกรัม

A ราคา 54 บาท หักค่ากล่อง 4 บาท เหลือ 50 บาท/กิโลกรัม

B ราคา 36 บาท หักค่ากล่อง 4 บาท เหลือ 32 บาท/กิโลกรัม

บริษัทที่ทำหน้าที่จะมีค่าคัดเกรด 1.50 บาท/กิโลกรัม และมีคลังสินค้ารับจำนำ จะมีราคาตันละ 90 บาท



4. บริษัททำหน้าที่เป็น QC จะมีบอร์ดแสดงมาตรฐานลำไยอบแห้งที่รับจำนำ ตารางที่ 3 และลักษณะลำไยเกรดต่าง ๆ และขั้นตอนการปฏิบัติของการรับจำนำลำไย(แผนผังทางเดิน การรับจำนำลำไยอบแห้งปี 2545) ดังรูปที่ 23

ตารางที่ 9 มาตรฐานลำไยอบแห้งที่รับจำหน่าย (อ.ต.ก.)

รายการ	เกรด AA	เกรด A	เกรด B
ขนาดผล	2.5 ซม.ขึ้นไป	2.2-2.4 ซม.	1.9-2.1 ซม.
ความชื้น	ไม่เกิน 13.5%	ไม่เกิน 13.5%	ไม่เกิน 13.5
ผลรูป	ผลที่มีรอยบุบไม่เกิน 15%ของพื้นที่ผิวเปลือก ปะปนได้ไม่เกิน 15% โดยน้ำหนัก และผลที่มีรอยบุบเกิน 15% แต่ไม่เกิน 20% ของพื้นที่ผิวเปลือก ปะปนได้ไม่เกิน 3% ของน้ำหนัก	ผลที่มีรอยบุบไม่เกิน 15%ของพื้นที่ผิวเปลือก ปะปนได้ไม่เกิน 15% โดยน้ำหนัก และผลที่มีรอยบุบเกิน 15% แต่ไม่เกิน 20% ของพื้นที่ผิวเปลือก ปะปนได้ไม่เกิน 3% ของน้ำหนัก	ผลที่มีรอยบุบไม่เกิน 15%ของพื้นที่ผิวเปลือก ปะปนได้ไม่เกิน 15% โดยน้ำหนัก และผลที่มีรอยบุบเกิน 15% แต่ไม่เกิน 20% ของพื้นที่ผิวเปลือก ปะปนได้ไม่เกิน 3% ของน้ำหนัก
ผิวเปลือก	มีสีน้ำตาลอ่อนสม่ำเสมอ ไม่เป็นน้ำหมาก ไม่รูและรอยแตก	มีสีน้ำตาลอ่อนสม่ำเสมอ ไม่เป็นน้ำหมาก ไม่รูและรอยแตก	มีสีน้ำตาลอ่อนสม่ำเสมอ ไม่เป็นน้ำหมาก ไม่รูและรอยแตก
คุณภาพเนื้อใน	เนื้อแห้ง จับแล้วไม่เหนียวติดมือ มีสีเหลืองทอง ไม่มีรอยไหม้ ไม่มีเชื้อรา	เนื้อแห้ง จับแล้วไม่เหนียวติดมือ มีสีเหลืองทอง ไม่มีรอยไหม้ ไม่มีเชื้อรา	เนื้อแห้ง จับแล้วไม่เหนียวติดมือ มีสีเหลืองทอง ไม่มีรอยไหม้ ไม่มีเชื้อรา
รสชาติ	หอมหวาน ไม่เปรี้ยว	หอมหวาน ไม่เปรี้ยว	หอมหวาน ไม่เปรี้ยว



รูปที่ 23 มาตรฐานลำไยอบแห้ง ลักษณะลำไยอบแห้ง และขั้นตอนการปฏิบัติของการรับจำหน่าย

ลำไยอบแห้ง

ชาวสวน อ.ป่าแดด จะรวบรวมลำไยสดและจ้างอบโดยให้บริษัทเชียงรายข้าวหอม และบริษัทเอกชนอื่น ๆ อบให้ โดยมีค่าใช้จ่ายดังนี้

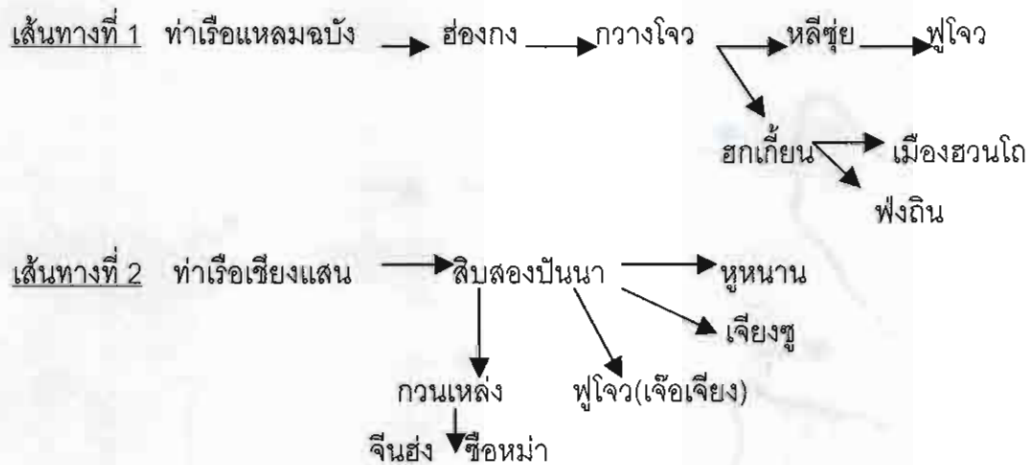
ค่าอบ	3 บาท
ค่าจัดการร้อน	1 บาท
ค่าขนส่ง	1 บาท
รวม	5 บาท/กิโลกรัม

ลำไยอบแห้งที่คัดเกรดเรียบร้อยแล้วจะนำไปจำหน่ายกับองค์การคลังสินค้า (อคส. อตก. สกต.

(รทส.))

การกระจายสินค้าผลิตภัณฑ์ลำไย

ลำไยอบแห้งไทยมีการขนส่งสินค้าไปยังประเทศจีน 2 แบบ คือ



เรือส่วนใหญ่เป็นเรือของประเทศจีน (จากเสฉวน) และลาว ส่วนเรือที่เจ้าของเป็นคนไทยไม่มี เฉพาะที่คนไทยร่วมหุ้นด้วย ประมาณ 3 ลำ ช่วงน้ำมาก เรือจะเข้าเทียบท่าเรือเชียงแสน 300 ลำ ใช้แรงงานประมาณ 1,000 คน/วัน หากน้ำแล้งมีน้ำน้อย เรือเข้าได้เดือนละประมาณ 200 ลำ ลักษณะการขนส่งลำไยอบแห้งที่ทำเรือเชียงแสน รูปที่ 24 และแผนที่การเดินทางเรือ ตามรูปที่ 25

ปัจจุบัน ประเทศไทยได้เห็นสัญญาให้ประเทศลาวยืมเงินกู้ในการสร้างถนนจากเชียงรายไปประเทศลาว และไปที่มณฑลสิบสองปันนา ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ด้วยระยะทาง 85 กิโลเมตร มูลค่า 1,000 ล้านบาท คาดว่าจะก่อสร้างเสร็จ ปี 2547 หากถนนนี้สร้างเสร็จจะเป็นผลดีต่อการส่งออกสินค้าจากประเทศไทยอย่างแน่นอน

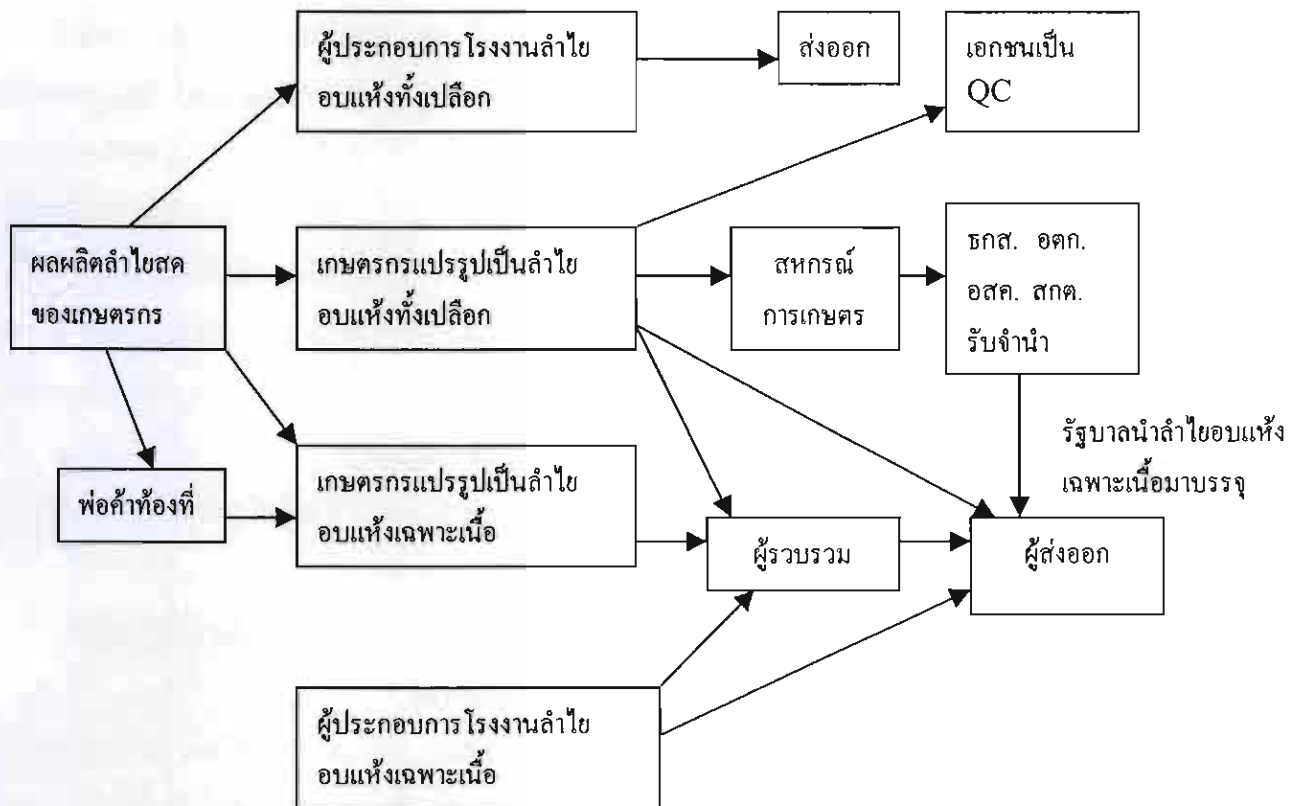


รูปที่ 24 ลักษณะการขนส่งลำไยอบแห้งที่ท่าเรือเชียงแสนไปสิบสองปันนาประเทศจีน



รูปที่ 25 แผนที่การเดินทางเรือ

จากการสำรวจและสัมภาษณ์ระบบการกระจายและช่องทางการตลาดลำไยอบแห้งทั้งเปลือก พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกลำไยจะนำลำไยมาอบแห้งต่อเมื่อราคาลำไยสดราคาต่ำและนำมาอบแห้งด้วยเตาอบของตนเองเสียส่วนใหญ่ แล้วนำลำไยอบแห้งทั้งเปลือกไปจำหน่ายตามนโยบายประกันราคาของรัฐบาลหากมีราคาที่ดีกว่า หรือจำหน่ายให้เอกชนโดยตรงหากเกษตรกรต้องการใช้เงินด่วน ดังรูปที่ 26



รูปที่ 26 การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยอบแห้งทั้งเปลือก
และลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อภายในประเทศ ปีพ.ศ. 2544-2545

* หมายเหตุ ชกส. : ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
อตก. : องค์การตลาดเพื่อการเกษตร
อสค. : องค์การคลังสินค้า

4) การขนส่งลำไยอบแห้ง

ลำไยอบแห้งทั้งเปลือกเกือบ 95% ส่งออกไปที่สาธารณรัฐประชาชนจีน ดังนั้น ลักษณะการขนส่งลำไยอบแห้งส่วนใหญ่จะส่งไปที่ท่าเรือเชียงแสน จังหวัดเชียงราย โดยมีแผนที่มีการเดินเรือ ดังรูปที่ 24 และ 25 ในปีพ.ศ. 2543 มีการขนส่งทางรถยนต์ไปทางด้านจังหวัดมุกดาหารเข้าประเทศเวียดนาม และไปที่สาธารณรัฐประชาชนจีน เนื่องจากปัญหาด้านภาษี หากผ่านเวียดนามจะไม่ได้เสียภาษี

3.2.2.3) ลำไยกระป๋อง (รัตนา อุตตปัญญา และคณะ, 2541)

1) ระบบการซื้อขายลำไยกระป๋อง

ลำไยสดชนิดขอ ผลลำไยต้องสดจากสวนและส่งถึงโรงงานภายในวันเดียวกัน ส่วนพันธุ์ต้องเป็นพันธุ์อีตด หรือหัวเต้านั้น ขนาดของผลแบ่งออกเป็น 3 เกรดด้วยกันคือ เกรดเอ น้อยกว่า 80 ผลต่อกิโลกรัม เกรดบีน้อยกว่า 100 ผลต่อกิโลกรัม และเกรดซีมากกว่า 100 ผลต่อกิโลกรัม ผลลำไยต้องปราศจากตำหนิและการทำลายของแมลง น้ำหนักก้านไม่เกิน 5% ของน้ำหนักทั้งหมด และ น้ำหนักใบไม่เกิน 0.1% ของน้ำหนักทั้งหมด เกณฑ์ของการสุ่มตัวอย่าง ทำการสุ่มตัวอย่าง 2% ของปริมาณวัตถุดิบที่รับเข้า ทำการตรวจสอบโดยเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพโรงงาน หากคุณภาพไม่ได้ ตามเกณฑ์มาตรฐานจะรับซื้อโดยตัดน้ำหนักหรือลดเกรดคุณภาพในการรับซื้อโรงงานมีความต้องการ ขนาดผลใหญ่ คือ เกรดเอมากกว่า เพราะจะได้เปอร์เซ็นต์ผลผลิต (yield) ที่ดีกว่าและการจัดการเกี่ยวกับการควั่นทำได้ง่ายรวดเร็ว และสามารถขายได้ในราคาที่ดีกว่า สำหรับเนื้อลำไยต้องเป็นพันธุ์อีตดหรือ หัว เช่นกัน คุณภาพที่ต้องการคือเนื้อลำไยต้องสะอาด สด มีสีขาวใส ไม่อ่อนหรือแก่เกินไป ไม่และมีเมือก และกลิ่นผิดปกติ มี 2 เกรด คือ เกรดเอ มีจำนวนน้อยกว่า 160 ผล ต่อกิโลกรัม และเกรดบี มีจำนวน 161-228 ผล ต่อกิโลกรัม (รัตนา อุตตปัญญา และคณะ, 2541)

วิธีการจัดซื้อวัตถุดิบของหน่วยประกอบการ หรือโรงงานที่แปรรูปลำไย กระป๋องสามารถแบ่งออกได้ 2 วิธี คือ

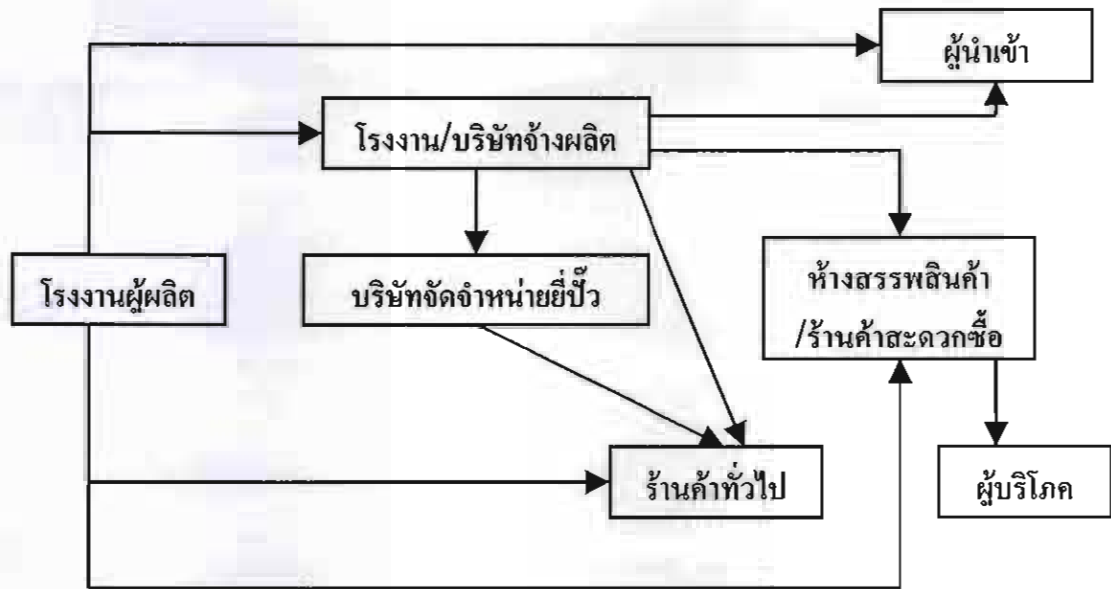
- โรงงานรับซื้อจากเกษตรกรผู้รวบรวมทั่วไปซึ่งนำลำไยมาขายที่หน้าโรงงาน หรือ ณ จุดรับซื้อของโรงงาน ราคาซื้อรายวันโรงงานเป็นผู้กำหนด

- โรงงานรับซื้อผ่านผู้รวบรวมหรือพ่อค้าคนกลาง โดยโรงงานเป็นผู้กำหนด มาตรฐานคุณภาพของลำไยสดที่ต้องการ เพื่อให้ผู้รวบรวมหรือพ่อค้าคนกลางจัดหาลำไยที่มีคุณภาพดังกล่าวมาส่งขายให้แก่โรงงาน โรงงานเป็นผู้กำหนดราคารับซื้อตามคุณภาพลำไยและราคาตลาด

ในทางปฏิบัติโรงงานจะซื้อวัตถุดิบทั้ง 2 วิธีประกอบกันเพื่อเป็นการป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบ และได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพตามต้องการ

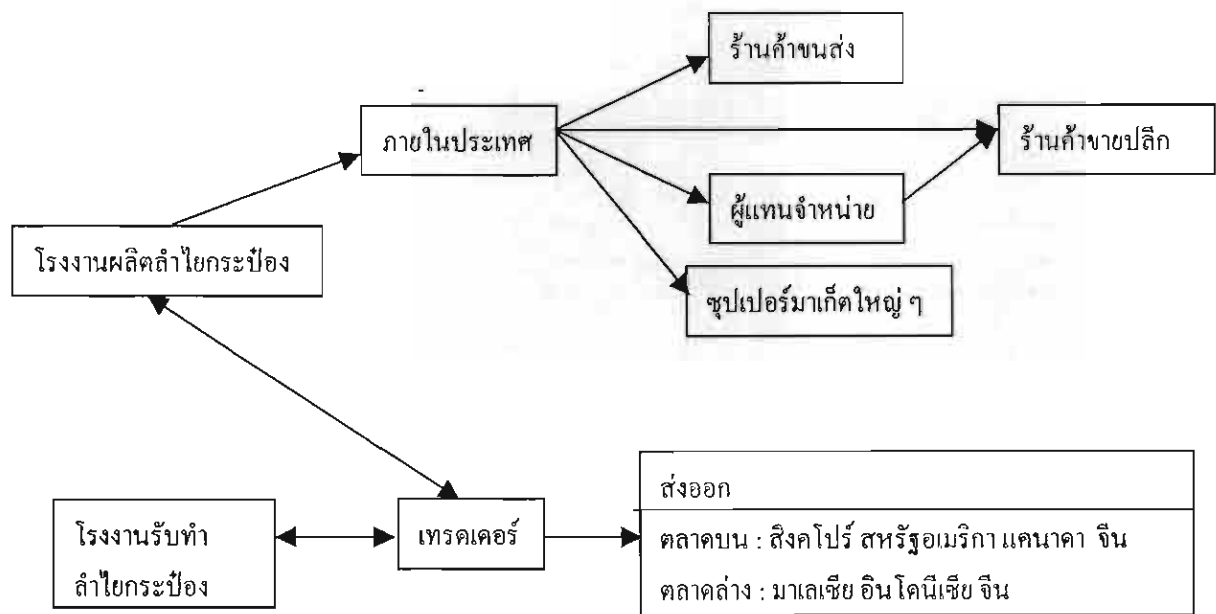
2) การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยกระป๋อง (รัตนา อุตตปัญญา และคณะ, 2541)

โรงงานผู้ผลิตลำไยกระป๋องมีช่องทางการจัดจำหน่ายผลผลิตของตนได้หลาย ช่องทางได้แก่ การขายให้แก่โรงงาน หรือบริษัทจ้างผลิต การขายให้แก่บริษัทจัดจำหน่ายหรือยี่ปั้ว หรือ อาจขายให้แก่ผู้ค้าปลีก เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ และร้านค้าทั่วไป ดังรูปที่ 27



รูปที่ 27 ช่องทางการตลาดของลำไยกระป๋องในประเทศ

ระบบการซื้อขยาลำไยกระป๋องภายในประเทศ ดังรูปที่ 28 ในโรงงานผลิตลำไยกระป๋องจะส่งให้ผู้แทนจัดจำหน่าย ร้านค้าขายส่งหรือซูเปอร์มาร์เกตขนาดใหญ่มีระบบการซื้อขายแบบให้เครดิต 45 – 90 วัน หรือบางบริษัทจะส่งให้ร้านค้าขายปลีกแต่มีการชำระเงินเป็นทั้งเงินสดและเครดิต 30 – 60 วัน มีการใช้ตราสินค้ายี่ห้อเดียวกันในการจัดจำหน่ายภายในประเทศและต่างประเทศ

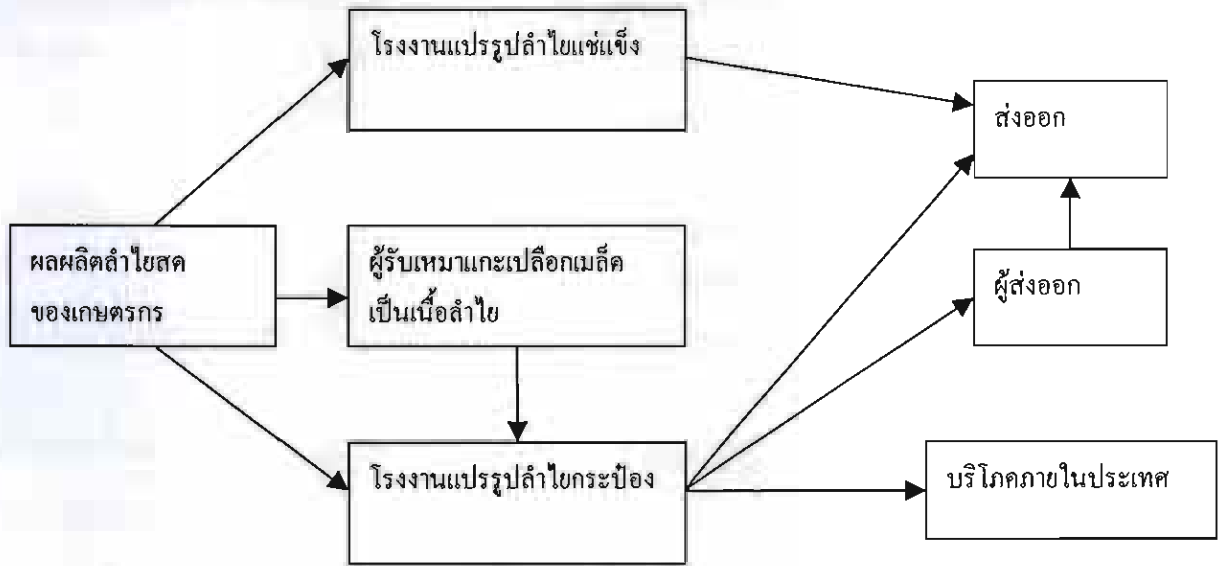


รูปที่ 28 ช่องทางการตลาดลำไยกระป๋องในประเทศ

3.2.2.4 ลำไยแช่แข็ง

1) ระบบซื้อขายลำไยแช่แข็ง

จากการสำรวจและการสัมภาษณ์ผู้ส่งออกลำไยแช่แข็งจะมีการกระจายการตลาดลำไยแช่แข็งคล้ายกับลำไยกระป๋องไทย ส่งขายหรือจำหน่ายร้านขายส่งและซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ แต่ส่วนใหญ่จะชำระเป็นเงินสด โดยการขายขาดไปเลย ดังรูปที่ 29



รูปที่ 29 การกระจายการตลาดลำไยกระป๋อง และลำไยแช่แข็งภายในประเทศ ปี 2544-2545

3.2.3 ช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยในประเทศเป้าหมาย

ปีพ.ศ. 2543 ประเทศไทยมีผลผลิตลำไยสด 358,420 ตัน โดยมีการบริโภคลำไยสดภายในประเทศ 53,986 ตัน คิดเป็น 15.06% และส่งออกลำไยสด 105,387 ตัน คิดเป็น 29.41% ซึ่งมากกว่าถึง 2 เท่า และเป็นลำไยแปรรูป 159,373 ตัน โดย 90% เป็นการส่งออก ดังนั้น ผลผลิตลำไยไทยต้องพึ่งพาส่งออกเป็นสำคัญ โดยมีตลาดส่งออกที่เป็นประเทศเป้าหมายในงานวิจัยดังนี้

3.2.3.1) สาธารณรัฐประชาชนจีน

1) ลำไยสด

(1) ระบบการซื้อขายลำไยสด

ผู้ส่งออกไทยรับซื้อลำไยสดจากผู้รวบรวม หรือเกษตรกรผู้ปลูกลำไยเพื่อรวบรวมลำไยสดที่มีคุณภาพต่างๆ กัน โดยเฉพาะลำไยที่มีคุณภาพดี จะมีการรวบรวมลำไยเพื่อการส่งออกไปยังประเทศต่างๆ โดยในปีพ.ศ. 2543 ประเทศไทยส่งลำไยสดไปประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ปริมาณ 11,323 ตัน หรือ 10.74% ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด คิดเป็นมูลค่า 243.4 ล้านบาท (กรมศุลกากร, 2544)

ลำไยสดจากไทย เวียดนาม ได้วัน จะมีการขนส่งทางเรือและทางรถยนต์ บรรทุกมุ่งสู่ตลาดเมืองกวางเจา มณฑลกวางตุ้ง ที่ตลาดหนานไห่หลิฮุย และตลาดฝ่าตู โดยมีการขายลำไยเป็นระบบฝากขาย (Consignment) ฐานของระดับราคาจะขึ้นอยู่กับปริมาณสินค้าและคุณภาพสินค้าที่เข้าสู่ตลาด หลังจากประมูลเสร็จแล้วก็จะมีการบรรทุกขนส่งต่อไปตามเมืองต่างๆ (มนตรี ด่านไพบูลย์, 2543)

ระบบตลาดขายฝากเป็นตลาดที่ผันผวนมากตามปริมาณสินค้า โดยผู้ค้าจะใช้ราคาเป็นตัวปรับความสมดุลย์ของอุปสงค์และอุปทาน แต่ก็เป็นระบบที่มีความคล่องตัวในการระบายผลผลิตได้ดี และสามารถรองรับผลผลิตได้เป็นจำนวนมาก เมื่อพิจารณาให้เกิดราคาคุณภาพควรมีการส่งออกลำไยสดไปจีน 200-400 ตัน/วัน (มนตรี ด่านไพบูลย์, 2543)

(2) การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยสด

ปีพ.ศ. 2543 ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนนำเข้าลำไยสดไทย 11,323 ตัน (กรมศุลกากร, 2544) โดยพบว่าปีพ.ศ. 2543 ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีความต้องการบริโภคลำไยสด 150,000 ตัน โดยประชาชนในมณฑลกวางตุ้งบริโภคมากที่สุด และประเภทของลำไยที่ชาวจีนบริโภคได้แก่ ลำไยอบแห้ง 60% ลำไยสด 35% และอื่นๆ 5% (มนูญ แสงหิรัญ, 2543)

การบริโภคลำไยสดของจีนประมาณ 200,000-400,000 ตัน/ปี แต่ปริมาณที่ทำให้ราคาลำไยมีดุลยภาพน่าจะอยู่ที่ 80,000-100,000 ตัน/ปี ตลาดลำไยสดที่เมืองกวางเจา มณฑลกวางตุ้ง มีตลาดหลักจำนวน 2 แห่งคือ ตลาดหนานไห่หลิฮุย และตลาดฝ่าตู โดยลำไยสดมาจากประเทศไทยที่ส่งผ่านฮ่องกง ลำไยสดจากเวียดนาม และลำไยสดจากจีน จากมณฑลฟู่เจี้ยน กวางตุ้ง

และกวางตี้ (มนตรี ด้านไพบูลย์, 2543) โดยมีแหล่งบริโภคใหญ่ของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนคือ เจ้อเจียง เซี่ยงไฮ้ ไหล่ล่า อันฮุย เทียนสิน ซื่ออัน (กัญญา อมรธีระกุล, 2543)

ช่องทางหรือเส้นทางการนำเข้ารวมถึงการกระจายลำไยที่ปฏิบัติกันคือ (มณูญ แสงหิรัญ, 2543)

- ไทย→ฮ่องกง→กวางตุ้ง→ผู้ค้าส่งรายย่อยตามมณฑล→ผู้ค้าปลีก
- ไทย→กวางตุ้ง→ผู้ค้าส่งรายย่อยตามมณฑล→ผู้ค้าปลีก
- ไทย→ฮกเกี้ยน→ผู้ค้าส่งรายย่อยตามมณฑล→ผู้ค้าปลีก
- ไทย→ยูนนาน→กวางตุ้ง→ผู้ค้าส่งรายย่อยตามมณฑล→ผู้ค้าปลีก
- ไทย→ยูนนาน→ฮกเกี้ยน→ผู้ค้าส่งรายย่อยตามมณฑล→ผู้ค้าปลีก

ลำไยสดที่มาจากประเทศไทย จะมีการขนส่งทางเรือเข้าฮ่องกงแล้วไปที่มณฑลกวางตุ้ง หรือตรงไปที่กวางตุ้ง นอกจากนี้ยังสามารถขนส่งทางเรือถึงท่าเรือเซี่ยงไฮ้ โดย 1 อาทิตย์มี 1 เที่ยวบิน เมื่อลำไยถึงท่าเรือจะมีการลากตู้ไปที่ตลาดหนานไห่หลิซุ่ย และตลาดผาตุ จากนั้นผู้ค้าภายในประเทศจะประมูลแล้วบรรทุกขนส่งต่อไปตามเมืองต่างๆ เช่นฟูเจี้ยน เซี่ยงไฮ้ ปักกิ่ง ฉินเจีย ฯลฯ การขนส่งใช้ระยะเวลา 1-3 วัน (มนตรี ด้านไพบูลย์, 2543)

จากการสัมภาษณ์ผู้ส่งออก (ภาคผนวก 2 ตารางที่ 2) ผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ลำไยไทย และผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมการค้าประจําณฑลกวางเจา ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน (ภาคผนวก 2 ตารางที่ 3) พอสรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์ลำไยไทยจะนำเข้าประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน 2 ทางคือ ผ่านทางฮ่องกงไปที่ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนหรือไปที่ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนโดยตรง ซึ่งการขนส่งมีทั้งทางเรือและทางอากาศ โดยส่วนใหญ่จะเป็นทางเรือ การกระจายสินค้าในประเทศเพื่อขนส่งสินค้าไปตามมณฑลต่างๆ นั้น จะใช้การขนส่งโดยรถบรรทุกเป็นส่วนใหญ่ และเนื่องจากในบางพื้นที่การคมนาคมไม่ค่อยดีนัก ทำให้การกระจายผลิตภัณฑ์ลำไยไม่สามารถไปได้ทั่วถึง ร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ลำไย ประกอบด้วย ร้านค้าผลไม้ในตลาด (ลำไยสด) ร้านขายยา (ลำไยอบแห้ง) ซูเปอร์มาร์เก็ต ห้างสรรพสินค้า

