3.2.3.2 เขตการปกครองพิเศษฮ่องกง

1) ลำไยสด

(1) ระบบการซื้อขายลำไยสด (สำนักงานส่งเสริมการค้า ณ เมืองฮ่องกง, 2544)

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

มีผู้ส่งออกไทยบางรายส่งผลไม้ไปฝากขาย (Consignment) และผู้นำเข้าในฮ่องกงจะคิดค่าคอมมิสชั่น (Commission) จากผลไม้ที่จำหน่ายได้ ตามอัตราที่ตกลงกันไว้

(2) การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยสด

ในปีพ.ศ. 2543 ฮ่องกงนำเข้าลำไยสดมีมูลค่ามากเป็นอับดับสี่รองจาก องุ่น ส้ม 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 เท่าในช่วง 3 ปี

ลำไยที่ฮ่องกงนำเข้าส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าจากประเทศไทย และส่วนแบ่งตลาด (Market share) ของลำไยไทยในตลาดฮ่องกงก็ได้เพิ่มสูงขึ้นตามลำดับจากร้อยละ 57.7 ในปีพ.ศ. 2541 เป็นร้อยละ 99.6 ของปริมาณนำเข้าทั้งหมดในปีพ.ศ. 2543 เมื่อ ปีพ.ศ. 2541 เวียดนามเคยเป็นคู่แข่งขันสำคัญของไทยในตลาดฮ่องกงแต่ในช่วงปีพ.ศ. 2542 – 2543 ฮ่องกงนำเข้าลำไยสดจากเวียดนามน้อยมาก ประเทศอื่น ๆ 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 ตลาดในเสิ่นเจิ้น กวางโจ แต่บางรายก็จำหน่ายต่อให้กับผู้ซื้อในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน สำหรับซุปเปอร์มาร์เก็ตในฮ่องกงบางรายก็นำเข้าผลไม้เอง แต่บางรายก็ซื้อจากผู้นำเข้าผลไม้อีกต่อหนึ่ง โดยมีราคาขายปลีกดังตารางที่ 11

อย่างไรก็ดี ในปัจจุบันผู้นำเข้าผลไม้หลายรายในฮ่องกง ไม่มีพ่อค้ารายใดสามารถผูกขาดการนำเข้าได้และในบางครั้งก็ยังมีการขายตัดราคากันด้วย

ตารางที่ 12 ราคาขายปลีกผลไม้บางชนิดในฮ่องกงวันที่ 12 พฤษภาคม 2544

ราคา : บาท/กิโลกรัม

ชนิด	ราคาในซุปเปอร์มาร์เก็ต	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) พอสรุปได้ว่าผลิตภัณฑ์ลำไยไทยจะนำเข้าเขตการปกครองฮ่องกงมี 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

ลำไยสดที่จำหน่ายตามตลาดขายส่งและขายปลีกตามซุปเปอร์มาร์เก็ต และมีผลิตภัณฑ์ลำไยแบบอบแห้งทั้งเปลือก อบแห้งเฉพาะเนื้อ และเนื้อลำไยในเครื่องซุป ในอาคาร ดังรูปที่ 45

ลำไยสดขนส่งในตลาดขนส่ง

ลำไยสดในซุปเปอร์มาร์เกต ณ ห้างสรรพสินค้าจัสโก้ สาขาซิมซาซุ่ย ฮ่องกง

ลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อในซุปเปอร์มาร์เกต ณ ห้างสรรสินค้าจัสโก้ สาขาซิมซาซุ่ย ฮ่องกง

รูปที่ 45 ผลิตภัณฑ์ลำไยที่จำหน่ายในซุปเปอร์มาร์เก็ต ณ ห้างสรรสินค้าจัสโก้ สาขาจิมซ่านจุ้ย ฮ่องกง

ลักษณะตลาดขายส่งในฮ่องกง

จากการสำรวจลักษณะตลาดขายส่งในฮ่องกง พบว่าเป็นลักษณะห้องแถว ในห้องแถวจะมีห้องเย็นสำหรับเก็บสินค้า

รูปที่ 46 ลักษณะตลาดขายส่งในฮ่องกง

3.2.3.3 **มาเลเซีย**

จากการค้นคว้าเอกสาร ข้อมูลที่พบไม่สามารถแยกเสนอข้อมูลเป็น 2 ส่วน คือ ระบบการซื้อขายและการกระจายและช่องทางการตลาดได้

1) **ลำไยสด**

(1) ระบบการซื้อขายลำไยสด

มาเลเซียเป็นตลาดนำเข้าลำไยเพื่อส่งออก (Re-export) ไปยังประเทศใกล้เคียง อาทิ ฮ่องกง สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และบรูไน เป็นต้น ลำไยของไทยจะขนส่งโดยรถบรรทุกธรรมดาและรถบรรทุกห้องเย็นจากอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ไปยังตลาดขนส่งผักและผลไม้ (Kuala Lumpur Wholesale of Fresh Fruit) โดยที่ เป็นตลาดรวบรวมขายส่งพืชผักผลไม้ทุกชนิดที่ผลิตได้และนำเข้ามาในประเทศ เพื่อจำหน่ายแก่ผู้ค้าปลีกรายย่อย ซุปเปอร์มาร์เก็ต ภัตตาคาร และร้านอาหาร ตลาดฯ ตั้งอยู่ที่เมือง Selayang Baru รัฐเซลังงอร์ ตลาดฯ ยังเป็นที่ตั้งของสมาคม Kuala Lumpur Fruits Wholesale Asociation ซึ่งมีสมาชิก 50 ราย ที่ดำเนินกิจกรรมการขายส่งผักผลไม้อยู่ในตลาดแห่งนี้ ผักและผลไม้ที่เข้าสู่ตลาดแห่งนี้มีประมาณ วันละ 50 คันรถบรรทุก หรือประมาณ 50 ตัน/วัน ตลาดเปิดทำการทุกวันตั้งแต่เวลา 04.00 – 24.00 น. โดยมีผักและผลไม้เข้าประมาณ 160-200 ตันต่อวัน ระยะเวลาเดินทางจากอำเภอหาดใหญ่ เพื่อขนถ่ายใส่รถบรรทุกมาเลเซียซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงระหว่างไทย-มาเลเซีย ถึงกรุงกัวลาลัมเปอร์ใช้เวลาประมาณ 4 ชั่วโมง การบรรทุกใช้ตะกร้าพลาสติก ซึ่งจะทำให้ลำไยบางส่วนคุณภาพด้อยลงไป

(2) การกระจายและช่องทางตลาดลำไยสด

การขนส่งผลิตภัณฑ์ลำไยสดไปยังมาเลเซียโดยส่วนใหญ่ยังมีการขนส่งทางบกโดยขนส่งทางรถยนต์ ลำไยจะถูกบรรทุกในตะกร้าพลาสติก มีการบรรทุกจากแหล่งผลิตภาคเหนือไปภาคใต้ รอการขนถ่ายใส่รถขององค์การอุตสาหกรรมห้องเย็นซึ่งเป็นรถสิบล้อ ลำไยที่ส่งออกต้องแช่เย็นเพื่อรักษาความสด โดยการวางตะกร้าพลาสติกทับกันเป็นชั้น ๆ เอาน้ำแข็งทั้งแท่งปูรถแล้วนำตะกร้าที่บรรจุลำไยวางทับและเอาน้ำแข็งทับตะกร้าลำไยแต่ละชั้น ใน 1 คันจะบรรทุกได้ประมาณ 300 – 315 เข่ง ใช้น้ำแข็งประมาณ 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 ที่ส่งออกไปประเทศมาเลเซียเป็นระบบขายฝาก (Consignment) มีการหักค่าบริหารจัดการ 5% นอกจากนี้อาจมีการต่อรองราคากันในกรณีมีลำไยสดเข้าไปมาก

(3) ผลิตภัณฑ์ลำไยที่จำหน่าย

ลำไยสดไทยส่งไปจำหน่ายในประเทศมาเลเซีย มี 3 เขต คือ ปีนัง อิโป้ (Ipoh) โยโฮบูล(Yohobau) ซึ่งจะผลิตผลิตภัณฑ์ลำไยที่เป็นเกรดต่ำที่สุด ทีมวิจัยได้สำรวจตลาด Selayang ถนนโชวคิท (Chow-kid road) กัวลาลัมเปอร์ อยู่ในเขตอิโป้ วันที่ 9 สิงหาคม 2544 จากการสำรวจชนิดของผลไม้ของไทยและประเทศคู่แข่งขัน การบรรจุภัณฑ์(ลักษณะบรรจุภัณฑ์และขนาดบรรจุ) ที่มีวางจำหน่ายในประเทศมาเลเซีย มีรายละเอียดดังนี้

(1) ตลาด Selayang มีการจำหน่ายผลไม้ภายในประเทศของมาเลเซีย เช่น สับปะรด แตงโม เงาะ

(2) ผลไม้ไทยที่นำเข้าไปจำหน่ายตลาด Selayang ประเทศมาเลเซีย เช่น ลำไย ทุเรียน มะม่วงพันธุ์โชคอนันต์

ลำไยของประเทศไทยที่มีจำหน่ายในประเทศมาเลเซีย

ทุเรียนของประเทศไทยที่มีจำหน่ายใจตลาดประเทศมาเลเซีย

มะม่วงพันธุ์โชคอนันต์ของประเทศไทยที่จำหน่ายในตลาดประเทศมาเลเซีย

ลำไยสดไทยจะมีการของน้ำแข็งวางบนตะกร้าด้านบนระหว่างการขนส่งจากหาดใหญ่มาถึงประเทศมาเลเซีย ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคชอบทานลำไยเย็น และช่วยในการเก็บรักษาลำไยให้สด ลักษณะลำไยที่วางจำหน่ายในตลาด Salayang ผู้ค้าปลีกชอบเพราะมีน้ำหนักเพิ่มมากขึ้น

การขายปลีกลำไยสดแบบขายกิโลกรัมและบรรจุถุงพลาสติกในร้านขายผลไม้ประเทศมาเลเซีย

(3) ผลไม้ต่างประเทศที่นำไปจำหน่ายในตลาด Salayang ประเทศมาเลเซีย ได้แก่

– ลูกท้อ ส้ม พลัม แอปเปิ้ล จากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

– สตอเบอรี่ จากประเทศออสเตรเลีย

– องุ่นแดง จากประเทศชิลี

– องุ่นเขียวไม่มีเมล็ด จากแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา

– มะม่วง ลูกพลัม จากปากีสถาน

(4) การขนส่งผลไม้จากตลาด Selayang

ผู้ค้าส่งหรือผู้ค้าปลีก เมื่อเลือกซื้อผลไม้เรียบร้อยแล้วจะมีการขนส่งโดยทางรถยนต์ขนาด 4 ล้อ 6 ล้อ เพื่อกระจายผลไม้ต่อไป

2) ลำไยอบแห้ง

ลำไยอบแห้งที่ส่งไปจำหน่ายในประเทศมาเลเซีย มีทั้งลำไยอบแห้งทั้งเปลือก ลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อ และขนม LO HAN KUO (ลักษณะขนมน้ำตาล) โดยจะมีร้านขายของประเภทของแห้ง โดยผู้ซื้อปลีกสามารถซื้อได้ที่มินิมาร์เก็ต ร้านยา และซุปเปอร์มาร์เก็ต บรรจุภัณฑ์ที่นำมาบรรจุพบว่าเป็นถุงพลาสติกปิดผนึก 4 ด้านที่เรียกว่า Pouch โดยด้านหนึ่งทำหน้าที่เป็นหน้าต่าง เพื่อมองเห็นลักษณะสินค้า อีกด้านเป็นอลูมิเนียมฟอย เพื่อกันความชื้น และแสงช่วยให้มีอายุการเก็บนานขึ้น

ร้านค้าขายส่งของผู้นำเข้าลำไยแห้งที่ประเทศมาเลเซีย

ลักษณะร้านขายของชำที่จะซื้อของแห้งมาจำหน่าย เช่น ลำไยอบแห้ง

ทีมวิจัยและผู้นำเข้าของประเทศมาเลเซีย

ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งสีทองบรรจุในถุงพลาติกโดยด้านหน้าทำเป็นหน้าต่าง ด้านหลังเป็นอลูมิเนียมฟอยเพื่อกันความชื้น

ลักษณะขนมน้ำตาล (LO HAN KUO) ที่มีลำไยอบแห้งเป็นส่วนผสม

วิธีการใช้ขนมน้ำตาล (LO HAN KUO)

ลักษณะขนมน้ำตาล (LO HAN KUO)

3.2.3.4 **สาธารณรัฐประชาชนสิงคโปร์**

1) **ลำไยสด**

(1) **ระบบการซื้อขายลำไยสด**

ผู้นำเข้าผักและผลไม้สดของสิงคโปร์ส่วนใหญ่จะรวมตัวกันอยู่ที่ตลาด ขายส่ง ซึ่งเป็นแหล่งนำเข้าและกระจายสินค้าเข้าตลาดสิงคโปร์และส่งต่อออกไปต่างประเทศ ผู้นำเข้าเหล่านี้จึงเป็นทั้งผู้นำเข้า ผู้ค้าส่งและผู้ส่งออกต่อ เมื่อผักและผลไม้สดเดินทางมาถึงตลาดขายส่งแล้ว ส่วนหนึ่งจะขายให้กับซุปเปอร์มาร์เก็ตและร้านค้าปลีก ส่วนหนึ่งจะมีการประมูลขายที่บริเวณตลาดขนส่งโดยผู้ค้าปลีกรายย่อยจะมาประมูลซื้อเอาไปขาย ที่เหลือจะส่งออกต่อและจำหน่ายปลีกยกกล่องให้กับผู้ซื้อทั่วไป นอกจากนี้ซุปเปอร์มาร์เก็ตยังเป็นผู้นำเข้าผักและผลไม้สดโดยตรงอีกทางหนึ่งด้วย ในทางปฏิบัติเกี่ยวกับการสั่งซื้อและการชำระเงินนั้นจะไม่มีการสั่งซื้อโดยการเปิด Letter of Credit (L/C) ผ่านธนาคาร แต่จะเป็นการขายฝาก (consignment) โดยจ่ายชำระเงินกันเมื่อขายสินค้าไปแล้ว ซึ่งผู้ส่งออกจะทยอยส่งผักและผลไม้ไปให้ผู้นำเข้าตลอดระยะเวลาของฤดูผลไม้แต่ละชนิดจนกว่าจะหมดฤดู ผู้นำเข้าก็จะทยอยจ่ายชำระค่าสินค้าเป็นงวดๆไป เช่นกัน โดยไม่ได้กำหนดล่วงหน้าว่าผักผลไม้ที่ส่งออกและนำเข้าแต่ละครั้งจะมีมูลค่าเท่าใด ขึ้นอยู่กับราคาตลาดที่ขายได้ในขณะนั้น (ศูนย์พาณิชยกรรม ณ สิงคโปร์, 2539)

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

ตลาดจำหน่ายปลีกผักและผลไม้สดในประเทศสิงคโปร์แบ่งเป็นตลาดหลัก 2 ประเภท คือ จำหน่ายในซุปเปอร์มาร์เก็ต และตลาดจำหน่ายในตลาดสดในเขตชุมชนที่พักอาศัย ตลาดจำหน่ายปลีกในซุปเปอร์มาร์เกตเป็นตลาดที่เชื่อถือและยอมรับกันโดยทั่วไปว่า

จำหน่ายผักและผลไม้สดที่มีการคัดคุณภาพ มีการบรรจุหีบห่อเพื่อการเสนอขายที่เรียบร้อยสวยงามกว่า และมีราคาค่อนข้างสูงกว่าผักและผลไม้ที่จำหน่ายปลีกตามตลาดสด (ศูนย์พาณิชยกรรม ณ สิงคโปร์, 2539)

ในประเทศสิงคโปร์ซุปเปอร์มาร์เกตมีลักษณะเป็นเครือข่ายธุรกิจ โดยมีสาขากระจายอยู่ในศูนย์กลางการค้าและเขตชุมชนใหญ่ๆ ซุปเปอร์มาร์เก็ตที่มีชื่อเสียงได้แก่ NTUC ซุปเปอร์มาร์เก็ต Oriental Emporiurn & Supermarket และซุปเปอร์มาร์เก็ต Cold Storage ส่วนตลาดสดนั้น เหมือนตลาดในประเทศไทยที่มีการจำหน่ายกับข้าวทั้งสดและ แห้ง ส่วนใหญ่จำหน่ายเฉพาะตอนเช้า สินค้าผักและผลไม้สดก็เป็นมุมหนึ่งของตลาดอาหาร มีแผงจำหน่ายผลไม้สดประมาณตลาดละ 2-3 แผง มีผลไม้สดต่างๆ คละกันไป ตามฤดูการผลิตของผลไม้ นอกจากนี้ผลไม้สดยังมีจำหน่ายปลีกตามแผงลอยและรถเข็นหาบเร่อีกบ้างกระจัดกระจายไป (ศูนย์พาณิชยกรรม ณ สิงคโปร์, 2539)

ตลาดขายส่งผักสดและไม้สดของสิงคโปร์ ได้แก่ Pasir Panjang Wholesale Market เป็นศูนย์กลางการนำเข้าและกระจายสินค้าเข้าสู่ตลาด ทั้งในประเทศสิงคโปร์และส่งออกต่อไปยังประเทศต่างๆ ส่วนใหญ่อยู่ในภูมิภาคแถบนี้ เป็นแหล่งรวมของผู้นำเข้า ซึ่งเป็นทั้งผู้ค้าส่งและผู้ส่งออกต่อด้วย 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 ส้มนานาชาติ องุ่น มะพร้าวอ่อน สับปะรด เกรพฟรุต มะม่วง กระท้อน มังคุด แพร์ พลัม พีช อินทผาลัม ฮันนีดิว สตรอเบอร์รี่ อโวคาโด มะละกอ น้อยหน่า เงาะ ทุเรียน ฯลฯ (ศูนย์พาณิชยกรรม ณ สิงคโปร์, 2539)

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

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

ประเทศที่สิงคโปร์ส่งผลไม้สดออกไปจำหน่ายมาก เรียงตามลำดับมูลค่า ในปีค.ศ. 1995 ได้แก่ มาเลเซีย ฮ่องกง บรูไน ไทย เนปาล สหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ อังกฤษ อินเดีย สหรัฐอาหรับเอมิเรสต์ เยอรมัน และออสเตรเลีย (ศูนย์พาณิชยกรรม ณ สิงคโปร์, 2539)

ราคาขายปลีกผลไม้สดในประเทศสิงคโปร์โดยเฉลี่ยค่อนข้างแพง แต่ผู้บริโภคมีกำลังซื้อมากเพียงพอที่จะซื้อรับประทานได้ทุกฤดูกาล ราคาผลไม้ที่ขายปลีกแบ่งเป็นราคาขายต่อหน่วยและราคาขายต่อกิโลกรัม ขึ้นอยู่กับชนิดของผลไม้และวิธีการเสนอขายของผู้ค้าปลีก โดยทั่วไปผลไม้ประเภทส้ม แอปเปิ้ล แพร์ มะนาว (Lemon) มะม่วง กระท้อน ส้มโอ ฝรั่ง นิยมตั้งราคาต่อผล หรืออาจจะใส่ถาดโฟมรัดด้วยฟิล์มพลาสติกใส่ถาดละ 2-3 ผล ก็มีผลไม้บางอย่าง เช่น ทุเรียน มีการจำหน่ายปลีกทั้งผลหรือแกะใส่ถาดโฟมให้ผู้ซื้อเลือกตามความพอใจ และผลไม้ประเภทองุ่น ทุเรียน กล้วย เงาะ ลำไย มะละกอ ฯ ลฯ นิยมขายในราคาต่อกิโลกรัม (ศูนย์พาณิชยกรรม ณ สิงคโปร์, 2539)

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

การส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่ใช้กับสินค้าผลไม้สดและจะดำเนินการในซุปเปอร์มาร์เก็ต โดยร่วมกับองค์กรของรัฐบาลของประเทศผู้ส่งออกผลไม้นั้น เพื่อเผยแพร่ภาพลักษณ์และสร้างความคุ้นเคยกับผู้บริโภค โดยจัดในลักษณะสัปดาห์เผยแพร่ผลไม้ที่ต้องการทำประชาสัมพันธ์ เช่น การจัดสัปดาห์เผยแพร่กีวีฟรุตของประเทศนิวซีแลนด์หรือสัปดาห์เผยแพร่แอปเปิ้ลของสหรัฐอเมริกา เป็นต้น ในระหว่างการจัดสัปดาห์เผยแพร่สินค้าผลไม้เหล่านั้นจะมีการลดราคาสินค้าเป็นแรงจูงใจ มีป้ายโปสเตอร์แขวนบนเพดาน มีพนักงานเชิญชวนผู้ซื้อรวมถึงการจับฉลากรางวัลต่างๆ เพื่อสมนาคุณด้วย นอกจากนี้อาจจะมีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชนแขนงต่างๆ และซุปเปอร์มาร์เก็ตเองก็จัดส่งแผ่นปลิวไปตามบ้านพักอาศัยด้วย (ศูนย์พาณิชยกรรม ณ สิงคโปร์, 2539)

2) ลำไยอบแห้ง

สำหรับลำไยอบแห้งนั้น การส่งออกลำไยอบแห้งของไทยไปยังสิงคโปร์ กระทำในสองเส้นทาง กล่าวคือ เส้นทางแรกเป็นการส่งออกโดยผ่านบริษัทร่วมลงทุน (Joint Venture) ระหว่างชาวไทยและสิงคโปร์ซึ่งเป็นการส่งออกลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อเท่านั้น ส่วนเส้นทางที่สองเป็นการส่งออกโดยผ่านผู้ส่งออกทั่วไป ทั้งในรูปลำไยอบแห้งทั้งเปลือกและเฉพาะเนื้อ (คนึง โยธาใหญ่, 2541)

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

ระบบการซื้อขายผลิตภัณฑ์ลำไยไทย ที่ส่งออกไปประเทศสิงคโปร์ เป็นระบบขายฝาก (Consignment)

3) การตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยในประเทศสิงคโปร์

ทีมวิจัยได้ไปสำรวจตลาด Pasir Panjang ซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้าปลีก ซึ่งที่นี่ผู้ประกอบการจะเป็นทั้งผู้ค้าส่ง ค้าปลีก และเป็นผู้ส่งออก ตลาดในประเทศสิงคโปร์มีผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศมากมาย จากการสำรวจพบว่า

(1) ผลไม้นำเข้าจากประเทศต่างๆ

ลูกท้อแดงจากแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา นำมาจำหน่ายที่ประเทศสิงคโปร์

ลูกพลัมจากประเทศนิวซีแลนด์ ที่นำมาจำหน่ายในประเทศสิงคโปร์

ลำไยสด ลำไยอบแห้ง จากประเทศไทย และลูกพลัม จากประเทศสหรัฐอเมริก และลูกกีวี จากประเทศนิวซีแลนด์ ในร้านผู้นำเข้าในประเทศสิงคโปร์

แอปเปิ้ลจากสหรัฐอเมริกา และลำไยจากไทย มะม่วงจากประเทศปากีสถาน นำมาจำหน่ายในประเทศสิงคโปร์

ลำไยสดจากประเทศไทย และ Sunkist จากประเทศสหรัฐอเมริกา

(2) บรรจุภัณฑ์และเครื่องดื่มลำไย

กล่องรองรับลำไยและผลไม้ต่างๆ ขายเป็นกิโลกรัมหรือปอนด์

ลักษณะน้ำลำไยกระป๋องที่มีจำหน่ายในซุปเปอร์มาร์เก็ตในประเทศสิงคโปร์

(3) ลำไยสดจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนที่ส่งมาเป็นตัวอย่างเพื่อวางจำหน่ายในประเทศสิงคโปร์ โดยมีจุดเด่นคือ การเพาะปลูกไม่มีสารเคมี ปลูกโดยธรรมชาติ

ลักษณะลำไยสดของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนที่ส่งมาเป็นตัวอย่างเพื่อจะส่งมาจำหน่ายที่ประเทศสิงคโปร์

3.2.3.5 **สหรัฐอเมริกา**

1) ระบบการซื้อขาย การกระจายและช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ลำไย

จากการค้นคว้าเอกสาร ข้อมูลที่พบไม่สามารถแยกเสนอข้อมูลเป็น 2 ส่วนคือ ระบบการซื้อขายและการกระจายและช่องทางการตลาดได้ จึงเสนอข้อมูลรวมดังนี้

สำหรับลำไยสดแม้ว่าจะไม่ได้รับอนุญาตให้มีการนำเข้าจากประเทศไทย แต่ลำไยสดก็มีจำหน่ายในสหรัฐฯ โดยเป็นผลิตผลของเกษตรกรสหรัฐฯ ในรัฐแคลิฟอร์เนีย ฟลอริด้า ฮาวาย และเป็นผลิตผลที่นำเข้าจากบาฮามา สาธารณรัฐโดมินิกัน ไฮติ และจาไมก้า อย่างไรก็ตาม ปริมาณลำไยที่วางจำหน่ายยังมีจำนวนน้อย เนื่องจากการปลูกลำไยในแหล่งเหล่านี้ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น จำนวนเนื้อที่เพาะปลูกและต้นลำไยที่ให้ผลยังมีน้อย จึงมีผลผลิตน้อย โดยลำไยเหล่านี้จะมีวางจำหน่ายในช่วงเดือนกรกฎาคม ถึง สิงหาคม รสชาติลำไยที่ปลูกได้ในสหรัฐฯ ใกล้เคียงกับลำไยของประเทศไทย (สำนักงานส่งเสริมการค้าในประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส , 2544)

ลำไยที่ผลิตในฟลอริด้าใต้ของสหรัฐฯ จะมีการบริโภคทั้งในรูปแบบสดและแช่แข็ง โดยที่อาจจะแช่แข็งทั้งลูกในถุงโพลีเอททีลีนหรือกล่องที่ปิดแน่น (Crane, Balerdi, และ Sargent)

ผลไม้สดและผลไม้แช่เยือกแข็งที่เป็นผลไม้จากเมืองร้อนจะมีการวางจำหน่ายเฉพาะในตลาดค้าปลีกที่ให้บริการแก่ชนกลุ่มน้อยที่คุ้นเคยกับการบริโภคผลไม้เหล่านี้เท่านั้น เช่น เวียดนาม ลาว เขมร และไทย โดยที่อัตราการบริโภคของกลุ่มชาวเวียตนามและชาวไทยจะสูง

กว่ากลุ่มอื่นๆ ทั้งนี้เนื่องจากชุมชนชาวเวียตนามเป็นชุมชนที่มีขนาดใหญ่และมีฐานะทางเศรษฐกิจดีที่สุด ส่วนชุมชนชาวไทยแม้จะมีขนาดไม่ใหญ่แต่ก็มีฐานะทางเศรษฐกิจค่อนข้างดี นอกจากนี้สินค้าที่นำเข้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่นำเข้าจากประเทศเวียตนามและประเทศไทย ส่วนลำไยที่วางจำหน่ายจะอยู่ในรูปแบบของลำไยแช่แข็งทั้งเปลือก โดยมีราคาขายปลีก ตั้งแต่ 1.19 เหรียญ ต่อ 10 ออนซ์ .99 เซนต์ – 1.5 เหรียญฯ ต่อปอนด์ หรือ 99 เซนต์ – 1.49 เหรียญฯ ต่อครึ่งปอนด์ (สำนักงานส่งเสริมการค้าในประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส, 2544)