ระบบการซื้อขายผลิตภัณฑ์ลำไยที่ส่งออกไปที่ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมี 3 ระบบคือ

(1) ขายฝาก (Consignment) ผู้ส่งออกไทยมีการค้าขายกับผู้นำเข้าในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมานาน มีความไว้วางใจกันจึงมีการขายฝาก โดยผู้นำเข้าจะเป็นผู้กำหนดราคา รายได้จากการขายจะมีการหักค่าบริการจัดการ 5-10%

(2) ขายขาด ผู้ส่งออกจะส่งลำไยสดไปให้เมื่อมีการตกลงราคากันเรียบร้อยแล้ว และโอนเงินมาให้ หรือเปิด L/C แล้วจึงจะส่งมอบรวมลงทุน ผู้ส่งออกส่งของไปให้เพื่อมีการขายปลีกและส่ง ได้ผลกำไรแบ่งกัน การกำหนดราคาจะดูที่ต้นทุนของผู้ส่งออกเป็นหลัก

ทีมวิจัยได้สำรวจการปฏิบัติการซื้อขายผลิตภัณฑ์ลำไยในประเทศเป้าหมาย โดยมี การสำรวจ 3 ช่วงเวลาคือ

วันที่ 9-12 สิงหาคม 2544 ณ ประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์

วันที่ 23-29 สิงหาคม 2544 ณ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

วันที่ 27 กุมภาพันธ์-4 มีนาคม 2545 ณ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และฮ่องกง

โดยช่วงเวลาดังกล่าวจะอธิบายผลิตภัณฑ์ลำไยที่มีจำหน่าย ลักษณะตลาดที่กระจายสินค้า และผลไม้ที่มีจำหน่ายในตลาดของประเทศเป้าหมาย ดังมีรายละเอียดดังนี้

การตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

จากการสำรวจตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยในตลาดขายส่งและปลีกในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยแบ่งเป็นผลิตภัณฑ์ลำไย ลักษณะตลาด และผลไม้ที่มีการจำหน่ายในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนในช่วงวันที่ 23-29 สิงหาคม 2544 และวันที่ 27-28 กุมภาพันธ์ 2545 มีรายละเอียดดังนี้

(3) ผลิตภัณฑ์ลำไยที่มีจำหน่าย

จากการสำรวจผลิตภัณฑ์ลำไยที่มีจำหน่ายในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีลำไยสดจากประเทศไทยและจีน ซึ่งเป็นลำไยในฤดู มีการวางแข่งขันกัน คือ



ผลไม้ต่างๆที่วางจำหน่ายในสนามบินเมืองกวางโจว



ลำไยไทยมีสีผิวอ่อน และลำไยจีนมีสีคล้ำ
ที่มีวางจำหน่าย



บรรจุภัณฑ์ลำไยสดที่ใช้ในการขายปลีก



ลักษณะเนื้อลำไยอบแห้ง และบรรจุภัณฑ์เนื้อลำไยอบแห้ง ที่มีการจำหน่ายภายในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน



ผลิตภัณฑ์ลำไยที่นำมาเป็นส่วนประกอบในซูปต่าง ๆ ที่สำรวจซื้อที่ห้างสรรพสินค้าจัสโก้ เมืองกวางเจา ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2545

ลักษณะตลาดขายส่งในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

จากการสำรวจตลาดขายส่งในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน 5 ตลาด ช่วงวันที่ 23-29 สิงหาคม 2544 คือ

(1) ตลาดค้าส่งผลไม้เมืองกวางโจ้

ตลาดขายส่งผลไม้เมืองกวางโจ้ จัดว่าเป็นตลาดใหญ่ที่สุด ชื่อตลาดตั้งอยู่ห่างจากเมืองกวางเจา 28 กิโลเมตร และเมืองกวางเจา จะนำเข้าผลไม้ต่างประเทศมาจากฮ่องกง โดยมีระยะทาง 130 กิโลเมตร ถนนดีมาก ใช้เวลา 3 ชั่วโมง ดั้งมีแบบจำลอง และด้านหน้าตลาด ดังรูปที่ 30



แบบจำลองตลาดตั้งอยู่

ด้านหน้าตลาดตั้งอยู่

รูปที่ 30 ลักษณะตลาดค้าส่งผลไม้เมืองกวางโจ้

จากการสำรวจลักษณะตลาดตั้งอยู่พบว่ามีขั้นตอนการขนส่งลำไยภายในฤดูการผลิต ณ วันที่ 23-29 สิงหาคม 2544 ดังนี้

1. ผู้นำเข้าประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน จะลากตู้คอนเทนเนอร์ จากเมืองกวางเจาไปยังตลาดตั้งอยู่ โดยเอาท้ายตู้เข้าไปในตลาดแล้วเปิดตู้ขาย ผู้ค้าส่งจะดูสินค้าบนตู้



2. ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ผู้บริโภค มาดูผลไม้ที่วางขายด้านในของตลาด และตกลงราคาซื้อขายกัน ถ้าโยสดมี ตะกร้าสีชมพู (ตราภาษาจีน) ตะกร้าสีขาว (ตราสิงโต)



3. ขนย้ายจากตลาดลงบนรถ 3 ล้อ แล้วบรรจุทุกใส่รถตู้คอนเทนเนอร์ หรือรถยนต์เพื่อขนส่งไปตามเมืองต่าง ๆ



4. ผู้บริโภคที่มาซื้อผลไม้ในตลาดลี้ซุย สามารถหาซื้อกล่องบรรจุขนาด 3-5 กิโลกรัม เพื่อนำมาบรรจุผลไม้สำหรับขายปลีกได้

5. ผลไม้ชนิดต่าง ๆ มาจากต่างประเทศ



(2) ตลาดค้าส่งผลไม้เมืองก๊วยกวาง

เมืองก๊วยกวางมีพลเมืองประมาณ 3 แสนคน มีตลาดเมืองก๊วยกวางเป็นตลาดขายส่งผลไม้ โดยมีเฉพาะ ผลไม้ที่ปลูกภายในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเท่านั้น ยังไม่มีผลไม้ในต่างประเทศ มีการขนส่งโดยรถยนต์ เพื่อกระจายไปยังเมืองใกล้เคียง



รูปที่ 31 ลักษณะตลาดค้าส่งผลไม้เมืองก๊วยกวาง

(3) ตลาดค้าส่งผลไม้เมืองจางโจ

ตลาดขายส่งเมืองจางโจอยู่ห่างเมืองเทียนเหมิน มณฑลฟูเจี้ยน 70 กิโลเมตร มีการจำหน่ายลำไยพื้นเมือง ซึ่งเป็นพันธุ์หูเหลียง ปลูกคละกับข้าวและกล้วย โดยปลูกข้าว ที่ราบ กล้วย ปลูกเชิงเขา ส่วนลำไยปลูกที่เนินเขา ยังไม่มีผลไม้ต่างประเทศเข้ามาในตลาดมีการใช้รถยนต์ขนาด 6 ล้อ และตู้คอนเทนเนอร์ขนาด 10 ล้อ กระจายสินค้าไปยังเมืองต่าง ๆ



รูปที่ 33 ลักษณะตลาดค้าส่งผลไม้เมืองจางโจ



(4) ตลาดค้าส่งผลไม้เมืองนนทบุรี

เมืองนนทบุรี มณฑลทลวงสี่ มีการปลูกลำไยได้เอง ส่วนใหญ่ปลูกพันธุ์
ชูเหเลี้ยง ปลูกบริเวณที่ราบ



รูปที่ 33 ลักษณะตลาดค้าส่งผลไม้เมืองนนทบุรี

(5) ตลาดค้าส่งผลไม้เมืองนนทบุรี

จากการสำรวจตลาดนนทบุรีได้ข้อมูลจากการสำรวจดังนี้

1. ลำไยจีนในตลาดนนทบุรี ใกล้เมืองพุเจ้า มณฑลพุเจียน



2. ลำไยจีนในนนทบุรีที่วางจำหน่ายตามแผงลอยที่ใกล้เมืองพุเจ้า มณฑลพุเจียน



3. ลำไยสดที่จะนำมาจำหน่ายจะมีการบรรจุซองโดยมีถุงพลาสติกอยู่ด้านใน บรรจุประมาณ 5 กิโลกรัม แล้วรัดยาง และเวลานำมาขายปลีกจะเปิดถุงเพื่อให้เก็บลำไยที่จะขาย



4. หากลำไยจำหน่ายไม่หมด จะนำมารูดและคัดของเสียออกเพื่อเตรียมอบลำไยอบแห้ง



นอกจากนี้ทีมวิจัยได้สำรวจตลาดขายส่งที่สำคัญที่นำเข้าลำไยไทย และผลไม้ไทย 2 ตลาดคือ ในเขตมณฑลกวางเจา คือตลาดลี่ซู่ย ในวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2545 และตลาดเหม่อหลิง และตลาดบูจิ(Buji) ในเขตปกครองพิเศษเซินเจิ้น ในวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2545 พบว่าลำไยสดและผลิตภัณฑ์ลำไยของไทยจะนำเข้าประเทศฮ่องกงโดยทางเรือใช้เวลา 5 วัน แล้ว จะมีการขนส่งโดยทางรถยนต์ใช้เวลา 3 ชั่วโมง ไปถึงเมืองกวางเจา โดยมีระยะทาง 130 กิโลเมตร และจากเมืองกวางเจาถึงตลาดลี่ซู่ย ระยะทาง 28 กิโลเมตร ส่วนตลาดบูจิ เป็นตลาดขายส่งที่อยู่ห่างจากเมืองกวางเจา 200 กว่ากิโลเมตร แต่ติดกับประเทศฮ่องกง จากการสำรวจลักษณะตลาดผลไม้ที่มีจำหน่ายในตลาดทั้ง 3 แห่ง ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(6) ตลาดค้าส่งผลไม้ ตลาดสี่ขุมเมืองกวางเจา

ลำไยสดของประเทศไทย ที่นำเข้ามาในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนโดยตรงและส่งผ่านประเทศฮ่องกงในช่วงที่ไปสำรวจ(28 กุมภาพันธ์ 2545) เป็นลำไยนอกฤดู พบว่ามีวางจำหน่ายในตลาดสี่ขุมเป็นจำนวนมาก(ผู้นำเข้าของประเทศฮ่องกงกล่าวว่า บริษัทได้นำเข้าลำไยไทยมาที่ฮ่องกงโดยมีการจำหน่ายในฮ่องกง 5% ส่วน 95% นำไปขายที่ตลาดสี่ขุมที่เดียว เพราะพ่อค้าจากที่อื่นจะมาซื้อที่นี่) ผู้นำเข้าผลไม้ไทยมาขายที่ตลาดสี่ขุมให้ข้อมูลที่มีวิสัยว่า สินค้าจะต้องมีการเสียค่าภาษีนำเข้า 4,200 หยวน/ตู้ (1 ตู้ 40 ฟุต มีการบรรจุลำไยประมาณ 2,000 ตะกร้า หรือเท่ากับ 20,000-21,000 กิโลกรัม) ราคาภาษี 2.0-2.1 หยวน/กิโลกรัม หรือเท่ากับ 11.2-11.76 บาท/กิโลกรัม(1 หยวนเท่ากับ 5.6 บาท) เสียค่า Plant Quarantine ประมาณ 2,000 หยวน(0.1-0.095 หยวน/กิโลกรัม หรือเท่ากับ 0.53-0.56 บาท/กิโลกรัม) หากจำหน่ายสินค้าไม่หมดจะเสียค่าเสียตู้เย็นไว้ 150 หยวน/ตู้/วัน จากข้อมูลดังกล่าวพบว่าค่าภาษีนำเข้าจะมีราคาสูงมาก ดังนั้นจากที่ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นสมาชิกใน WTO จะเป็นผลดีต่อประเทศไทย เพราะจีนจะต้องลดภาษีการนำเข้าเรื่อย ๆ จากการสำรวจลักษณะตลาดและผลไม้ในตลาดสี่ขุม รายละเอียดดังนี้

ผลการสำรวจตลาดสี่ขุม พบว่ามีขั้นตอนการขนส่งลำไยนอกฤดู ณ วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2544 ดังนี้

1) ผู้นำเข้าประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนจะนำตู้คอนเทนเนอร์จากประเทศฮ่องกงโดยลากจากท่าเรือเข้าเมืองกวางเจาแล้วส่งไปยังตลาดสี่ขุมเพื่อการขนส่งไปยังตลาดต่าง ๆ ต่อไป โดยมีลักษณะการจำหน่ายแบบของลำไยลงมาจากตู้คอนเทนเนอร์ หรือเอานำเข้าไปในตลาดและเปิดตู้โชว์คุณภาพลำไยเพื่อให้ลูกค้าได้มาดูและตกลงซื้อขายลำไย เมื่อตกลงซื้อขายเรียบร้อยแล้วจะมีการขนย้ายลำไยลงในรถกระบะสามล้อ



2) รถกระบะสามล้อจะเคลื่อนย้ายด้วยแรงงานคนเพื่อขนรถยนต์ 4 ล้อ 6 ล้อ และ 10 ล้อ เพื่อนำไปกระจายยังตลาดอื่น ๆ ต่อไป



การจัดวางผลไม้เพื่อจำหน่ายในตลาดสี่ซุ่ย



การจัดวางผลไม้และการขนส่งโดยใช้รถถีบ



การจัดวางผลไม้และการเปิดตู้คอนเทนเนอร์เพื่อจำหน่าย



การจัดวางผลไม้โดยแบ่งเป็นชนิดต่าง ๆ



การจัดวางผลไม้ต่าง ๆ



ผลไม้จากออสเตรเลียมีการเปิดกล่องโชว์สินค้า



มะม่วงจากประเทศออสเตรเลีย



กล่องบรรจุภัณฑ์ของผลไม้



องุ่น



มะละกอ

(7) ตลาดค้าส่งและปลีกผลไม้เหม่อหลิน

ตลาดค้าส่งผลไม้ตลาดเหม่อหลินอยู่ในเขตปกครองพิเศษเซินเจิ้น มณฑลกว่างเจา ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2545 จากการสำรวจลักษณะตลาดพบว่า เป็นอาคาร 2 ชั้น ในชั้นล่างจะจำหน่ายเนื้อสัตว์และไม้ประดับ ส่วนอาคารชั้น 2 เป็นอาคารจำหน่ายผลไม้ภายในและต่างประเทศ จากการสำรวจการขนส่งพบว่า ร้านค้าจะเป็นห้องแถว มีการวางผลไม้หน้าร้านเข้าหากัน มีช่องทางเดินเพื่อดูผลไม้สด ทีมวิจัยพบว่า มีลำไย มังคุด และทุเรียนของไทยวางจำหน่ายเกือบทุก ๆ ร้านค้า ดังภาพประกอบ



สภาพร้านค้าปลีก



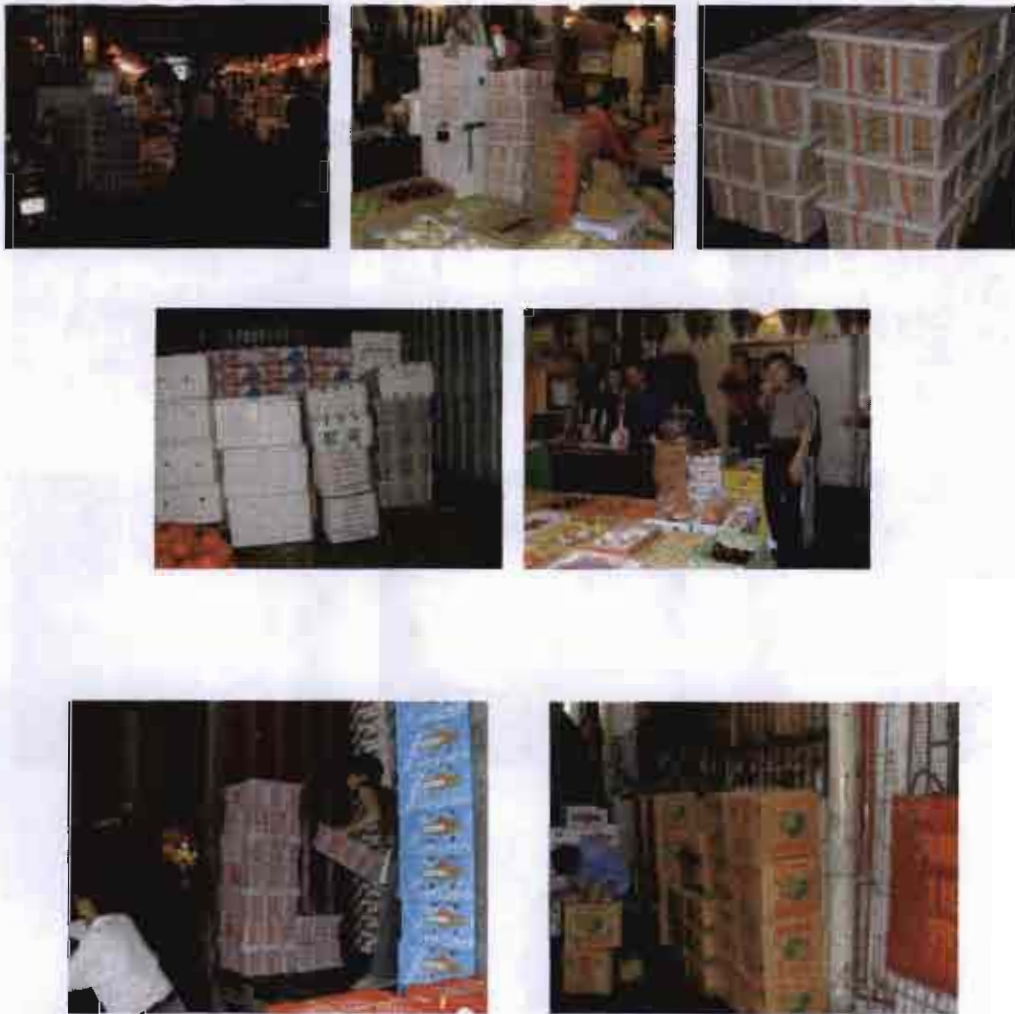
การจัดผลไม้ประเทศต่าง ๆ



รูปที่ 34 ตลาดขายส่งผลไม้เหม่อหลินเขตการปกครองพิเศษเซินเจิ้น มณฑลกว่างเจา (มีลำไย มังคุด และทุเรียนของไทยวางจำหน่าย)

(8) ตลาดค้าส่งบูจิ (Buji)

ตลาดค้าส่งบูจิอยู่ในเขตปกครองพิเศษเวินเจิ้น มณฑลกว่างเจา ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2545 จากการสำรวจลักษณะตลาดพบว่า เป็นอาคารชั้นเดียวมีร้านค้าเป็นห้องแถว แต่ละร้านมีผลไม้ต่าง ๆ ไซร้หน้าร้านและมีห้องเย็นในอาคารเพื่อเก็บผลไม้เมื่อจำหน่ายไม่หมด จากการสำรวจผลไม้ไทยที่มีจำหน่ายในตลาดบูจิก็คือ ลำไย มังคุด และทุเรียน ดังรูปภาพ



รูปที่ 35 ลักษณะตลาดขายส่งผลไม้ตลาด Buji เขตการปกครองพิเศษ เวินเจิ้น มณฑลกว่างเจา

1.3) ตราสินค้าลำไยอบแห้งที่จำหน่ายในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน



รูปที่ 36 ตราสินค้าลำไยอบแห้งที่จำหน่ายในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

2) ลำไยอบแห้ง

(1) ระบบการซื้อขายลำไยอบแห้ง

การค้าของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนนั้นยังคงอยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐบาล การค้าขายสินค้าทุกอย่างจะต้องผ่านความเห็นชอบของ "รัฐวิสาหกิจ" รัฐบาลจะตั้งภาษีการค้าไว้สูง (มากกว่าร้อยละ 60) ดังนั้นการนำเข้าลำไยอบแห้งจึงดำเนินการตามระบบที่ถูกต้องตามกฎหมายต้องเสียภาษีสูง โดยเฉพาะลำไยอบแห้งจากประเทศไทย ผู้นำเข้าจึงต้องพยายามหลีกเลี่ยงการเสียภาษีเดิมอัตราซึ่งสามารถกระทำได้หลายวิธี เช่น การนำเข้าผ่านประเทศฮ่องกงหรือไต้หวัน การนำเข้าในลักษณะสินค้าผ่านแดน และการนำเข้าโดยตรงแต่หาทางแจ้งปริมาณการนำเข้าให้น้อยกว่าปริมาณที่นำเข้าจริง เป็นต้น

การค้าส่งลำไยอบแห้งในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นการค้าในลักษณะตลาดที่ไม่เป็นทางการ เมื่อผ่านการนำเข้า พ่อค้า ผู้นำเข้าจะแยกสินค้าตามโกดังต่าง ๆ ในแต่ละโกดังต้องมีสินค้าจำนวนไม่มากนัก และเปิดสำนักงานค้าส่งตามโรงแรมต่าง ๆ ผู้ซื้อต้องติดต่อทำการค้า ณ สำนักงานที่โรงแรมเหล่านี้

(2) การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยอบแห้ง

ปีพ.ศ. 2543 ประเทศไทยมีการส่งลำไยอบแห้งทั้งหมด 56,775 ตัน มูลค่า 2,475.6 ล้านบาท โดยส่งลำไยไปประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมากที่สุดถึงประมาณ 12,062 ตัน และผ่านเวียดนาม 37,700 ตัน หากรวมทั้งหมดคิดเป็น 49,762 ตัน (87%) ของปริมาณรวมส่งออกทั้งหมด รวมมูลค่า 2043.2 ล้านบาท (กรมศุลกากร 2544) จีนจึงเป็นผู้นำเข้าที่สำคัญของประเทศไทย

การบริโภคลำไยแห้งในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนปกติมีปริมาณ 50,000 ตัน/ปี กรณีที่มีราคาถูก การบริโภคอาจเพิ่มเป็น 60,000 – 70,000 ตัน/ปี ได้ ตลาดขายส่งที่สำคัญของจีน คือ ที่อำเภอฟ้าเกิง เมืองพูเจียน มณฑลฟูเจี้ยน นอกจากนี้ยังมีมณฑลกว่างตุง กวางสี และยูนนาน (มนตรี ด้านพาณิชย์ และ ภัฏญา อมรธีระกุล 2542) โดยคิดเป็นยอดขายที่เป็นจำนวน 80 % ของปริมาณการขายลำไยที่นำเข้าจากประเทศไทย เวียดนาม และผลิตภายในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน จากนั้นการกระจายลำไยแห้งไปตามเมืองต่าง ๆ เช่น เซี่ยงไฮ้ เซี่ยเหมิิน เซินเจิ้งหนานจิง เจอะเจียะ อันซิน ฯลฯ เป็นเมืองตามชายฝั่งทะเล ซึ่งมีกำลังซื้อสูง รายได้ต่อหัวอยู่ระดับ 700 – 800 เหรียญสหรัฐอเมริกา ต่อคนต่อปี บริโภคลำไยเกรด AA และ A ส่วนเมืองที่ลึกเข้าไปจากฝั่งทะเล เขตชนบท เข้าเมืองฉางฉา เติ้งเหยียง ฯลฯ จะมีกำลังซื้อต่ำ รายได้ต่อหัว 200 – 300 เหรียญสหรัฐอเมริกาต่อคนต่อปี มักบริโภคลำไยแห้งเกรด B และ C เสียส่วนใหญ่

ราคาขายส่งลำไยแห้ง ณ วันที่ 30 มกราคม 2543 (1 หยวน ประมาณ 4.3 บาท)
(กัญญา อมรรีกุล, 2543)

	ลำไยไทย	ลำไยจีน	ลำไยเวียดนาม	
เกรด AA	35	26	12	หยวน/กิโลกรัม
เกรด A	27	21	10	หยวน/กิโลกรัม
เกรด B	21	15	-	หยวน/กิโลกรัม
เกรด C	16	15	-	หยวน/กิโลกรัม

ปีพ.ศ. 2542 ปริมาณการนำเข้าลำไยอบแห้งที่มณฑลกวางตุ้ง ทั้งหมด 284.9 ตัน มูลค่า 211,307 เหรียญสหรัฐ โดยนำเข้าจากประเทศไทย 3.53 ตัน มูลค่า 131,983 เหรียญสหรัฐ โดยมีส่วนแบ่งตลาด 62.4 % นอกจากนั้นนำเข้าจากไต้หวัน (มัลลิกา พัวจินดาเนตร, 2543)

ตลาดจีนเป็นตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ลำไยหลักของไทย หรือเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ แต่กำลังจะกลายเป็นผู้ผลิตเพื่อให้เพียงพอต่อการบริโภคเอง และจะเป็นผู้ส่งออกลำไยในตลาดโลก เพราะประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีนโยบายที่ส่งเสริมให้มีการขยายตัวพื้นที่เพาะปลูกในประเทศอย่างรวดเร็วใน 3 มณฑล คือ มณฑลฟูเจี้ยน กวางตุ้ง กวางสี ในปีพ.ศ. 2537 มีพื้นที่เพาะปลูกรวมกันประมาณ 436,062 ไร่ และปีพ.ศ. 2542 จะมี 3.7 ล้านไร่ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการแข่งขันตลาดลำไยทั้งในประเทศ สาธารณรัฐประชาชนจีนและตลาดอื่น ๆ กับลำไยจากประเทศไทยในอนาคต

(3) ลักษณะการจัดจำหน่ายปลีกลำไยอบแห้งในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน (รัตน อัดตปัญญา และคณะ, 2541)

ในเมืองเล็ก ๆ เช่นคุนหมิง หนานหนิง การค้าปลีกลำไยอบแห้งทำตามร้านห้องแถว ส่วนใหญ่เป็นการขายปลีกลำไยอบแห้งคุณภาพไม่ดีนัก ผลผลิตอยู่ในรูปบรรจุภัณฑ์ที่เป็นถุงและกล่องพลาสติก มีฉลากเป็นภาษาจีน ทั้งหมดขนาดบรรจุประมาณ 0.5 กก./ถุง ขายราคา 120 บาท/ถุง หรือประมาณกิโลกรัมละ 240 บาท (อัตราแลกเปลี่ยนขณะนั้นเท่ากับ 3.33 บาท/หยวน)

เมื่อถึงระดับการค้าปลีก ลำไยแห้งที่นำเข้าจากประเทศไทยจะถูกนำมาทำบรรจุภัณฑ์เสียใหม่ตามรูปแบบดังกล่าวก่อนขึ้นต้น ดังนั้นผู้บริโภคจึงมีอาจรู้ได้เลยว่าลำไยอบแห้งที่ตนบริโภคอยู่นั้นเป็นลำไยอบแห้งจากประเทศไทยจะมีเพียงพ่อค้าส่งและผู้นำเข้าเท่านั้นที่ทราบแหล่งที่มาและจัดหาผลผลิตให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

ในเมืองใหญ่ ๆ เช่น ปักกิ่ง หรือ เซี่ยงไฮ้ จะมีการวางขายลำไยอบแห้งในร้านซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นลำไยอบแห้งคุณภาพดี เช่น เกรด A (มีขายที่ปักกิ่ง) หรือ AA (ขายที่เซี่ยงไฮ้ กก. ละ 500 บาท) ส่วนด้านบรรจุภัณฑ์จะคล้ายกับที่วางขายในคุนหมิงและหนานหนิง กล่าวคือ บรรจุ

ภัณฑ์เป็นถุงและกล่องพลาสติก มีฉลากเป็นภาษาจีนทั้งหมด ขนาดบรรจุประมาณ 0.5 กก./ถุง หรือขวดโหลสำหรับการขายปลีกย่อย

การบรรจุหีบห่อสำหรับขายปลีกลำไยอบแห้ง

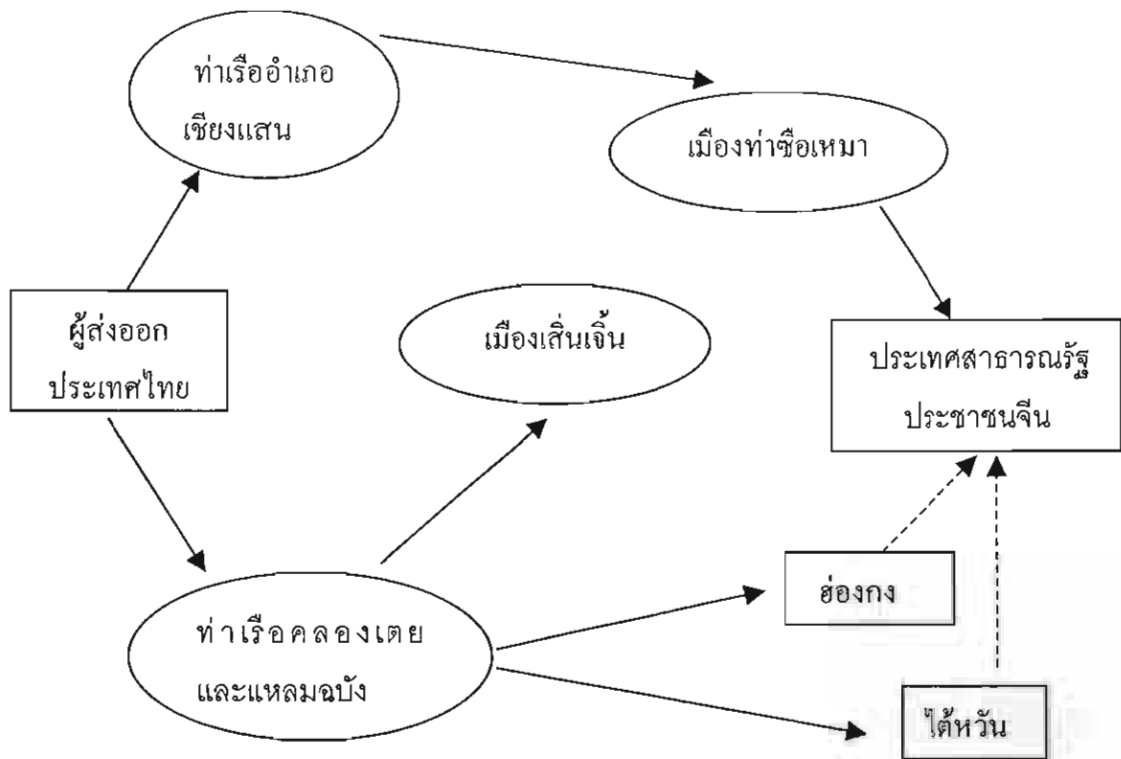
- บรรจุในถุงพลาสติก ส่วนใหญ่เป็นการขายปลีกในตลาด โดยวิธีการชั่งน้ำหนัก
- บรรจุในกล่องกระดาษ ด้านหน้าพลาสติกใสเห็นสินค้า มีขายในซูเปอร์มาร์เก็ต
- บรรจุในถาดพลาสติก ด้านหน้าพลาสติกใสเห็นสินค้า บางครั้งบรรจุในถาดกลม ซึ่งแบ่งเป็นช่อง ๆ ขายรวมกับผลไม้อบแห้งอื่น ๆ มีวางขายในซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป (กัญญา อมรธีระกุล, 2544)

การขนส่งลำไยแห้งจากไทยไปจีนยังใช้การขนส่งทางทะเลเป็นส่วนใหญ่ (กัญญา อมรธีระกุล, 2544)

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนต้องการทั้งลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อสีทอง ไปจนถึงลำไยอบแห้งเนื้อสีน้ำตาลแดง (คะนิง โยธาใหญ่, 2541)

ช่องทางการเคลื่อนย้ายลำไยอบแห้งจากประเทศไทยเข้าไปประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน (รัตนา อัดตปัญญา, 2541)