สินค้าที่จำหน่ายจะมีบรรจุภัณฑ์ใน 2 ลักษณะ คือ มีบรรจุภัณฑ์อย่างดี และบรรจุภัณฑ์ที่ด้อยคุณภาพอย่างมาก สำหรับลำไยที่มีจำหน่ายจะถูกใส่กล่องพลาสติกอย่างดี หรือบรรจุถุงพลาสติกอย่างเรียบร้อยบ้างไม่เรียบร้อยบ้าง โดยที่ลำไยจะมีอายุการวางจำหน่ายที่จะดึงดูดใจผู้ซื้อค่อนข้างสั้น กล่าวคือจะจำหน่ายได้ดีเมื่อสินค้าถูกวางตลาดในระยะเวลา 1-2 วันแรกเท่านั้น หลังจากนั้นจะจำหน่ายไม่ค่อยได้ และต้องทิ้งเสียเป็นส่วนใหญ่ (สำนักงานส่งเสริมการค้าในประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส , 2544)

สำหรับผลิตภัณฑ์ลำไยที่มีการวางจำหน่ายตลอดปีคือลำไยตากแห้งและลำไยสดแช่เยือกแข็ง ส่วนใหญ่ของลำไยตากแห้งจะเป็นในรูปของเนื้อลำไยตากแห้งเพื่อนำมาทำเป็นน้ำลำไย ส่วนลำไยอบแห้งทั้งเปลือกและเมล็ดมีวางจำหน่ายบ้างแต่ไม่มากนัก (สำนักงานส่งเสริมการค้าในประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส , 2544)

อย่างไรก็ตามแม้ว่าลำไยสดจากประเทศไทยจะมีการห้ามการนำเข้าสหรัฐฯ แต่ประเทศไทยก็ยังสามารถส่งลำไยแช่แข็ง ลำไยกระป๋อง และลำไยแห้ง เข้าไปจำหน่ายในสหรัฐฯได้ โดยที่สหรัฐฯเป็นผู้นำเข้ารายใหญ่ของลำไยแช่แข็ง และลำไยกระป๋องของไทย (ปิยาวรรณ สกุลเจริญ, 2539) นอกจากนี้ลำไยสดที่ไทยส่งไปยังแคนาดาจะมีส่วนหนึ่งถูก Re-export มายังสหรัฐฯ (มนตรี ด่านไพบูลย์, 2543)

ผลิตภัณฑ์ลำไยไทยจะนำเข้าประเทศสหรัฐอเมริกาโดยการขนส่งทางเรือ โดยมีผลิตภัณฑ์ลำไยแช่แข็ง และลำไยอบแห้งเท่านั้นที่นำเข้าได้ ลำไยสดที่มีจำหน่ายจำนำเข้าทางประเทศแคนาดา 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)

บรรจุภัณฑ์ของสินค้านำเข้าจะต้องได้รับการออกแบบให้มีขนาด รูปแบบ และคุณสมบัติเฉพาะและมีความสัมพันธ์โดยตรงกับชนิดสินค้า วิธีการขนส่งและความต้องการของลูกค้า/ตลาด โดยทั่วไปผลไม้ชั้นดีแต่มีความบอบบาง และผักควรจะบรรจุในกล่องไม้หรือกระดาษแข็ง ที่แบ่งช่องตามขนาดของผลไม้หรือภายในกล่องมีถาดพลาสติกที่มีช่องสำหรับหุ้มผลไม้แต่ละผล กล่องเหล่านี้ควรมีความแข็งเพียงพอที่จะป้องกันการกระทบกระแทกได้ดีและมีช่องระบายอากาศพอเพียง นอกจากนั้นต้องปิดสลากแสดงรายละเอียดบนกล่องเป็นภาษาอังกฤษและฝรั่งเศสดังต่อไปนี้

- ชื่อผลไม้และรายละเอียด
- น้ำหนักของกล่อง หน่วยเป็นปอนด์หรือกิโลกรัม และจำนวนสินค้าในต่อกล่อง
- 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

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

ผู้ผลิตในต่างประเทศ	⟶	ผู้นำเข้า/ผู้ค้าส่ง	⟶ ซุปเปอร์มาร์เก็ต
ผู้ส่งออก			ร้านค้าปลีก
ผู้ผลิตในต่างประเทศ	⟶	นายหน้า/ผู้นำเข้า	ซุปเปอร์มาร์เกต
ผู้ส่งออก		ผู้ค้าส่ง	ร้านค้าปลีก

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 เป็นช่วงที่มีผลไม้จากไทยส่งเข้ามามากหลากหลายชนิด ได้แก่ ลำไย ลิ้นจี่ ทุเรียน เงาะ ส้มโอ ลองกอง มะม่วง มังคุด เป็นต้น คุณภาพสดในวันแรกมาที่มาถึงคือ วันอังคารและพฤหัสบดี ของทุกสัปดาห์ ราคาสินค้าคิดเป็นปอนด์หรือกิโลกรัม ลิ้นจี่ 4.99-8.99 ดอลลาร์แคนา/ปอนด์ เงาะ 5.49 ดอลลาร์/ปอนด์มังคุด 5.99 ดอลลาร์/ปอนด์ ทุเรียน 4.49 ดอลลาร์/ปอนด์ ลำไย 2.99 ดอลลาร์/ปอนด์ ส้มโอ ลูกละ 1.69 ดอลลาร์ เป็นต้น การขนส่งไม่เหมาะสม สินค้าช้ำ คุณภาพไม่สม่ำเสมอ (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์, 2544)

แคนาดานำเข้าลำไยสดแช่แข็งและลำไยกระป๋องจากไทยทุกปี แต่ไม่มีสถิติปริมาณและมูลค่าการนำเข้าอย่างเป็นทางการ เนื่องจากการจัดเก็บสถิติข้อมูลจัดอยู่ในประเภทผลไม้ชนิดต่างๆ รวมกันกว่า 50 ชนิด ซึ่งแต่ละชนิดมีมูลค่าไม่มากและส่วนใหญ่เป็นผลไม้เมืองร้อน รายการชื่อผลไม้ดังกล่าว ได้แก่ กล้วย 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 ลำไยสดได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมากกว่าลำไยกระป๋อง และนิยมอยู่ในกลุ่มชนชาวตะวันออก ส่วนชาวแคนาดายังไม่รู้จักผลไม้นี้มากนัก (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์, 2544)

ผลิตภัณฑ์ลำไยไทยจะนำเข้าประเทศแคนาดาโดยการขนส่งทางเรือ และทางอากาศ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้ทางเรือเนื่องจากราคาถูก ผลิตภัณฑ์ลำไยไทยส่วนใหญ่ที่นำเข้าได้แก่ 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 และการใช้สารโปรแตสเซียมคลอเรต ข้อมูลการพัฒนาผลผลิตโดยส่วนใหญ่ได้จากกลุ่มเกษตรกรด้วยกันเอง สื่อต่างๆ และเอกชนแนะนำ ปัจจุบันมีผลผลิตภายในฤดูช่วงเดือนมิถุนายน-สิงหาคม และนอกฤดูช่วงเดือนกันยายน-พฤษภาคม โดยผลผลิตในอดีต (2534-2543) โดยเฉพาะปีพ.ศ. 2543 มีการนำเทคโนโลยีการปลูกให้ลำไยออกนอกฤดู โดยใช้สารโปรตัสเซียมคลอเรต 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 คิดเป็น28.14% และ 53.16% ตามลำดับ จากผลผลิตที่มากทำให้ราคาลำไยตกต่ำ ดังนั้นรัฐบาลจึงให้การสนับสนุนเตาอบเพื่อการแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งทั้งเปลือกเพื่อแก้ปัญหาราคาลำไยตกต่ำ จึงทำให้ปริมาณการส่งออกลำไยอบแห้งทั้งเปลือกมีปริมาณสูงและยังมีบางส่วนยังไม่ได้จำหน่ายออก จึงส่งต่อปีพ.ศ. 2544 มีผลผลิตลำไยไม่เพิ่ม แต่มีลำไยอบแห้งทั้งเปลือกที่รอการจำหน่ายเป็นจำนวนมาก เกษตรกรจึงจำหน่ายลำไยสดจึงจะได้ราคาดีกว่าทำให้รัฐบาลไม่มีนโยบายประกันราคาลำไยอบทั้งเปลือก ปีพ.ศ. 2545 รัฐบาลมีนโยบายประกันราคาลำไยอบแห้งทั้งเปลือก เกษตรกรส่วนใหญ่จะนำมาแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งทั้งเปลือกซึ่งได้ราคาดีกว่า ดั้งนั้น ปีพ.ศ. 2543-2545 จะพบว่า รัฐบาลจะมีนโยบายพยุงราคาลำไยในช่วงมีผลผลิตมาก ส่งผลต่อกลไกตลาด โดยเฉพาะผลผลิตและความต้องการ (Demand & Supply)ที่ไม่ได้ดำเนินไปตลาดสภาวะปกติ ดังนั้นการติดตามอุปสงค์ของตลาด โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศที่เป็นแหล่งการกระจายผลผลิตที่สำคัญของประเทศ จะถือว่าเป็นเป้าหมายสำคัญในการผลิตลำไย ให้ประสบความสำเร็จ และหากจะ

สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้มีความจำเป็นต้องสามารถแข่งขันในด้านคุณภาพราคาของผลิตภัณฑ์ลำไยชนิดเดียวกัน และผลิตภัณฑ์ผลไม้ชนิดอื่นๆ เพราะผู้บริโภคสามารถเลือกผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ทดแทนได้

เพื่อให้ได้ทราบการกระจายผลผลิตลำไยสด ทางทีมวิจัยได้ใช้วิธีการคำนวณโดยมีข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญที่ใช้ในการทราบการกระจายลำไยสดดังนี้คือ

1. การผลิตลำไยสดมีการบริโภคภายในประเทศประมาณ 10 – 20 %

2. ผลผลิตลำไยแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งทั้งเปลือกจะใช้ลำไยสด 3 กิโลกรัมในการอบจะได้ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก 1 กิโลกรัม

3. ลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อ โดยลำไยสด 10 กิโลกรัมสามารถผลิตลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อได้ 1 กิโลกรัม ซึ่งข้อมูลศุลกากรไม่มีการแยกกลุ่มของลำไยอบแห้งทั้งเปลือกและลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อดังนั้นจึงใช้ตัวเลขของลำไยอบแห้งทั้งเปลือกเป็นหลัก

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 เป็นหลักในการคำนวนประมาณการกระจายผลผลิตลำไยดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ปริมาณการส่งออกลำไยสดปีพ.ศ. 2543 105,387 ตัน คิดเป็น 18.69% ของผลผลิตทั้งหมด

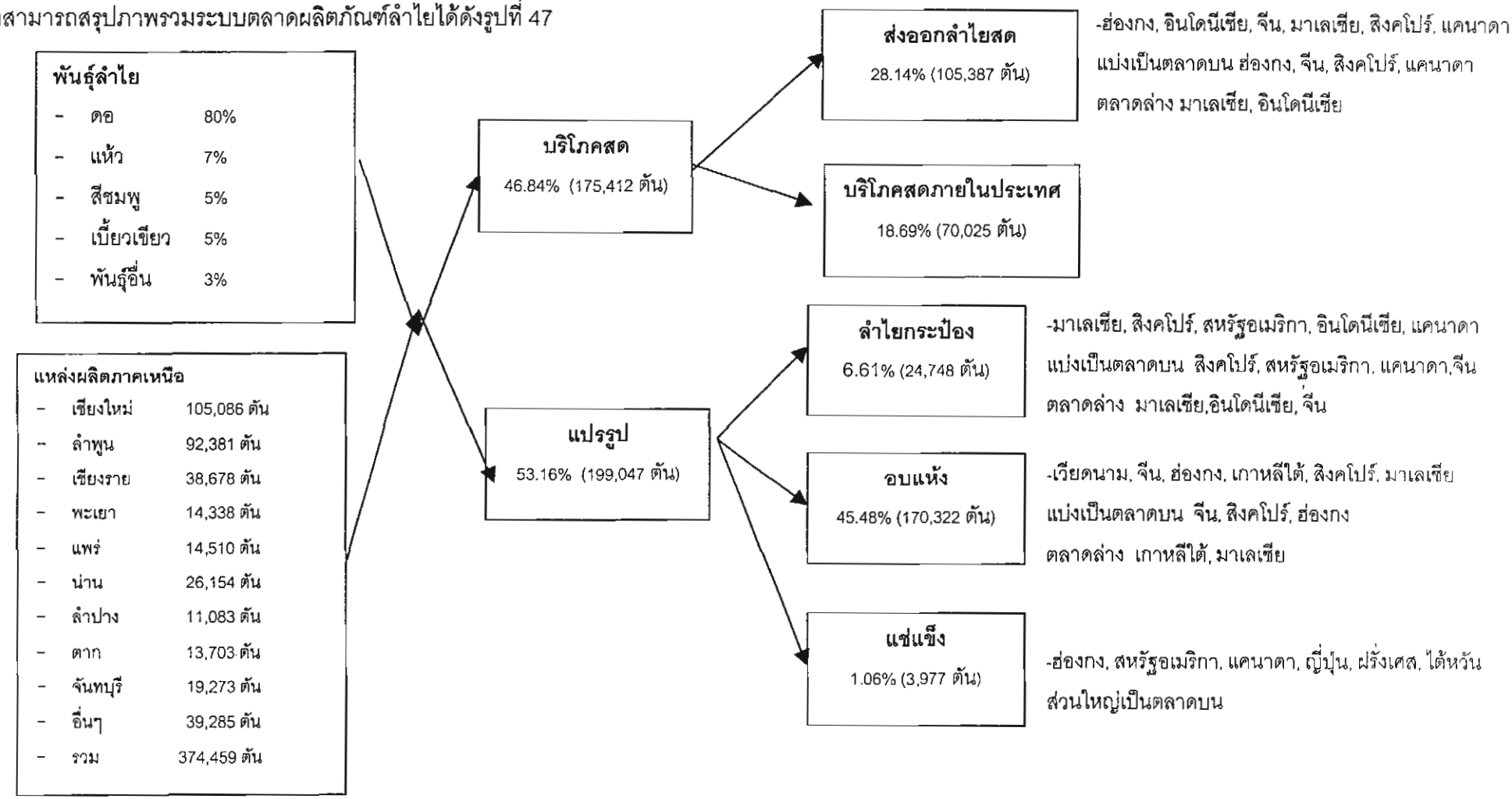
2. ปริมาณการส่งออกลำไยแห้ง ปีพ.ศ. 2543 170,322 ตัน คิดเป็น 45.48% ของผลผลิตทั้งหมด โดย อบเป็นลำไยแห้งทั้งเปลือก 1 กิโลกรัม จะเป็นลำไยสด 510,966 ตัน (ลำไยสด 3 กิโลกรัม ส่วนลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อไม่มีข้อมูลทางสถิติจึงไม่สามารถประเมินได้

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

จึงสามารถสรุปภาพรวมระบบตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยได้ดังรูปที่ 47



รูปที่ 47 วิถีทางการผลิตผลิตภัณฑ์ลำไยของประเทศ และตลาดที่ส่งออกที่สำคัญปี 2543

หมายเหตุ ลำไยอบแห้ง 1 กิโลกรัม ได้จากลำไยสด 3 กิโลกรัม

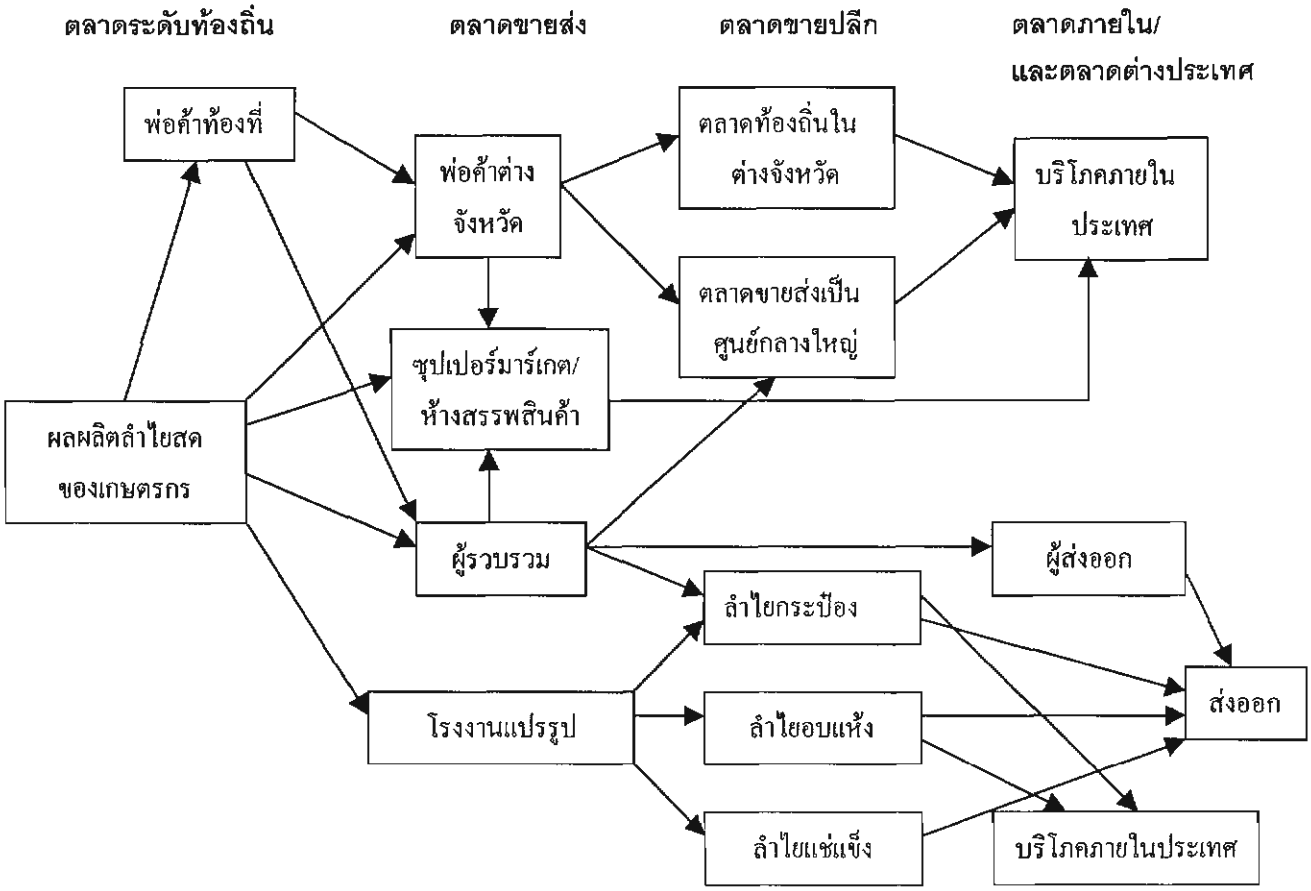
ลำไยกระป๋อง 1 กิโลกรัม ได้จากลำไยสด 1.12 กิโลกรัม

ลำไยแช่แข็ง 1 กิโลกรัม ได้จากลำไยสด 1 กิโลกรัม

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 บางส่วนเป็นซุปเปอร์มาร์เก็ต หรือห้างสรรพสินค้า และพ่อค้ารายย่อยทั่วไป สำหรับพ่อค้าขายส่ง จะมารับซื้อจากเกษตรกรเพื่อนำไปจำหน่ายต่อ และยังมีผู้รวบรวม ซึ่งจะทำหน้าที่รวบรวมสินค้าจากท้องถิ่นเพื่อส่งต่อให้พ่อค้าส่งโรงงานอุตสาหกรรม และตลาดที่เป็นศูนย์รวมการจำหน่าย เช่น ตลาดไท จากวิถีทางการผลิตผลิตภัณฑ์ลำไย

ของประเทศและตลาดส่งออกที่สำคัญปีพ.ศ. 2543 พบว่า ผลผลิตลำไยสดทั้งประเทศจะมีการส่งออกลำไยสด 28.14 %

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

ผลิตภัณฑ์ลำไยที่มีการส่งออกไปยังประเทศที่อยู่ในแถบเอเชียส่วนมีระบบการซื้อขายแบบขายฝาก ส่วนตลาด สหรัฐอเมริกา แคนาดาเป็นระบบขายขาด

ลำไยสดที่จำหน่ายในประเทศไทยมีการกระจายและช่องทางการตลาดไปจำหน่ายตามตลาดหลักของแต่ละจังหวัดตามความต้องการและปริมาณผลผลิต ราคา เพราะหากราคาลำไยสดแพงมากไปการจำหน่ายออกจะยากหรือช้า และลำไยสดมีการเน่าเสียง่าย แม้บางครั้งจะมีการรมควันซัลเฟอร์ไดออกไซด์ มีการติดสติกเกอร์ของตราสินค้าบนฝาตะกร้าและด้านข้างของตะกร้า โดยการจำหน่ายภายในประเทศจะบรรจุลำไย 10 กิโลกรัม มีการบอกเกรดคุณภาพ โดยใช้ตราสินค้าและสีของสัญลักษณ์เป็นการบอกถึงคุณภาพเกรด หรือมีการใช้ตราสินค้าที่แตกต่างกัน ราคาของตะกร้าจะตกใบละ 20 บาท เวลาซื้อขายจะจำหน่ายทั้งตะกร้า หรือมีการคืนตะกร้าก็ได้ โดยบรรจุตระกร้าพลาสติก 11 กิโลกรัม ขายพร้อมตระกร้า โดยส่วนใหญ่เป็นการขายฝาก และการร่วมลงทุนกัน

2) การขนส่ง

2.1)ทางบก

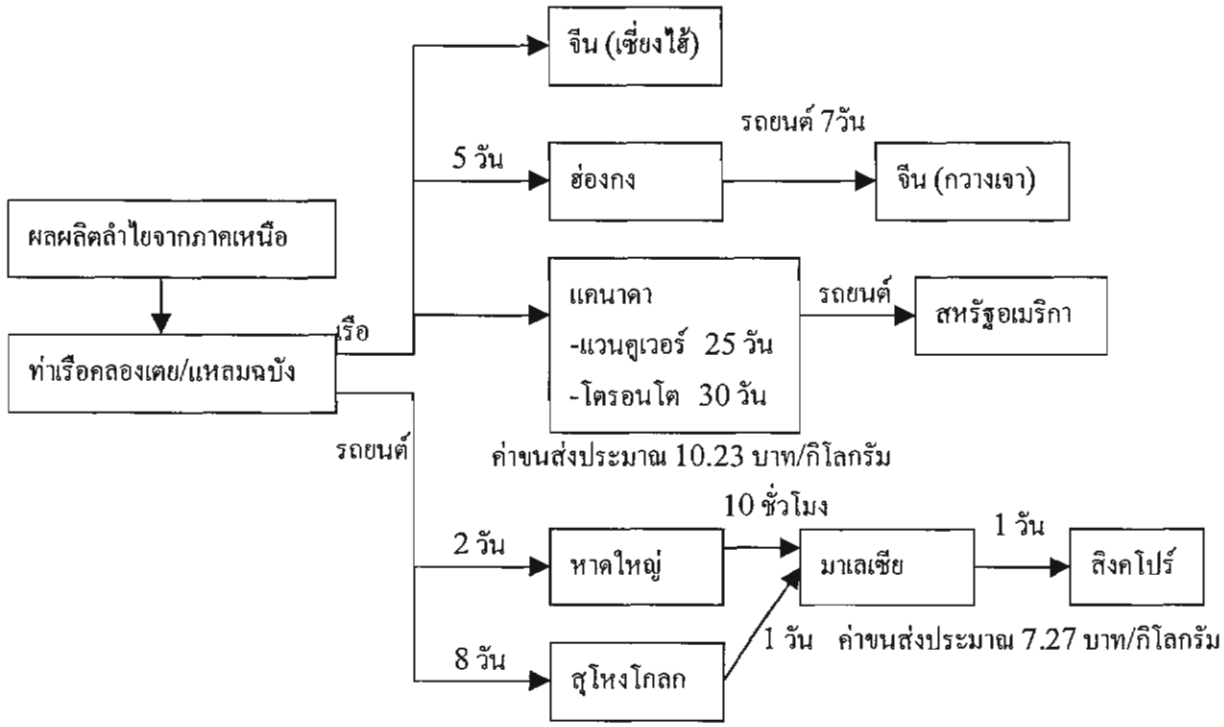
พ่อค้าที่รวบรวมให้กับผู้ส่งออกหรือผู้ส่งออกจะมีการขนส่งลำไยสดโดยใช้ตู้อบคอนเทนเนอร์ (หัวลาก) ที่ปรับอุณหภูมิเป็น 10°C หรือรถบรรทุก 10 ล้อ ซึ่งตู้คอนเทนเนอร์หรือรถบรรทุกนี้จะขนส่งลำไยสดจากภาคเหนือลงไปที่หาดใหญ่ หรือสุโหงโกลก แล้วขนส่งจากรถยนต์ของประเทศไทยไปที่รถยนต์ของมาเลเซีย หรือสิงคโปร์

2.2)ทางเรือ

พ่อค้าที่รวบรวมให้กับผู้ส่งออก หรือผู้ส่งออก จะมีการขนส่งลำไยสดโดยใช้ตู้คอนเทนเนอร์ (หัวลาก) ที่ปรับอุณหภูมิเป็น 10°C จากผลผลิตทางภาคเหนือ ลงมาที่ท่าเรือคลองเตย หรือ แหลมฉบัง โดยการขนย้ายตู้คอนเทนเนอร์ลงเรือได้เลย โดยมีการขนส่งทางเรือ และระยะเวลาในแต่ละประเทศเป้าหมาย ดังรูปที่ 49

2.3)ทางอากาศ

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

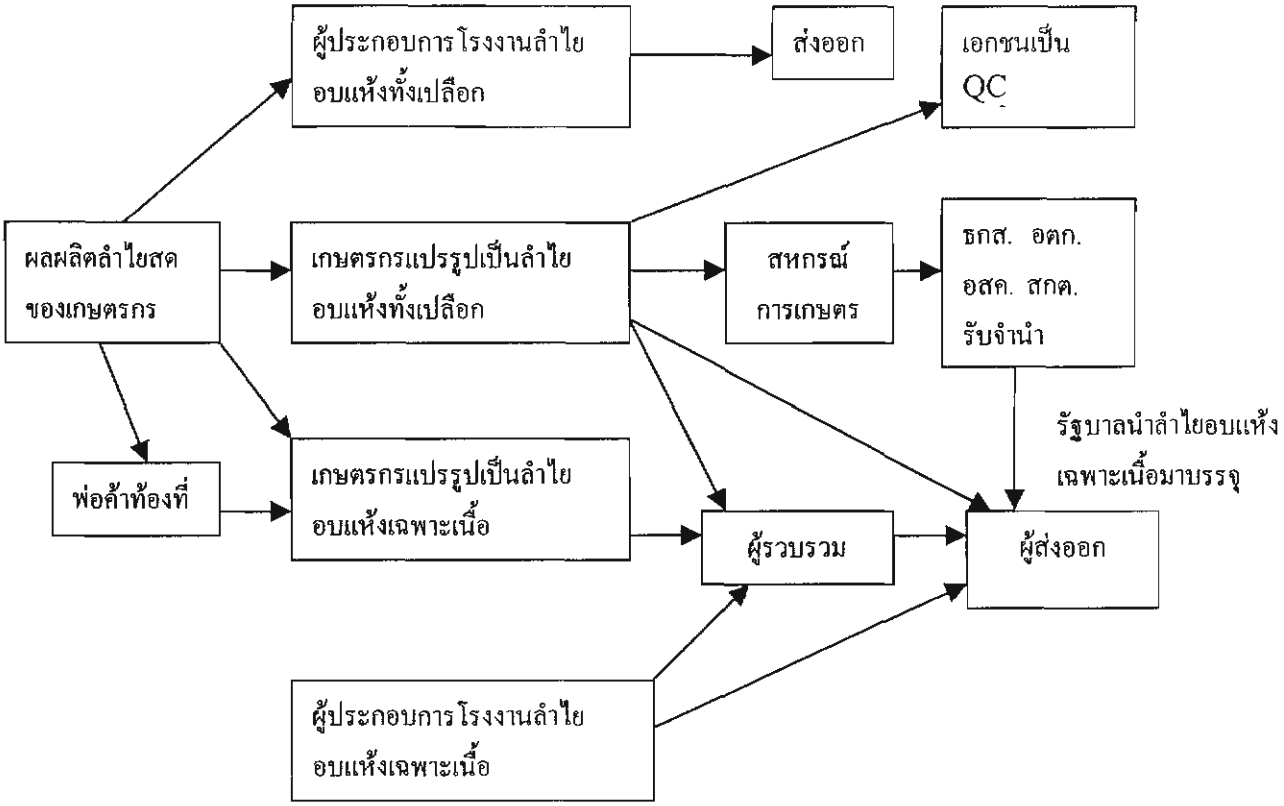


รูปที่ 49 การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยสด

4.1.2.2 **ลำไยอบแห้ง**

1) การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยอบแห้ง

ระบบการกระจายและช่องทางการตลาดลำไยอบแห้งทั้งเปลือก พบว่าเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจะนำลำไยมาอบแห้งต่อเมื่อราคาลำไยสดราคาต่ำ และนำมาอบแห้งด้วยเตาอบของตนเองเสียส่วนใหญ่ แล้วนำลำไยอบแห้งทั้งเปลือกไปจำนำตามนโยบายประกันราคาของรัฐบาลหากมีราคาที่ดีกว่าหรือจำหน่ายให้เอกชนโดยตรงหากเกษตรกรต้องการใช้เงินด่วน ดังรูปที่ 50