การนำลำไยอบแห้งจากประเทศไทยไปขายยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนนั้นที่ปฏิบัติกันอยู่ในช่วงปีพ.ศ. 2539 – 2540 นั้นมีอยู่ 4 เส้นทางคือ เส้นทางที่นำเข้าไปโดยผ่านท่าเรือที่อำเภอเมืองเชียงแสน จังหวัดเชียงรายล่องตามลุ่มแม่น้ำโขงผ่านประเทศลาวและไปขึ้นที่เมืองท่าซือเหมาของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เส้นทางที่สองเป็นการนำเข้าโดยส่งผ่านท่าเรือคลองเตยหรือแหลมฉบังแล้วไปขึ้นที่เมืองท่าเลิ่นเจิ้นของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เส้นทางที่สามเป็นการนำเข้าโดยส่งผ่านท่าเรือคลองเตยหรือแหลมฉบังแล้วไปขึ้นที่ฮ่องกงซึ่งส่วนหนึ่งของผลผลิตจะส่งเข้าไปขายฝั่งประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนอีกต่อหนึ่ง และเส้นทางที่สี่เป็นการนำเข้าโดยส่งผ่านท่าเรือคลองเตยหรือแหลมฉบังแล้วไปขึ้นที่ประเทศไต้หวันซึ่งส่งผลผลิตส่วนหนึ่ง (หรือมากกว่าหากไต้หวันผลิตในประเทศได้มาก) จะถูกส่งไปขายต่อยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ดังรูปที่ 30



รูปที่ 37 ช่องทางการเคลื่อนย้ายลำไยอบแห้งจากประเทศไทยเข้าไปประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน(รัตนา อัดตปัญญา, 2541)

การขนส่งลำไยแห้งจากประเทศไทยจะส่งไปทางทะเลผ่านฮ่องกง ใช้เวลาเดินทางประมาณ 15 วัน การขนส่งผ่านทางท่าเรือใหญ่ บรรจุในกล่องกระดาษขนาด 37x37x45 ซม. แล้วบรรจุในตู้คอนเทนเนอร์ ขนาด 40 ฟุต ได้จำนวน 1,092 กล่อง น้ำหนัก 16 ตัน ต้องผ่านระบบภาษีเต็มรูปแบบทำให้ความสามารถการแข่งขันการตลาดด้อยลงไป และมีการขนส่งควบคู่ไปทางเรือแม่น้ำโขง โดยใช้เวลาเดินทางเรือ 2 วัน จะขึ้นสินค้าท่าเรือจิงหงษ์ เมืองสิบสองปันนาโดยใช้บรรจุกล่องกระดาษ (49x49x49 ซม.) น้ำหนัก 20 กิโลกรัมต่อกล่อง ปัจจุบันเปลี่ยนแปลงเป็นบรรจุ 15 กิโลกรัม (37x37x45 ซม.) เรือขนส่งได้ครั้งละ 4,350 – 4,500 กล่อง น้ำหนักรวมประมาณ 65 ตัน มีเรือวิ่งทั้งเรือไทย เรือจีน เรือลาว และเรือพม่าประมาณ 40 – 50 ลำ เป็นเส้นทางที่มีบทบาทสูงมากในการเชื่อมโยงเศรษฐกิจไทยจีน ตามนโยบายสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ และลำไยอบแห้งจะถูกขนส่งโดยรถยนต์ไปสู่ตลาดขายส่งตามเมืองต่าง ๆ ใช้เวลาเดินทางจากท่าเรือจิงหงษ์ไปถึงตลาด 7 วัน ค่าใช้จ่ายตั้งแต่การขนส่งในประเทศ ขนส่งโดยเรือจากอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงรายไปถึงท่าเรือจิงหงษ์สิบสองปันนา ขึ้นรถบรรทุกต่อไปถึงตลาด ซึ่งจะใช้เวลาเดินทางประมาณ 12 – 15 วัน ค่าใช้จ่ายประมาณ 17 บาทต่อกิโลกรัมในปี พ.ศ. 2543 ระบบการขนส่งได้เปลี่ยนแปลงโดยมีการขนส่งโดยรถยนต์บรรทุกจากประเทศไทยไปจังหวัดหนองคาย เข้าสู่เวียงจันทน์ ประเทศลาว จากลาวเข้าสู่เวียงจันทน์

จากเวียดนามเข้าสู่ตลาดกว้างสีของจีน สามารถเดินทางจากแหล่งผลิตลำพูน, เชียงใหม่ไปยัง
ปลายทางตลาด ใช้เวลา 7 – 10 วัน (มนตรี ด้านไพบูลย์, 2543)

ทีมวิจัยได้สำรวจการปฏิบัติการซื้อขายผลิตภัณฑ์ลำไยในช่วง 10-19 สิงหาคม
2545 ใน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยขอกล่าวถึงผลิตภัณฑ์ลำไยที่มีจำหน่าย ลักษณะตลาด
ที่กระจายสินค้า และผลไม้ที่มีจำหน่ายในตลาด ณ เมืองหนานไห่ กวางเจา พูโจว และเซี่ยงไฮ้

1) ผลิตภัณฑ์ลำไยที่มีจำหน่าย

จากการสำรวจผลิตภัณฑ์ลำไยที่มีจำหน่ายในตลาดขายส่ง – ปลีก
ซูเปอร์มาร์เกต เมืองหนานไห่ พูโจว และเซี่ยงไฮ้ ได้แก่ ลำไยสด ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก
ลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อ เจลลี่ลำไย ซุปกึ่งลำไย(Longan peanut soup) เครื่องดื่มโสมผสมเนื้อลำไย
ขนมแป้งผสมเนื้อลำไย Longan&Nata de Coco และเครื่องสมุนไพร ต้ม/ตุ๋น ต้ม เป็นต้น
ดังรูปที่ 31 และจากการสำรวจผลิตภัณฑ์ลำไยที่มีวางจำหน่ายหลากหลายตราสินค้า คือ ลำไยอบแห้ง
เฉพาะเนื้อ และลำไยอบแห้งทั้งเปลือก ซึ่งขอยกตัวอย่างของบรรจุภัณฑ์ แหล่งที่ผลิต น้ำหนักบรรจุ
และราคา ดังตารางที่ 10



ลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อ
Xiamen Tachan



Longan & Nata de Coco
Mixed congee



Longan Peanuts Soup Taisun



ขนมแป้งผสมเนื้อลำไย



ชาลำไยผงผสมไส้ม
Ts'ant'u Kuei yaan ตรามังกร



เครื่องยาจีน



Longan Tea Jelly



ขนมโก๋ลำไยแห้ง Gui Yuen Gao



เยลลี่ลำไยแห้ง

รูปที่ 38 ผลิตภัณฑ์ลำไยที่มีจำหน่ายในตลาดขายส่ง-ปลีก ซูเปอร์มาร์เกต เมืองหนานไห่ พูโจว และเซี่ยงไฮ้

ตารางที่ 10 ชนิดการบรรจุและราคาผลิตภัณฑ์ลำไยในซูเปอร์มาร์เกตเมืองฟุโจ

ผลิตภัณฑ์	สถานที่ผลิต	ลักษณะบรรจุภัณฑ์	น้ำหนัก	ราคาต่อหน่วย
1.ลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อ	บ. Ludi เมืองซาเหมิน ทางตอนใต้ของฟุโจ โทร. 6592-5520835	พลาสติก แข็ง รองลำไยบรรจุในถุง พลาสติกแบบมีช่องมองเห็นลำไย	250 กรัม	30.80 หยวน (160.16 บาท)
2.ลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อ (สีทอง)	กวางสี	บรรจุในถุงพลาสติกแล้วบรรจุในกล่อง กระดาษอีกที	225 กรัม	44.90 หยวน (233.48 บาท)
3.ลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อ (สีดำ)	-	บรรจุในถุงพลาสติกแล้วบรรจุในกล่อง กระดาษอีกที	250 กรัม	35.30 หยวน (183.56 บาท)
4.ลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อ	จากฝูเจี้ยน เซียงเหมิน http://www.jiayi.food.com	บรรจุในถุงพลาสติกแล้วบรรจุในกล่อง กระดาษอีกที	300 กรัม	44.80 หยวน (232.98 บาท)
5.ลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อ	Mei Wei	บรรจุในถุงพลาสติกแล้วบรรจุในกล่อง กระดาษอีกที	280 กรัม	31.50 หยวน (163.8 บาท)
6.ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก	-	บรรจุในถุงพลาสติกในกล่องกระดาษ แข็ง	500 กรัม 400 กรัม 300 กรัม	33.95 หยวน (176.54 บาท) 46.80 หยวน (243.36 บาท) 31.80 หยวน (165.36 บาท)
7.ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก	-	บรรจุในถุงพลาสติก ในกล่องกระดาษ แข็ง มีช่องสี่เหลี่ยม มองเห็นลำไย	500 กรัม	32 หยวน (166.4 บาท)
8.ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก (ลูกเล็ก)	-	บรรจุในถุงพลาสติกในกล่องกระดาษ แข็ง มีช่องวงรี มองเห็นลำไย	255 กรัม	35 หยวน
9.ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก	-	บรรจุในถุงพลาสติกในกล่องกระดาษ แข็ง มีช่องวงรี มองเห็นลำไย	400 กรัม	27.50 หยวน (143 บาท)
10.ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก (ลูกเล็ก)	-	บรรจุในถุงพลาสติกในกล่องกระดาษ แข็ง มีช่องวงรี มองเห็นลำไย	230 กรัม	15.70 หยวน (181.64 บาท)
11.ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก (ลูกเล็ก)	-	บรรจุในถุงพลาสติกใส	500 กรัม 200 กรัม 187 กรัม	37.80 หยวน (196.50 บาท) 45.80 หยวน (238.16 บาท) 20.50 หยวน (108.16 บาท)
12.ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก	-	บรรจุในถุงใหญ่ ดัดขึ้นน้ำหนัก	500 กรัม	25 หยวน (130 บาท) 27.50 หยวน (143 บาท)

จากตารางที่ 10 พบว่าผลิตภัณฑ์ลำไยชนิดเดียวกัน คุณภาพแตกต่างกัน หรือแม้แต่น้ำหนัก และน้ำหนัก เท่ากัน แต่มีราคาแตกต่างกันมาก ทั้งที่อยู่บริเวณในซูเปอร์มาร์เกตเดียวกัน แสดงว่า ราคาสูงมีปัจจัยให้พิจารณาคือ ความใหม่ แหล่งผลิตเช่น กวางสี ภาชนะบรรจุที่สวยงาม

1) ลักษณะตลาดขายส่งในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

(1) ตลาดค้าส่งผลไม้เมืองกวางโจว

ตลาดหลี่ซู่ย อยู่ในเมืองหนานไห่ ซึ่งห่างจากกวางโจว 28 กิโลเมตร ภายในตลาดแบ่งเป็น 2 โซน คือ โซนขายผลไม้เอเชียและโซนขายผลไม้ยุโรป ตลาดหลี่ซู่ยจะมีลูกค้าจากเมืองเจ้อเจียง (ฮกเกี้ยน) อยู่ห่างจากกวางเจา ประมาณ 700 กิโลเมตร จะมีการลากผลไม้ไปทั้งตู้ นอกจากนี้ยังกระจายไปเมืองเซินเจิ้น และเซี่ยงไฮ้จะมาเอาผลไม้ ทุเรียน มังคุด ลำไยไปกระจายต่อไป ราคาลำไย ในวันที่ 11 สิงหาคม 2545 คือ

ลำไยขนาด AA = 90 หยวน/ตะกร้า (1 ตะกร้า = 10 กิโลกรัม)

ลำไยขนาด A = 80 – 82 หยวน/ตะกร้า

ลำไยขนาด C = 75 หยวน/ตะกร้า

มีคนไทยไปตั้งบริษัทในตลาดหลี่ซู่ย มี 2 บริษัท คือ Thai Lee Group และ Thai Infinity Foods Co.,Ltd ดังรูปที่ 39



รูปที่ 39 บริษัทคนไทยในตลาดหลี่ซู่ย เมืองกวางโจว

(2) ตลาดค้าส่งหนานอัน

ลักษณะตลาดเป็นตึก แต่ละห้องมีผลไม้วางขาย โดยเฉพาะลำไยที่มีวางในตึก หรือเป็นเข่ง ๆ ก่อ่ง ๆ วางขายเพื่อให้ลูกค้ามาดูคุณภาพและตกลงราคากัน ดังรูปที่ 40



รูปที่ 40 ตลาดร้านขายส่งผลไม้เมืองหนานอัน เมืองกวางโจว

(3) ตลาดค้าส่งพิจิตร

ลักษณะตลาดเป็นตึก แต่ละแห่งมีพาเลทรองรับลำไยที่บรรจุในตะกร้าไม้ไผ่
กล่องกระดาษ ดังรูปที่ 41



รูปที่ 41 ตลาดขายส่งผลไม้เมืองพิจิตร



(4) ตลาดค้าส่ง - ปลีก เมืองหนานหนิง

ตลาดค้าส่งและปลีก เมืองหนานหนิง เกษตรกรจะนำลำไยมาจำหน่ายเป็นตะกร้าพลาสติก เพื่อจำหน่ายปลีกดังรูปที่ 42



รูปที่ 42 ตลาดค้าส่ง ปลีก ตลาดหนานหนิง



รูปที่ 42 ตลาดค้าส่ง ปลีก ตลาดหนานหนิง

(5) ตลาดขายส่ง ณ เมืองเชียงไต้

ตลาดผู้ค้าส่ง ในตลาดขายส่ง กว่าหลงหลิ่งกู่ เมืองเชียงไต้ จะรับลำไยจากกวางเจา โดยใช้เวลา 2 วัน 2 คืน โดยวิ่งจากท่าเรือกวางเจามาท่าเรือเชียงไต้ หรือท่าเรือเซี่ยเหมิน มายังท่าเรือเชียงไต้ ตลาดขายส่งที่ทำเรือก็มีในเมืองก็มี จากการสัมภาษณ์ วันที่ 17 มีนาคม 2545 เวลา 8.00 น. มีลำไยตราเสือคู่ บริษัทพงษ์เจริญขาย 100 ตะกร้า เหลือ 5 ตะกร้า ทีมวิจัยได้ซื้อลำไยสด 4 ตะกร้า (ตะกร้าละ 10 กิโลกรัม) โดยมีราคา 90 หยวน (1 หยวน = 5.2 บาท)

จากการสำรวจตลาดมีลำไยสดไทยมาจำหน่ายคือ ตราเสือขาว TP รูปแผนที่ เสือคู่ ดังรูปที่ 43

จากการสัมภาษณ์ผู้ค้าส่งว่า ปี 2545 มีการจำหน่ายลำไยนอกฤดู ไทยจำหน่ายในราคา 110 หยวน/ตะกร้า

ตลาดผู้ค้าปลีก ณ เมืองเซียงไฮ้ ลำไยไทยนำมาจำหน่ายปลีกในเซียงไฮ้โดยดัดแปลง
ลำไยเป็นช่อ ราคา 18 หยวน/กิโลกรัม 8.50-9 หยวน/ครึ่งกิโลกรัม ซึ่งมีขนาด A (ใหญ่) ส่วนขนาดเล็ก
จะจำหน่ายที่ 13 หยวน/กิโลกรัม ดังรูปที่ 44



รูปที่ 43 ตลาดค้าส่งกว่าหลงหลิ่งกู่ เมืองเซียงไฮ้ มีลำไยของไทยและผลไม้หลายชนิดจากประเทศต่าง ๆ
วางจำหน่าย



รูปที่ 44 ลักษณะค้ำปลีกล้วยสดจากประเทศไทย จำหน่ายในเมืองเชียงใหม่



3.2.3.2 เขตการปกครองพิเศษฮ่องกง

1) ลำไยสด

(1) ระบบการซื้อขายลำไยสด (สำนักงานส่งเสริมการค้า ณ เมืองฮ่องกง, 2544)

ผู้ส่งออกไทยและผู้นำเข้าลำไยในฮ่องกงมีการซื้อขายลำไยติดต่อกันมาเป็นเวลานาน จนมีความสนิทสนมคุ้นเคย จึงทำให้การซื้อขายและการชำระเงินค่าซื้อสินค้าแตกต่างไปจากวิธีการค้าปกติ (การสั่งซื้อและชำระเงินโดยการเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิต) กล่าวคือส่วนใหญ่พ่อค้าไทยจะส่งสินค้าก่อนแล้วจึงส่งเอกสารการซื้อขายไปเรียกเก็บเงินตามราคาที่ตกลงกัน ผู้นำเข้าในฮ่องกงบางรายก็ส่งตราฟหรือใช้วิธีการโอนเงินเพื่อชำระเงินค่าสินค้า หรือเปิดบัญชีซื้อขายระหว่างกันและหักบัญชีกันภายหลัง บางรายก็ใช้วิธีการแบ่งผลกำไร/ขาดทุนกัน แล้วชำระกันตามสมควร

มีผู้ส่งออกไทยบางรายส่งผลไม้ไปฝากขาย (Consignment) และผู้นำเข้าในฮ่องกงจะคิดค่าคอมมิชชั่น (Commission) จากผลไม้ที่จำหน่ายได้ ตามอัตราที่ตกลงกันไว้

(2) การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยสด

ในปีพ.ศ. 2543 ฮ่องกงนำเข้าลำไยสดมีมูลค่ามากเป็นอันดับสี่รองจาก ฮ่องกง แอปเปิ้ล และปริมาณนำเข้าลำไยสดในช่วง 3 ปีล่าสุด ได้เพิ่มจาก 5,314 ตัน ในปีพ.ศ. 2541 เป็น 20,224 ตัน ในปีพ.ศ. 2542 และเพิ่มเป็น 58,446 ตัน ในปีพ.ศ. 2543 หรือเพิ่มขึ้น 10 เท่า ในช่วง 3 ปี

ลำไยที่ฮ่องกงนำเข้าส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าจากประเทศไทย และส่วนแบ่งตลาด (Market share) ของลำไยไทยในตลาดฮ่องกงก็ได้เพิ่มสูงขึ้นตามลำดับจากร้อยละ 57.7 ในปีพ.ศ. 2541 เป็นร้อยละ 99.6 ของปริมาณนำเข้าทั้งหมดในปีพ.ศ. 2543 เมื่อ ปีพ.ศ. 2541 เวียดนามเคยเป็นคู่แข่งสำคัญของไทยในตลาดฮ่องกงแต่ในช่วงปีพ.ศ. 2542 – 2543 ฮ่องกงนำเข้าลำไยสดจากเวียดนามน้อยมาก ประเทศอื่นๆ ที่ส่งลำไยเข้าไปขายจำหน่ายในฮ่องกง ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน ไต้หวัน ออสเตรเลีย สิงคโปร์ ตามสถิติ ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 สถิตินำเข้าลำไยสดของฮ่องกงปีพ.ศ. 2541 – 2543

ปริมาณ: ตัน

มูลค่า : 1,000 เหรียญสหรัฐ

แหล่งนำเข้า	2541		2542		2543	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ไทย	3,068	5,721	19,401	20,217	58,190	42,804
เวียดนาม	2,117	2,845	173	120		
จีน	73	101	514	360	193	196
ออสเตรเลีย	46	228				
ไต้หวัน	11	27	44	25	47	46
สิงคโปร์			91	66	15	18
รวม	5,314	8,562	20,224	20,788	58,447	43,065

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมการค้า ณ เมืองฮ่องกง, 2543

ช่องทางการวางจำหน่ายลำไยในฮ่องกงมีหลายช่องทาง ปกติผู้นำเข้าลำไยสดในฮ่องกงจะนำเข้าผลไม้สดประเภทอื่นๆ ด้วย และส่วนมากมักจะเป็นทั้งผู้นำเข้าและขายส่ง แต่ผู้นำเข้าบางรายก็เป็นทั้งผู้ค้าส่งและค้าปลีกด้วย ถ้าหากผู้ซื้อมีความต้องการจะซื้อผลไม้ทั้งกล่องผู้นำเข้าซึ่งจะมีร้านค้าอยู่ในตลาดขายส่งก็จะยินดีจำหน่ายให้

ผู้นำเข้าลำไยสดในฮ่องกงบางรายส่งลำไยไปจำหน่ายต่อที่ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยบางรายมีร้านจำหน่ายในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เช่น ตลาดในเส้นเจิ้น กวางโจว แต่บางรายก็จำหน่ายต่อให้กับผู้ซื้อในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน สำหรับซูเปอร์มาร์เก็ตในฮ่องกงบางรายก็นำเข้าผลไม้เอง แต่บางรายก็ซื้อจากผู้นำเข้าผลไม้่อีกต่อหนึ่ง โดยมีราคาขายปลีกดังตารางที่ 11

อย่างไรก็ดี ในปัจจุบันผู้นำเข้าผลไม้หลายรายในฮ่องกง ไม่มีพ่อค้ารายใดสามารถผูกขาดการนำเข้าได้และในบางครั้งก็ยังมีการขายตัดราคากันด้วย

ตารางที่ 12 ราคาขายปลีกผลไม้บางชนิดในฮ่องกงวันที่ 12 พฤษภาคม 2544

ราคา : บาท/กิโลกรัม

ชนิด	ราคาในซูเปอร์มาร์เก็ต	ราคาที่แผงลอยขายผลไม้
1. ทุเรียน	290	55
2. ลำไยสด	250	179
3. ลิ้นจี่	261	230
4. ขนุน	348	128
5. มังคุด	110	77
6. เงาะ	130	102
7. ลองกอง	261	153
8. น้อยหน่า	186	153

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมการค้า ณ เมืองฮ่องกง.

จากการสัมภาษณ์ผู้ส่งออก (ภาคผนวก 2 ตารางที่ 2) ผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ลำไยไทย และผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมการค้าในฮ่องกง (ภาคผนวก 2 ตารางที่ 3) พอสรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์ลำไยไทยจะนำเข้าเขตการปกครองฮ่องกงมี 2 ทางคือ ทางเรือ และทางอากาศ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้ทางเรือเนื่องจากราคาถูก ผลิตภัณฑ์ลำไยไทยที่ฮ่องกงนำเข้าได้แก่ ลำไยสด ลำไยอบแห้ง ลำไยกระป๋อง และลำไยแช่แข็ง โดยฮ่องกงมีการบริโภคผลิตภัณฑ์ลำไยภายในประเทศและส่งออก (Re-export) เช่น เดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2545 มีการ Re-export 95 % ของลำไยสดไปที่ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนต่อไปประเทศต่างๆ เช่น ลำไยสดส่งไปประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน อินโดนีเซีย บรูไน และฟิลิปปินส์ ลำไยกระป๋องส่งไปจีน อินโดนีเซีย ลำไยแช่แข็งส่งไปยังแคนาดา และสหรัฐอเมริกา โดยทั้งหมดมีการขนส่งทางเรือ

ระบบการซื้อขายผลิตภัณฑ์ลำไยส่งออกไปที่ฮ่องกงมีระบบเหมือนกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และโดยส่วนใหญ่จะเป็นระบบขายฝาก และร่วมลงทุนมากกว่า

(3) การตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยในเขตปกครองพิเศษของจีน (ฮ่องกง)

จากการสำรวจผลิตภัณฑ์ลำไยในเขตปกครองพิเศษของจีน(ฮ่องกง) ในวันที่ 1-4 มีนาคม 2545 โดยได้รับความร่วมมือจากท่านผู้อำนวยการเกรียง บุญชู ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมการค้า เมืองฮ่องกง ที่ให้ความสะดวกในการสำรวจตลาด และประสานงานการสัมภาษณ์กับผู้นำเข้าที่สำคัญ 2 ท่าน

ผลิตภัณฑ์ลำไยที่มีจำหน่ายในฮ่องกง

ลำไยสดที่จำหน่ายตามตลาดขายส่งและขายปลีกตามซูเปอร์มาร์เก็ต และมีผลิตภัณฑ์ลำไยแบบอบแห้งทั้งเปลือก อบแห้งเฉพาะเนื้อ และเนื้อลำไยในเครื่องรูป ในอาคาร ดังรูปที่ 45



ลำไยสดขนส่งในตลาดขนส่ง



ลำไยสดในซูเปอร์มาร์เก็ต ณ ห้างสรรพสินค้า
จัสโก้ สาขาซีมชาซูย ฮ่องกง



ลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อในซูเปอร์มาร์เก็ต ณ ห้างสรรพสินค้าจัสโก้ สาขาซีมชาซูย ฮ่องกง

รูปที่ 45 ผลิตภัณฑ์ลำไยที่มีจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ต ณ ห้างสรรพสินค้าจัสโก้
สาขาจิมซ่านจุย ฮ่องกง

ลักษณะตลาดขายส่งในฮ่องกง

จากภาพสำรวจลักษณะตลาดขายส่งในฮ่องกง พบว่าเป็นลักษณะห้องแถว ในห้องแถวจะมีห้องเย็นสำหรับเก็บสินค้า



รูปที่ 46 ลักษณะตลาดขายส่งในฮ่องกง

3.2.3.3 มาเลเซีย

จากการค้นคว้าเอกสาร ข้อมูลที่พบไม่สามารถแยกเสนอข้อมูลเป็น 2 ส่วน คือ ระบบการซื้อขายและการกระจายและช่องทางการตลาดได้

1) ลำไยสด

(1) ระบบการซื้อขายลำไยสด

มาเลเซียเป็นตลาดนำเข้าลำไยเพื่อส่งออก (Re-export) ไปยังประเทศ ไกล่เคียง อาทิ ส่องกง สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และบรูไน เป็นต้น ลำไยของไทยจะขนส่งโดยรถบรรทุกธรรมดาและรถบรรทุกห้องเย็นจากอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ไปยังตลาดขนส่งผักและผลไม้ (Kuala Lumpur Wholesale of Fresh Fruit) โดยที่ เป็นตลาดรวบรวมขายส่งพืชผักผลไม้ทุกชนิดที่ผลิตได้และนำเข้ามาในประเทศ เพื่อจำหน่ายแก่ผู้ค้าปลีกรายย่อย ซูเปอร์มาร์เก็ต ภัตตาคาร และร้านอาหาร ตลาดฯ ตั้งอยู่ที่เมือง Selayang Baru รัฐเซลังอร์ ตลาดฯ ยังเป็นที่ตั้งของสมาคม Kuala Lumpur Fruits Wholesale Association ซึ่งมีสมาชิก 50 ราย ที่ดำเนินกิจกรรมการขายส่งผักผลไม้ในตลาดแห่งนี้ ผักและผลไม้ที่เข้าสู่ตลาดแห่งนี้มีประมาณ วันละ 50 คันรถบรรทุก หรือประมาณ 50 ตัน/วัน ตลาดเปิดทำการทุกวันตั้งแต่เวลา 04.00 – 24.00 น. โดยมีผักและผลไม้เข้ามาประมาณ 160-200 ตันต่อวัน ระยะเวลาเดินทางจากอำเภอหาดใหญ่ เพื่อขนถ่ายใส่รถบรรทุกมาเลเซียซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงระหว่างไทย-มาเลเซีย ถึงกรุงกัวลาลัมเปอร์ใช้เวลาประมาณ 4 ชั่วโมง การบรรทุกใช้ตะกร้าพลาสติก ซึ่งจะทำให้ลำไยบางส่วนคุณภาพด้อยลงไป

(2) การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยสด

การขนส่งผลิตภัณฑ์ลำไยสดไปยังมาเลเซียโดยส่วนใหญ่ยังมีการขนส่งทางบก โดยขนส่งทางรถยนต์ ลำไยจะถูกบรรทุกในตะกร้าพลาสติก มีการบรรทุกจากแหล่งผลิตภาคเหนือไปภาคใต้ รอการขนถ่ายใส่รถขององค์การอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งเป็นรถสิบล้อ ลำไยที่ส่งออกต้องแช่เย็นเพื่อรักษาความสด โดยการวางตะกร้าพลาสติกทับกันเป็นชั้น ๆ เอน้ำแข็งทั้งแท่งปูลงแล้วนำตะกร้าที่บรรจุลำไยวางทับและเอน้ำแข็งทับตะกร้าลำไยแต่ละชั้น ใน 1 คันจะบรรทุกได้ประมาณ 300 – 315 เซ่งให้น้ำแข็งประมาณ 30 – 32 ถัง

จากการสัมภาษณ์ผู้ส่งออก (ภาคผนวก 2 ตารางที่ 2) ผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ลำไยไทยในประเทศมาเลเซีย (ภาคผนวก 2 ตารางที่ 4) พอสรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์ลำไยไทยจะนำเข้าประเทศมาเลเซีย โดยการขนส่งทางบก คือรถยนต์ และรถไฟ ทางรถยนต์นิยม คือ ลำไยสด ลำไยอบแห้ง ส่วนทางรถไฟ จะนิยมใช้กับลำไยกระป๋อง เพราะเกิดการเสียหายน้อย เนื่องจากไม่มีการขนถ่ายบ่อย คือขนส่งจากเชียงใหม่ถึงปลายทางมาเลเซีย และประเทศมาเลเซียจะเป็นทางผ่านเพื่อขนส่งต่อไปที่ประเทศสิงคโปร์

ระบบการซื้อขายผลิตภัณฑ์ลำไยไทย ที่ส่งออกประเทศมาเลเซียเป็นระบบขายฝาก (Consignment) มีการหักค่าบริหารจัดการ 5% นอกจากนี้อาจมีการต่อรองราคากันในกรณีมีลำไยสดเข้าไปมาก

(3) ผลิตภัณฑ์ลำไยที่จำหน่าย

ลำไยสดไทยส่งไปจำหน่ายในประเทศมาเลเซีย มี 3 เขต คือ ปีนัง อิปโป (Ipoh) โยโฮบะลู (Yohobau) ซึ่งจะผลิตผลิตภัณฑ์ลำไยที่เป็นเกรดต่ำที่สุด ทีมวิจัยได้สำรวจตลาด Selayang ถนนโชวคิต (Chow-kid road) กัวลาลัมเปอร์ อยู่ในเขตอิปโป วันที่ 9 สิงหาคม 2544 จากการสำรวจชนิดของผลไม้ของไทยและประเทศคู่แข่ง การบรรจุภัณฑ์ (ลักษณะบรรจุภัณฑ์และขนาดบรรจุ) ที่มีวางจำหน่ายในประเทศมาเลเซีย มีรายละเอียดดังนี้

(1) ตลาด Selayang มีการจำหน่ายผลไม้ภายในประเทศของมาเลเซีย เช่น สับปะรดแตงโม เงาะ



(2) ผลไม้ไทยที่นำเข้าไปจำหน่ายตลาด Selayang ประเทศมาเลเซีย เช่น ลำไย ทุเรียน มะม่วงพันธุ์โชคอนันต์



ลำไยของประเทศไทยที่มีจำหน่ายในประเทศมาเลเซีย



ทุเรียนของประเทศไทยที่มีจำหน่ายในตลาด
ประเทศมาเลเซีย



มะม่วงพันธุ์โชคอนันต์ของประเทศไทยที่
จำหน่ายในตลาดประเทศมาเลเซีย

ลำไยสดไทยจะมีการขนถ่ายน้ำแข็งวางบนตะกร้าด้านบนระหว่างกระบวนการขนส่งจากหาดใหญ่มาถึง
ประเทศมาเลเซีย ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคชอบทานลำไยเย็น และช่วยในการเก็บรักษาลำไยให้สด
ลักษณะลำไยที่วางจำหน่ายในตลาด Salayang ผู้ค้าปลีกชอบเพราะมีน้ำหนักเพิ่มมากขึ้น



การขายปลีกลำไยสดแบบขายกิโลกรัมและบรรจุถุงพลาสติกในร้านขายผลไม้ประเทศมาเลเซีย



(3) ผลไม้ต่างประเทศที่นำไปจำหน่ายในตลาด Salayang ประเทศมาเลเซีย ได้แก่

– ลูกท้อ ส้ม พลัม แอปเปิ้ล จากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน



– สตอเบอรี่ จากประเทศออสเตรเลีย



– องุ่นแดง จากประเทศชิลี



– องุ่นเขียวไม่มีเมล็ด จากแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา



— มะม่วง ลูกพลับ จากปากีสถาน



(4) การขนส่งผลไม้จากตลาด Selayang

ผู้ค้าส่งหรือผู้ค้าปลีก เมื่อเลือกซื้อผลไม้เรียบร้อยแล้วจะมีการขนส่งโดยทางรถยนต์ ขนาด 4 ล้อ 6 ล้อ เพื่อกระจายผลไม้ต่อไป



2) ลำไยอบแห้ง

ลำไยอบแห้งที่ส่งไปจำหน่ายในประเทศมาเลเซีย มีทั้งลำไยอบแห้งทั้งเปลือก ลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อ และขนม LO HAN KUO (ลักษณะขนมน้ำตาล) โดยจะมีร้านขายของประเภท ของแห้ง โดยผู้ซื้อปลีกสามารถซื้อได้ที่มินิมาร์เก็ต ร้านยา และซูเปอร์มาร์เก็ต บรรจุภัณฑ์ที่นำมาบรรจุ พบว่าเป็นถุงพลาสติกปิดผนึก 4 ด้านที่เรียกว่า Pouch โดยด้านหนึ่งทำหน้าที่เป็นหน้าต่าง เพื่อมองเห็น ลักษณะสินค้า อีกด้านเป็นอลูมิเนียมฟอยล์ เพื่อกันความชื้น และแสงช่วยให้มีอายุการเก็บนานขึ้น



ร้านค้าขายส่งของผู้นำเข้าลำไยแห้ง
ที่ประเทศมาเลเซีย



ลักษณะร้านขายของชำที่จะซื้อของแห้ง
มาจำหน่าย เช่น ลำไยอบแห้ง



ทีมวิจัยและผู้นำเข้าของประเทศมาเลเซีย



ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งสีทองบรรจุในถุงพลาสติกโดย
ด้านหน้าทำเป็นหน้าต่าง ด้านหลังเป็นอคูมิเนียมฟอย
เพื่อกันความชื้น



ลักษณะขนมน้ำตาล (LO HAN KUO) ที่มีลำไย
อบแห้งเป็นส่วนผสม



วิธีการใช้ขนมน้ำตาล (LO HAN KUO)



ลักษณะขนมน้ำตาล (LO HAN KUO)

3.2.3.4 สาธารณรัฐประชาชนสิงคโปร์

1) ลำไยสด

(1) ระบบการซื้อขายลำไยสด

ผู้นำเข้าผักและผลไม้สดของสิงคโปร์ส่วนใหญ่จะรวมตัวกันอยู่ที่ตลาด ขายส่ง ซึ่งเป็นแหล่งนำเข้าและกระจายสินค้าเข้าตลาดสิงคโปร์และส่งต่อออกไปต่างประเทศ ผู้นำเข้าเหล่านี้จึงเป็นทั้งผู้นำเข้า ผู้ค้าส่งและผู้ส่งออกต่อ เมื่อผักและผลไม้สดเดินทางมาถึงตลาดขายส่งแล้ว ส่วนหนึ่งจะขายให้กับซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านค้าปลีก ส่วนหนึ่งจะมีการประมูลขายที่บริเวณตลาดขนส่งโดยผู้ค้าปลีกรายย่อยจะมาประมูลซื้อเอาไปขาย ที่เหลือจะส่งออกต่อและจำหน่ายปลีก ยกกล่องให้กับผู้ซื้อทั่วไป นอกจากนี้ซูเปอร์มาร์เก็ตยังเป็นผู้นำเข้าผักและผลไม้สดโดยตรงอีกทางหนึ่งด้วย ในทางปฏิบัติเกี่ยวกับการสั่งซื้อและการชำระเงินนั้นจะไม่มี การสั่งซื้อโดยการเปิด Letter of Credit (L/C) ผ่านธนาคาร แต่จะเป็นการขายฝาก (consignment) โดยจ่ายชำระเงินกันเมื่อขายสินค้าไปแล้ว ซึ่งผู้ส่งออกจะทยอยส่งผักและผลไม้ไปให้ผู้นำเข้าตลอดระยะเวลาของฤดูผลไม้แต่ละชนิด จนกว่าจะหมดฤดู ผู้นำเข้าก็จะทยอยจ่ายชำระค่าสินค้าเป็นงวดๆ ไปเช่นกัน โดยไม่ได้กำหนดล่วงหน้าว่าผักผลไม้ที่ส่งออกและนำเข้าแต่ละครั้งจะมีมูลค่าเท่าใด ขึ้นอยู่กับราคาตลาดที่ขายได้ในขณะนั้น (ศูนย์พาณิชย์กรรม ณ สิงคโปร์, 2539)

ตลาดสิงคโปร์เป็นตลาดนำเข้าพืชผักผลไม้ นานาชาติ ประมาณร้อยละ 95 ของความต้องการในประเทศเพื่อบริโภคภายในและส่งออกต่อ (Re-export) ไปยังอินโดนีเซียและบรูไนโดยต่อเนื่องตลอดมา (ปิยาวรรณ สกุลเจริญ, 2539)

ตลาดจำหน่ายปลีกผักและผลไม้สดในประเทศสิงคโปร์แบ่งเป็นตลาดหลัก 2 ประเภท คือ จำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ต และตลาดจำหน่ายในตลาดสดในเขตชุมชนที่พักอาศัย ตลาดจำหน่ายปลีกในซูเปอร์มาร์เก็ตเป็นตลาดที่เชื่อถือและยอมรับกันโดยทั่วไปว่า

จำหน่ายผักและผลไม้สดที่มีการคัดคุณภาพ มีการบรรจุหีบห่อเพื่อการส่งออกขายที่เรียบร้อยสวยงามกว่า และมีราคาค่อนข้างสูงกว่าผักและผลไม้ที่จำหน่ายปลีกตามตลาดสด (ศูนย์พาณิชยกรรม ณ สิงคโปร์, 2539)

ในประเทศสิงคโปร์ซูเปอร์มาร์เก็ตมีลักษณะเป็นเครือข่ายธุรกิจ โดยมีสาขากระจายอยู่ในศูนย์กลางการค้าและเขตชุมชนใหญ่ๆ ซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีชื่อเสียงได้แก่ NTUC ซูเปอร์มาร์เก็ต Oriental Emporium & Supermarket และซูเปอร์มาร์เก็ต Cold Storage ส่วนตลาดสดนั้น เหมือนตลาดในประเทศไทยที่มีการจำหน่ายกับข้าวทั้งสดและแห้ง ส่วนใหญ่จำหน่ายเฉพาะตอนเช้า สินค้าผักและผลไม้สดก็เป็นมุมหนึ่งของตลาดอาหาร มีแผงจำหน่ายผลไม้สดประมาณตลาดละ 2-3 แผง มีผลไม้สดต่างๆ คละกันไป ตามฤดูกาลผลิตของผลไม้ นอกจากนี้ผลไม้สดยังมีจำหน่ายปลีกตามแผงลอยและรถเข็นหาบเร่อีกบ้างกระจายจัดกระจายไป (ศูนย์พาณิชยกรรม ณ สิงคโปร์, 2539)

ตลาดขายส่งผักสดและไม้สดของสิงคโปร์ ได้แก่ Pasir Panjang Wholesale Market เป็นศูนย์กลางการนำเข้าและกระจายสินค้าเข้าสู่ตลาด ทั้งในประเทศสิงคโปร์และส่งออกต่อไปยังประเทศต่างๆ ส่วนใหญ่อยู่ในภูมิภาคแถบนี้ เป็นแหล่งรวมของผู้นำเข้า ซึ่งเป็นทั้งผู้ค้าส่งและผู้ส่งออกด้วย โดยบริเวณตลาดขายส่งจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพียบพร้อม เช่น ลานจอดรถยนต์ ลานเทียบท่ารถบรรทุก ห้องเย็น แบ่งเขตสินค้าผัก ผลไม้และสินค้าอื่นๆ เป็นกลุ่มและบริเวณที่ประมูลสินค้า (ศูนย์พาณิชยกรรม ณ สิงคโปร์, 2539)

ผักสดและผลไม้สดในประเทศสิงคโปร์มีความหลากหลายมาก และมีการนำเข้าจากผู้ผลิตทั่วทุกภูมิภาคทั้งในเอเชีย ยุโรป อเมริกาเหนือ อเมริกาใต้ และแถบโอเชียเนีย ตัวอย่างของผลไม้ มีแอปเปิ้ล กีวีฟรุต กล้วย เชอรี่ ลิ้นจี่ ลำไย มะนาว ขนุน ฝรั่ง ส้มนาลาชาติ องุ่น มะพร้าวอ่อน สับปะรด เกรฟฟรุต มะม่วง กระท้อน มังคุด แพร์ พลัม พีช อินทผลัม ฮันนีดิว สตรอเบอรี่ อโวคาโด มะละกอ น้อยหน่า เงาะ ทูเรียน ฯลฯ (ศูนย์พาณิชยกรรม ณ สิงคโปร์, 2539)

ประเทศที่สิงคโปร์นำเข้าผลไม้สดและแห้งมากเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ สหรัฐอเมริกา รองลงไปได้แก่ ออสเตรเลีย มาเลเซีย จีน ไทย อินเดีย นิวซีแลนด์ ฝรั่งเศส อิตาลี และญี่ปุ่น (ศูนย์พาณิชยกรรม ณ สิงคโปร์, 2539)

ทางด้านการส่งออกผลไม้สดของสิงคโปร์ เกือบทั้งหมดเป็นผลไม้ที่นำเข้าและส่งออกต่อ เพราะสิงคโปร์ไม่ใช่ประเทศผู้ผลิตผลไม้ แต่เพราะสิงคโปร์เป็นประเทศที่มีความสามารถ ด้านการตลาด จึงสามารถนำเข้าผลไม้และส่งออกต่อผลไม้ได้ปีละจำนวนมาก และส่งไปขายได้ทั่วโลก รวมทั้งประเทศ (ศูนย์พาณิชยกรรม ณ สิงคโปร์, 2539)

ประเทศที่สิงคโปร์ส่งผลไม้สดออกไปจำหน่ายมาก เรียงตามลำดับมูลค่า ในปีค.ศ. 1995 ได้แก่ มาเลเซีย ฮองกง บรูไน ไทย เนปาล สหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ อังกฤษ อินเดีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เยอรมัน และออสเตรเลีย (ศูนย์พาณิชย์กรรม ณ สิงคโปร์, 2539)

ราคาขายปลีกผลไม้สดในประเทศสิงคโปร์โดยเฉลี่ยค่อนข้างแพง แต่ผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูงมากเพียงพอที่จะซื้อรับประทานได้ทุกฤดูกาล ราคาผลไม้ที่ขายปลีกแบ่งเป็นราคาขายต่อหน่วยและราคาขายต่อกิโลกรัม ขึ้นอยู่กับชนิดของผลไม้และวิธีการเสนอขายของผู้ค้าปลีก โดยทั่วไปผลไม้ประเภทส้ม แอปเปิ้ล แพร์ มะนาว (Lemon) มะม่วง กระท้อน ส้มโอ ฝรั่ง นิยมตั้งราคาต่อผล หรืออาจจะใส่ถาดโฟมรัดด้วยฟิล์มพลาสติกใส่ถาดละ 2-3 ผล ก็มีผลไม้บางอย่าง เช่น ทูเรียน มีการจำหน่ายปลีกทั้งผลหรือแกะใส่ถาดโฟมให้ผู้ซื้อเลือกตามความพอใจ และผลไม้ประเภทองุ่น ทูเรียน กล้วย เงาะ ลำไย มะละกอ ฯลฯ นิยมขายในราคาต่อกิโลกรัม (ศูนย์พาณิชย์กรรม ณ สิงคโปร์, 2539)

ผลไม้ของไทยและของมาเลเซียโดยทั่วไปขนส่งเข้าประเทศสิงคโปร์โดยทางรถยนต์ ผลไม้ที่ส่งออกจากประเทศไทยโดยทางรถยนต์มีทั้งที่ขนส่งโดยรถห้องเย็นและรถบรรทุกธรรมดาใช้ผ้าใบคลุม ผ่านแดนมาเลเซียเข้าจุดตรวจที่รัฐยะโฮร์ ตรงเข้าตลาดขายส่งในสิงคโปร์ ส่วนผลไม้จากมาเลเซียที่ส่งเข้าสิงคโปร์นั้น โดยที่มาเลเซียมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศสิงคโปร์และมีการคมนาคมที่ติดต่อกันได้สะดวกรวดเร็ว จึงนิยมขนส่งโดยใช้รถบรรทุกขนาดเล็ก หรือรถกระบะเล็ก เพราะมีความคล่องตัวและประหยัดกว่า นอกจากจะส่งเข้าตลาดขายส่งแล้ว ยังขนส่งตรงเข้าสู่ตลาดขายปลีกที่มีอยู่กระจายโดยทั่วไปโดยตรง (ศูนย์พาณิชย์กรรม ณ สิงคโปร์, 2539)

การส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่ใช้กับสินค้าผลไม้สดและจะดำเนินการในซูเปอร์มาร์เก็ต โดยร่วมกับองค์กรของรัฐบาลของประเทศผู้ส่งออกผลไม้เหล่านั้น เพื่อเผยแพร่ภาพลักษณ์และสร้างความคุ้นเคยกับผู้บริโภค โดยจัดในลักษณะสัปดาห์เผยแพร่ผลไม้ที่ต้องการทำประชาสัมพันธ์ เช่น การจัดสัปดาห์เผยแพร่กีวีฟรุตของประเทศนิวซีแลนด์หรือสัปดาห์เผยแพร่แอปเปิ้ลของสหรัฐอเมริกา เป็นต้น ในระหว่างการจัดสัปดาห์เผยแพร่สินค้าผลไม้เหล่านั้นจะมีการลดราคาสินค้าเป็นแรงจูงใจ มีป้ายโปสเตอร์แขวนบนเพดาน มีพนักงานเชิญชวนผู้ซื้อรวมถึงการจับฉลากรางวัลต่างๆ เพื่อสมนาคุณด้วย นอกจากนี้ อาจจะมีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชนแขนงต่างๆ และซูเปอร์มาร์เก็ตเองก็จัดส่งแผ่นปลิวไปตามบ้านพักอาศัยด้วย (ศูนย์พาณิชย์กรรม ณ สิงคโปร์, 2539)

2) ลำไยอบแห้ง

สำหรับลำไยอบแห้งนั้น การส่งออกลำไยอบแห้งของไทยไปยัง สิงคโปร์ กระทำในสองเส้นทาง กล่าวคือ เส้นทางแรกเป็นการส่งออกโดยผ่านบริษัทร่วมลงทุน (Joint Venture) ระหว่างชาวไทยและสิงคโปร์ซึ่งเป็นการส่งออกลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อเท่านั้น ส่วนเส้นทางที่สองเป็นการส่งออกโดยผ่านผู้ส่งออกทั่วไป ทั้งในรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกและเฉพาะเนื้อ (คณิง โยธาใหญ่, 2541)

จากการสัมภาษณ์ผู้ส่งออก (ภาคผนวก 2 ตารางที่ 2) ผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ลำไยไทยในสิงคโปร์ (ภาคผนวก 2 ตารางที่ 4) พอสรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์ลำไยไทยจะนำเข้าประเทศสิงคโปร์ โดยการขนส่งทางบก คือรถยนต์ โดยผ่านประเทศมาเลเซีย โดยผลิตภัณฑ์ลำไยที่นำเข้า จะมีการบริโภคภายในประเทศส่วนหนึ่งและนำไปจำหน่ายต่ออีกส่วนหนึ่ง (Re-export) โดยส่งต่อไปประเทศต่างๆ เหมือนฮ่องกง

ระบบการซื้อขายผลิตภัณฑ์ลำไยไทย ที่ส่งออกในประเทศสิงคโปร์ เป็นระบบขายฝาก (Consignment)

3) การตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยในประเทศสิงคโปร์

ทีมวิจัยได้ไปสำรวจตลาด Pasir Panjang ซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้าปลีก ซึ่งที่นี่ผู้ประกอบการจะเป็นทั้งผู้ค้าส่ง ค้าปลีก และเป็นผู้ส่งออก ตลาดในประเทศสิงคโปร์มีผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศมากมาย จากการสำรวจพบว่า

(1) ผลไม้นำเข้าจากประเทศต่างๆ



ลูกท้อแดงจากแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา
นำมาจำหน่ายที่ประเทศสิงคโปร์



ลูกพลัมจากประเทศนิวซีแลนด์ ที่นำมาจำหน่ายใน
ประเทศสิงคโปร์



ลำไยสด ลำไยอบแห้ง จากประเทศไทย และลูกพลัม แอปเปิ้ลจากสหรัฐอเมริกา และลำไยจากไทย มะม่วงจาก
จากประเทศสหรัฐอเมริกา และลูกกีวี จากประเทศ ประเทศปากีสถาน นำมาจำหน่ายในประเทศสิงคโปร์
นิวซีแลนด์ ในร้านผู้นำเข้าในประเทศสิงคโปร์



ลำไยสดจากประเทศไทย และ Sunkist จากประเทศสหรัฐอเมริกา

(2) บรรจุกัณฑ์และเครื่องดื่มลำไย



กล่องรองรับลำไยและผลไม้ต่างๆ ขายเป็นกิโลกรัม
หรือปอนด์



ลักษณะน้ำลำไยกระป๋องที่มีจำหน่ายใน
ซูเปอร์มาร์เก็ตในประเทศสิงคโปร์

(3) ลำไยสดจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนที่ส่งมาเป็นตัวอย่างเพื่อวางจำหน่ายในประเทศไทยสิงคโปร์ โดยมีจุดเด่นคือ การเพาะปลูกไม่มีสารเคมี ปลูกโดยธรรมชาติ



ลักษณะลำไยสดของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนที่ส่งมาเป็นตัวอย่างเพื่อจะส่งมาจำหน่ายที่ประเทศไทยสิงคโปร์

3.2.3.5 สหรัฐอเมริกา

1) ระบบการซื้อขาย การกระจายและช่องทางการตลาด
ผลิตภัณฑ์ลำไย

จากการค้นคว้าเอกสาร ข้อมูลที่พบไม่สามารถแยกเสนอข้อมูลเป็น 2 ส่วนคือ ระบบการซื้อขายและการกระจายและช่องทางการตลาดได้ จึงเสนอข้อมูลรวมดังนี้

สำหรับลำไยสดแม้ว่าจะไม่ได้รับอนุญาตให้มีการนำเข้าจากประเทศไทย แต่ลำไยสดก็มีจำหน่ายในสหรัฐฯ โดยเป็นผลผลิตของเกษตรกรสหรัฐฯ ในรัฐแคลิฟอร์เนีย ฟลอริดา ฮาวาย และเป็นผลผลิตที่นำเข้าจากบราซิล สาธารณรัฐโดมินิกัน ไฮติ และจาไมก้า อย่างไรก็ตาม ปริมาณลำไยที่วางจำหน่ายยังมีจำนวนน้อย เนื่องจากการปลูกลำไยในแหล่งเหล่านี้ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น จำนวนเนื้อที่เพาะปลูกและต้นลำไยที่ให้ผลยังมีน้อย จึงมีผลผลิตน้อย โดยลำไยเหล่านี้จะวางจำหน่ายในช่วงเดือนกรกฎาคม ถึง สิงหาคม รสชาติลำไยที่ปลูกได้ในสหรัฐฯ ใกล้เคียงกับลำไยของประเทศไทย (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส , 2544)

ลำไยที่ผลิตในฟลอริดาใต้ของสหรัฐฯ จะมีการบริโภคทั้งในรูปแบบสดและแช่แข็ง โดยที่อาจจะแช่แข็งทั้งลูกในถุงโพลีเอทิลีนหรือกล่องที่ปิดแน่น (Crane, Balerdi, และ Sargent)

ผลไม้สดและผลไม้แช่เยือกแข็งที่เป็นผลไม้จากเมืองร้อนจะมีการวางจำหน่ายเฉพาะในตลาดค้าปลีกที่ให้บริการแก่ชนกลุ่มน้อยที่คุ้นเคยกับการบริโภคผลไม้เหล่านี้เท่านั้น เช่น เวียดนาม ลาว เขมร และไทย โดยที่อัตราการบริโภคของกลุ่มชาวเวียดนามและชาวไทยจะสูง

กว่ากลุ่มอื่นๆ ทั้งนี้เนื่องจากชุมชนชาวเวียดนามเป็นชุมชนที่มีขนาดใหญ่และมีฐานะทางเศรษฐกิจดีที่สุด ส่วนชุมชนชาวไทยแม้จะมีขนาดไม่ใหญ่แต่ก็มีฐานะทางเศรษฐกิจค่อนข้างดี นอกจากนี้สินค้าที่นำเข้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่นำเข้าจากประเทศเวียดนามและประเทศไทย ส่วนลำไยที่วางจำหน่ายจะอยู่ในรูปแบบของลำไยแช่แข็งทั้งเปลือก โดยมีราคาขายปลีก ตั้งแต่ 1.19 เหรียญ ต่อ 10 ออนซ์ .99 เซนต์ – 1.5 เหรียญ ต่อปอนด์ หรือ 99 เซนต์ – 1.49 เหรียญ ต่อครึ่งปอนด์ (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส, 2544)

สินค้าที่จำหน่ายจะมีบรรจุกฎใน 2 ลักษณะ คือ มีบรรจุกฎอย่างดี และบรรจุกฎที่ด้อยคุณภาพอย่างมาก สำหรับลำไยที่มีจำหน่ายจะถูกใส่กล่องพลาสติกอย่างดี หรือบรรจุถุงพลาสติกอย่างเรียบร้อยบ้างไม่เรียบร้อยบ้าง โดยที่ลำไยจะมีอายุการวางจำหน่ายที่จะดึงดูดใจผู้ซื้อค่อนข้างสั้น กล่าวคือจะจำหน่ายได้ดีเมื่อสินค้าถูกวางตลาดในระยะเวลา 1-2 วันแรก เท่านั้น หลังจากนั้นจะจำหน่ายไม่ค่อยได้ และต้องทิ้งเสียเป็นส่วนใหญ่ (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส , 2544)

สำหรับผลิตภัณฑ์ลำไยที่มีการวางจำหน่ายตลอดปีคือลำไยตากแห้ง และลำไยสดแช่เยือกแข็ง ส่วนใหญ่ของลำไยตากแห้งจะเป็นในรูปของเนื้อลำไยตากแห้งเพื่อนำมาทำเป็นน้ำลำไย ส่วนลำไยอบแห้งทั้งเปลือกและเมล็ดมีวางจำหน่ายบ้างแต่ไม่มากนัก (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส , 2544)

อย่างไรก็ตามแม้ว่าลำไยสดจากประเทศไทยจะมีการห้ามการนำเข้า สหรัฐฯ แต่ประเทศไทยก็ยังสามารถส่งลำไยแช่แข็ง ลำไยกระป๋อง และลำไยแห้ง เข้าไปจำหน่ายในสหรัฐฯ ได้ โดยที่สหรัฐฯ เป็นผู้นำเข้ารายใหญ่ของลำไยแช่แข็ง และลำไยกระป๋องของไทย (ปิยาวรรณสกุลเจริญ, 2539) นอกจากนี้ลำไยสดที่ไทยส่งไปยังแคนาดาจะมีส่วนหนึ่งถูก Re-export มายังสหรัฐฯ (มนตรี ด้านไพบูลย์, 2543)

ผลิตภัณฑ์ลำไยไทยจะนำเข้าประเทศสหรัฐอเมริกาโดยการขนส่งทางเรือ โดยมีผลิตภัณฑ์ลำไยแช่แข็ง และลำไยอบแห้งเท่านั้นที่นำเข้าได้ ลำไยสดที่มีจำหน่ายจำหน่ายทางประเทศแคนาดา ทั้งนี้เนื่องจากกฎระเบียบการกีดกันพืช

ระบบการซื้อขายผลิตภัณฑ์ลำไยไทย ที่ส่งออกไปที่ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นระบบขายขาด

3.2.3.6 แคนาดา

1) ระบบการซื้อขายผลิตภัณฑ์ลำไย

การนำเข้าสินค้าผัก – ผลไม้ของแคนาดาในปัจจุบัน ผู้ประกอบการสามารถดำเนินการได้โดยเสรี ไม่ต้องขึ้นทะเบียนโรงงานผู้ผลิตเหมือนสินค้าอาหารทะเลและเนื้อสัตว์ แต่ผู้นำเข้าสินค้าผัก – ผลไม้สดจะต้องได้รับใบอนุญาต (License) ก่อนการนำเข้า และสินค้าที่นำเข้าต้องมีขนาดมาตรฐานไม่มีสารตกค้าง (Chemical Residues) การบรรจุหีบห่อและป้ายฉลาก ต้องระบุชื่อสามัญสินค้า น้ำหนักระบบเมตริก ชื่อผู้ขาย ประเทศผู้ส่งออก ฯลฯ (ศูนย์ประสานงานแก้ไขปัญหาส่งออก)

บรรจุภัณฑ์ของสินค้านำเข้าจะต้องได้รับการออกแบบให้มีขนาดรูปแบบ และคุณสมบัติเฉพาะและมีความสัมพันธ์โดยตรงกับชนิดสินค้า วิธีการขนส่งและความต้องการของลูกค้า/ตลาด โดยทั่วไปผลไม้ชั้นดีแต่มีความบอบบาง และผักควรจะบรรจุในกล่องไม้หรือกระดาษแข็ง ที่แบ่งช่องตามขนาดของผลไม้หรือภายในกล่องมีถาดพลาสติกที่มีช่องสำหรับหุ้มผลไม้แต่ละผล กล่องเหล่านี้ควรมีความแข็งแรงเพียงพอที่จะป้องกันการกระแทกได้ดีและมีช่องระบายอากาศพอเพียง นอกจากนี้ต้องปิดสลักแสดงรายละเอียดบนกล่องเป็นภาษาอังกฤษและฝรั่งเศสดังต่อไปนี้

- ชื่อผลไม้และรายละเอียด
- น้ำหนักของกล่อง หน่วยเป็นปอนด์หรือกิโลกรัม และจำนวน

สินค้าในตอกกล่อง

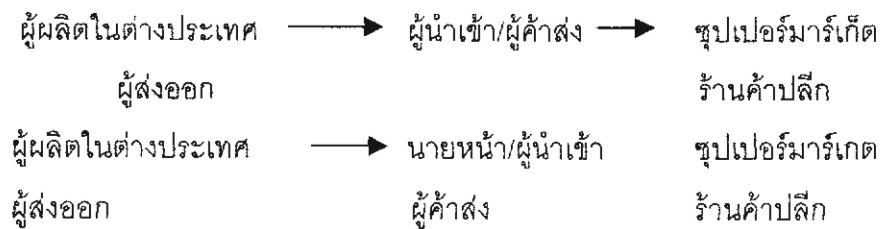
- ประเทศที่เป็นต้นกำเนิดสินค้า เช่น Product of Thailand
- ชื่อและที่อยู่ของผู้ปลูก ผู้บรรจุ และหรือผู้ส่งออก
- ระดับคุณภาพ
- Lot number (เครื่องหมายแสดงลำดับการขนส่งในแต่ละเที่ยว)

การจำแนกระดับคุณภาพของสินค้าตามมาตรฐานสินค้าตามคุณสมบัติ เช่น ขนาด น้ำหนัก ชนิด ความดิบ – สุก คุณสมบัติอื่น และปริมาณบรรจุต่อกล่อง มาตรฐานนี้อาจกำหนดโดยรัฐบาล สหกรณ์ คณะกรรมการตลาด หรือองค์กรเอกชนสำหรับการนำเข้าตลาดแคนาดา ผักผลไม้สดจะต้องมีคุณสมบัติไม่ต่ำกว่าระดับต่ำสุดของมาตรฐานแคนาดา (www.depthai.go.th)

สำหรับสินค้าผัก – ผลไม้กระป๋องที่นำเข้า ต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ป้ายฉลากระบุชื่อสามัญสินค้า ปริมาณ น้ำหนัก ส่วนผสม ชื่อผู้ค้า และประเทศผู้ส่งออก ทั้งภาษาอังกฤษและฝรั่งเศส (ศูนย์ประสานงานแก้ไขปัญหาส่งออก)

2) การกระจายและช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ลำไย

ชาวแคนาดานิยมซื้ออาหารและของชำจากซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งมีสินค้าผักผลไม้หลากหลายชนิด ร้านค้าปลีกในเครือบริษัทแม่ ที่ตั้งอยู่ในย่านคนต่างชาติและชาวเอเชียจะมีผักและผลไม้ที่มาจากประเทศเหล่านั้น และร้านค้าดังกล่าวไม่กล้าที่จะนำเข้าโดยตรงจากต่างประเทศ เนื่องจากไม่แน่ใจในความสม่ำเสมอของคุณภาพ เช่น การคัดขนาด คุณภาพ และการขนส่ง ช่องทางจำหน่ายใหญ่ 2 ช่องทางประกอบด้วย



นายหน้ามี 2 ประเภท คือ

- นายหน้าผู้ซื้อ คือ นายหน้าที่ผู้ค้าส่งมอบหมายให้ทำหน้าที่ตัวแทน ในการจัดซื้อ กำหนดปริมาณสินค้าในระวางเรือ การส่งมอบ การตรวจสอบและอื่นๆในนามของผู้ค้าส่ง

- นายหน้าขาย เป็นนายหน้า ที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนผู้ปลูกผักผลไม้ ในระดับภูมิภาค หรือระดับประเทศ นายหน้าจะพยายามหาผู้ซื้อ และจัดเตรียมเอกสารและสิ่งที่จำเป็นในการส่งมอบผักผลไม้แก่ผู้ซื้อ

- ในแคนาดามีผู้ประกอบการผู้ค้าส่งเพียงไม่กี่ราย ส่วนใหญ่จะเป็นร้านค้าปลีกในเครือข่าย (chain-store) ซึ่งควบคุมโดยบริษัทในเครือ นายหน้าหรือผู้นำเข้าจะติดต่อกับศูนย์กลางการจำหน่ายของผู้ค้าส่งที่ทำงานให้กับ Chain – Store เพื่อที่จะจัดหาและนำเข้าสินค้าผักผลไม้จากต่างประเทศให้ มีผู้ค้าส่งไม่กี่รายที่นำเข้าสินค้าด้วยตนเองและส่งมอบแก่ผู้ซื้อเอง

จากการสำรวจของสำนักงาน แวนคูเวอร์เกี่ยวกับตลาดผักและผลไม้ พบว่าในเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน 2544 เป็นช่วงที่มีผลไม้จากไทยส่งเข้ามาหลากหลายชนิด ได้แก่ ลำไย ลิ้นจี่ ทุเรียน เงาะ ส้มโอ ลองกอง มะม่วง มังคุด เป็นต้น คุณภาพสดในวันแรกมาที่มาถึงคือ วันอังคารและพฤหัสบดี ของทุกสัปดาห์ ราคาสินค้าคิดเป็นปอนด์หรือกิโลกรัม ลิ้นจี่ 4.99-8.99 ดอลลาร์แคนาดา/ปอนด์ เงาะ 5.49 ดอลลาร์/ปอนด์ มังคุด 5.99 ดอลลาร์/ปอนด์ ทุเรียน 4.49 ดอลลาร์/ปอนด์ ลำไย 2.99 ดอลลาร์/ปอนด์ ส้มโอ ลูกละ 1.69 ดอลลาร์ เป็นต้น การขนส่งไม่เหมาะสม สินค้าชำรุด คุณภาพไม่สม่ำเสมอ (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์, 2544)

แคนาดานำเข้าลำไยสดแช่แข็งและลำไยกระป๋องจากไทยทุกปี แต่ไม่มีสถิติปริมาณและมูลค่าการนำเข้าอย่างเป็นทางการ เนื่องจากการจัดเก็บสถิติข้อมูลจัดอยู่ในประเภทผลไม้ชนิดต่างๆ รวมกันกว่า 50 ชนิด ซึ่งแต่ละชนิดมีมูลค่าไม่มากและส่วนใหญ่เป็นผลไม้เมืองร้อน รายการชื่อผลไม้ดังกล่าว ได้แก่ กัลลวย ทุเรียน มะเดื่อ ฝรั่ง กีวี มะม่วง มะละกอ สับปะรด มะเฟือง มะขาม แตงโม ลิ้นจี่ ลำไย เป็นต้น และจัดอยู่ในพิกัดศุลกากร HS Code 2008.92.10 ผลไม้กระป๋อง HS Code 0810.40.90 ผลไม้สด (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์, 2544)