รูปที่ 50 การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยอบแห้งทั้งเปลือก และลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อภายในประเทศ ปี 2544-2545

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

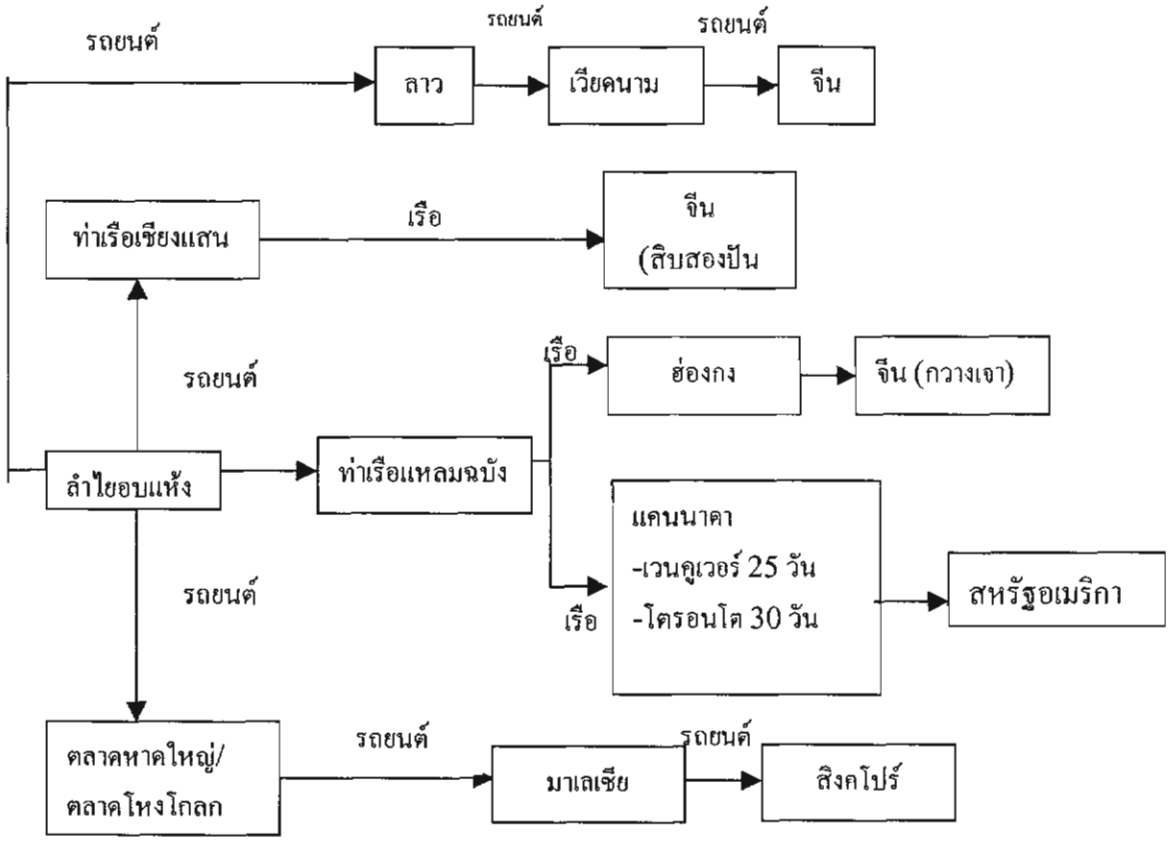
ลำไยอบแห้งทั้งเปลือกเกือบ 95% ส่งออกไปที่สาธารณรัฐประชาชนจีน ดังนั้น ลักษณะการขนส่งลำไยอบแห้งส่วนใหญ่จะส่งไปที่ท่าเรือเชียงแสน จังหวัดเชียงราย โดยมีแผนที่การเดินเรือ ดังรูปที่ 24 และ 25 ในปีพ.ศ. 2543 มีการขนส่งทางรถยนต์ไปทางด้านจังหวัดมุกดาหารเข้าประเทศเวียดนาม และไปที่สาธารณรัฐประชาชนจีน เนื่องจากปัญหาด้านภาษี หากผ่านเวียดนามจะไม่ได้ภาษี โดยมีการขนส่งดังนี้

2) **การขนส่งมี 3 ทาง** คือ

1. ท่าเรือเชียงแสน $\xrightarrow{\text{เรือ}}$ จีน (สิบสองปันนา)
2. เชียงใหม่ $\xrightarrow{\text{รถยนต์}}$ ลาว $\xrightarrow{\text{รถยนต์}}$ เวียดนาม $\xrightarrow{\text{รถยนต์}}$ จีน $\longrightarrow$
3. เชียงใหม่ $\xrightarrow{\text{รถยนต์}}$ ภาคอีสาน $\xrightarrow{\text{รถยนต์}}$ เวียดนาม $\xrightarrow{\text{รถยนต์}}$ จีน $\longrightarrow$

ส่วนการขนส่งลำไยอบแห้งไปยังประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ ฮ่องกง แคนาดา เหมือนกับการขนส่งลำไยสด ดังรายละเอียดในรูปที่ 43

การขนส่งทางลาว และเวียดนามปลายทางที่ประเทศจีน ปีพ.ศ. 2543 มีปริมาณสูงมาก ทั้งนี้เนื่องจากมาตรการภาษี

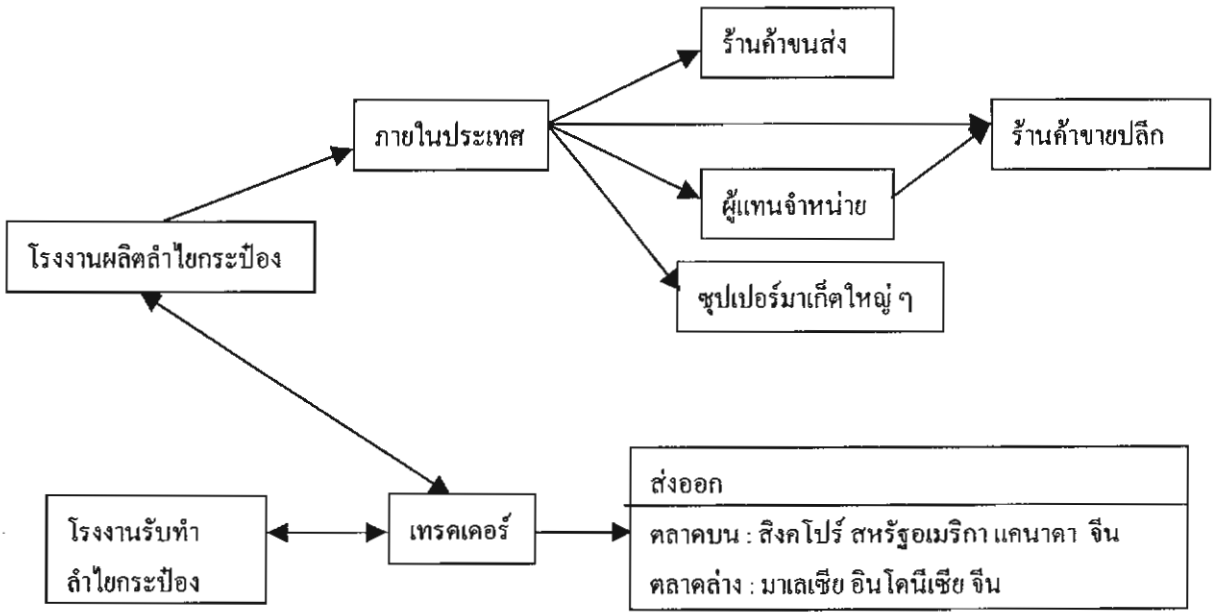


รูปที่ 51 การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยอบแห้ง

4.1.2.3 **ลำไยกระป๋อง**

1) **การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยกระป๋อง**

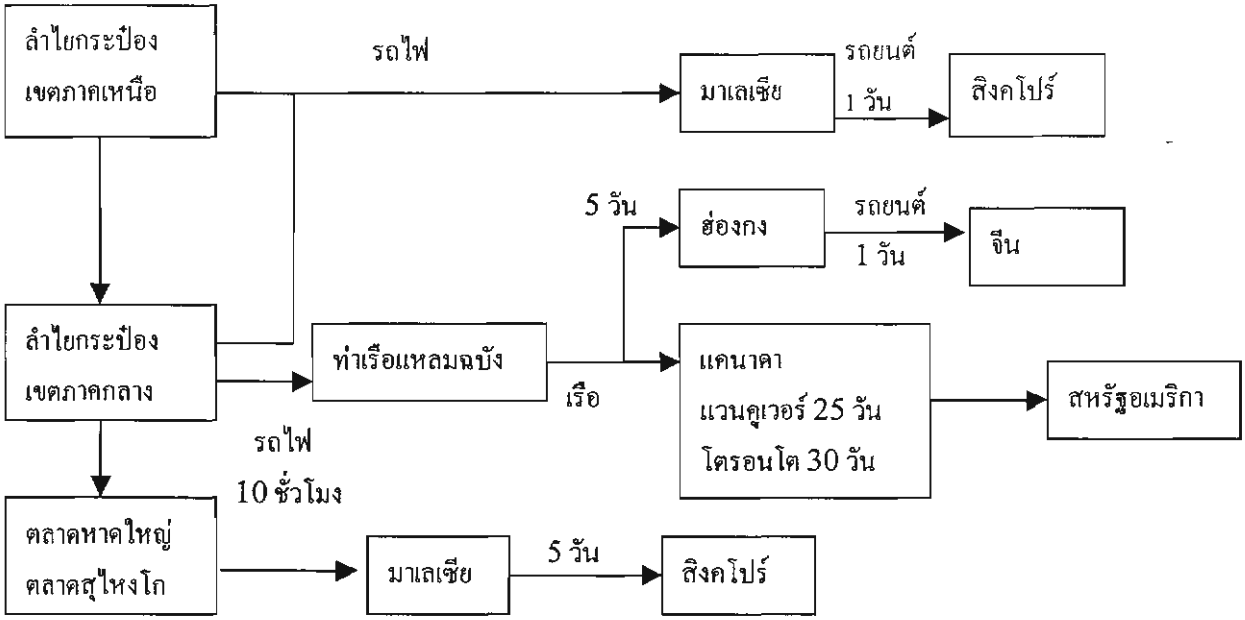
ระบบการซื้อขายลำไยกระป๋องภายในประเทศ ดังรูปที่ 52 ในโรงงานผลิตลำไยกระป๋องจะส่งให้ผู้แทนจัดจำหน่าย ร้านค้าขายส่งหรือซุปเปอร์มาร์เกตขนาดใหญ่มีระบบการซื้อขายแบบให้เครดิต 45 – 90 วัน หรือบางบริษัทจะส่งให้ร้านค้าขายปลีกแต่มีการชำระเงินเป็นทั้งเงินสดและเครดิต 30 – 60 วัน มีการใช้ตราสินค้ายี่ห้อเดียวกันในการจัดจำหน่ายภายในประเทศและต่างประเทศ



รูปที่ 52 ช่องทางการตลาดลำไยกระป๋องในประเทศ

2) **การขนส่ง**

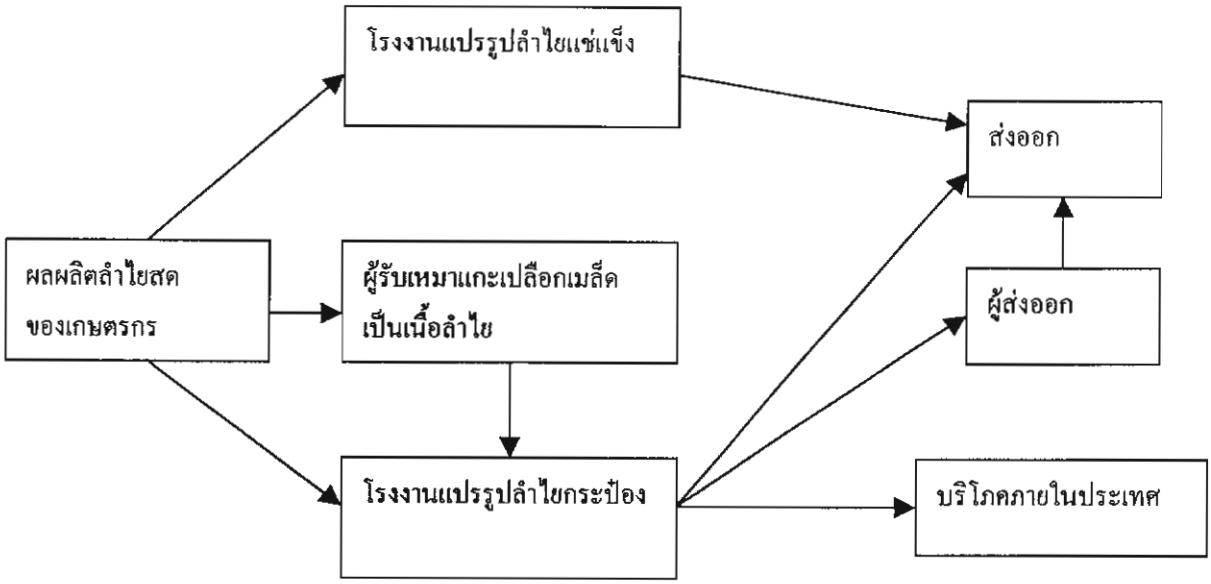
ลำไยกระป๋องเป็นผลิตภัณฑ์ลำไยแปรรูปที่มีการส่งออกประมาณ 70-80% โดยปีพ.ศ. 2543 มีตลาดหลัก คือ มาเลเซีย สิงคโปร์ และสหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย และแคนาดา มีการขนส่งทางบก คือ รถยนต์ และ รถไฟ และทางเรือ ดังมีรายละเอียดดังรูปที่ 53



รูปที่ 53 การกระจายและช่องทางการตลาดลำไยกระป๋อง

4.1.2.4 **ลำไยแช่แข็ง**

ลำไยแช่แข็งเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปที่มีการส่งออก 100% โดยส่งไปที่ฮ่องกง สหรัฐอเมริกา แคนาดา โดยมีการกระจาย ช่องทางการตลาดคล้ายลำไยกระป๋อง โดยจำหน่ายร้านขายส่งซุปเปอร์มาร์เก็ตใหญ่ ๆ แต่ระบบการซื้อขายจะขายขาด ดังรูปที่ 54 และมีการขนส่งเหมือนการขนส่งลำไยกระป๋อง



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 ดังกล่าวจะส่งผลปัญหาตามมาคือ

1. มาตรฐานลำไยของประเทศไทยไม่สม่ำเสมอ และการปฏิบัติแบ่งเกรดแตกต่างกัน

2. ความเข้าใจในการปฏิบัติระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายอาจจะไม่ตรงกัน การจะตัดสินใจว่าเป็นเกรดอะไรขึ้นอยู่กับผู้ตรวจคุณภาพซึ่งผู้ตรวจคุณภาพจะถูกฝึกฝนในแต่ละปีๆ ไป

3. ผู้ซื้อไม่ได้ดูคุณภาพที่ตราสินค้าเลย แต่ดูที่ลักษณะของลำไยและราคาตามที่ผู้ซื้อยอมรับได้ จากการสัมภาษณ์พบว่าตราสินค้าใดมีคุณภาพไม่ตรงตามเกณฑ์ที่บอกไว้จะเกิดอะไรขึ้น สิ่งที่ทำต่อมา คือ มีการเปลี่ยนตราสินค้าใหม่ เปลี่ยนที่อยู่เบอร์โทรศัพท์ติดต่อใหม่ โดยเฉพาะเบอร์มือถือ นอกจากนี้ยังเกิดการสับสนในการเรียกเกรด

จากปัญหาทั้ง 3 ข้อดังกล่าวจะทำให้การปฏิบัติให้เป็นมาตรฐานลำไยของประเทศไทยยิ่งยากลำบากมากขึ้น

ปัญหาลำไยสดส่งออก คือปริมาณซัลเฟอร์ไดออกไซด์ที่ตกค้างที่เปลือก และที่เนื้อมากเกินไป ส่งผลให้ผู้บริโภคที่มีความเป็นห่วงสุขภาพจะมีความเป็นห่วงปริมาณสารดังกล่าวตกค้างมาก นอกจากนี้ประเทศเป้าหมายส่งออก เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ มีการออกข่าวเรื่องคุณภาพลำไยของไทยที่มีซัลเฟอร์ไดออกไซด์ตกค้าง ซึ่งถือว่าเป็นจุดอ่อน ปัจจุบันประเทศจีนก็นำเรื่องสารตกค้างในลำไยมากีดกันทางการค้าเพื่อปกป้องเกษตกรในประเทศ ตลอดจนมีนโยบายโครงการเร่งด่วนของชาติที่ดำเนินการปีค.ศ. 1999–2002 เรื่องเทคโนโลยีการเพาะปลูกลำไยคุณภาพเยี่ยมโดยอาศัยหลักการการนำวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจชนบท ส่งเสริมความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของการประกอบการธุรกิจ ยกระดับอัตรากำลังผลิตในชนบท ผลักดันให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวดเร็วซึ่งในปัจจุบันการปลูกลำไยของประเทศจีนมีการอวดอ้างเรื่องคุณภาพคือ ปลูกลำไยอย่างธรรมชาติไม่ได้ใช้สารเคมีการเพาะปลูก และสามารถการเก็บรักษาได้หลายวันที่ตู้อากาศเย็น และได้นำไปจำหน่ายในสิงคโปร์แล้ว ดังนั้นในอนาคตประเทศจีนที่เคยเป็นลูกค้าจะกลายเป็นคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทยแน่นอน

2. **ระบบการซื้อขายและราคา**

ลำไยสดที่ส่งออกไปในประเทศแถบเอเชียคือ จีน ฮ่องกง มาเลเซียและสิงคโปร์โดยส่วนใหญ่จะเป็นระบบขายฝาก ส่วนประสหรัฐอเมริกา และแคนาดาจะเป็นระบบขายขาด

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

4.2.2 ปัญหาและข้อเสนอแนะการตลาดลำไยอบแห้ง

1) ปัญหาด้านคุณภาพ

การรับซื้อลำไยอบแห้งจากเกษตรกร หรือผู้ประกอบการที่มีเตาอบนั้นมีการควบคุมคุณภาพเฉพาะด้านขนาดของลำไย การบุบแตก เท่านั้น ไม่ได้รวมถึงความชื้นที่มีอยู่ภายในลำไยอบแห้งโดยเฉพาะเนื้อลำไย เพราะหากยังคงมีความชื้นสูงกว่า 18% จะทำให้ปัญหาการเกิดเชื้อราบริเวณผิวได้ ซึ่งปัญหาการตรวจสอบความชื้นนี้ทางบริษัทผู้ทำการส่งออกก็ไม่ได้มีเครื่องตรวจวัด แต่อาศัยจากประสบการณ์ดูลักษณะเนื้อลำไยว่ามีลักษณะแห้งแล้วหรือยัง นอกจากนี้โรงงานที่มีเตาอบก็มีวิธีการ

ที่อบแตกต่างกัน โดยเฉพาะปริมาณที่ใช้ อุณหภูมิ และเวลาในการอบ เนื่องจากใช้ชนิดของเชื้อเพลิง จำนวนครั้งการเปลี่ยนแต่ละขั้นในการอบ สิ่งเหล่านี้มีผลต่อความชื้นสุดท้ายของลำไยอบแห้งทั้งเปลือก

2) บรรจุภัณฑ์ การขนส่งและการเก็บรักษา

เกษตรกรนำลำไยอบแห้งใส่ถุงพลาสติกตาข่ายมัดปากถุง บรรทุกซ้อนกันเป็นจำนวนมาก หรือแม้แต่ขณะกำลังคัดเกรด หรือเก็บ Stock ไว้ ก็ซ้อนทับกันมาก โอกาสจะเกิดการบุบแตกของลำไยก็มาก นอกจากนี้บางบริษัทมีกล่องลูกฟูกที่มีถุงพลาสติกในกล่อง แล้วมีการบรรจุลำไยอบแห้งทั้งเปลือก 10 หรือ 15 กิโลกรัม มีการใช้กล่องกระดาษลูกฟูกมีความแข็งแรงที่แตกต่างกัน ซึ่งจะมีผลเมื่อเวลาต้องผ่านการขนส่งจากรถบรรทุก ลงท่าเรือในเมืองไทย และขนย้ายจากท่าเรือประเทศที่ส่งออกลงบนรถบรรทุกอีกครั้ง ซึ่งโอกาสที่กล่องลูกฟูกที่มีความแข็งแรงไม่พอจะเกิดปัญหาบุบพัง ทำให้ลำไยแตกบุบได้

3) ราคา

ราคาลำไยอบแห้งทั้งเปลือก พ่อค้าคนกลางจะเป็นผู้กำหนด โดยจะพิจารณาจากราคาการขายและความต้องการในต่างประเทศ หากต่างประเทศมีความต้องการมาก ของขาดตลาด ราคาก็จะสูง 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 ดังนั้นการคิดต้นทุนจากลำไยเป็นช่อไม่สามารถคิดได้ เพราะในทางปฏิบัติลำไยอบแห้งจะนำลำไยร่วงมาอบแห้งซึ่งลำไยร่วงขณะนั้นราคา 12 บาท ซึ่งซื้อคละกัน ดังนั้นต้นทุนลำไยสดร่วงจึงเป็น 36 บาท ค่าอบแห้ง 2.50-3.0 บาท/กิโลกรัม นั้น โอกาสที่เกษตรกรและผู้ประกอบลำไยจะมีโอกาสได้รับผลกำไรก็ต่อเมื่อรับซื้อลำไยเกรด AA และ A ซึ่งในทางปฏิบัติน้อยมาก 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. *รายงานการเยือนตลาดค้าลำไยแห้งมณฑลฝูเจี้ยน*. สำนักงานส่งเสริมการค้าต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง. 2543.

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

ชัยยุทธ ชิโนกุล. *การศึกษาศักยภาพการผลิตและการตลาดลำไย*. ลำดับที่ 1980 ห้องสมุดสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

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

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

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

มนตรี ด่านไพบูลย์. *การเปรียบเทียบการผลิตและการตลาดของลำไย ในสาธารณรัฐประชาชนจีนและประเทศไทย*. การค้นคว้าอิสระเสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. กันยายน 2543.

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

มัลลิกา พัวจินดาเนตร. *ตลาดผลไม้ไทยในมณฑลกวางตุ้ง*. สำนักงานส่งเสริมการค้า ณ นครกวางโจว.

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

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

รัตนา อัตตปัญโญ กมล งามสมสุข อนุสนธิ์ อัตตปัญโญ ศรันย์ อารยะรังสฤษฎ์ เยาวเรศ เชาวนพูนผล และ จิรวรรณ กิจชัยเจริญ. *อุตสาหกรรมแปรรูปลำไย*. รายงานฉบับสมบูรณ์เสนอต่อสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตร และสหกรณ์.2541.

สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่. *ลำไยพืชทองของเชียงใหม่-ลำพูน*. งานส่งเสริมพืชการผลิตพืชสวน ฝ่ายส่งเสริมและพัฒนาการผลิต.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. *การผลิตการตลาดลำไยปี 2538/2539*. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2540.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. *ต้นทุนการผลิตลำไย*. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2540.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. *ต้นทุนการผลิตลำไย*. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2543.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. *ต้นทุนการผลิตลำไย*. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2544.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. *การกำหนดเขตเกษตรเศรษฐกิจสำหรับลำไย*. ศูนย์สารสนเทศการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2543.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. ในวารสารจาร์พา 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 Maketing*. Prentice hall Upper saddie river,NJ 07458.1999.