สำหรับลำไยสดที่นำเข้าสู่แคนาดาส่วนหนึ่งมีการ Re-Export เข้าสู่ตลาดสหรัฐ (มนตรี ด่านไพบูลย์, 2543)

แคนาดาเป็นประเทศที่มีประชาชนหลายเชื้อชาติอาศัยอยู่ ลำไยสดเป็นผลไม้จากไทยชนิดเดียวที่วางจำหน่ายในตลาดแคนาดาโดยไม่มีคู่แข่ง จะเริ่มจำหน่ายในตลาดตั้งแต่ปลายเดือนมิถุนายนถึงต้นเดือนกันยายน ฤดูกาลนำเข้าเป็นช่วงสั้น ลำไยที่วางจำหน่ายส่วนใหญ่จะเป็นพันธุ์กะโหลกโดยในช่วงเดือนสิงหาคม จะมีการนำเข้าไปจำหน่ายมากที่สุด ตลาดแคนาดามีขนาดปานกลางผู้นำเข้าเป็นผู้มีเชื้อสายจีน (ปิยาวรรณ สกุลเจริญ, 2539)

สำหรับลำไย ลำไยสดได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมากกว่า ลำไยกระป๋อง และนิยมอยู่ในกลุ่มชนชาวตะวันตก ส่วนชาวแคนาดายังไม่รู้จักผลไม้ชนิดนี้มากนัก (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์, 2544)

ผลิตภัณฑ์ลำไยไทยจะนำเข้าประเทศแคนาดาโดยการขนส่งทางเรือ และทางอากาศ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้ทางเรือเนื่องจากราคาถูก ผลิตภัณฑ์ลำไยไทยส่วนใหญ่ที่นำเข้า ได้แก่ ลำไยแช่แข็ง ลำไยกระป๋อง มีลำไยสดบ้าง โดยผลิตภัณฑ์ลำไยที่นำเข้ามาจะมีส่งออก (Re-export) ต่อไปประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีการขนส่งทางรถยนต์

ระบบการซื้อขายผลิตภัณฑ์ลำไยไทย ที่ส่งออกไปที่ประเทศแคนาดาเป็นระบบขายขาด

บทที่ 4

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

4.1 สรุปผลการศึกษา

สรุประบบตลาดที่เชื่อมโยงกับระบบผลิตภัณฑ์ลำไยภายในประเทศจากข้อมูลระบบผลิตภัณฑ์ลำไยที่เชื่อมโยงกับระบบตลาดภายในประเทศและประเทศเป้าหมาย สามารถเชื่อมโยงระบบทั้งสองระบบที่เชื่อมโยงกับระบบผลิตภัณฑ์ลำไยภายในประเทศได้ดังนี้

4.1.1 ภาพรวมระบบตลาดผลิตภัณฑ์ลำไย

ในภาพรวมของระบบตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยจะใช้ข้อมูลจากปีพ.ศ. 2543 เป็นรูปแบบเพื่อสรุปภาพรวมของตลาดผลิตภัณฑ์ลำไย โดยพิจารณาเรื่องสัดส่วนตัวเลขต่าง ๆ ประกอบการวิเคราะห์ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ระบบตลาดที่เชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ลำไยภายในประเทศ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ปลูกลำไยพันธุ์ดอ มีพื้นที่ปลูก 5-40 ไร่ มากกว่า 60 ไร่ โดยมีการใช้เทคโนโลยีการผลิต คือ การใส่ปุ๋ย การตัดกิ่งทรงพุ่ม การรักษากำจัดศัตรูพืช และการใช้สารโปรแตสเซียมคลอไรด์ ข้อมูลการพัฒนาผลผลิตโดยส่วนใหญ่ได้จากกลุ่มเกษตรกรด้วยกันเอง สื่อต่างๆ และเอกชนแนะนำ ปัจจุบันมีผลผลิตภายในฤดูช่วงเดือนมิถุนายน-สิงหาคม และนอกฤดูช่วงเดือนกันยายน-พฤษภาคม โดยผลผลิตในอดีต (2534-2543) โดยเฉพาะปีพ.ศ. 2543 มีการนำเทคโนโลยีการปลูกให้ลำไยออกนอกฤดู โดยใช้สารโปรแตสเซียมคลอไรด์ และมีการขยายพื้นที่ปลูก ทำให้ผลผลิตลำไย ปีพ.ศ. 2543 มีปริมาณสูงถึง 374,459 ตัน โดยผลผลิตภาคเหนือมากกว่า 90% ลำไยสดทั้งหมดของประเทศจะนำมาบริโภคภายในประเทศ 18.69% ของผลผลิต(70,025 ตัน) ที่เหลือส่งออกโดยเฉพาะ โดยคิดเป็นลำไยสด 105,387 ตัน และลำไยแปรรูป 197,047 ตัน คิดเป็น 28.14% และ 53.16% ตามลำดับ จากผลผลิตที่มากทำให้ราคาลำไยตกต่ำ ดังนั้นรัฐบาลจึงให้การสนับสนุนเดอบเพื่อการแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งทั้งเปลือกเพื่อแก้ปัญหาราคาลำไยตกต่ำ จึงทำให้ปริมาณการส่งออกลำไยอบแห้งทั้งเปลือกมีปริมาณสูงและยังมีส่วนบางส่วนยังไม่ได้จำหน่ายออก จึงส่งต่อปีพ.ศ. 2544 มีผลผลิตลำไยไม่เพิ่ม แต่มีลำไยอบแห้งทั้งเปลือกที่รอการจำหน่ายเป็นจำนวนมาก เกษตรกรจึงจำหน่ายลำไยสดจึงจะได้ราคาดีกว่าทำให้รัฐบาลไม่มีนโยบายประกันราคาลำไยอบแห้งทั้งเปลือก ปีพ.ศ. 2545 รัฐบาลมีนโยบายประกันราคาลำไยอบแห้งทั้งเปลือก เกษตรกรส่วนใหญ่จะนำมาแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งทั้งเปลือกซึ่งได้ราคาดีกว่า ดังนั้นปีพ.ศ. 2543-2545 จะพบว่า รัฐบาลจะมีนโยบายพยุงราคาลำไยในช่วงมีผลผลิตมาก ส่งผลต่อกลไกตลาด โดยเฉพาะผลผลิตและความต้องการ (Demand & Supply) ที่ไม่ได้ดำเนินไปตลาดสภาวะปกติ ดังนั้นการติดตามอุปสงค์ของตลาด โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศที่เป็นแหล่งการกระจายผลผลิตที่สำคัญของประเทศ จะถือว่าเป็นเป้าหมายสำคัญในการผลิตลำไย ให้ประสบความสำเร็จ และหากจะ

สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้มีความจำเป็นต้องสามารถแข่งขันในด้านคุณภาพราคาของผลิตภัณฑ์ลำไยชนิดเดียวกัน และผลิตภัณฑ์ผลไม้ชนิดอื่นๆ เพราะผู้บริโภคสามารถเลือกผลิตภัณฑ์อื่น ๆทดแทนได้

เพื่อให้ได้ทราบการกระจายผลผลิตลำไยสด ทางทีมวิจัยได้ใช้วิธีการคำนวณโดยมีข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญที่ใช้ในการทราบการกระจายลำไยสดดังนี้คือ

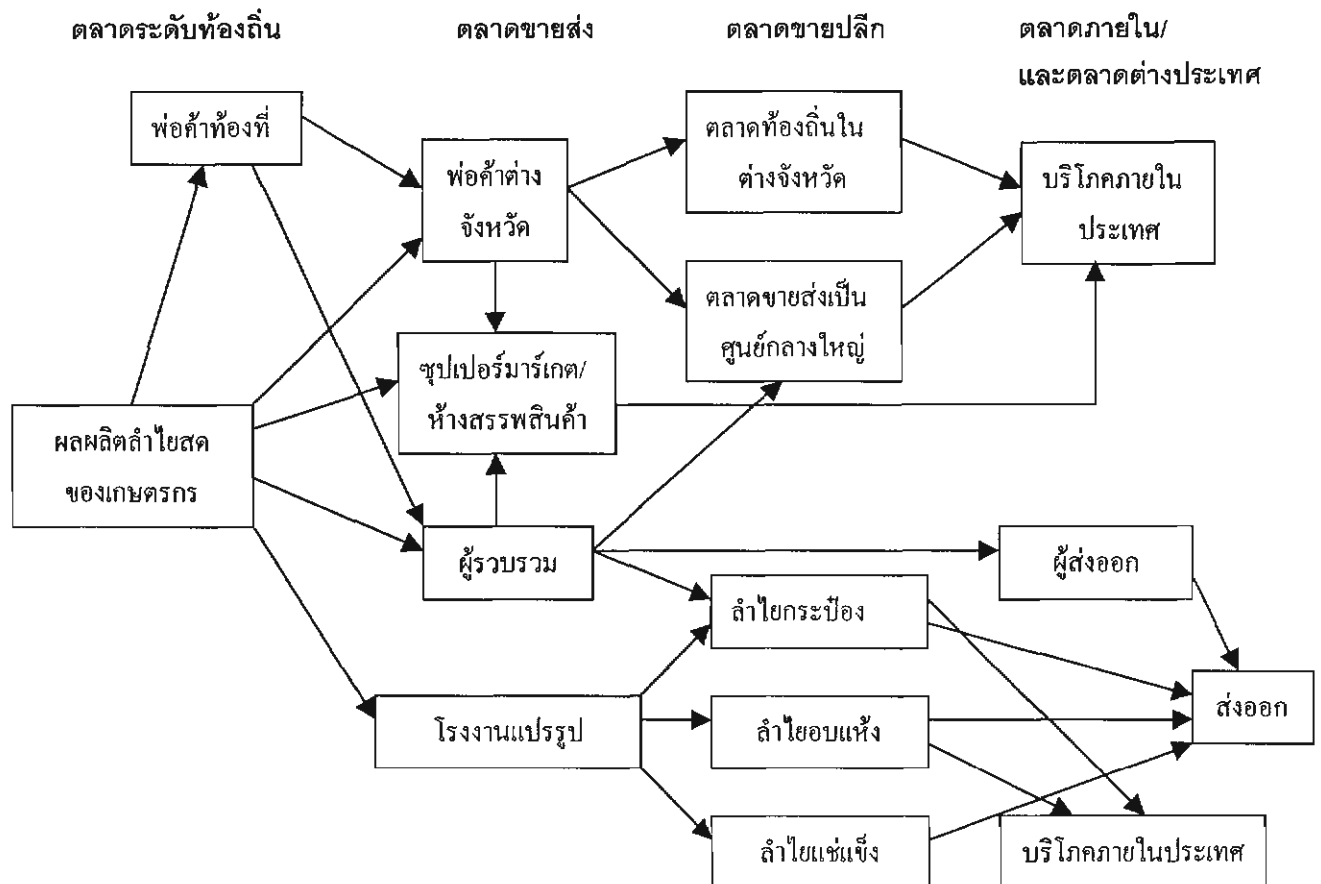
1. การผลิตลำไยสดมีการบริโภคภายในประเทศประมาณ 10 – 20 %
 2. ผลผลิตลำไยแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งทั้งเปลือกจะใช้ลำไยสด 3 กิโลกรัมในการอบจะได้ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก 1 กิโลกรัม
 3. ลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อ โดยลำไยสด 10 กิโลกรัมสามารถผลิตลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อได้ 1 กิโลกรัม ซึ่งข้อมูลศุลกากรไม่มีการแยกกลุ่มของลำไยอบแห้งทั้งเปลือกและลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อ ดังนั้นจึงใช้ตัวเลขของลำไยอบแห้งทั้งเปลือกเป็นหลัก
 4. ลำไยกระป๋อง โดยลำไยสด 12 กิโลกรัม สามารถผลิตลำไยกระป๋องได้ 1 กล่อง ซึ่งมีการบรรจุ 24 กระป๋อง ๆ ละ 0.565 กรัม หรือ 20 ออนซ์ ดังนั้น 1 กล่องจะมีน้ำหนัก 13.56 กิโลกรัม
 5. ลำไยแช่แข็ง โดยลำไยสด 1 กิโลกรัมสามารถทำลำไยแช่แข็งได้ประมาณ 1 กิโลกรัม
- จากข้อมูลดังกล่าวในเบื้องต้นทีมวิจัยจึงใช้หลักการข้อมูลสถิติเป็นหลัก โดยข้อมูลสถิติที่ใช้คือ จำนวนผลผลิตลำไยในประเทศ และข้อมูลปริมาณและมูลค่าการส่งออก เป็นหลักในการคำนวณประมาณการกระจายผลผลิตลำไยดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ปริมาณการส่งออกลำไยสดปีพ.ศ. 2543 105,387 ตัน คิดเป็น 18.69% ของผลผลิตทั้งหมด
2. ปริมาณการส่งออกลำไยแห้ง ปีพ.ศ. 2543 170,322 ตัน คิดเป็น 45.48% ของผลผลิตทั้งหมด โดย อบเป็นลำไยแห้งทั้งเปลือก 1 กิโลกรัม จะเป็นลำไยสด 510,966 ตัน (ลำไยสด 3 กิโลกรัม ส่วนลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อไม่มีข้อมูลทางสถิติจึงไม่สามารถประเมินได้
3. ปริมาณการส่งออกลำไยกระป๋อง ปีพ.ศ. 2543 24,478 ตัน คิดเป็น 6.61% ของผลผลิตทั้งหมด โดยลำไยสด 12 กิโลกรัม สามารถผลิตลำไยกระป๋อง 13.56 กิโลกรัม ดังนั้นจะเป็นลำไยสด 27,415 ตัน
$$\left[\frac{12,374 \times 0.01356}{0.012} \right]$$
4. ปริมาณการส่งออกลำไยแช่แข็ง ปีพ.ศ. 2543 3,977 ตัน คิดเป็น 1.06% ของผลผลิตทั้งหมด โดยคิดลำไยแช่แข็ง 3,977 ตัน เป็นลำไยสด 3,977 ตัน จากข้อมูลดังกล่าวนี้จะสามารถกำหนดวิถีตลาดลำไย ปีพ.ศ. 2543 ได้ดังรูปที่ 47
5. ผลิตภัณฑ์ลำไยแปรรูปบริโภคภายในประเทศ ไม่สามารถประเมินได้ จึงนำไปรวมเป็นการบริโภคภายในประเทศทั้งหมด

4.1.2 สรุปการกระจายและช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ลำไย

4.1.2.1 ลำไยสด

1) การกระจายและช่องทางการตลาด



รูปที่ 48 การกระจายและช่องทางการตลาด ลำไยสดภายในประเทศ ปีพ.ศ. 2544-2545

พบว่า ปีพ.ศ. 2544-2545 เกษตรกรผู้ปลูกลำไยจะขายผลผลิตให้กับ พ่อค้าท้องถิ่น หรือจำหน่ายเองในท้องถิ่น ซึ่งจะเป็นตลาดระดับท้องถิ่น หากเป็นตลาดขายส่งเกษตรกรจะขายผลผลิตให้พ่อค้าขายส่ง

ส่วนที่พ่อค้าท้องถิ่นนำไปจำหน่ายมักจะนำไปจำหน่ายเป็นกิโลกรัมตามริมถนน หรือส่งให้ร้านค้าปลีกในท้องถิ่น พ่อค้าที่มารับซื้อลำไยจะมีทั้งพ่อค้าปลีกและพ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก บางส่วนเป็นซูเปอร์มาร์เก็ตหรือห้างสรรพสินค้า และพ่อค้ารายย่อยทั่วไป สำหรับพ่อค้าขายส่ง จะมารับซื้อจากเกษตรกรเพื่อนำไปจำหน่ายต่อ และยังมีผู้รวบรวม ซึ่งจะทำหน้าที่รวบรวมสินค้าจากท้องถิ่นเพื่อส่งต่อให้พ่อค้าส่งโรงงานอุตสาหกรรม และตลาดที่เป็นศูนย์รวมการจำหน่าย เช่น ตลาดไท จากวิถีทางการผลิตผลิตภัณฑ์ลำไย

ของประเทศและตลาดส่งออกที่สำคัญปีพ.ศ. 2543 พบว่า ผลผลิตลำไยสดทั้งประเทศจะมีการส่งออก ลำไยสด 28.14 %

ลำไยอบแห้ง 45.48% ลำไยกระป๋อง 6.61% และลำไยแช่แข็ง 1.06% โดยลำไยสดมีตลาดที่สำคัญที่เป็นตลาดบนคือฮ่องกง จีน สิงคโปร์ แคนาดา ตลาดล่างคือ มาเลเซีย ลำไยอบแห้งตลาดบน คือจีน สิงคโปร์ ฮ่องกงตลาดล่างคือเกาหลีใต้มาเลเซีย ลำไยกระป๋องตลาดบน คือ สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา แคนาดา จีน ตลาดล่างคือ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ส่วนลำไยแช่แข็ง ตลาดบนที่สำคัญคือ สหรัฐอเมริกา แคนาดา

ผลิตภัณฑ์ลำไยที่มีการส่งออกไปยังประเทศที่อยู่ในแถบเอเชียส่วนมีระบบการ ขี่ขายแบบขายฝาก ส่วนตลาด สหรัฐอเมริกา แคนาดาเป็นระบบขายขาด

ลำไยสดที่จำหน่ายในประเทศไทยมีการกระจายและช่องทางการตลาดไป จำหน่ายตามตลาดหลักของแต่ละจังหวัดตามความต้องการและปริมาณผลผลิต ราคา เพราะหากราคา ลำไยสดแพงมากไปการจำหน่ายออกจะยากหรือช้า และลำไยสดมีการเน่าเสียง่าย แม้บางครั้งจะมีการรมควันซัลเฟอร์ไดออกไซด์ มีการติดสติ๊กเกอร์ของตราสินค้าบนฝาตะกร้าและด้านข้างของตะกร้า โดยการจำหน่ายภายในประเทศจะบรรจุลำไย 10 กิโลกรัม มีการบอกเกรดคุณภาพ โดยใช้ตราสินค้า และสีของสัญลักษณ์เป็นการบอกถึงคุณภาพเกรด หรือมีการใช้ตราสินค้าที่แตกต่างกัน ราคาของตะกร้า จะตกใบละ 20 บาท เวลาซื้อขายจะจำหน่ายทั้งตะกร้า หรือมีการคืนตะกร้าก็ได้ โดยบรรจุตะกร้า พลาสติก 11 กิโลกรัม ขายพร้อมตะกร้า โดยส่วนใหญ่เป็นการขายฝาก และการร่วมลงทุนกัน

2) การขนส่ง

2.1) ทางบก

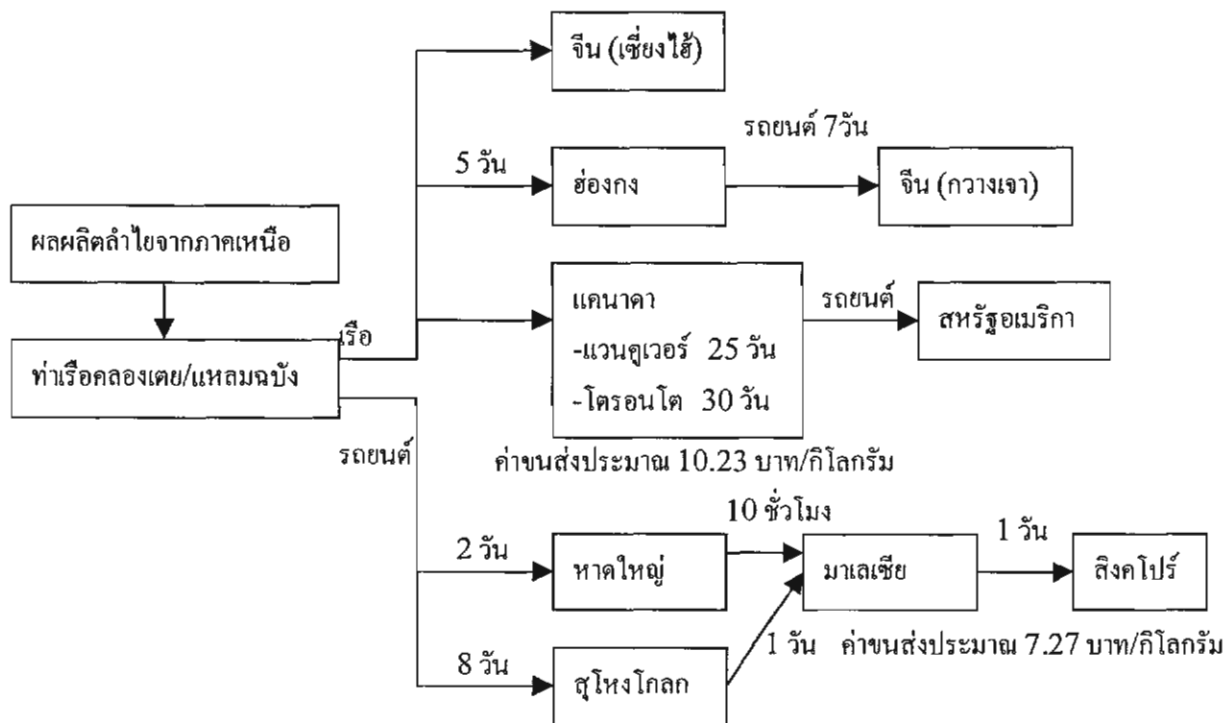
พ่อค้าที่รวบรวมให้กับผู้ส่งออกหรือผู้ส่งออกจะมีการขนส่งลำไยสดโดยใช้ตู้คอนเทนเนอร์ (หัวลาก) ที่ปรับอุณหภูมิเป็น 10°C หรือรถบรรทุก 10 ล้อ ซึ่งตู้คอนเทนเนอร์หรือรถบรรทุก นี้จะขนส่งลำไยสดจากภาคเหนือลงไปที่หาดใหญ่ หรือสุโขทัยแล้วขนส่งจากรถยนต์ของประเทศไทย ไปที่รถยนต์ของมาเลเซีย หรือสิงคโปร์

2.2) ทางเรือ

พ่อค้าที่รวบรวมให้กับผู้ส่งออก หรือผู้ส่งออก จะมีการขนส่งลำไยสดโดยใช้ ตู้คอนเทนเนอร์ (หัวลาก) ที่ปรับอุณหภูมิเป็น 10°C จากผลผลิตทางภาคเหนือ ลงมาที่ท่าเรือคลองเตย หรือ แหลมฉบัง โดยการขนย้ายตู้คอนเทนเนอร์ลงเรือได้เลย โดยมีการขนส่งทางเรือ และระยะเวลาใน แต่ละประเทศเป้าหมาย ดังรูปที่ 49

2.3) ทางอากาศ

ผู้ส่งออกส่วนใหญ่อาจอยู่ที่ภาคเหนือ ก็สามารถให้การขนส่งที่สนามบินเชียงใหม่ เชียงราย หรือบางครั้งต้องขนส่งมาที่กรุงเทพฯ แล้วขนส่งทางเครื่องบินที่สนามบินดอนเมือง ซึ่งในปัจจุบันมีการใช้น้อยมาก เพราะราคาขนส่งแพงมาก ถึง 50-60 บาทต่อกิโลกรัม จะใช้ในกรณีที่มีการขนส่งปริมาณน้อย และกำลังเป็นที่ต้องการของตลาด

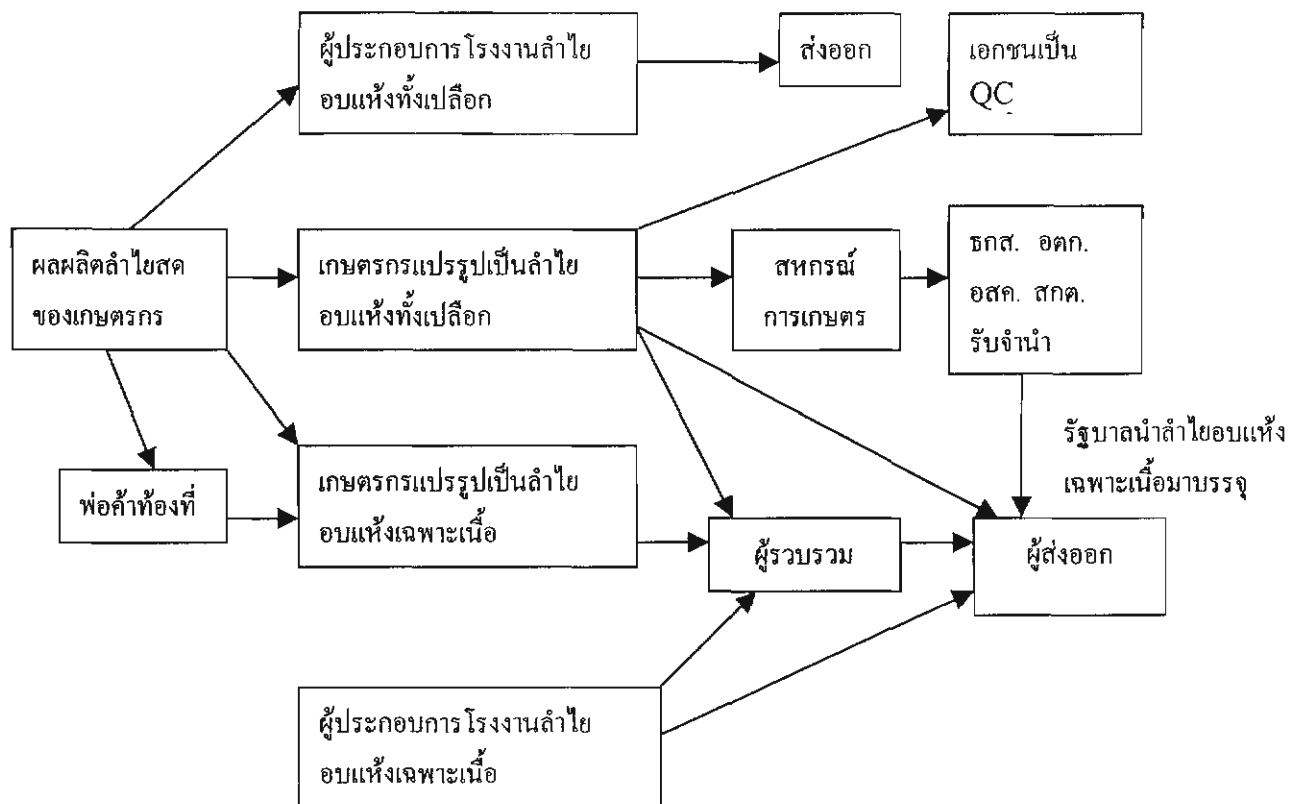


รูปที่ 49 การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยสด

4.1.2.2 ลำไยอบแห้ง

1) การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยอบแห้ง

ระบบการกระจายและช่องทางการตลาดลำไยอบแห้งทั้งเปลือก พบว่าเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจะนำลำไยมาอบแห้งต่อเมื่อราคาลำไยสดราคาต่ำ และนำมาอบแห้งด้วยเตาอบของตนเองเสียส่วนใหญ่ แล้วนำลำไยอบแห้งทั้งเปลือกไปจำหน่ายตามนโยบายประกันราคาของรัฐบาลหากมีราคาที่ต่ำกว่าหรือจำหน่ายให้เอกชนโดยตรงหากเกษตรกรต้องการใช้เงินด่วน ดังรูปที่ 50



รูปที่ 50 การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยอบแห้งทั้งเปลือก
และลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อภายในประเทศ ปี 2544-2545

*หมายเหตุ รกส. : ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
อตก. : องค์การตลาดเพื่อการเกษตรกร
อสค. : องค์การคลังสินค้า

ลำไยอบแห้งทั้งเปลือกเกือบ 95% ส่งออกไปที่สาธารณรัฐประชาชนจีน ดังนั้น
ลักษณะการขนส่งลำไยอบแห้งส่วนใหญ่จะส่งไปที่ท่าเรือเชียงแสน จังหวัดเชียงราย โดยมีแผนที่จะ
เดินเรือ ดังรูปที่ 24 และ 25 ในปีพ.ศ. 2543 มีการขนส่งทางรถยนต์ไปทางด้านจังหวัดมุกดาหารเข้า
ประเทศเวียดนาม และไปที่สาธารณรัฐประชาชนจีน เนื่องจากปัญหาด้านภาษี หากผ่าน
เวียดนามจะไม่ได้ภาษี โดยมีการขนส่งดังนี้

2) การขนส่งมี 3 ทาง คือ

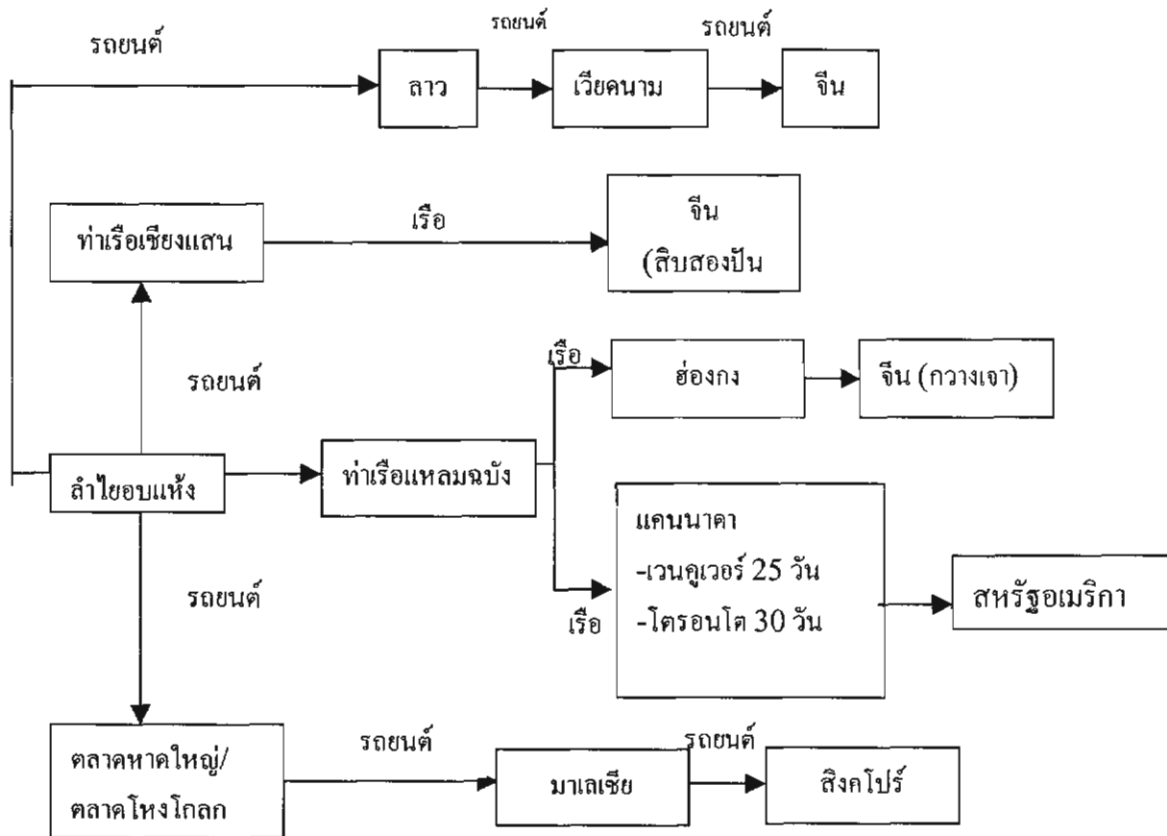
1. ทำเรือเชียงแสน เรือ จีน (สิบสองปันนา)

2. เชียงใหม่ รถมอเตอร์ ลาว รถมอเตอร์ เวียดนาม รถมอเตอร์ จีน

3. เชียงใหม่ รถมอเตอร์ ภาคอีสาน รถมอเตอร์ เวียดนาม รถมอเตอร์ จีน

ส่วนการขนส่งลำไยอบแห้งไปยังประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ ชองกง แคนาดา เหมือนกับการขนส่งลำไยสด ดังรายละเอียดในรูปที่ 43