Lancaster Geoff and Lester Massingharm. *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://aciar.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 2544 .....กิโลกรัม

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)

   ☐ การใช้โปรแตสเซียมคลอเรต ☐ การตัดกิ่งทรงพุ่ม

   ☐ การใช้ปุ๋ยให้ถูกวิธี ☐ การดูแลกำจัดศัตรูพืช

   ☐ การให้น้ำ ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. วิธีที่ท่านใช้ในการทำให้ได้ผลผลิตสูงข้างต้น ท่านได้รับการแนะนำจากหน่วยงานใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ หน่วยงานราชการ

☐ กรมวิชาการเกษตร

☐ กรมส่งเสริมการเกษตร

☐ เกษตรกรด้วยกัน

☐ เอกชน บริษัทที่ทำธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

☐ บริษัทอุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร

☐ สื่อต่างๆ เช่น วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เอกสาร แผ่นใบปลิว

☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

7. แหล่งที่ท่านขายลำไยที่ผลิตได้

☐ ขายตรงให้แก่ลูกค้าที่ซื้อไปบริโภคเอง

☐ ขายให้พ่อค้าคนกลางที่รวบรวมลำไยไปขายต่อให้โรงงานหรือผู้ส่งออก

☐ ขายให้ร้านค้าผลไม้/ ซุปเปอร์มาร์เกต/ 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. ลักษณะของการขายผลผลิตลำไย**ในฤดูกาล**

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

11. ลักษณะของการขายผลผลิตลำไย**นอกฤดูกาล**

- ☐ ซื้อ-ขาย ล่วงหน้าผลผลิตยังไม่พร้อมเก็บเกี่ยว (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 อาคารเบ็ญจมาศ ชั้น 6 เขตดุสิต กรุงเทพฯ โทรศัพท์ (02) 234 – 5000 , 558 - 2535	อดีตรองเลขาธิการพรรคความหวังใหม่
2. ดร.ชิงชิง ทองดี	สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม	ข้าราชการ/ นักวิจัยลำไย
3.คุณราตรี เม่นประเสริฐ	สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	ข้าราชการ / นักวิจัยลำไย
4. คุณประทีป กุณาศล	บ.สยามซิตโต้ จก. 141/23 ถ. พหลโยธิน 32 เขตจัตุจักร กรุงเทพฯ 10900	อดีตนักวิชาการกรมวิชาการเกษตร
5. คุณประสงค์ ตันวัฒนากุล	องค์การบริหารส่วนจังหวัดลำพูน ศาลากลางจังหวัดลำพูน อ. เมือง จ. ลำพูน โทรศัพท์ (053) 511191	รองประธานหอการค้า จ.ลำพูน (ผู้ประกอบการลำไยอบแห้ง)
6. คุณศิริพล ยอดเมืองเจริญ	อธิบดีกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์	รองปลัดกระทรวงพาณิชย์
7.คุณหวง เจิ้นกั๋ว	บริษัทอีเจิ้ง อุตสาหกรรม จก. บริษัท ที อี อินเตอร์เนชั่นแนล จก. 117 ม. 4 ต.บ้านกลาง อ.เมือง จ.ลำพูน 51000 โทรศัพท์ 053-552143 552338 01-8815332 โทรสาร053-581537	ผู้แปรรูป / ผู้ส่งออก (เน้นลำไยอบแห้ง)
8. คุณวินัย กฤตยาเกียรติกุล	บ.ไท – ฮง ผลไม้ จำกัด 382 ม. 6 ต. สบเปี๋ยะ อ. จอมทอง จ. เชียงใหม่ 50160	ผู้แปรรูป / ผู้ส่งออก

ชื่อ	ที่อยู่	บทบาท/สถานภาพ
9.คุณรุ่งโรจน์ จิรังวรพจน์	บ.ไทยพืชผล อิมพอร์ท – เอ็กซ์พอร์ท จำกัด 225 หมู่ 5 ถ. เชียงใหม่ – ลำปาง ต. หนองป่าครั่ง 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.ทุ่งสะโตก อ.สันป่าตอง จ.เชียงใหม่ โทรศัพท์ 053-8305555 โทรสาร 053-311992,830563	ผู้แปรรูป / ผู้ส่งออก
11.คุณสมชาย ชาญณรงค์กุล	รองอธิบดีกรมวิชาการเกษตร กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	ผู้เชี่ยวชาญ
12. คุณวัลลดาย์ รัชตะสวรรค์	บริษัทสันติภาพ (ฮั่วเพ้ง 1998) จก. 207 ซ.พันธ์จิตต์ ถ.ไมตรีจิต แขวงป้อมปราบ กรุงเทพฯ	ผู้แปรรูป/ผู้ส่งออกอาหารกระป๋อง
13. คุณไพโรจน์ โลนิกพงษ์	ผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมและพัฒนาวัตถุดิบ โรงงานมาลีสามพราน จก.มหาชน อาคาร เอบิโก้ ชั้น 4 401/1 ถ.พหลโยธิน ต.ดูคด อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี 10130 992-580016 โทรสาร 992-5816-7 โทรศัพท์ 01-8815332	ผู้แปรรูป/ผู้ส่งออก
14. คุณวิยะดา วชิรกุล	สำนักพัฒนาตลาดต่างประเทศ กรมส่งเสริมการส่งออก	ฝ่ายประสานกรมส่งเสริมการส่งออก
15. คุณชาตกภัณฑ์ อ่อนศิระ	สำนักพัฒนาตลาดต่างประเทศ กรมส่งเสริมการส่งออก	อดีตผู้อำนวยการสำนักงานการค้าระหว่างประเทศ ณ เชียงใฮ้
16. คุณศิริ ชัยสถิตย์วานิช	โรงสีเทพสวัสดิ์ 132 ม. 2 ต. แสนสุข อ. พาน จ. เชียงราย	ผู้ประกอบการลำไยอบแห้ง

ชื่อ	ที่อยู่	บทบาท/สถานภาพ
17.คุณเกรียงไกร คะนองเดชาชาติ	เกษตรจังหวัดเชียงใหม่ สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ โทรศัพท์(053) 210019 – 20 , 01 – 9511141 โทรสาร (053) 222481	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
18. คุณวัชรี จียาศักดิ์	หจก. วัชมน 1332/1 – 2 ถ. ประชาชื่น บางซื่อ กรุงเทพฯ โทรศัพท์ (02) 589 - 394	ผู้ส่งออก
19. คุณศิริวรรณ กิติดำรง	บริษัทไทยชิงยี 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. คุณวิทิต ธีระมังคลานนท์	สำนักงานส่งเสริมการค้า ณ นครกวางเจา (Thai Trade Center) Garden Tower Rm 1255 – 1257 368 Huanshi Dong Lu Guangzhou, Chaina 510064 โทรศัพท์ 001 – 86 – 20 - 83849453	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
22. คุณเกรียง บุญชู	สำนักส่งเสริมการค้า ณ เมืองฮ่องกง (Thai Trade Center) Fairmaont House, 8th Floor 8 Cotton tree Drive Central, Hong kong Chaina โทรศัพท์ 252 - 5916	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
23.คุณมัลลิกา พัวจินดาเนตร	สำนักส่งเสริมการค้า ณ นครเซียงไฮ้ สาธารณรัฐประชาชนจีน	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
24. คุณกฤษณะ ชาสมบัติ	Royal Thai Consulate – Ceneral Commercial Section Rm 1255 – 1257 , Garden Tower 368 Huanshi Dong Lu, Guangzhou Chaina 510064 โทรศัพท์ (8620) 838 - 49453	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ

ชื่อ	ที่อยู่	บทบาท/สถานภาพ
25. คุณโสภณ สุต๋ำ	233 ม. 11 ต. น้ำบ่อหลวง อ. สันป่าตอง จ. เชียงราย 50120 โทรศัพท์ (053) 311791	เกษตรกร
26. คุณพิทักษ์ ปั้นทอง	ประธานชมรมชาวสวนลำไย อ. บ้านโฮ่ง บ้านดอยหล่อ จ. ลำพูน	เกษตรกร
27. คุณสมประสงค์ อุดมศรี	นักจัดรายการวิทยุโทรทัศน์ รายการเกษตร ก่อนแจ้ง และรายการลูกเกษตร	สื่อมวลชน
28. คุณเสกสรรค์ สุวรรณมาโจ	สำนักงานเกษตรจังหวัดลำพูน อ. เมือง จ. ลำพูน	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
29. คุณนุสรา จงเจริญ	สำนักงานเกษตรจังหวัดลำพูน อ. เมือง จ. ลำพูน	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
30. คุณสุทัศน์ เดชอบ	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์อำเภอป่าซาง จ. ลำพูน	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
31. คุณประยงค์ จึงอยู่สุข	73 ม. 3 ถ. ริมคลองชลประทาน ต. สุเทพ อ. เมือง จ.เชียงใหม่ 50000	อดีตเกษตรจังหวัดลำพูน
32. คุณอดุลย์ สุวรรณเนตร	หัวหน้าฝ่ายบริการส่งออก ศูนย์ผลักดันสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออก (ศกอ.) กรมวิชาการเกษตร 50 ถ. พหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ (02) 940 – 6320 โทรสาร (02) 9406321 - 2	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
33. คุณอุชลี บริเวชานันท์	สำนักงานรักษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
34. คุณสุวพร 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 โพธิโกสุม	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 เดชวิกัย	Section Manager China Investment Co-ordinate Department Charoen Pockphand Group ซี พี ทาวเวอร์ ชั้น 21 313 ถ. สีลม กรุงเทพฯ 10500	บริษัทเอกชน
42. คุณสันต์ นาคบรรพต	รองกรรมการผู้จัดการ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
43. คุณสุขุมาลย์ มฤคทัต	ผู้อำนวยการกองสนับสนุนการตลาด ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
44. คุณสุรศักดิ์ สมผดุง	เจ้าหน้าที่กองสนับสนุนการตลาด ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่	เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
45. คุณพิชัย พรหมแพทย์	บริษัทพงศ์เจริญฟรุตส์เอ็กซ์ปอร์ตอินดัสตรี จำกัด 293 ม. 6 ถ. ลำพูน-ลี้ ต. มะกอก อ. ป่าซาง จ. ลำพูน 51120	บริษัทเอกชน

ชื่อ	ที่อยู่	บทบาท/สถานภาพ
46. ดร.ประเทือง นรินทรางกูล ณ อยุธยา	803/6 – 4 ถ. ลอยเคราะห์ ซอย 3 ต. ช้างคลาน อ. เมือง จ. เชียงใหม่ 50100 โทรศัพท์ (053) 283 – 001 – 3 ต่อ 151 , 01 – 783 – 9680 โทรสาร (053) 283 - 005	ผู้อำนวยการศูนย์นโยบายและวิชาการพรรคไทยรักไทยภาคเหนือ
47. คุณสุชิน พวงสำลี	ไร่กฤติยา อ. ปากคาด จ. หนองคาย	เกษตรกร
48. คุณแกมกาญจน์ สวณียา	สวนเกษตรพัฒนา อ. บึงกาฬ จ. หนองคาย	เกษตรกร
49. คุณสมบัติ แก้วโพนงาม	ไร่หลักชัย ศรีเชียงใหม่ อ. ศรีเชียงใหม่ จ. หนองคาย	เกษตรกร
50. คุณประหยัด ยาวิลาด	54 หมู่ 24 บ้านร่องเผียว ต. ห้วยสัก อ. ป่าแดด จ. เชียงราย โทรศัพท์ 053-761618 โทรมือถือ 09-8543176	เกษตรกร
51. คุณนิพนธ์ สารถ้อย	363 หมู่ 24 บ้านร่องเผียว ต. ห้วยสัก จ. เชียงราย (ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก)	ประธานกลุ่มเกษตรกรการทำสวนห้วยสัก
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 สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงราย 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 Departmeant 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

ชื่อบุคคล/บริษัท	ประเภท			ผลิตภัณฑ์ลำไย							ตราสินค้า
	ผู้ส่งออก	ผู้รวบรวม	ผู้ผลิต	ลำไยสด	ลำไยอบแห้ง	ลำไยอบแห้ง (เฉพาะเนื้อ)	ลำไยแช่แข็ง	ลำไยกระป๋อง	ภายในประเทศ		ต่างประเทศ	
									ค้าส่ง	ค้าปลีก		
1. คุณวัชรี จียาศักดิ์ หจก.วัชมน 1332/1 ถ.ประชาชื่น บางซื่อ กรุงเทพฯ 10800 (ตลาดไท) โทรศัพท์ 02-9082849	√ (เป็นผู้นำเข้าในประเทศฮ่องกง)			√		√			√	√	จีน (ฮ่องกง เซี่ยงไฮ้ กวางเจา) มาเลเซีย แคนดา อังกฤษ สิงคโปร์	ภูเขาคู่ ทอง (AA) ,หลือง (A) แดง(AB) เขียว (B) ฟ้า (BC)
2. ร้านเจี๊ยบ-ดิ๊ก A 403-490 ตลาดไท 31 ม.9 พหลโยธิน กม.42 ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี				√						√		ลิง สิงโต เครื่องบิน ม้า ช้าง นก
3. คุณประสาท อัศวสีตวรรณ 272 ม. 4 ต.ยางเนิ้ง อ.สารภี โทรศัพท์ 01-9243296	√	√		√					√ (ตลาดสุระ จ.นครราชสีมา)			นกอินทรีย์
4. คุณสุวัจ เตชเทวัญดำรง บริษัท อินเตอร์เฟรช จก. 366 ซ.เค็มไพร์ ปากคลองตลาด กรุงเทพฯ 10200 02-2217470, 2235418 โทรสาร 02-2244882 โทรศัพท์ 01-8277002	√	√		√					รวบรวมให้บริษัทอื่นจำหน่ายภายในประเทศ		รวบรวมให้บริษัทอื่นจำหน่ายต่างประเทศ คือ จีน ฮ่องกง สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย	

ชื่อบุคคล/บริษัท	ประเภท			ผลิตภัณฑ์ลำไย					ภายในประเทศ		ต่างประเทศ	ตราสินค้า
	ผู้ส่งออก	ผู้รวบรวม	ผู้ผลิต	ลำไยสด	ลำไยอบแห้ง	ลำไยอบแห้ง (เฉพาะเนื้อ)	ลำไยแช่แข็ง	ลำไยกระป๋อง				
5. คุณอนันต์ ตรีวัฒนกุล บริษัทไทยเฟรช อิมปอร์ต 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 : thaifresh2email.com	√	√		√								
6. คุณพูนชัย อมรางกูร บริษัทพงษ์เจริญ เทรดดิ้ง จก. 45-47 ถ.พูนสุวรรณ หาดใหญ่ สงขลา โทรศัพท์ 074-235677-9,349166-8 01-6982547 คุณพิชัย พรหมแพทย์ บริษัทพงษ์เจริญ เทรดดิ้ง จก. เชียงใหม่	√			√		√ (สีทอง)					จีน ฮ่องกง สิงคโปร์ มาเลเซีย แคนาดา เกาหลี มาเลเซีย	ตราเสือคู่ ตราเสือดาว
7. คุณวินัย กฤตยาเกียรติกุล บริษัทไทยฮง ผลไม้ จก. โทรศัพท์ 053-361352,8285740	√			√							จีน ฮ่องกง สิงคโปร์ มาเลเซีย อเมริกา แคนาดา	
8. คุณรุ่งโรจน์ บริษัทไทยพืชผล	√			√	√						จีน ฮ่องกง จีน ฮ่องกง	