การขนส่งทางลาว และเวียดนามปลายทางที่ประเทศจีน ปีพ.ศ. 2543 มีปริมาณสูงมาก ทั้งนี้เนื่องจากมาตรการภาษี

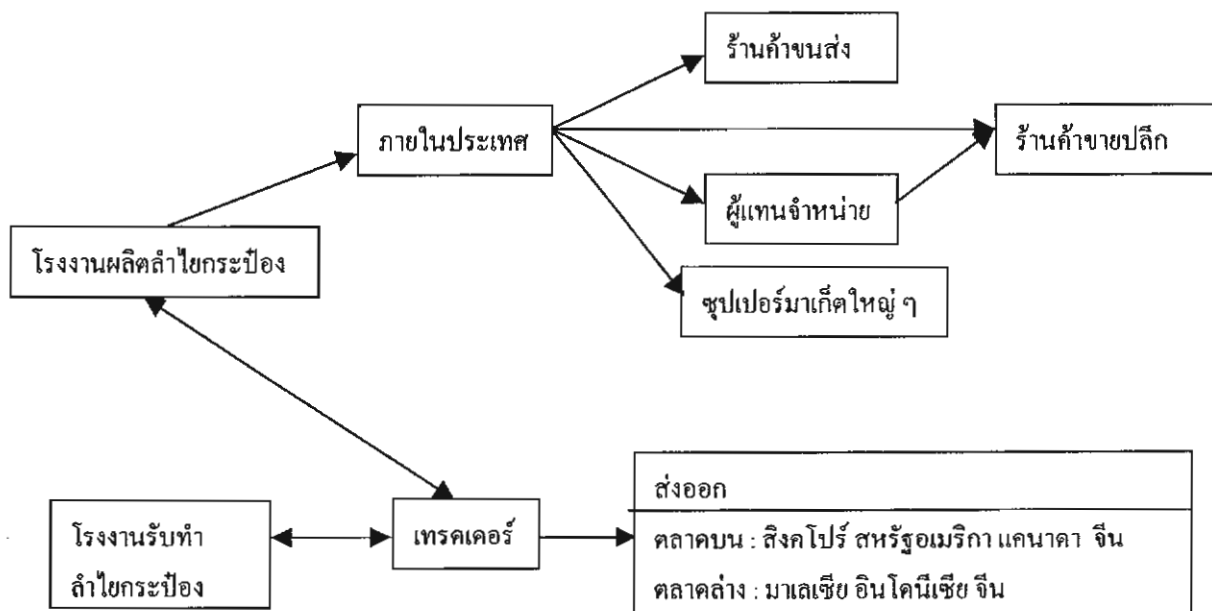


รูปที่ 51 การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยอบแห้ง

4.1.2.3 ลำไยกระป๋อง

1) การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยกระป๋อง

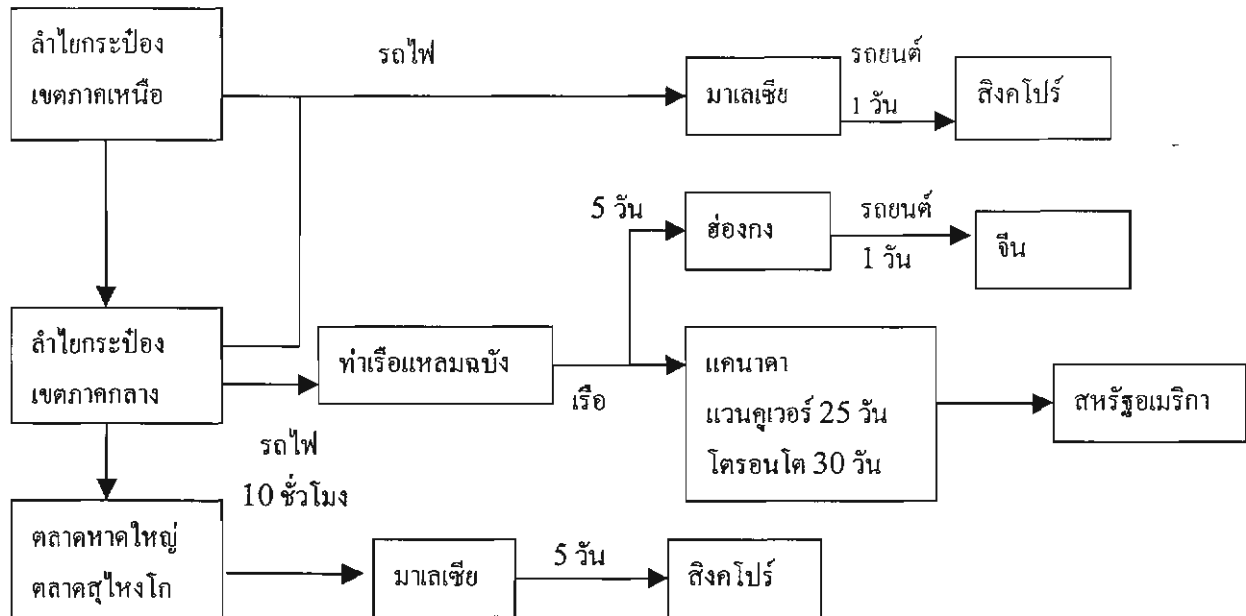
ระบบการซื้อขายลำไยกระป๋องภายในประเทศ ดังรูปที่ 52 ในโรงงานผลิตลำไยกระป๋องจะส่งให้ผู้แทนจัดจำหน่าย ร้านค้าขายส่งหรือซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่มีระบบการซื้อขายแบบให้เครดิต 45 – 90 วัน หรือบางบริษัทจะส่งให้ร้านค้าปลีกแต่มีการชำระเงินเป็นทั้งเงินสดและเครดิต 30 – 60 วัน มีการใช้ตราสินค้ายี่ห้อเดียวกันในการจัดจำหน่ายภายในประเทศและต่างประเทศ



รูปที่ 52 ช่องทางการตลาดลำไยกระป๋องในประเทศ

2) การขนส่ง

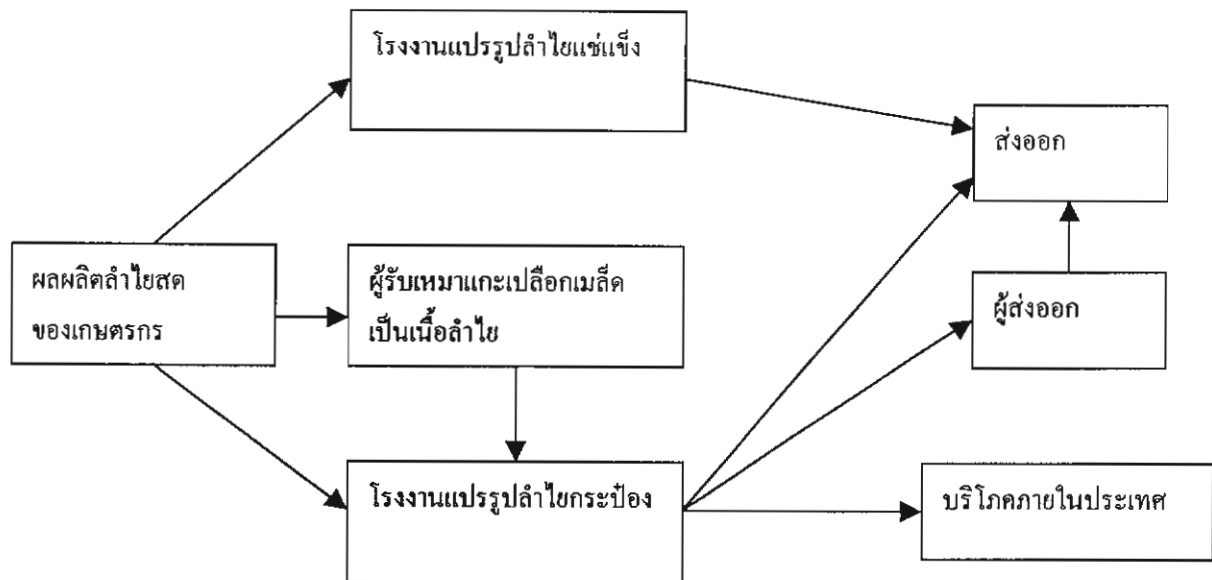
ลำไยกระป๋องเป็นผลิตภัณฑ์ลำไยแปรรูปที่มีการส่งออกประมาณ 70-80% โดยปีพ.ศ. 2543 มีตลาดหลัก คือ มาเลเซีย สิงคโปร์ และสหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย และแคนาดา มีการขนส่งทางบก คือ รถยนต์ และ รถไฟ และทางเรือ ดังมีรายละเอียดดังรูปที่ 53



รูปที่ 53 การกระจายและช่องทางการตลาดล้าไยกระป๋อง

4.1.2.4 ล้าไยแช่แข็ง

ล้าไยแช่แข็งเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปที่มีการส่งออก 100% โดยส่งไปที่ฮ่องกง สหรัฐอเมริกา แคนาดา โดยมีการกระจาย ช่องทางการตลาดค้าล้าไยกระป๋อง โดยจำหน่ายร้านขายส่งซูเปอร์มาร์เก็ตใหญ่ ๆ แต่ระบบการซื้อขายจะขายขาด ดังรูปที่ 54 และมีการขนส่งเหมือนการขนส่งล้าไยกระป๋อง



รูปที่ 54 การกระจายการตลาดลำไยกระป๋อง และลำไยแช่แข็งภายในและต่างประเทศ
ปีพ.ศ. 2544-2545

4.2 ข้อเสนอแนะ

4.2.1. ปัญหาและข้อเสนอแนะการตลาดลำไยสด

1. ปัญหาคุณภาพและการแข่งขัน

ปีพ.ศ. 2544 ที่มีผลผลิตลำไยสดต่ำ ก็จะทำให้เกรดของลำไยเปลี่ยนแปลงไปด้วย เช่น ลำไยจริงๆ แล้วเป็นเกรด A ในฤดูผลผลิตน้อยจะกลายเป็นเกรด AA ในฤดูผลผลิตมาก ดังนั้นการปฏิบัติการซื้อขายลำไยสดไม่ได้ยึดตามมาตรฐานลำไยของประเทศไทยที่มีแบ่งตามคุณภาพ เป็น 3 ชั้นคุณภาพ คือ ชั้นพิเศษ ชั้นหนึ่ง และชั้นสอง ซึ่งการปฏิบัติการซื้อขายลำไยสด ดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อ

1. มาตรฐานลำไยของประเทศไทยไม่สม่ำเสมอ และการปฏิบัติแบ่งเกรดแตกต่างกัน
2. ความเข้าใจในการปฏิบัติระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายอาจจะไม่ตรงกัน การจะตัดสินใจว่าเป็นเกรดอะไรขึ้นอยู่กับผู้ตรวจคุณภาพซึ่งผู้ตรวจคุณภาพจะถูกฝึกฝนในแต่ละปีๆ ไป
3. ผู้ซื้อไม่ได้ดูคุณภาพที่ตราสินค้าเลย แต่ดูที่ลักษณะของลำไยและราคาตามที่คุณซื้อยอมรับได้ จากการสัมภาษณ์พบว่าตราสินค้าใดมีคุณภาพไม่ตรงตามเกณฑ์ที่บอกไว้จะเกิดอะไรขึ้นสิ่งที่ทำต่อมา คือ มีการเปลี่ยนตราสินค้าใหม่ เปลี่ยนที่อยู่เบอร์โทรศัพท์ติดต่อใหม่ โดยเฉพาะเบอร์มือถือ นอกจากนี้ยังเกิดการสับสนในการเรียกเกรด

จากปัญหาทั้ง 3 ข้อดังกล่าวจะทำให้การปฏิบัติให้เป็นมาตรฐานลำไยของประเทศไทยยิ่งยากลำบากมากขึ้น

ปัญหาลำไยสดส่งออก คือปริมาณซัลเฟอร์ไดออกไซด์ที่ตกค้างที่เปลือก และที่เนื้อมากเกินไป ส่งผลให้ผู้บริโภคที่มีความเป็นห่วงสุขภาพจะมีความเป็นห่วงปริมาณสารดังกล่าวตกค้างมาก นอกจากนี้ประเทศเป้าหมายส่งออก เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ มีการออกข่าวเรื่องคุณภาพลำไยของไทยที่มีซัลเฟอร์ไดออกไซด์ตกค้าง ซึ่งถือว่าเป็นจุดอ่อน ปัจจุบันประเทศจีนก็นำเรื่องสารตกค้างในลำไยมากีดกันทางการค้าเพื่อปกป้องเกษตรกรในประเทศ ตลอดจนมีนโยบายโครงการเร่งด่วนของชาติที่ดำเนินการปีค.ศ. 1999–2002 เรื่องเทคโนโลยีการเพาะปลูกลำไยคุณภาพเยี่ยมโดยอาศัยหลักการการนำวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจชนบท ส่งเสริมความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของการประกอบการธุรกิจ ยกกระตือรือร้นกำลังผลิตในชนบท ผลักดันให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวดเร็วซึ่งในปัจจุบันการปลูกลำไยของประเทศจีนมีการรอดอ้างเรื่องคุณภาพคือ ปลูกลำไยอย่างธรรมชาติไม่ได้ใช้สารเคมีการเพาะปลูก และสามารถการเก็บรักษาได้หลายวันที่ตู้อากาศเย็น และได้นำไปจำหน่ายในสิงคโปร์แล้ว ดังนั้นในอนาคตประเทศจีนที่เคยเป็นลูกค้าจะกลายเป็นคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทยแน่นอน

2. ระบบการซื้อขายและราคา

ลำไยสดที่ส่งออกไปในประเทศแถบเอเชียคือ จีน ฮองกง มาเลเซียและสิงคโปร์โดยส่วนใหญ่จะเป็นระบบขายฝาก ส่วนสหรัฐอเมริกา และแคนาดาจะเป็นระบบขายขาด

ดังนั้นข้อเสนอแนะควรนำมาแก้ไขคือหาวิธีการเก็บรักษาลำไยสดเพื่อการส่งออก ที่ไม่เป็นอันตรายหรือแบบธรรมชาติ แต่สามารถช่วยในการกระจายลำไยสดได้นานขึ้น และควรมีการพัฒนาเทคโนโลยีการเพาะปลูกลำไยคุณภาพเพื่อการส่งออกสร้างความเข้าใจว่าหากผู้ปลูกลำไยที่มีคุณภาพเกษตรกรจะได้ผลประโยชน์อะไร เหมือนกับประเทศจีนบอกให้เกษตรกรทราบว่าการปลูกลำไย 1 ต้น เท่ากับมีวัว 1 ตัว ปลูกลำไย 10 ต้น เท่ากับ อาคาร 1 หลัง ปลูกลำไย 100 ต้น เท่ากับมีทองจำนวนมาก เทียบกับไม่มีเรื่องกลุ้มใจใด ๆ

4.2.2 ปัญหาและข้อเสนอแนะการตลาดลำไยอบแห้ง

1) ปัญหาด้านคุณภาพ

การรับซื้อลำไยอบแห้งจากเกษตรกร หรือผู้ประกอบการที่มีเตาอบนั้นมีการควบคุมคุณภาพเฉพาะด้านขนาดของลำไย การบอบแตก เท่านั้น ไม่ได้รวมถึงความชื้นที่มีอยู่ภายในลำไยอบแห้ง โดยเฉพาะเนื้อลำไย เพราะหากยังคงมีความชื้นสูงกว่า 18% จะทำให้ปัญหาการเกิดเชื้อราบริเวณผิวได้ ซึ่งปัญหาการตรวจสอบความชื้นนี้ทางบริษัทผู้ทำการส่งออกก็ไม่ได้มีเครื่องตรวจวัด แต่อาศัยจากประสบการณ์ดูลักษณะเนื้อลำไยว่ามีลักษณะแห้งแล้วหรือยัง นอกจากนี้โรงงานที่มีเตาอบก็มีวิธีการ

ที่ขอบแตกต่างกัน โดยเฉพาะปริมาณที่ใช้ อุณหภูมิ และเวลาในการอบ เนื่องจากใช้ชนิดของเชื้อเพลิง จำนวนครั้งการเปลี่ยนแต่ละชั้นในการอบ สิ่งเหล่านี้มีผลต่อความชื้นสุดท้ายของลำไยอบแห้งทั้งเปลือก

2) บรรจุภัณฑ์ การขนส่งและการเก็บรักษา

เกษตรกรนำลำไยอบแห้งใส่ถุงพลาสติกตาข่ายมัดปากถุง บรรจุห่อซ้อนกันเป็นจำนวนมาก หรือแม้แต่ขณะกำลังคัดเกรด หรือเก็บ Stock ไว้ ก็ซ้อนทับกันมาก โอกาสจะเกิดการบวมแตกของลำไยก็มาก นอกจากนี้บางบริษัทมีกล่องลูกฟูกที่มีถุงพลาสติกในกล่อง แล้วมีการบรรจุลำไยอบแห้งทั้งเปลือก 10 หรือ 15 กิโลกรัม มีการใช้กล่องกระดาษลูกฟูกมีความแข็งแรงที่แตกต่างกัน ซึ่งจะมีผลเมื่อเวลาต้องผ่านการขนส่งจากรถบรรทุก ลงท่าเรือในเมืองไทย และขนย้ายจากท่าเรือประเทศที่ส่งออก ลงบนรถบรรทุกอีกครั้ง ซึ่งโอกาสที่กล่องลูกฟูกที่มีความแข็งแรงไม่พอจะเกิดปัญหาลำไยบวมแตกได้

3) ราคา

ราคาลำไยอบแห้งทั้งเปลือก พ่อค้าคนกลางจะเป็นผู้กำหนด โดยจะพิจารณาจากราคาการขายและความต้องการในต่างประเทศ หากต่างประเทศมีความต้องการมาก ของขาดตลาด ราคา ก็จะสูง ดังนั้นความไม่แน่นอนของราคาลำไยอบแห้งขึ้นอยู่กับตลาดต่างประเทศ หรือผู้นำเข้า สำหรับประเทศไทยมีผู้ส่งออกลำไยอบแห้งมีการดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิต ผู้รับซื้อ ผู้ส่งออก ผู้นำเข้า และเป็นผู้กระจายสินค้าลำไยด้วย ดังนั้นราคาจะถูกกำหนดโดยความต้องการของผู้บริโภค สิ่งที่น่าสังเกต คือ การกำหนดราคาที่เราได้วิเคราะห์มาคือ เกรด AA ที่มีการซื้อขายลำไยสด ณ วันที่ 1 สิงหาคม 2544 ราคา 32 บาท/กิโลกรัม และมีการรับซื้อลำไยแห้งเกรด AA ราคา 100 บาท/กิโลกรัม ซึ่งการอบแห้งลำไยพบว่า ลำไยสด 3 กิโลกรัมจะได้ลำไยอบแห้ง 1 กิโลกรัม ดังนั้น ราคาต้นทุนลำไยสด 96 บาท ค่าอบกิโลกรัมละ 2.50-3.0 บาท/กิโลกรัม ดังนั้นการคิดต้นทุนจากลำไยเป็นข้อไม่สามารถคิดได้ เพราะในทางปฏิบัติลำไยอบแห้งจะนำลำไยร่วนมาอบแห้งซึ่งลำไยร่วนขณะนั้นราคา 12 บาท ซึ่งซื้อคละกัน ดังนั้นต้นทุนลำไยสดร่วนจึงเป็น 36 บาท ค่าอบแห้ง 2.50-3.0 บาท/กิโลกรัม นั้น โอกาสที่เกษตรกรและผู้ประกอบลำไยจะมีโอกาสได้รับผลกำไรก็ต่อเมื่อรับซื้อลำไยเกรด AA และ A ซึ่งในทางปฏิบัตินี้ค่อนข้างยาก แต่ก็ต้องมีการกำหนดราคาซื้อขายไว้ เพราะความยุติธรรมการซื้อขาย

ข้อเสนอแนะแนวทางการแก้ปัญหา

1. ศึกษาวิธีการอบแห้งที่ถูกต้อง และมีคู่มือปฏิบัติอย่างถูกต้อง
2. ศึกษาการผลิตเครื่องตรวจวัดความชื้นของลำไย
3. รัฐบาลช่วยการส่งเสริมการจำหน่าย โดยเฉพาะเรื่องการกระจายสินค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

บรรณานุกรม

กรมศุลกากร. กระทรวงการคลัง.2543.

กองส่งเสริมพืชสวน. *ต้นทุนผลิตลำไย*. กรมส่งเสริมการเกษตร. 2544.

กองส่งเสริมพืชสวน. *ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตลำไย*. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพไม้ผล กรมส่งเสริมการเกษตร. 2544.

กัญญา อมรธีระกุล. *รายงานการเยือนตลาดค้าลำไยแห่งมณฑลฟูเจี้ยน*. สำนักงานส่งเสริมการค้าต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง. 2543.

กองส่งเสริมพืชสวน. *คู่มือพืชสวนเศรษฐกิจ*. กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์: กรุงเทพฯ . 2543.

ชัยยุทธ ชินกุล. *การศึกษาศักยภาพการผลิตและการตลาดลำไย*. ลำดับที่ 1980 ห้องสมุดสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

เปรมปรี ฅ สงขลา. *ไม้ผลเมืองร้อนของออสเตรเลีย มุมมองที่น่าสนใจ*. เคหการเกษตร. 23(8) สิงหาคม 2542.หน้า 62-69.

เปรมปรี ฅ สงขลา. *เยี่ยมสวนลำไยเวียดนามกันอีกครั้งเถอะ*. เคหการเกษตร. 24(2) กุมภาพันธ์ 2543. หน้า 83-89.

ปิยาวรรณ สกุลเจริญ. *โอกาสการขยายตลาดส่งออกลำไย*. การค้นคว้าอิสระเสนอต่อบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.กันยายน 2539.

มนตรี ด่านไพบูลย์. *การเปรียบเทียบการผลิตและการตลาดของลำไย ในสาธารณรัฐประชาชนจีน และประเทศไทย*. การค้นคว้าอิสระเสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. กันยายน 2543.

มนูญ แสงหิรัญ. *การให้ข้อมูลสภาวะตลาดลำไยในประเทศจีน ปี 2543*. สำนักงานส่งเสริมการค้าต่างประเทศ ณ กรุงปักกิ่ง. 2543.

มัลลิกา พัวจินดาเนตร. *ตลาดผลไม้ไทยในมณฑลกวางตุ้ง*. สำนักงานส่งเสริมการค้า ณ นครกวางโจว.

พงษ์ศักดิ์ อังกลสิทธิ์ และคณะ. *ลำไย : ไม้ผลเศรษฐกิจเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรม*. 2542.หน้า 81-100.

พิทักษ์สิทธิ์ ฉายะภูติ. *การตลาดเกษตร*. ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. 2539

รัตน อัดตปัญญา กมล งามสมสุข อนุสนธิ์ อัดตปัญญา ศรันย์ อารยะรังษฤษฎ์ เยาวเรศ
เขาวนพูนผล และ จีวรารณ กิจชัยเจริญ. *อุตสาหกรรมแปรรูปลำไย*. รายงานฉบับสมบูรณ์
เสนอต่อสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตร และสหกรณ์. 2541.

สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่. *ลำไยพืชทองของเชียงใหม่-ลำพูน*. งานส่งเสริมพืชการผลิตพืช
สวน ฝ่ายส่งเสริมและพัฒนาการผลิต.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. *การผลิตการตลาดลำไยปี 2538/2539*. กระทรวงเกษตรและ
สหกรณ์. 2540.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. *ต้นทุนการผลิตลำไย*. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2540.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. *ต้นทุนการผลิตลำไย*. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2543.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. *ต้นทุนการผลิตลำไย*. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2544.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. *การกำหนดเขตเกษตรเศรษฐกิจสำหรับลำไย*. ศูนย์สารสนเทศการ
เกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2543.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. *ในวารสารจารย์พา ปีที่ 8 ฉบับที่ 61 เดือนกรกฎาคม/สิงหาคม*
2544.

สำนักงานส่งเสริมการค้าต่างประเทศ ณ เมืองฮ่องกง. *ตลาดลำไยในฮ่องกง*. 2544.

China Economic and Trade Consultants Corporation (CONSULTEC) Study of Foreign
Markets for Agriculture Products and Development of Agriculture Product of
Export (China Market) p.110-114

Kotler, Philip and Armstrong, Gary. *Principle of Marketing*. Prentice hall Upper saddle
river, NJ 07458. 1999.

Lancaster Geoff and Lester Massingham. *Marketing Management*. U.K. : McGraw-Hill
International (U.K.) Limited, 1993.

Purcell, Wagne D. *Agricultural Marketing : Systems Coordination, Cash and Futures*
Prices. U.S.A. : Reston Publishing Company, Inc. 1979. 472p.

Thomsen, Federick. *Agricultural Marketing*. McGraw-Hill. 1969.

Subhadrabandhu and Yapwattanaphun. FAO/WHO. FAO Plant Production and
Protection Paper. *Report of the joint meeting of the FAO Panel Experts Plant*
Production. 2000.

<http://aci-ar.gov.au/downloads/publications/newsletters/postharvest45.pdf>

<http://depthai.go.th>

ภาคผนวกที่ 1
แบบสอบถามเกษตรกรผู้ปลูกลำไย

แบบสอบถามเกษตรกรผู้ปลูกลำไย

1. ชื่อ.....
 ที่อยู่.....
 โทรศัพท์..... โทรสาร.....
 ท่านประกอบอาชีพเป็นเกษตรกรผู้ปลูกลำไยมานาน.....ปี
 พื้นที่ถือครองมี.....ไร่
2. มีพื้นที่การปลูกลำไยทั้งหมด.....ไร่
 แบ่งเป็นพื้นที่ปลูกลำไย อายุ 1-3 ปี จำนวน.....ไร่
 อายุ 4-7 ปี จำนวน.....ไร่
 อายุ 8-10 ปี จำนวน.....ไร่
 อายุ 11-15 ปี จำนวน.....ไร่
 อายุ >10 ปี จำนวน.....ไร่
3. ผลผลิตลำไย ปี 2543.....กิโลกรัม
 คาดการณ์ผลผลิตลำไย ปี 2544กิโลกรัม
4. พันธุ์ลำไยที่ปลูกมากที่สุด คือ พันธุ์.....
 โดยคิดเป็นร้อยละ.....ของปริมาณลำไยที่ปลูกทั้งหมด
 รองอันดับ 1 คือ พันธุ์.....
 โดยคิดเป็นร้อยละ.....ของปริมาณลำไยที่ปลูกทั้งหมด
 รองอันดับ 2 คือ พันธุ์.....
 โดยคิดเป็นร้อยละ.....ของปริมาณลำไยที่ปลูกทั้งหมด
 รองอันดับ 3 คือ พันธุ์.....
 โดยคิดเป็นร้อยละ.....ของปริมาณลำไยที่ปลูกทั้งหมด
5. ท่านใช้วิธีการใดในการทำให้ได้ผลผลิตลำไยสูง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ การใช้โปรแตสเซียมคลอไรด์	☐ การตัดกิ่งทรงพุ่ม
☐ การใช้ปุ๋ยให้ลูกวิธี	☐ การดูแลกำจัดศัตรูพืช
☐ การให้น้ำ	☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. วิธีที่ท่านใช้ในการทำให้ได้ผลผลิตสูงข้างต้น ท่านได้รับการแนะนำจากหน่วยงานใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ หน่วยงานราชการ
- ☐ กรมวิชาการเกษตร
- ☐ กรมส่งเสริมการเกษตร
- ☐ เกษตรกรด้วยกัน
- ☐ เอกชน บริษัทที่ทำธุรกิจที่เกี่ยวข้อง
- ☐ บริษัทอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร
- ☐ สื่อต่างๆ เช่น วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เอกสาร แผ่นใบปลิว
- ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

7. แหล่งที่ท่านขายลำไยที่ผลิตได้

- ☐ ขายตรงให้แก่ลูกค้าที่ซื้อไปบริโภคเอง
- ☐ ขายให้พ่อค้าคนกลางที่รวบรวมลำไยไปขายต่อให้โรงงานหรือผู้ส่งออก
- ☐ ขายให้ร้านค้าผลไม้/ ซูเปอร์มาร์เกต/ ไฮเปอร์มาร์เกต
- ☐ ขายให้ผู้ส่งออก
- ☐ ขายให้โรงงานอุตสาหกรรมแปรรูป
- ☐ ขายให้หน่วยงานราชการ เช่น สหกรณ์, ธ.ก.ส.
- ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

8. ผู้กำหนดราคาซื้อขายผลผลิตลำไย

- ☐ ตัวท่านเอง
- ☐ พ่อค้ารับซื้อ

9. ท่านขายลำไยในรูปแบบใด

- ☐ ขายลำไยสดทั้งหมด
- ☐ ขายลำไยอบแห้งทั้งหมด
- ☐ ขายลำไยสดและลำไยอบแห้งมากพอๆ กัน
- ☐ ขายลำไยสดมากกว่าลำไยอบแห้ง
- ☐ ขายลำไยอบแห้งมากกว่าลำไยสด
- ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

10. ลักษณะของการขายผลผลิตลำไยในฤดูกาล

- ☐ ซื้อ-ขายล่วงหน้าผลผลิตยังไม่พร้อมเก็บเกี่ยว (ตกเขียว)
- ☐ เหมาสวนเมื่อมีผลผลิตพร้อมเก็บเกี่ยว
- ☐ เก็บเกี่ยวเองแล้วนำไปขายที่จุดรับซื้อ
- ☐ ขายตามตลาดเอง
- ☐ ส่งโรงงานแปรรูป
- ☐ แปรรูปเป็นลำไยอบแห้งเอง
- ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

11. ลักษณะของการขายผลผลิตลำไยนอกฤดูกาล

- ☐ ซื้อ-ขายล่วงหน้าผลผลิตยังไม่พร้อมเก็บเกี่ยว (ตกเขียว)
- ☐ เหมาสวนเมื่อมีผลผลิตพร้อมเก็บเกี่ยว
- ☐ เก็บเกี่ยวเองแล้วนำไปขายที่จุดรับซื้อ
- ☐ ขายตามตลาดเอง
- ☐ ส่งโรงงานแปรรูป
- ☐ แปรรูปเป็นลำไยอบแห้งเอง
- ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

12. ท่านมีเตาสำหรับอบลำไยแห้งหรือไม่

- ☐ ไม่มี
- ☐ มี จำนวน.....เตา

13. ความคิดเห็นของเกษตรกรต่อการทำสวนลำไยในอนาคต

13.1 ในอนาคตคิดจะปลูกเพิ่มหรือไม่

- ☐ ไม่ปลูก เพราะ.....
- ☐ ปลูก เพิ่ม.....ไร่
- เพราะ.....

13.2 คิดจะรื้อสวนเพื่อปลูกพืชอื่นทดแทนหรือไม่

- ☐ ควรรื้อ เพราะ.....
- พืชที่ปลูกทดแทนคือ.....
- ☐ ไม่ควรรื้อ เพราะ.....

14. ปัญหาของท่านในการปลูกและขายลำไย

.....

.....

.....

.....

.....

.....

15. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้ความช่วยเหลือของทางราชการ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณอย่างยิ่ง ที่สละเวลาตอบแบบสอบถามนี้

คณะผู้วิจัย

ภาคผนวกที่ 2
รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

ตารางที่ 1 แสดงรายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ	ที่อยู่	บทบาท/สถานภาพ
1. คุณมนตรี ด่านไพบูลย์	34/47 ราชวิลล่า 3 ตลาดบางเขน หลักสี่ กรุงเทพฯ 10210 โทรศัพท์ (02) 561 – 4962 55 อาคารเบญจมาศ ชั้น 6 เขตดุสิต กรุงเทพฯ โทรศัพท์ (02) 234 – 5000 , 558 - 2535	อดีตรองเลขาธิการพรรค ความหวังใหม่
2. ดร.ชิงชิง ทองดี	สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่ง ประเทศไทย กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม	ข้าราชการ/ นักวิจัยลำไย
3. คุณราตรี เม่นประเสริฐ	สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	ข้าราชการ / นักวิจัยลำไย
4. คุณประทีป ภูนาศล	บ.สยามซิดิตได้ จก. 141/23 ถ. พหลโยธิน 32 เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	อดีตนักวิชาการกรมวิชา การเกษตร
5. คุณประสงค์ ตันวัฒนากุล	องค์การบริหารส่วนจังหวัดลำพูน ศาลากลางจังหวัดลำพูน อ. เมือง จ. ลำพูน โทรศัพท์ (053) 511191	รองประธานหอการค้า จ.ลำพูน (ผู้ประกอบการลำไยอบ แห้ง)
6. คุณศิริพล ยอดเมืองเจริญ	อธิบดีกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์	รองปลัดกระทรวงพาณิชย์
7. คุณหวง เงินแก้ว	บริษัท อีเจ็ท อุตสาหกรรม จก. บริษัท ที อี อินเทอร์เน็ตชั่นแนล จก. 117 ม. 4 ต.บ้านกลาง อ.เมือง จ.ลำพูน 51000 โทรศัพท์ 053-552143 552338 01- 8815332 โทรสาร 053-581537	ผู้แปรรูป / ผู้ส่งออก (เน้น ลำไยอบแห้ง)
8. คุณวินัย กฤตยาเกียรติกุล	บ.ไท – สง ผลไม้ จำกัด 382 ม. 6 ต. สบเปี้ยะ อ. จอมทอง จ. เชียงใหม่ 50160	ผู้แปรรูป / ผู้ส่งออก

ชื่อ	ที่อยู่	บทบาท/สถานภาพ
9.คุณรุ่งโรจน์ จีระวรพจน์	บ.ไทยพีชผล อิมพอร์ต – เอ็กซ์พอร์ต จำกัด 225 หมู่ 5 ถ. เชียงใหม่ – ลำปาง ต. นองป่าครั้ง อ. เมือง จ. เชียงใหม่ 50000 โทรศัพท์ (053) 260561 - 2	ผู้แปรรูป / ผู้ส่งออก
10.คุณกิตติพล พรรณเชษฐ์	บริษัทเคซี เชียงใหม่ อุตสาหกรรมอาหาร จก. 191 ม.1 ถ.สันป่าตอง-บ้านกาด ต.ทุ่ง สะโตก อ.สันป่าตอง จ.เชียงใหม่ โทรศัพท์ 053-8305555 โทรสาร 053-311992,830563	ผู้แปรรูป / ผู้ส่งออก
11.คุณสมชาย ชาญณรงค์กุล	รองอธิบดีกรมวิชาการเกษตร กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	ผู้เชี่ยวชาญ
12. คุณวัลลดาัย รัชตะสวรรณค์	บริษัทสันติภาพ (ฮั่วเฟ่ง 1998) จก. 207 ซ.พันธุ์จิตต์ ถ.ไมตรีจิต แขวงป้อมปราบ กรุงเทพฯ	ผู้แปรรูป/ผู้ส่งออกอาหาร กระป๋อง
13. คุณไพโรจน์ โฉนิกพงษ์	ผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมและพัฒนาวัตถุดิบ โรงงานมาลีสามพราน จก.มหาชน อาคาร เอบีโก้ ชั้น 4 401/1 ถ.พหลโยธิน ต.คูคต อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี 10130 992-580016 โทรสาร 992-5816-7 โทรศัพท์ 01-8815332	ผู้แปรรูป/ผู้ส่งออก
14. คุณวิยะดา วชิรกุล	สำนักพัฒนาตลาดต่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก	ฝ่ายประสานกรมส่งเสริม การค้าส่งออก
15. คุณชาตภักดิ์ อ่อนศิริ	สำนักพัฒนาตลาดต่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก	อดีตผู้อำนวยการสำนัก งานการค้าระหว่างประเทศ ณ เชียงใหม่
16. คุณศิริ ชัยสถิตยวานิช	โรงสีเทพสวัสดิ์ 132 ม. 2 ต. แสนสุข อ. พาน จ. เชียงราย	ผู้ประกอบการลำไยอบแห้ง

ชื่อ	ที่อยู่	บทบาท/สถานภาพ
17. คุณเกรียงไกร คณองเดชชาติ	เกษตรจังหวัดเชียงใหม่ สำนักงานเกษตร จังหวัดเชียงใหม่ โทรศัพท์(053) 210019 – 20 , 01 – 9511141 โทรสาร (053) 222481	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
18. คุณวัชรวิ จิยาศักดิ์	หจก. วัฒน 1332/1 – 2 ถ. ประชาชื่น บางซื่อ กรุงเทพฯ โทรศัพท์ (02) 589 - 394	ผู้ส่งออก
19. คุณศิริวรรณ กิตติดำรง	บริษัทไทยซิงยี อินเตอร์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด 72/85 – 87 ต. เลียบแม่น้ำเจ้าพระยา ช่องนนทรี ยานนาวา กรุงเทพฯ 10120 โทรศัพท์ (02) 294 – 7744	ผู้ส่งออก
20. คุณวันชัย สมชิต	ผู้จัดการทั่วไป สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป 140/22 ชั้น 9 อาคารโอเชียนทาวเวอร์ 1 ถ. รัชดาภิเษกตัดใหม่ แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ โทรศัพท์ (02) 261 – 2684 - 6	ผู้ส่งออก
21. คุณวิฑิต วีระมังคลานนท์	สำนักงานส่งเสริมการค้า ณ นครกวางเจา (Thai Trade Center) Garden Tower Rm 1255 – 1257 368 Huanshi Dong Lu Guangzhou, China 510064 โทรศัพท์ 001 – 86 – 20 - 83849453	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
22. คุณเกรียง บุญชู	สำนักส่งเสริมการค้า ณ เมืองฮ่องกง (Thai Trade Center) Fairmaont House, 8 th Floor 8 Cotton tree Drive Central, Hong kong China โทรศัพท์ 252 - 5916	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
23. คุณมัลลิกา พัวจินดาเนตร	สำนักส่งเสริมการค้า ณ นครเซี่ยงไฮ้ สาธารณรัฐประชาชนจีน	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
24. คุณกฤษณะ ขาสมบัติ	Royal Thai Consulate – General Commercial Section Rm 1255 – 1257 , Garden Tower 368 Huanshi Dong Lu, Guangzhou China 510064 โทรศัพท์ (8620) 838 - 49453	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ

ชื่อ	ที่อยู่	บทบาท/สถานภาพ
25. คุณโสภณ สุดำ	233 ม. 11 ต. น้ำบ่อหลวง อ. สันป่าตอง จ. เชียงราย 50120 โทรศัพท์ (053) 311791	เกษตรกร
26. คุณพิทักษ์ ปั่นทอง	ประธานชมรมชาวสวนลำไย อ. บ้านโฮ้ง บ้านดอยหล่อ จ. ลำพูน	เกษตรกร
27. คุณสมประสงค์ อุดมศรี	นักจัดรายการวิทยุโทรทัศน์ รายการเกษตร ก่อนแจ้ง และรายการลูกเกษตร	สื่อมวลชน
28. คุณเสกสรรค์ สุวรรณมาใจ	สำนักงานเกษตรจังหวัดลำพูน อ. เมือง จ. ลำพูน	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
29. คุณนุสรา จงเจริญ	สำนักงานเกษตรจังหวัดลำพูน อ. เมือง จ. ลำพูน	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
30. คุณสุทัศน์ เดชอบ	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์อำเภอป่าซาง จ. ลำพูน	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
31. คุณประยงค์ จิ๋งอยู่สุข	73 ม. 3 ถ. ริมคลองชลประทาน ต. สุเทพ อ. เมือง จ. เชียงใหม่ 50000	อดีตเกษตรจังหวัด ลำพูน
32. คุณอดุลย์ สุวรรณเนตร	หัวหน้าฝ่ายบริการส่งออก ศูนย์ผลักดันสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออก (ศกอ.) กรมวิชาการเกษตร 50 ถ. พหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ (02) 940 – 6320 โทรสาร (02) 9406321 - 2	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
33. คุณอุบลี บริเวชานันท์	สำนักงานรักษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
34. คุณสุพร ตติยะพรกุล	สำนักงานรักษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
35. คุณนารีรัตน์ จงสัจจา	นักวิชาการพาณิชย์ กองการค้าสินค้าทั่วไป กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ นนทบุรี 11000 โทรศัพท์ (02) 547 – 4774 – 86 ต่อ 4552 โทรสาร (02) 547 - 4802	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ

ชื่อ	ที่อยู่	บทบาท/สถานภาพ
36. คุณศักดิ์ มั่นคงขันติวงศ์	นักวิชาการพาณิชย์ กองการค้าสินค้าทั่วไป กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ นนทบุรี 11000 โทรศัพท์ (02) 547 - 4774 - 86 ต่อ 4552 โทรสาร (02) 547 - 4802	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
37. คุณสุรศักดิ์ มงคล	สหกรณ์ลำไยและผลิตผลการเกษตร	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
38. คุณลดาวัลย์ โพธิโกสม	สำนักงานสหกรณ์การเกษตรสารภี อ. สารภี จังหวัดลำพูน	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
39. คุณวโรทัย ภิญญสาสน์	วโรทัยมอเตอร์ 73/9 - 10 ม. 14 ต. คลองนารายณ์ อ. เมือง จ. จันทบุรี 22000	เกษตรกร
40. คุณวีระพล โชควิทยารัตน์	รองประธานบริษัท Mall Asia Co.,Ltd. CP Group of Companies	บริษัทเอกชน
41. คุณไชยณัฐ เดชวิภัย	Section Manager China Investment Co-ordinate Department Charoen Pockphand Group ซี พี ทาวเวอร์ ชั้น 21 313 ถ. สีลม กรุงเทพฯ 10500	บริษัทเอกชน
42. คุณสันต์ นาคนบรรพต	รองกรรมการผู้จัดการ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การ เกษตร สำนักงานใหญ่	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
43. คุณสุชมาลย์ มฤคทัต	ผู้อำนวยการกองสนับสนุนการตลาด ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การ เกษตร สำนักงานใหญ่	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
44. คุณสุรศักดิ์ สมผดุง	เจ้าหน้าที่กองสนับสนุนการตลาด ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การ เกษตร สำนักงานใหญ่	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
45. คุณพิชัย พรหมแพทย์	บริษัททงศ์เจริญฟรุตส์เอ็กซ์พอร์ตอินดัสตรี จำกัด 293 ม. 6 ถ. ลำพูน-ลี้ ต. มะกอก อ. ป่าซาง จ. ลำพูน 51120	บริษัทเอกชน

ชื่อ	ที่อยู่	บทบาท/สถานภาพ
46. ดร.ประเทือง นรินทรางกุล ณ ออยุธยา	803/6 – 4 ถ. ลอยเคราะห์ ซอย 3 ต. ข้างคลาน อ. เมือง จ. เชียงใหม่ 50100 โทรศัพท์ (053) 283 – 001 – 3 ต่อ 151 , 01 – 783 – 9680 โทรสาร (053) 283 - 005	ผู้อำนวยการศูนย์นโยบาย และวิชาการพรรคไทยรักไทย ภาคเหนือ
47. คุณสุชิน พวงสำลี	ไร่กุดดิดา อ. ปากคาด จ. นนทบุรี	เกษตรกร
48. คุณเกมกาญจน์ สวณียา	สวนเกษตรพัฒนา อ. บึงกาฬ จ. นนทบุรี	เกษตรกร
49. คุณสมบัติ แก้วโพนงาม	ไร่หลักชัย ศรีเชียงใหม่ อ. ศรีเชียงใหม่ จ. นนทบุรี	เกษตรกร
50. คุณประหยัด ยาวิลาด	54 หมู่ 24 บ้านร่องฝ้าย ต. ห้วยลึก อ. ป่าแดด จ. เชียงราย โทรศัพท์ 053- 761618 โทรศัพท์ 09-8543176	เกษตรกร
51. คุณนิพนธ์ สารถ้อย	363 หมู่ 24 บ้านร่องฝ้าย ต. ห้วยลึก จ. เชียงราย (ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก)	ประธานกลุ่มเกษตรกรกร ทำสวนห้วยลึก
52. คุณกมลทิพย์ พลหาญ	ร้านพืชไทย (ตลาดไท) ตลาดผลไม้รวม ต. คลองหนึ่ง อ. คลองหลวง จ. ปทุมธานี 12120 โทรศัพท์ (02) 908 – 4727 , 908 – 4886 , 01 – 313 - 6950 โทรสาร (02) 908 - 4885	ผู้ประกอบการ
53. คุณสวัสดิ์ สมวรรณ	นักวิชาการเกษตร สำนักงานเกษตรจังหวัด เชียงราย ถ. พหลโยธิน อ. เมือง จ. เชียงราย 57000 โทรศัพท์ (053) 711 – 628 , 01 – 885 - 9140 โทรสาร (053) 711 - 627	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ

ชื่อ	ที่อยู่	บทบาท/สถานภาพ
56. คุณ ROBIN	Store Department Manager CHIA TAI GROUP EK CHOR DISTRIBUTION CO.,LTD.SHANGHAI LOTUS SUPERCENTER PU DONG BRANCH 1126 – 1128 Yang Gao South Road Pudong New Area, Shanghai,China โทรศัพท์ (8621) 58731228X200 โทรสาร (8621) 58731949	บริษัทเอกชน
57. คุณ JORNCHAI	Sales Manager CHINA HANGZHOU OTC TRAVEL INT'L LTD. 3 F YAOJIANG TTOWER, 239 EWSTAKE AVE. HANGZHOU 310002 CHINA โทรศัพท์ 865 –8770 9779 8770 9770, 13064778399 โทรสาร 8657 – 8770 9771 8770 9772	
58. คุณ MARSHAL	PUTIAN CHINA TRAVEL SERVICE 429 – 445 Wenxian Road , Putian City Fujian P.R. Chaina โทรศัพท์ (0594) 2292088 2292924 , 13055693252 โทรสาร (0594) 2292635	

ตารางที่ 2 รายชื่อผู้ประกอบการ/ผู้ส่งออกที่สำคัญในการให้ข้อมูลของการตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยทั้งภายในและต่างประเทศ

ข้อมูลผู้ผลิต/บริษัท	ประเภท			ผลิตภัณฑ์ลำไย					ภายในประเทศ		ต่างประเทศ	ตราสินค้า
	ผู้ส่งออก	ผู้รวบรวม	ผู้ผลิต	ลำไยสด	ลำไยอบแห้ง	ลำไยอบแห้ง (เฉพาะเนื้อ)	ลำไยแช่แข็ง	ลำไยกระป๋อง	ค้าส่ง	ค้าปลีก		
1. คุณวัชรวิทย์ จิยาศักดิ์ หนจก.วัดขมน 1332/1 ถ.ประชาชื่น บางซื่อ กรุงเทพฯ 10800 (ตลาดไท) โทรศัพท์ 02-9082849	✓ (เป็นผู้นำเข้า ในประเทศ ส่งออก)			✓		✓			✓		จีน (ฮ่องกง เซี่ยงไฮ้ กวางเจา) มาเลเซีย แคนาดา อังกฤษ สิงคโปร์	ภูเขาหัวทอง (AA) เหลือง (A) แดง(AB) เขียว (B) ฟ้า (BC)
2. ร้านเจียบ-ดิก A 403-490 ตลาดไท 31 ม.9 พหล โยธิน กม.42 ต.คลองหนึ่ง อ.คลอง หลวง จ.ปทุมธานี				✓						✓		สิ่งสิ่งโต เครื่องบิน ม้า ช้าง นก
3. คุณประสาธ อัสวีสิตตวรรณ 272 ม. 4 ต.ยางน่อง อ.สารภี โทรศัพท์ 01-9243296	✓	✓		✓					✓ (ตลาดสุระ จ.นครราชสีมา)			นาอินทรีย์
4. คุณสุวัจ เตชเทวีบุญดำรง บริษัท อินเตอร์ฟรุช จก. 366 ซ.เกษมไพร์ ปากคลองตลาด กรุงเทพฯ 10200 02-2217470, 2235418 โทรสาร 02-2244882 โทรศัพท์ 01-8277002	✓	✓		✓					รวบรวมให้ บริษัทอื่น จำหน่ายภายใน ประเทศ	รวบรวมให้บริษัทอื่น จำหน่ายต่างประเทศ คือ จีน ฮ่องกง สิงค โปร์ มาเลเซีย อินโด นีเซีย		

ชื่อบุคคล/บริษัท	ประเภท			ผลิตภัณฑ์ลำไย					ภายในประเทศ	ต่างประเทศ	ตราสินค้า
	ผู้ส่งออก	ผู้รวบรวม	ผู้ผลิต	ลำไยสด	ลำไย อบแห้ง	ลำไยอบแห้ง (เฉพาะเนื้อ)	ลำไยแช่ แข็ง	ลำไย กระป๋อง			
5. คุณอนันต์ ตีร์วัฒนกุล บริษัทไทยเฟรช อิมพอร์ต เอ็กปอร์ต จก. 1/1 ซ.3 ถ.บำรุงราษฎร์ ต.วัดเกต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50000 053-247558,243397 โทรสาร053-248433 โทรศัพท์ 01-8839166 e-mail : thairefresh2email.com	✓	✓		✓							
6. คุณพูนชัย อมรวงูร บริษัทพงษ์เจริญ เทรดดิ้ง จก. 45-47 ถ.พูนสุวรรณ หาดใหญ่ สงขลา โทรศัพท์ 074-235677-9,349166-8 01-6982547 คุณพิชัย พรหมแพทย์ บริษัทพงษ์เจริญ เทรดดิ้ง จก. เชียงใหม่	✓			✓						จีน ย่อกง ลิงคิโป้ มาเลเซีย	ตราเสือคู่ ตราเสือดาว
7. คุณวินัย กฤตยาเกียรติกุล บริษัทไทยสง ผลไม้ จก. โทรศัพท์ 053-361352,8285740	✓			✓		✓ (สีทอง)				แคนาดา เกาหลี มา เลเซีย	
8. คุณรุ่งโรจน์ บริษัทไทยพีชผล	✓			✓	✓					จีน ย่อกง ลิงคิโป้ มาเลเซีย อเมริกา แคนาดา	
				✓						จีน ย่อกง จีน ย่อกง	

ชื่อบุคคล/บริษัท	ประเภท			ผลิตภัณฑ์ล้าสมัย					ภายในประเทศ			ต่างประเทศ	ตราสินค้า
	ผู้ส่งออก	ผู้นำเข้า	ผู้รวบรวม	ผู้ผลิต	ลำโพงสด	ลำโพงอบแห้ง	ลำโพงอบแห้ง (เฉพาะเนื้อ)	ลำโพงแช่แข็ง	ลำโพงกระป๋อง	ค้าส่ง	ค้าปลีก		
9. คุณหวง เจิน กั๋ว กรรมการผู้จัดการ บริษัทโอจีเจิง อุตสาหกรรม จก. บริษัท ทีอี อินเตอร์เนชั่นแนล จก. 117 ม. 4 ต.บ้านกลาง อ.เมือง จ.ลำพูน 51000 โทรศัพท์ 053-552143, 552338 โทรสาร 053-581537 01-8815332	✓	✓		✓		✓ (90%)	✓ (สินค้า) 10% ลำโพงอบแห้งที่ เมล็ดแตก บุป					จีน เกาหลี จีน ยองกัง มาเลเซีย อินโดนีเซีย แคนาดา สิงคโปร์	มังกร กระต่าย
10. คุณเจ้า จือ สง บริษัทฮยงดา จำกัด 287 ม. 8 ต.อุโมงค์ อ.เมือง จ.ลำพูน 51150 โทรศัพท์ 053-559371-2, 549065 01-8825644 บริษัทอินปึง จก. 314 ม. 1 ต.หนองล่อง อ.เวียง หนองล่อง จ.ลำพูน 053-505172-5 โทรสาร 053-505176	✓	✓		✓		✓						จีน	

ชื่อบุคคล/บริษัท	ประเภท				ผลิตภัณฑ์ลำไย					ต่างประเทศ			ตราสินค้า
	ผู้ส่งออก	ผู้นำเข้า	ผู้รวบรวม	ผู้ผลิต	ลำไยสด	ลำไยอบแห้ง	ลำไยอบแห้ง (เฉพาะเนื้อ)	ลำไยแช่แข็ง	ลำไยกระป๋อง	ภายในประเทศ	ต่างประเทศ	ค่าปลีก	
11. คุณสิทธิชัย เพราพงษ์พันธ์ บริษัทเชียงใหม่ แอสตี้ โปรดักส์ จก. 193 ม. 2 ถ.เชียงใหม่-ลำปาง ต.สารภี อ.สารภี จ.เชียงใหม่ 50140 โทรศัพท์ 053-420568-9 โทรสาร 053-420576	✓			✓		✓	✓ (สีทอง อบ น้ำผึ้ง)			✓	ยุโรป (อังกฤษ ฝรั่งเศส) เกาหลี		
12. คุณไพโรจน์ โฉนิทวงศ์ ผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมและพัฒนาวัตถุดิบ โรงงานมาลีสามพราน จก. มหาชน อาคาร เอบีไอ ชั้น 4 401/1 ถ.พหลโยธิน ต.คูคต อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี 10130 992-580016 โทรสาร 992-5816-7 โทรศัพท์ 01-8815332	✓			✓					✓	✓	มาเลเซีย สิงคโปร์ แคนาดา อเมริกา		มาลี

ชื่อบุคคลบริษัท	ประเภท			ผลิตภัณฑ์ลำไย					ภายในประเทศ		ตราสินค้า
	ผู้ส่งออก	ผู้นำเข้า	ผู้รวบรวม	ผู้ผลิต	ลำไยสด	ลำไยอบแห้ง	ลำไยอบแห้ง (เฉพาะเนื้อ)	ลำไยแช่แข็ง	ลำไยกระป๋อง	ต่างประเทศ	
13. คุณแก้ว รัชตสวรรค์ ประธานบริษัท บริษัทสันติภาพ (ฮั่วเฟ่ง 1998) จก. 207 ซ.พันธุ์จิตต์ ถ.โมตรังสิต แขวงป้อมปราบ กรุงเทพฯ คุณสุรัชย์ ไชยนิทย์ (ผู้ช่วยผู้จัดการโรงงาน) คุณประจวบ ศรีไสว (ผู้จัดการโรงงาน) 37 ถ.สุขสวัสดิ์ 43 พระประแดง จ.สมุทรปราการ 10130 4630090, 463782, 4633153-4 โทรสาร 4633152 สาขาเชียงใหม่ 053-848641-6 โทรสาร 053-847640 สาขาศุเมพร 077-553077-79 โทรสาร 077-553080	✓			✓					✓	✓	นกพิราบ (A) กระต่าย (B) PCC (B) กระต่ายคู่ (แตก) ม้าบิน (แตก)
14. คุณกิตติพล พรรณเชษฐ์ บริษัทเคซี เชียงใหม่ อุตสาหกรรมอาหาร จก. 191 ม.1 ถ.สันป่าตอง-บ้านกาด ต.ทุ่งสะโตก อ.สันป่าตอง จ.เชียงใหม่ โทรศัพท์ 053-8305555 โทรสาร 053-311992, 830563	✓			✓					✓	✓	KC

ภาคผนวกที่ 3

ชื่อ-ที่อยู่ของผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ลำไยในประเทศจีน

ตารางที่ 1 ชื่อ ที่อยู่ของผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ลำไยไทยในประเทศจีน ผู้อำนวยการสำนัก
ส่งเสริมการค้า มณฑลกว่างเจา ประเทศจีน

ชื่อ-นามสกุล-ตำแหน่ง	สถานที่ติดต่อ	ลักษณะการค้า
1. Eva Liu Assistant General Manager Sin Tung Hing Director (Full Billion Shipping LTD)	Guangdong Nan Hai Li Shui (Fresh Fruit Food) Market LTD Wan Fen Wei, DaBu sha Chong Shui, Nan Hai, Guangdong China 528244 Tel.(0757)5664381 Fax.(0757)5664378 Mobile 138025634595 E-mail: lishuigs@china.com HK office: Rm 705, Wing On Plaza 62 Mody Road, T.S.T. Kowloon, Hong Kong Tel.(852)23663296 Fax.(852)23663900 Mobile: 90398559	Importer Shipping
2. Mr.Chen Guoyuan Director Assistan General Manager Portable 1392746683	Haiyang Chiang Mai Thai Thana Adgri-Product Co, LTD. 3 km East of Xujiadian Town, Hai yang, Shandong, China Tel. (0535)3862918 Fax.(0535)3863088 PC: 265141	Importer
3. Mr, Sam Tsang Kwok Choi Manager Supu Supu Marker/Fast Food Department Teem Plaza Store	Guangdong Jusco Teem Stures Co,LTD. Basement 1,Teem Plaza 208 Tiahe Road, Guangzhou,China Tel.(8620)85592238628 Pager: 72814828(HK) 9807814828(China) Fax: (8620)85590239 Postal Code: 510620	Retailer

ชื่อ-นามสกุล-ตำแหน่ง	สถานที่ติดต่อ	ลักษณะการค้า
4.Karnchana Yothinaruk deputy general manager	C.P. Merchandising Co. แมคโคร กวางเจา E-mail karnchana@hotmail.com Mobile 13822218443 (china)	Importer
5. Mr.Robin Store department manager	Chia Tai Group EK Chor Distribution co,LTD Shanghai Lotus Supermarket Pu Dong Brance 1126-1128 Yang Gao South Road Pudong New Area, Shanghai, China Tel.(8621)58731228X200 Fax.(8621)58731941 M.P. : 13916148027 E-mail : RobinL@ek-chor-cn.com	Supermarket

Dried Longan Importers

1. Dongguan International Agricultural Products Trade Center
 28 Wei Huan Road, Dongguan City, Guangdong 511700, China
 Tel: (86 769) 2471126,2471127,2471128
 Fax: (86 769) 2471125, 2472238
 Attn: Mr. Dong Jinsong, Director

2. Guangdong Fruits Vegetables and Non-staple Food Co.
 No. 46 Zhong Shanba Road, Guangzhou City, Guangdong 510175, China
 Tel: (8620) 86474312, 81814466
 Fax: (8620) 81814556
 Attn: Mr. Gu Fan, Manager

3. Guangdong Shantou Fruits & Vegetable Imp. & Exp. Corp.
 Building, Haijing Yuan, Chaoyang Zhuang, Tianshan Road, Shantou
 Guangdong 510000, China
 Tel: (86 754) 8871388
 Fax: (86 754) 8871588
 Attn: Mr. Zhou Shuming, General Manager

4. Guangzhou Fruits Grocery Corp.
 169 Huangsha Avenue, Guangzhou, Guangdong 510150, China
 Tel: (86 20) 81700196
 Fax: (86 20) 81823251
 Attn: Mr. Li Xinghua, Vice Manager

5. Fujian Putian County Lingchun Sea Foods and Fruit Products Sales-Department.
 Dong Saxin Street Lingchun Town, Putian County, Fujian 351115, China
 Tel: (86 594) 7692016
 Home: (86 594) 5367941
 Mobile Phone 1395044716
 Attn: Mr. Cai Wenming, General Manager

6. Fujian Putian Xinxing Foodstuff Co., Ltd.

Jiangkou Town, Putian City, Fujian 351115, China

Tel: (86 594) 3695223

Fax: (86 594) 3692629

Attn: Mr. Dai Jinlong, Chairman of the board

7. Hua Mai Zhen Cai Fruit Corp.

1 Putou Village, Xianyou County, Fujian 351254, China

Tel: (86594) 7692169

Fax: (86 594) 7692169

Attn: Mr. Chen Shunbiao, General Manager

8. Fujian Fruits and Groceries Corp.

23 Zhingshan Road, Fuzhou, Fujian 350003, China

Tel: (86 591) 7834874, 7835301

Fax: (86 591) 7835301

Attn: Mr. Huang Zhongliu, General Manager

9. Guangxi District Guolu Foodstuffs Corp.

45 Taoyuan Road, Nanning City, Guangxi 530000, China

Tel.(86 771) 2806277

10. Beihai Fruit and Foodstuffs Corp.

30 Sichuan Road, Haicheng District, Beihai, Guangxi 536000, China

Tel: (86 779) 3032312

Fax: (86 779) 3032780

Attn: Mr. Cai Xiaowei, Manager

11. Yunnan Provincial Cereals, Oils & Foods Imp. / Exp. Corp.

576 Beijing Road, Kunming, Yunnan 650011, China

Tel: (86 871) 3148240, 3133840, 3133890, 3133915

Fax: (86871) 3134079

Attn: Mr. Song Wenbin, General Manager

12. Yunnan Border Areas Economic & Trade Development Co.

19 Taoyuan Street, Kunming, Yunnan 650011, China

Tel: (86 871) 3102440

Fax: (86 871) 3174423

Attn: Mr. Liang Feng, General Manager

13. Yunnan Harvest Group Co., Harvest Supermarket

136 Wujing Road, Kunming, Yunnan 650032, China

Tel: (86 871) 3610200

Fax: (86871) 3511501

Attn: Mr. Song Xiemei, Vice Manager

ภาคผนวกที่ 4

ชื่อ-ที่อยู่ ของผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ลำไยในเขตปกครองพิเศษฮ่องกง

ตารางที่ 1 ชื่อที่อยู่ของผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ลำไยไทยในเขตปกครองพิเศษฮ่องกง

ชื่อ-นามสกุล-ตำแหน่ง	สถานที่ติดต่อ	ลักษณะการค้า
1. Mr.Mandy Lo Import Manager	Jet All Trading Limited Calfruits Co,LTD. Unit 1708, 17 Floor, Greenfield Tower, Corcordia Plaza No 1. Science Museum Road, Tsimshatsui East, Kowloon, Hong Kong Jet All Tel.(852)23686668 Calfruits Tel.(852)23683668 Direct line Tel.(852)26208928 Fax.(852)27715098 Mobile:91903351 E-mail: mandy@jetall.comhk	Importor
2. Mr. Li Wai Shing Wilson Managing director	Lee Chiu Kee Laan Co,LTD. Stall No. B50 Western Wholesale Food Market Reclamation (stage 1) Sai Ying Pun, Hong Kong Tel. 2546-2313 , 2546-5349 Fax: 2857-9703 Mobile:9484-3843 E-mail: leechiuk@netvigator.com	Importor Wholesale

ภาคผนวกที่ 5

ชื่อ-ที่อยู่ ของผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ลำไยไทยในมาเลเซียและสิงคโปร์

ตารางที่ 1 ชื่อที่อยู่ของผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ลำไยไทยในมาเลเซียและสิงคโปร์

ชื่อ-นามสกุล-ตำแหน่ง	สถานที่ติดต่อ	ลักษณะการค้า
1. Ng Chek Kiam	Seng heng No. 52, Jalan Bidara 2/5, Taman Bidara, 68100 Batu Caves, Selangor, Malaysia. Tel.603-61387833 Fax.603-61385833 E-mail Sengheng@tm.net.my	Importer and wholesale
2. Kam Yok Wah	Kim ann No.A6&B6, Paser Borong Kuala Lumpur, 68100 Batu Caves, Kuala Lumpur. Tel. 6181308, handphone 010-2206510	Importer
3. Tai Kong Lin	Syarikat yee seng 5F, Pasar Borong Kuala Lumpur 68100 Batu 116, Jalan 2/3A, Off KM12, Jalan Bandar Utara, 68100 Kuala Lumpur.	Wholesale Retailer
4. Tay Khaim Back	Hupco Pte. Ltd BLK 20 Pasir Panjang Wholesale Centre #01-136 Singapore 110020	Importer /exporter Wholesale

ภาคผนวกที่ 6
ผลการสำรวจความคิดเห็นของเกษตรกรผู้ปลูกลำไย
ภาคเหนือและจังหวัดจันทบุรี