ชื่อบุคคล/บริษัท	ประเภท				ผลิตภัณฑ์ลำไย								ตราสินค้า
	ผู้ส่งออก	ผู้นำเข้า	ผู้รวบรวม	ผู้ผลิต	ลำไยสด	ลำไยอบแห้ง	ลำไยอบแห้ง (เฉพาะเนื้อ)	ลำไยแช่แข็ง	ลำไยกระป๋อง	ภายในประเทศ		ต่างประเทศ	
										ค้าส่ง	ค้าปลีก		
9. คุณหวง เจิ้น กั๋ว กรรมการผู้จัดการ บริษัทอีเจิ้ง อุตสาหกรรม จก. บริษัท ที อี อินเตอร์เนชั่นแนล จก. 117 ม. 4 ต.บ้านกลาง อ.เมือง จ.ลำพูน 51000 โทรศัพท์ 053-552143, 552338 โทรสาร053-581537 01-8815332	√	√		√		√ (90%)	√ (สีดำ) 10% ลำไยอบแห้งที่ เมล็ดแตก บุบ สีทอง10% ดำ 80%					จีน เกาหลี จีน ฮ่องกง มาเลเซีย อินโดนีเซีย แคนาดา สิงคโปร์	มังกร กระต่าย
10. คุณเจ้า จื้อ สง บริษัทฮองดา จำกัด 287 ม. 8 ต.อุโมงค์ อ.เมือง จ ลำพูน 51150 โทรศัพท์ 053-559371-2,549065 01-8825644 บริษัทอิ่นปัง จก. 314 ม. 1 ต.หนองลอง กิ่งอ.เวียง หนองลอง จ.ลำพูน 053-505172-5 โทรสาร 053-505176	√	√		√		√						จีน	

ชื่อบุคคล/บริษัท	ประเภท				ผลิตภัณฑ์ลำไย								ตราสินค้า
	ผู้ส่งออก	ผู้นำเข้า	ผู้รวบรวม	ผู้ผลิต	ลำไยสด	ลำไยอบแห้ง	ลำไยอบแห้ง (เฉพาะเนื้อ)	ลำไยแช่แข็ง	ลำไยกระป๋อง	ภายในประเทศ		ต่างประเทศ	
										ค้าส่ง	ค้าปลีก		
11. คุณสิทธิชัย เพราพงษ์พันธุ์ บริษัทเชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จก. 193 ม. 2 ถ.เชียงใหม่-ลำปาง ต.สารภี อ.สารภี จ.เชียงใหม่50140 โทรศัพท์ 053-420568-9 โทรสาร 053-420576	√			√		√	√ (สีทอง อบน้ำผึ้ง)			√		ยุโรป (อังกฤษ ฝรั่งเศส) เกาหลี	
12. คุณไพโรจน์ โลนิกพงศ์ ผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมและพัฒนาวัตถุดิบ โรงงานมาลีสามพราน จก.มหาชน อาคาร เอบิโก้ ชั้น 4 401/1 ถ.พหลโยธิน ต.ดูคด อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี 10130 992-580016 โทรสาร992-5816-7 โทรศัพท์ 01-8815332	√			√					√	√		มาเลเซีย สิงคโปร์ แคนาดา อเมริกา	มาลี

ชื่อบุคคล/บริษัท	ประเภท				ผลิตภัณฑ์ลำไย								ตราสินค้า
	ผู้ส่งออก	ผู้นำเข้า	ผู้รวบรวม	ผู้ผลิต	ลำไยสด	ลำไยอบแห้ง	ลำไยอบแห้ง (เฉพาะเนื้อ)	ลำไยแช่แข็ง	ลำไยกระป๋อง	ภายในประเทศ		ต่างประเทศ	
13. คุณแก้ว รัชตสวรรค์ ประธานบริษัท บริษัทสันติภาพ (ฮั่วเพ้ง 1998) จก. 207 ซ.พันธ์จิตต์ ถ.ไมตรีจิต แขวงป้อมปราบ กรุงเทพฯ คุณสุรชัย ไชยนิตย์ (ผู้ช่วยผู้จัดการโรงงาน) คุณประจง ศรีไสว (ผู้จัดการโรงงาน) 37 ถ.สุขสวัสดิ์ 43 พระประแดง จ.สมุทรปราการ 10130 4630090,463782,4633153-4 โทรสาร 4633152 สาขาเชียงใหม่ 053-848641-6 โทรสาร053-847640 สาขาชุมพร 077-553077-79 โทรสาร077-553080	√			√					√	√		จีน มาเลเซีย สิงคโปร์ อเมริกา แคนาดา ฝรั่งเศส อังกฤษ	นกพิราบ (A) กระต่าย (B) PCC (B) กระต่ายคู่ (แดก) ม้าบิน (แดก)
14. คุณกิตติพล พรรณเชษฐ์ บริษัทเคซี เชียงใหม่ อุตสาหกรรมอาหาร จก. 191 ม.1 ถ.สันป่าตอง-บ้านกาศ ต.ทุ่งสะโตก อ.สันป่าตอง จ.เชียงใหม่ โทรศัพท์ 053-8305555 โทรสาร 053-311992,830563	√			√					√		รับผลิตให้กับตราอื่นที่มีจำหน่ายใน	สิงคโปร์ อเมริกา แคนาดา มาเลเซีย	KC

ชื่อบุคคล/บริษัท	ประเภท				ผลิตภัณฑ์ลำไย							ตราสินค้า
	ผู้ส่งออก	ผู้นำเข้า	ผู้รวบรวม	ผู้ผลิต	ลำไยสด	ลำไยอบแห้ง	ลำไยอบแห้ง (เฉพาะเนื้อ)	ลำไยแช่แข็ง	ลำไยกระป๋อง	ภายในประเทศ		ต่างประเทศ	
15. คุณศิริวรรณ กิติดำรง ผู้จัดการฝ่ายเอกสารข้อมูล บริษัท,ทยชิงยี่ อินเตอร์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด 72/85-87 ชั้น 3 ถ.เรียบแม่น้ำเจ้าพระยา ช่องนนทรี ยานนาวา กรุงเทพ 10120 โทรศัพท์ 2947744-54 โทรสาร 2947754,2954133	√		√			√			√	-	-	มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย	ตราลูกค้าในแต่ละประเทศ
16 คุณศิริ ชัยสถิตวานิช	√												
17. คุณวีระพล โชควิทยารัตน์ ซีพีแลนด์ รองประธานบริษัท Mall Asia Co.,Ltd CP Group of Companies	√												
18. คุณไชยณัฐ เดชวิกัย ผู้จัดการการตลาดและการกระจายสินค้าในการลงทุนในจีน	√												

ภาคผนวกที่ 3
ชื่อ-ที่อยู่ของผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ลำไยในประเทศจีน

ตารางที่ 1 ชื่อ ที่อยู่ของผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ลำไยไทยในประเทศจีน ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมการค้า มณฑลกวางเจา 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	Importor 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	Importor
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 Xjnxing 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 จากแบบสอบถามสามารถสรุปประเด็นของผลการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

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

ตารางที่ 1 ร้อยละของความนานในการประกอบอาชีพเป็นเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ

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 ร้อยละของความนานในการประกอบอาชีพเป็นเกษตรกรผู้ปลูกลำไย 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 ซึ่งพบว่ามีพื้นที่ไม่เกิน 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	**พื้นที่เพาะปลูก (ไร่) คิดเป็นร้อยละ**							**ร้อยละ**
อายุต่างๆ (ปี)	**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	**พื้นที่เพาะปลูก (ไร่) คิดเป็นร้อยละ**							**ร้อยละ**
อายุต่างๆ (ปี)	**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	-	-
แห้ว	0.6	35.3	-
กระโหลกเบี้ยว	0.6	-	-
สีชมพู	-	17.6	66.7
ดอก้านแข็ง	-	5.9	-
เบี้ยวเขียว	-	35.3	33.3
เขาวทอง	-	5.9	-
ร้อยละตอบแบบสอบถาม	64.57	9.7	1.7

ตารางที่ 10 พันธุ์ลำไยที่ปลูกมากที่สุด เรียงลำดับความนิยมปลูกตามลำดับของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรี

พันธุ์ลำไยที่นิยมปลูก	**ร้อยละของพันธุ์ลำไยที่มีความนิยมปลูก**		
	ลำดับ 1	**ลำดับ 2**	**ลำดับ 3**
ดอ	92.3	-	-
แห้ว	-	-	7.7
กระโหลกเบี้ยว	-	-	-
สีชมพู	-	23.1	-
ดอก้านแข็ง	-	-	-
เบี้ยวเขียว	-	7.7	7.2
เขาวทอง	-	-	-
ร้อยละตอบแบบสอบถาม	92.3	30.8	15.3

5. ท่านใช้วิธีการใดในการทำให้ผลผลิตลำไยสูง

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

ตารางที่ 11 แสดงร้อยละของวิธีการที่ใช้ในการได้ผลผลิตสูงของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ

วิธีการ	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละที่ใช้
การใช้โปรแตสเซี่ยมคลอเรต	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
การใช้โปรแตสเซี่ยมคลอเรต	12	22.22
การให้ปุ๋ยที่ถูกวิธี	10	18.52
การให้น้ำ	9	16.67
การตัดกิ่งทรงพุ่ม	9	16.67
การดูแลกำจัดศัตรูพืช	10	18.52
การใช้ฮอร์โมน	1	1.85
จัดการดูและให้เหมาะสม	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 ดังนั้นค่าใช้จ่ายในการดูแลลำไยที่เพิ่มขึ้นจะทำให้รายได้เพิ่มขึ้นเป็นสัดส่วนต่างกันมากน้อยเพียงใด และควรจะเป็นกี่เท่าที่จะทำให้เกษตรกรสนใจในการจะลดต้นทุนการผลิตที่จะเกิดขึ้น 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 ส่วนเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรีแสดงความคิดเห็นว่าวิธีการที่ใช้ในการเพิ่มผลผลิตนั้นได้รับคำแนะนำจากเกษตรกรด้วยกันเองมากมี่สุดคือ 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 เกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนืออาศัยเกษตรกรและสื่อต่างๆ มากกว่า 57% และอาศัยหน่วยงานของรัฐบาล 31% นั่นคือเทคโนโลยีข่าวสาร ความรวดเร็วในการเรียนรู้จากเกษตรกรมีโอกาสเกิดได้ดีกว่า ดังนั้นการถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการเพิ่มผลผลิต สามารถใช้เกษตรกรเป็นผู้มาอบรมและผลิตสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ 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 แสดงร้อยละและแหล่งขายผลผลิตลำไยของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจันทบุรี

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

เกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือมีลักษณะการขายลำไยในฤดูโดยการเก็บเกี่ยวเองแล้วนำไปจุดรับซื้อมากที่สุด คือ 52.24% รองลงมาคือ การขายแบบเหมาสวน 28.80% เก็บเกี่ยวเองแล้วขายตามตลาด 9.95% และตกเขียว 7.46% จะส่งไปโรงงานแปรรูปน้อยมาก 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
เก็บเองแล้วนำไปขายที่จุดรับซื้อ	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
เก็บเองแล้วนำไปขายที่จุดรับซื้อ	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

เกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือมีความคิดเห็นว่าไม่ควรรื้อ 95.9% และควรรื้อ 4.3% ซึ่งได้จากการตอบแบบสอบถาม 26.86% ดังตารางที่ 27 ส่วนเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรี มีความคิดเห็นว่าไม่ควรรื้อ 90% จากผู้ตอบแบบสอบถาม 76.92%

ตารางที่ 27 แสดงร้อยละความคิดเห็นว่าควรรื้อสวนเพื่อปลูกพืชอื่นทดแทนหรือไม่ของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ

	จำนวน	**ร้อยละ**
ควรรื้อ	2	4.3
ไม่ควรรื้อ	45	95.7
รวม	**47**	**100.0**

ตารางที่ 28 แสดงร้อยละความคิดเห็นว่าควรรื้อสวนเพื่อปลูกพืชอื่นทดแทนหรือไม่ของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรี

	จำนวน	**ร้อยละ**
ควรรื้อ	1	10.0
ไม่ควรรื้อ	9	90.0
รวม	**10**	**100.0**

จากตารางที่ 25 และ 27 พบว่าเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือส่วนใหญ่คิดจะปลูกเพิ่ม และ จากตารางที่ 26 และ 28 พบว่าเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจังหวัดจันทบุรี ส่วนใหญ่คิดว่าควรปลูกเพิ่ม และไม่ควรรื้อ

13. ปัญหาในหารปลูกลำไยของเกษตรกร

ปัญหาในการปลูกลำไยของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ ดังตารางที่ 29 และเกษตรกรจังหวัดจันทบุรี ดังตารางที่ 30

ตารางที่ 29 ปัญหาในการปลูกลำไยของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยภาคเหนือ

	จำนวน	**ร้อยละ**
1. การดูแลรักษายาก การจัดจำหน่ายยาก ถูกพ่อค้าคนกลางเอาเปรียบ ทางรัฐบางไม่ช่วยเหลือ	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 เพราะสภาวะตลาดยังไม่แน่นอน 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 เพราะสภาวะตลาดยังไม่แน่นอน ราคาลำไยต่ำ	1	14.28
รวม	7	100.0

หมายเหตุ มีผู้ไม่ตอบ 5 ราย

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

จากตารางที่ 30 เกษตรกรผู้ปลูกลำไยส่วนใหญ่มีปัญหาในการปลูกลำไยคือ ปัญหาในเรื่องโรค และแมลงเยอะ 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 ล่าช้ามาก	5	3.7
3. อยากให้ทางรัฐบาลกำหนดราคาลำไยให้แน่นอน และให้กำหนดราคาปุ๋ยให้คงที่หรือถูกลง	10	7.5
4. อยากให้ทางรัฐบาลรับซื้อลำไย และประกันราคาลำไย	3	2.3
5. อยากให้ทางรัฐบาลส่งเสริมเงินทุนช่วยเหลือเกษตรกร	15	11.3
6. อยากให้ทางรัฐบาลจัดประชุมสัมมนาทางวิชาการให้กับเกษตรกร	7	5.3
7. อยากให้ทางรัฐบาลให้คำแนะนำและเป็นที่ปรึกษาและทำการประชาสัมพันธ์ให้กับเกษตรกร	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%