ผลการสำรวจความคิดเห็นของเกษตรกรภาคเหนือและจังหวัดจันทบุรี

เกษตรกรผู้ปลูกลำไยที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากภาคเหนือทั้งหมด 175 คน และจังหวัดจันทบุรี 13 คน จากแบบสอบถามสามารถสรุปประเด็นของผลการศึกษาดังต่อไปนี้

1. เกษตรกรประกอบอาชีพเป็นเกษตรกรผู้ปลูกลำไยมานานเท่าไร เกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือมีการตอบแบบสอบถาม 154 คน เป็นสัดส่วน 88% ที่ให้คำตอบและการวิเคราะห์ผลการศึกษาดังตารางที่ 1 ส่วนเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรีมีการตอบแบบสอบถาม 13 คน คิดเป็น 160% ให้คำตอบและการวิเคราะห์ผลการศึกษาดังตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ร้อยละของควมมานานในการประกอบอาชีพเป็นเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ

เป็นเกษตรกรมานาน (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-5	52	33.8
5-10	39	25.3
11-15	23	14.9
16-20	25	16.2
>20	15	9.8
รวม	154	100

ตารางที่ 2 ร้อยละของควมมานานในการประกอบอาชีพเป็นเกษตรกรผู้ปลูกลำไย จังหวัดจันทบุรี

เป็นเกษตรกรมานาน (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5-10	3	23.1
11-15	2	15.3
16-20	5	38.5
>20	3	23.1
รวม	13	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ส่วนใหญ่เกษตรกรภาคเหนือปลูกลำไยมาไม่นาน คือ 1-5 ปี มี 33.8% และ 5-10 ปี มี 25.3% ซึ่ง 59% เป็นเกษตรกรผู้ปลูกลำไย 1-10 ปีเท่านั้น ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเกษตรกรผู้ปลูกลำไยใหม่ ๆ ส่วนตารางที่ 2 พบว่า เกษตรกรจังหวัดจันทบุรีเป็นเกษตรกรที่ปลูกลำไยมากกว่า 5 ปี ถึง 77%

2. พื้นที่การปลูกลำไยทั้งหมด และพื้นที่ที่มีอายุในการปลูกแต่ละช่วงมีจำนวนเท่าไร เกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือที่ให้ตอบแบบสอบถาม 169 คน คิดเป็น 96.57% และผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 3 และ 5 ตามลำดับ ซึ่งพบว่า มีพื้นที่ไม่เกิน 20 ไร่ มากกว่า 77 % มีมากที่สุดคือ 2000 ไร่ ส่วนเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรีตอบแบบสอบถาม 13 คน คิดเป็น 100% และผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4 และ 6 พบว่า มีพื้นที่มากกว่า 20 ไร่ มากกว่า 84.3% และมากที่สุดคือ 250 ไร่

ตารางที่ 3 พื้นที่ที่ใช้ในการปลูกลำไยทั้งหมดของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ

จำนวนพื้นที่ปลูกลำไย (ไร่)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-5	34	20.0
5-10	51	30.0
11-20	45	26.8
21-40	20	12.0
41-60	11	6
61-80	2	1.8
>80	6	3.6
รวม	169	100

ตารางที่ 4 พื้นที่ที่ใช้ในการปลูกลำไยทั้งหมดของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรี

จำนวนพื้นที่ปลูกลำไย (ไร่)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5-10	1	7.7
11-20	1	7.7
21-40	5	38.5
41-60	1	7.7
61-80	4	30.4
>80	1	7.7
รวม	13	100

ตารางที่ 5 แสดงร้อยละพื้นที่ของพื้นที่ปลูกลำไยอายุช่วงต่างๆ กันของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ

พื้นที่ปลูกลำไย อายุต่างๆ (ปี)	พื้นที่เพาะปลูก (ไร่) คิดเป็นร้อยละ							ร้อยละ -
	1-5	6-10	11-20	21-40	41-60	61-80	>80	
1-3	71	17.5	6.3	4	0.6	-	0.6	88.57
4-7	75.4	16.8	5.4	1.2	-	1.2	-	88.57
8-10	84	7.9	6.1	2	-	-	-	86.86
11-15	80.3	11.2	5.3	2.5	-	-	0.7	86.86
>15	89.6	5.9	4.5	-	-	-	-	87.43

ตารางที่ 6 แสดงร้อยละพื้นที่ของพื้นที่ปลูกลำไยอายุช่วงต่างๆ กันของเกษตรกรผู้ปลูกลำไย
จังหวัดจันทบุรี

พื้นที่ปลูกลำไย อายุต่างๆ (ปี)	พื้นที่เพาะปลูก (ไร่) คิดเป็นร้อยละ							ร้อยละ
	1-5	6-10	11-20	21-40	41-60	61-80	>80	
1-3	15.3	23.1	15.3	15.3	-	-	7.7	84.62
4-7	-	15.3	-	-	-	-	7.7	23.1
8-10	7.7	7.7	7.7	-	-	-	-	23.1
11-15	15.3	7.7	7.7	15.3	-	-	0.7	46.2
>15	7.7	-	7.7	-	15.3	-	7.7	38.4

3. ผลผลิตลำไยปี 2543 และคาดการณ์ผลผลิตลำไยปี 2544

ผลผลิตลำไยปี 2543 และการคาดการณ์ผลผลิตปี 2544 ร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ แสดงในตารางที่ 7 พบว่ามีผลผลิตปี 2544 มีผลผลิตต่ำกว่า 2543 และผลผลิตลำไยของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรี พบว่าผลผลิตปี 2544 มีมากกว่าผลผลิตปี 2543 ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 7 ผลผลิตลำไยปี 2543 และคาดการณ์ผลผลิตลำไยปี 2544 ของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ

ปี	ผลผลิต (กิโลกรัม)								ร้อยละ
	0-500	501-2,000	2,001-4,000	4,001-6,000	6,001-8,000	8,001-10,000	10,001-20,000	20,001-40,000	
2543	18.9	12.4	13.3	9.7	0.8	19.9	14.8	10.0	68.57
2544 (คาดการณ์)	18.0	17.9	9.9	7.0	4.5	9.5	15.2	18.0	64.0

ตารางที่ 8 ผลผลิตลำไยปี 2543 และคาดการณ์ผลผลิตลำไยปี 2544 ของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรี

ปี	ผลผลิต (กิโลกรัม)								ร้อยละ
	0-500	501-2,000	2,001-4,000	4,001-6,000	6,001-8,000	8,001-10,000	10,001-20,000	20,001-40,000	
2543	-	-	7.7	-	15.3	-	23.1	23.1	69.2
2544 (คาดการณ์)	-	-	7.7	-	15.3	-	7.7	38.5	69.2

4. พันธุ์ลำไยที่ปลูกมากที่สุด เรียงลำดับความนิยมปลูกตามลำดับ

พันธุ์ลำไยที่นิยมปลูกมากที่สุด และร้อยละของความนิยมปลูกของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ และจังหวัดจันทบุรี ดังแสดงในตารางที่ 9 และ 10 ตามลำดับ พบว่าพันธุ์ที่นิยมปลูกมากที่สุดคือ พันธุ์ดอ

ตารางที่ 9 พันธุ์ลำไยที่ปลูกมากที่สุด เรียงลำดับความนิยมปลูกตามลำดับของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ

พันธุ์ลำไยที่นิยมปลูก	ร้อยละของพันธุ์ลำไยที่มีความนิยมปลูก		
	ลำดับ 1	ลำดับ 2	ลำดับ 3
ดอ	98.8	-	-
แก้ว	0.6	35.3	-
กระโหลกเปี้ยว	0.6	-	-
สีชมพู	-	17.6	66.7
ดอกำนแข็ง	-	5.9	-
เปี้ยวเขียว	-	35.3	33.3
เขวาทอง	-	5.9	-
ร้อยละตอบแบบสอบถาม	64.57	9.7	1.7

ตารางที่ 10 พันธุ์ลำไยที่ปลูกมากที่สุด เรียงลำดับความนิยมปลูกตามลำดับของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรี

พันธุ์ลำไยที่นิยมปลูก	ร้อยละของพันธุ์ลำไยที่มีความนิยมปลูก		
	ลำดับ 1	ลำดับ 2	ลำดับ 3
ดอ	92.3	-	-
แก้ว	-	-	7.7
กระโหลกเปี้ยว	-	-	-
สีชมพู	-	23.1	-
ดอกำนแข็ง	-	-	-
เปี้ยวเขียว	-	7.7	7.2
เขวาทอง	-	-	-
ร้อยละตอบแบบสอบถาม	92.3	30.8	15.3

5. ท่านใช้วิธีการใดในการทำให้ผลผลิตลำไยสูง

เกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือมีความคิดเห็นในการใช้วิธีการเพิ่มผลผลิตหลายวิธีรวมกัน ดังตารางที่ 11 โดยมีการใช้วิธีการให้ปุ๋ยที่ถูกวิธีมากที่สุดคือ 23.53% รองลงมาคือ การให้น้ำ (21.68%) การตัดกิ่งทรงพุ่ม การดูแลกำจัดศัตรูพืช การใช้โปรแตสเซียมคลอไรด์เป็น 19.83, 19.33 และ 13.95% ตามลำดับ ด้วยวิธีการอื่นๆ 1.68% ส่วนเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรี มีความคิดเห็นในการใช้วิธีการเพิ่มผลผลิตโดยการใช้โปรแตสเซียมคลอไรด์มากที่สุด รองลงมาคือ การให้ปุ๋ยให้ถูกวิธี(18.52%) และการดูแลกำจัดศัตรูพืช(18.52) การให้น้ำและการตัดกิ่งทรงพุ่ม (16.67%) ส่วนวิธีอื่น ๆ คือ การตัดลูกทิ้งและการให้ฮอร์โมน ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 11 แสดงร้อยละของวิธีการที่ใช้ในการได้ผลผลิตสูงของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ

วิธีการ	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละที่ใช้
การใช้โปรแตสเซียมคลอไรด์	83	13.95
การให้ปุ๋ยที่ถูกวิธี	140	23.53
การให้น้ำ	129	21.68
การตัดกิ่งทรงพุ่ม	118	19.83
การดูแลกำจัดศัตรูพืช	115	19.33
อื่นๆ	10	1.68
รวม	595	100.0

ตารางที่ 12 แสดงร้อยละของวิธีการที่ใช้ในการได้ผลผลิตสูงของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจันทบุรี

วิธีการ	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละที่ใช้
การใช้โปรแตสเซียมคลอไรด์	12	22.22
การให้ปุ๋ยที่ถูกวิธี	10	18.52
การให้น้ำ	9	16.67
การตัดกิ่งทรงพุ่ม	9	16.67
การดูแลกำจัดศัตรูพืช	10	18.52
การใช้ฮอร์โมน	1	1.85
จัดการดูแลและให้เหมาะสม	1	1.85
การตัดลูกทิ้ง	2	3.70
รวม	13	100.0

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 11 แสดงว่าการเพิ่มผลผลิตให้ความสำคัญด้าน การให้ปุ๋ย (23.53%) ให้น้ำ (21.68%) การดูแลเรื่องการตัดกิ่ง และการกำจัดศัตรูพืช 19.83 และ 19.33% ตามลำดับ ซึ่งเป็นพืชสวนที่ต้องให้การดูแลเป็นอย่างสูง และหากได้ดูแลปฏิบัติเป็นอย่างดีก็จะให้ผลผลิตมากขึ้น ดังนั้นค่าใช้จ่ายในการดูแลลำไยที่เพิ่มขึ้นจะทำให้รายได้เพิ่มขึ้นเป็นสัดส่วนต่างกันเล็กน้อยเพียงใด และควรจะเป็นที่เท่าที่จะทำให้เกษตรกรสนใจในการจะลดต้นทุนการผลิตที่จะเกิดขึ้น เป็นเรื่องที่น่าสนใจในการจัดการเรื่องการเพิ่มผลผลิต

6. วิธีการที่เกษตรกรใช้ในการเพิ่มผลผลิตนั้นได้รับการแนะนำจากหน่วยงานใด

เกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ แสดงความคิดเห็นว่าวิธีการที่ใช้ในการเพิ่มผลผลิตนั้น ได้รับคำแนะนำจากเกษตรกรด้วยกันมากที่สุดคือ 36.06% รองลงมาคือสื่อต่างๆ 20.56% กรมส่งเสริมการเกษตร กรมวิชาการเกษตร เอกชนบริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวข้อง บริษัทอุตสาหกรรมแปรรูป และอื่นๆ คิดเป็น 18.59, 12.39, 6.76, 2.81 และ 2.81% ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 13 ส่วนเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรีแสดงความคิดเห็นว่าวิธีการที่ใช้ในการเพิ่มผลผลิตนั้นได้รับคำแนะนำจากเกษตรกรด้วยกันเองมากที่สุดคือ 30% รองลงมาคือ สื่อต่าง ๆ และเอกชนบริษัทที่ทำธุรกิจที่เกี่ยวข้อง คิดเป็น 23.33% ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 13 แสดงร้อยละของการแนะนำจากหน่วยงานในการเพิ่มผลผลิตลำไยให้สูงของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ

แหล่งให้คำแนะนำ	จำนวน	ร้อยละ
กรมวิชาการเกษตร	44	12.39
กรมส่งเสริมการเกษตร	66	18.59
เกษตรกรด้วยกัน	128	36.06
เอกชน บริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวข้อง	24	6.76
บริษัทอุตสาหกรรมแปรรูป	10	2.81
สื่อต่างๆ	73	20.56
อื่นๆ	10	2.81
รวม	355	100.0

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 14 แสดงร้อยละของการแนะนำจากหน่วยงานในการเพิ่มผลผลิตลำไยให้สูงของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรี

แหล่งให้คำแนะนำ	จำนวน	ร้อยละ
กรมวิชาการเกษตร	4	13.34
กรมส่งเสริมการเกษตร	3	10.00
เกษตรกรด้วยกัน	9	30.00
เอกชน บริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวข้อง	7	23.33
สื่อต่างๆ	7	23.33
รวม	30	100.0

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่าคำแนะนำด้านเพิ่มผลผลิต เกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ อาศัยเกษตรกรและสื่อต่างๆ มากกว่า 57% และอาศัยหน่วยงานของรัฐบาล 31% นั่นคือเทคโนโลยีข่าวสาร ความรวดเร็วในการเรียนรู้จากเกษตรกรมีโอกาสเกิดได้ดีกว่า ดังนั้นการถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการเพิ่มผลผลิต สามารถใช้เกษตรกรเป็นผู้มาอบรมและผลิตสื่อต่างๆ เช่น วิทยู นิตยสาร ทีวี เพื่อให้เกษตรกรได้รับรู้ข่าวสารของเทคโนโลยีในการเพิ่มผลผลิต ส่วนตารางที่ 14 พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรี ได้คำแนะนำในการเพิ่มผลผลิตลำไยให้สูง จากเกษตรกร เอกชน สื่อต่าง ๆ มากกว่า 76.66% ส่วนอาศัยหน่วยงานของรัฐ 13.34%

7. เกษตรกรผู้ปลูกลำไยนำผลผลิตลำไยขายแหล่งใด

เกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือแสดงความคิดเห็นในการนำผลผลิตไปขายให้กับพ่อค้าคนกลางมากที่สุด คือ 58.33% รองลงมาคือ ขายให้ผู้ส่งออก 16.67% ขายตรงให้แก่ลูกค้าที่ซื้อไปบริโภค ขายให้โรงงานแปรรูป และขายให้ร้านค้าผลไม้ คิดเป็น 12.75 16.67 และ 1.47 ตามลำดับ ดังตารางที่ 15 ส่วนเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรี นำผลผลิตขายให้กับพ่อค้าคนกลาง และผู้ส่งออกมากที่สุด ดังตารางที่ 16

ตารางที่ 15 แสดงร้อยละและแหล่งขายผลผลิตลำไยของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ

ขาย	จำนวน	ร้อยละ
ขายตรงให้แก่ลูกค้าที่ซื้อไปบริโภค	26	12.75
ขายให้พ่อค้าคนกลาง	119	58.33
ขายให้ร้านค้าผลไม้	3	1.47
ขายให้ผู้ส่งออก	34	16.67
ขายให้โรงงานแปรรูป	17	8.33
ขายให้หน่วยงานราชการ	3	1.47
อื่นๆ	2	0.98
รวม	204	100.0

ตารางที่ 16 แสดงร้อยละและแหล่งขายผลผลิตลำไยของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรี

ขาย	จำนวน	ร้อยละ
ขายตรงให้แก่ลูกค้าที่ซื้อไปบริโภค	1	6.67
ขายให้พ่อค้าคนกลาง	6	40.0
ขายให้ร้านค้าผลไม้	2	13.33
ขายให้ผู้ส่งออก	6	40.0
รวม	15	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่าแหล่งขายที่สำคัญของผลผลิตลำไยของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ คือ พ่อค้าคนกลาง และผู้ส่งออก มีถึง 75% และเกษตรกรผู้ปลูกลำไยต้องการได้รายได้มากก็จะนำมาขายมีถึง 12.75% จะพบว่าจะส่งให้โรงงานแปรรูปต่ำมากคือ 8.33% แสดงว่ารายได้ของการขายลำไยสดจะมีมากกว่าขายให้โรงงานแปรรูป ส่วนตารางที่ 16 พบว่า แหล่งขายที่สำคัญของผลผลิตลำไยของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรี คือ พ่อค้าคนกลางและผู้ส่งออก(40%) รองลงมาคือ ร้านค้าผลไม้(13.33%) และจำหน่ายผู้บริโภคโดยตรง(6.67%)

8. ราคาลำไยสดถูกกำหนดราคาโดยใคร

ราคาลำไยสดที่เกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ นำมาขาย จะถูกกำหนดโดยพ่อค้ามากที่สุด คือ 69.57% รองลงมาคือเกษตรกรเอง 23.91 โดยมีเกษตรกรผู้ปลูกลำไยตอบคำถามนี้ 20.28% ดังตารางที่ 17 ส่วนราคาลำไยสดที่เกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรี นำมาขายจะถูกกำหนดโดยพ่อค้าคนกลางมากที่สุด คือ 69.23% รองลงมาคือ กำหนดราคาเอง 30.77 ดังตารางที่ 18

ตารางที่ 17 ร้อยละของผู้กำหนดราคาลำไยสดของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ

ผู้กำหนดราคา	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	11	23.91
พ่อค้า	32	69.57
ทั้งตัวเองและพ่อค้า	3	6.52
รวม	46	100.00

ตารางที่ 18 ร้อยละของผู้กำหนดราคาลำไยสดของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรี

ผู้กำหนดราคา	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	4	23.91
พ่อค้า	9	69.57
รวม	13	100.0

จากตารางที่ 17 ราคาลำไยสดจะถูกกำหนดโดยพ่อค้าเสียส่วนใหญ่ เพราะแหล่งที่เกษตรกรผู้ปลูกลำไยจะไปขายคือขายให้พ่อค้าคนกลาง ส่วนการที่จะกำหนดราคาได้เองนั้น แสดงว่าเกษตรกรนำไปขายเอง ซึ่งสอดคล้องกับตารางที่ 15

9. ลักษณะการขายลำไยของเกษตรกร

เกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือนำลำไยสดไปขายในลักษณะการขายลำไยสดมากที่สุดคือ 76.316% ขายลักษณะลำไยอบแห้งน้อยที่สุด คือ 2.33% ดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 แสดงลักษณะการขายลำไยของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ

ลักษณะการขายลำไย	จำนวน	ร้อยละ
ขายลำไยสดทั้งหมด	131	76.16
ขายลำไยอบแห้งทั้งหมด	4	2.33
ขายทั้งสดและแห้งพอกัน	12	6.98
ขายลำไยสดมากกว่า	18	10.47
ขายลำไยแห้งมากกว่า	6	3.49
อื่นๆ	1	0.58
รวม	172	100.00

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 20 แสดงลักษณะการขายลำไยของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรี

ลักษณะการขายลำไย	จำนวน	ร้อยละ
ขายลำไยสดทั้งหมด	11	91.67
ขายลำไยสดมากกว่า	1	8.33
รวม	12	100.00

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 19 พบว่า โอกาสเกษตรกรจะขายลำไยสดมีมาก อาจเป็นเพราะได้ราคาดีกว่า และเกษตรกรที่ตอบแบบสอบถามไม่มีเตาอบเสียเป็นส่วนใหญ่

10. ในฤดูปกติเกษตรกรผู้ปลูกลำไยมีลักษณะการขายอย่างไร

เกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือมีลักษณะการขายลำไยในฤดูโดยการเก็บเกี่ยวเองแล้วนำไปจตุรัสซื้อมากที่สุด คือ 52.24% รองลงมาคือ การขายแบบเหมาสวน 28.80% เก็บเกี่ยวเองแล้วขายตามตลาด 9.95% และตกเขียว 7.46% จะส่งไปโรงงานแปรรูป น้อยมาก คือ 0.50% ดังตารางที่ 21 ส่วนเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรีมีลักษณะการขายลำไยในฤดูและนอกฤดูโดยการเหมาสวนมากที่สุดคือ 64.29% และ 61.54% ตามลำดับ และรองลงมาคือเก็บเกี่ยวเองแล้วขายตามตลาด โดยลำไยในฤดูมี 21.43% และนอกฤดูมี 23.08% ดังตารางที่ 22

ตารางที่ 21 แสดงลักษณะการขายลำไยในฤดูของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ

ลักษณะการขายลำไย	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ซื้อ-ขายล่วงหน้า ผลผลิตยังไม่พร้อมเก็บเกี่ยว (ตกเขียว)	15	7.46
เหมาสวนเมื่อผลผลิตพร้อมเก็บเกี่ยว	58	28.86
เก็บเองแล้วนำไปขายที่จตุรัสซื้อมากที่สุด	105	52.24
ขายตามตลาด	20	9.95
ส่งโรงงานแปรรูป	1	0.50
แปรรูปเป็นลำไยอบแห้งเอง	0	0.00
อื่นๆ	2	1.00
รวม	201	100.00

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 22 แสดงลักษณะการขายลำไยในฤดูของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรี

ลักษณะการขายลำไย	ในฤดู		นอกฤดู	
	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ซื้อ-ขายล่วงหน้า ผลผลิตยังไม่พร้อมเก็บเกี่ยว (ตกเขียว)	1	7.14	1	7.69
เหมาสวนเมื่อผลผลิตพร้อมเก็บเกี่ยว	9	64.29	8	61.54
เก็บเองแล้วนำไปขายที่จตุรัสซื้อมากที่สุด	3	21.43	3	23.07
ส่งโรงงานแปรรูป	1	7.14	1	7.69
รวม	14	100	13	100

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

11. เกษตรกรผู้ปลูกลำไยมีเตาไว้ใช้หรือไม่

เกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ ส่วนใหญ่ไม่มีเตาอบ คือ 83.6% มีเตาอบมากที่สุด 12 เตา ดังตารางที่ 23 ส่วนเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรี ไม่มีเตาอบ 100% ดังตารางที่ 24

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของเตาอบลำไยของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ

	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีเตาอบ	133	83.6
มี 1 เตา	5	3.1
มี 2 เตา	7	4.4
มี 3 เตา	6	3.8
มี 4 เตา	4	2.5
มี 5 เตา	1	0.6
มี 6 เตา	1	0.6
มี 12 เตา	2	1.3
รวม	159	100.0

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของเตาอบลำไยของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจันทบุรี

	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีเตาอบ	12	100.0
รวม	12	100.0

12. ความคิดเห็นของเกษตรกรต่อการทำสวนลำไยในอนาคต

12.1 ในอนาคตคิดจะปลูกลำไยเพิ่มหรือไม่

เกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือมีความคิดเห็นว่าควรปลูกเพิ่มมากถึง 59.1% ไม่ควรปลูกเพิ่ม 40.9% ซึ่งได้จากการตอบแบบสอบถาม 25.1% ดังตารางที่ 25 ส่วนเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรี คิดปลูกเพียง 58.33% จากผู้ตอบแบบสอบถาม 92% ดังตารางที่ 26

ตารางที่ 25 ร้อยละของเกษตรกรที่ปลูกลำไยต่อความคิดเห็นว่าอนาคตจะปลูกเพิ่มหรือไม่ของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ

	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ปลูกเพิ่ม	18	40.9
ปลูกเพิ่ม	26	50.10
รวม	44	100.0

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 26 ร้อยละของเกษตรกรที่ปลูกลำไยต่อความคิดเห็นว่าอนาคตจะปลูกเพิ่มหรือไม่ของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ

	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ปลูกเพิ่ม	5	41.67
ปลูกเพิ่ม	7	58.33
รวม	12	100.0

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

12.2 คิดจะรื้อสวนเพื่อปลูกพืชอื่นทดแทนหรือไม่

เกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือมีความคิดเห็นว่าจะรื้อ 95.9% และจะรื้อ 4.3% ซึ่งได้จากการตอบแบบสอบถาม 26.86% ดังตารางที่ 27 ส่วนเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรี มีความคิดเห็นว่าจะรื้อ 90% จากผู้ตอบแบบสอบถาม 76.92%

ตารางที่ 27 แสดงร้อยละความคิดเห็นว่าจะรื้อสวนเพื่อปลูกพืชอื่นทดแทนหรือไม่ของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ

	จำนวน	ร้อยละ
จะรื้อ	2	4.3
ไม่จจะรื้อ	45	95.7
รวม	47	100.0

ตารางที่ 28 แสดงร้อยละความคิดเห็นว่าจะรื้อสวนเพื่อปลูกพืชอื่นทดแทนหรือไม่ของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรี

	จำนวน	ร้อยละ
จะรื้อ	1	10.0
ไม่จจะรื้อ	9	90.0
รวม	10	100.0

จากตารางที่ 25 และ 27 พบว่าเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือส่วนใหญ่คิดจะปลูกเพิ่ม และจากตารางที่ 26 และ 28 พบว่าเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรี ส่วนใหญ่คิดว่าควรปลูกเพิ่ม และไม่จจะรื้อ

13. ปัญหาในการปลูกลำไยของเกษตรกร

ปัญหาในการปลูกลำไยของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ ดังตารางที่ 29 และเกษตรกร
จังหวัดจันทบุรี ดังตารางที่ 30

ตารางที่ 29 ปัญหาในการปลูกลำไยของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ

	จำนวน	ร้อยละ
1. การดูแลรักษายาก การจัดจำหน่ายยาก ถูกพ่อค้าคนกลางเอาเปรียบ ทางรัฐบาลไม่ช่วยเหลือ	30	21.4
2. ลำไยไม่มีคุณภาพตามต้องการ และมีลำไยล้นตลาด	5	3.6
3. ปัญหาในเรื่องโรคและแมลงเยอะ ขาดเงินทุน, แหล่งน้ำ, แรงงาน, ประสบการณ์	73	52.1
4. ต้นทุนสูงไม่มีความรู้เพียงพอ ขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่างๆ	18	12.9
5. ยังไม่มีผลผลิตลำไยขาย	1	0.7
6. อยากให้เกษตรกรรวมกลุ่มกัน	1	0.7
7. ต้องการตลาด เพราะสถานะตลาดยังไม่แน่นอน ราคาลำไยต่ำ	3	2.1
8. อยากให้ส่งเสริมลำไยนอกฤดู และให้ทางรัฐบาลส่งเสริมในด้านราคา	5	3.6
9. ไม่ค่อยมีปัญหา	4	2.9
รวม	140	100.0

หมายเหตุ มีผู้ไม่ตอบ 35 ราย

ตารางที่ 30 ปัญหาในการปลูกลำไยของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจันทบุรี

	จำนวน	ร้อยละ
1. ลำไยไม่มีคุณภาพตามต้องการ และมีลำไยล้นตลาด	1	14.28
2. ปัญหาในเรื่องโรคและแมลงเยอะ ขาดเงินทุน, แหล่งน้ำ, แรงงาน, ประสบการณ์	3	42.86
3. ต้นทุนสูงไม่มีความรู้เพียงพอ ขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่างๆ	2	28.58
4. ต้องการตลาด เพราะสถานะตลาดยังไม่แน่นอน ราคาลำไยต่ำ	1	14.28
รวม	7	100.0

หมายเหตุ มีผู้ไม่ตอบ 5 ราย

จากตารางที่ 29 เกษตรกรผู้ปลูกลำไยส่วนใหญ่มีปัญหาในการปลูกลำไยคือ ปัญหาในเรื่องโรค และแมลงเยาะ ขาดเงินทุนฯ 52.1% รองลงมาคือ อยากให้รัฐบาลหาตลาดทั้งในและนอกประเทศ ให้ขยายตลาด 27.8%

จากตารางที่ 30 เกษตรกรผู้ปลูกลำไยส่วนใหญ่มีปัญหาในการปลูกลำไยคือ ปัญหาในเรื่องโรค และแมลงเยาะ ขาดเงินทุนฯ 42.86% รองลงมาคือ ต้นทุนสูงไม่มีความรู้เพียงพอ ขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่างๆ 28.58%

14. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้ความช่วยเหลือของทางราชการ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้ความช่วยเหลือของทางราชการของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ และจังหวัดจันทบุรี ดังตารางที่ 31 และ 32

ตารางที่ 31 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้ความช่วยเหลือของทางราชการของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ

	จำนวน	ร้อยละ
1. อยากให้ทางรัฐบาลหาตลาดทั้งในและนอกประเทศให้ขยายตลาด	37	27.8
2. ทางรัฐบาลไม่ให้ความช่วยเหลือ หรือ ช่วยเหลือในด้านต่างๆ ลำบากมาก	5	3.7
3. อยากให้ทางรัฐบาลกำหนดราคาลำไยให้แน่นอน และให้กำหนดราคารับซื้อให้คงที่หรือถูกลง	10	7.5
4. อยากให้ทางรัฐบาลรับซื้อลำไย และประกันราคาลำไย	3	2.3
5. อยากให้ทางรัฐบาลส่งเสริมเงินทุนช่วยเหลือเกษตรกร	15	11.3
6. อยากให้ทางรัฐบาลจัดประชุมสัมมนาทางวิชาการให้กับเกษตรกร	7	5.3
7. อยากให้ทางรัฐบาลให้คำแนะนำและเป็นพี่ปรึกษาและทำการประชาสัมพันธ์ให้กับเกษตรกร	11	8.3
8. อยากให้ทางรัฐบาลช่วยเหลือในด้านการตลาด ความรู้ และเทคโนโลยีทันสมัยต่างๆ	45	33.8
รวม	133	100.0

หมายเหตุ มีผู้ไม่ตอบ 42 ราย

ตารางที่ 32 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้ความช่วยเหลือของทางราชการของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรี

	จำนวน	ร้อยละ
1. อยากให้ทางรัฐบาลหาตลาดทั้งในและนอกประเทศให้ขยายตลาด	7	41.18
2. อยากให้ทางรัฐบาลกำหนดราคาลำไยให้แน่นอน และให้กำหนดราคาปุ๋ยให้คงที่หรือถูกลง	2	11.76
3. อยากให้ทางรัฐบาลรับซื้อลำไย และประกันราคาลำไย	1	5.88
4. อยากให้ทางรัฐบาลช่วยเหลือในด้านการตลาด ความรู้ และเทคโนโลยีทันสมัยต่างๆ	7	41.18
รวม	17	100.0

หมายเหตุ มีผู้ไม่ตอบ 2 ราย

จากตารางที่ 31 เกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือส่วนใหญ่ต้องการให้รัฐบาลช่วยเหลือในด้านการตลาด ความรู้ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย 45% รองลงมาคือ อยากให้รัฐบาลหาตลาดทั้งในและนอกประเทศให้ขยายตลาด 27.8%

จากตารางที่ 32 เกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรีส่วนใหญ่ต้องการให้รัฐบาลช่วยเหลือในด้านหาตลาดทั้งในและนอกประเทศให้ขยายตลาดและ การตลาด ความรู้ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย เท่ากันคิดเป็น 41.18% รองลงมาคือ อยากให้รัฐบาลช่วยกำหนดราคาลำไยให้แน่นอน และให้กำหนดราคาปุ๋ยให้คงที่หรือถูกลง 11.76%