

ใบรับรองคุณวุฒิ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษาระดับปริญญาตรีของประเทศไทย

ของ

นายวิวัฒน์ วงศ์ประเสริฐสุข

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาตรี

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ พฤษภาคม พ.ศ. 2530

อาจารย์ที่ปรึกษาคุณวุฒิ

.....
(อาจารย์รังสรรค์ โนชัย)

กรรมการคุณวุฒิ

1341.1

.....
(อาจารย์อภิสิทธิ์ แก้วตา)

17 ม.ย. 2530

หัวหน้าภาควิชา

.....
(อาจารย์อำนวยการ แสงโนรี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
2530

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การศึกษาคำส่งออก พุเรียนของประเทศไทย
(A Study on the Export of Thai Durian)



T097903

โดย

นายวิวัฒน์ วงศ์ประเสริฐสุข

รฟ.
กข55ก
2530

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน.....97903.....
วัน,เดือน,ปี.....

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าลาดกระบัง
เพื่อรายงานผลการดำเนินงานวิจัย (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2530

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยได้ด้วยความกรุณาให้คำแนะนำ คำปรึกษา และแนวคิดที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินการศึกษา ตลอดจนการแก้ไขปัญหาดัง ๆ จาก อาจารย์รังสรรค์ โนชัย ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ และอาจารย์ยลสิทธิ์ แก้วฉกรรณการปัญหาพิเศษ นอกจากนี้ยังได้รับความช่วยเหลือทางด้านข้อมูลต่าง ๆ จากเจ้าหน้าที่กรมตุลาการ เจ้าหน้าที่กรมเศรษฐกิจการเกษตร และเจ้าหน้าที่กรมการกษัตริย์ใน ผู้ศึกษา ขอขอบพระคุณทุกท่าน ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องที่ทำให้การศึกษาในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

วิวัฒน์ วงศ์ประเสริฐสุข

พฤษภาคม 2530

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : การศึกษาการส่งออกทุเรียนของประเทศไทย

โดย : นายวิวัฒน์ วงษ์ประเสริฐสุข

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตร์บัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ :

(นายรังสรรค์ โนชัย)

ทุเรียนเป็นผลไม้เมืองร้อนชนิดหนึ่งในจำนวนอีก 27 ชนิด ที่ได้กำหนดไว้ในการพัฒนาผลไม้ ในวางแผนพัฒนาฉบับที่ 6 และผลไม้ที่ขึ้นชื่อเก่าแก่มาหลายร้อยปีประกอบไปด้วย มะม่วง สับโอ และทุเรียน การปลูกทุเรียนของไทยส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาลอย่างจริงจัง ชาวสวนอีกจำนวนมากยังขาดทักษะในการปลูก การดูแลรักษา ประกอบกับการปลูกในดินที่ค่อนข้างเหนียวเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความเจริญเติบโตให้แก่พืช นอกจากนี้ในเรื่องราคาจำหน่ายก็เป็นส่วนหนึ่งที่จะสร้างความสนใจ หวังขอใจในการเพิ่มการผลิตให้เพิ่มมากขึ้น ถ้าการขยายการจำหน่ายทุเรียนที่ทั้งการจำหน่ายในตลาดภายในประเทศ และส่งออกในต่างประเทศ จากสถิติตั้งแต่ปีการส่งออกเมื่อปี 2521 เป็นต้นมา ประเทศไทยนำเข้าทุเรียนไทยส่วนใหญ่จะอยู่ในแถบเอเชียและในประเศใกล้เคียงกับไทยเท่านั้นถึง 80% ส่วนอีก 20% กระจายไปสู่กลุ่มแถบประเศยุโรป และสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้เนื่องจากว่าทุเรียนยังเป็นผลไม้ที่ใหม่ และไม่ค่อยนิยมในหมู่ผู้บริโภคชาวต่างประเทศ

วัตถุประสงค์หลักของการศึกษา เพื่อศึกษาดังประเทศที่มีศักยภาพในการนำเข้าทั้งตลาดประจำ และ กลุ่มที่นอกเหนือจากตลาดประจำ ทั้งนี้เพื่อที่จะหาช่องทางและโอกาสในการขยายตลาดให้เพิ่มขึ้น ตลอดจนศึกษาสาเหตุทั่วไปในด้านการผลิตเพื่อการส่งออก ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในขบวนการส่งออกโดยอาศัยข้อมูลที่เกี่ยวข้องด้วยข้อเท็จจริงความถี่เห็น ทิศนคติของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การตลาดเพื่อการส่งออกและข้อมูลจากรัฐราชการ หน่วยงานเศรษฐกิจการพาณิชย์ กรมศุลกากร เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษาพบว่าประเทศที่มีศักยภาพในการนำเข้าทุเรียนไทยและยังคง
รักษาการค้านำเข้าต่อไปอีกเช่นเคย คือประเทศในกลุ่มแถบเอเชีย ไคเลียมองกง มาเลเซีย
สิงคโปร์ ในขณะที่เกี่ยวกับกลุ่มประเทศแถบยุโรปและสหรัฐอเมริกาซึ่งได้แก่ประเทศฝรั่งเศส
สหรัฐอเมริกา แคนาดาและเม็กซิโก เป็นตลาดที่มีโอกาสและสูงในการนำเข้าที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคต
ทั้งนี้พบว่าการใช้เวลา ประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการใช้สื่อโฆษณาต่าง ๆ โดยรูปแบบที่แตกต่างกัน
ไปในแต่ละประเทศ ตลอดจนการจัดงานแสดงสินค้าไทยในต่างประเทศ โดยความร่วมมือกันระหว่าง
หน่วยงานภาครัฐบาลและฝ่ายเอกชนผู้ส่งออกในการส่งเสริมเพื่อขยายการส่งออกทุเรียนให้เพิ่ม
มากขึ้น อันจะนำไปตามเป้าหมายในแผนพัฒนาเศรษฐกิจที่วางไว้ ซึ่งพบว่าในแต่ละประเทศ
โดยเฉพาะประเทศที่นอกเหนือจากตลาดประจำ และมีศักยภาพในการนำเข้าที่สูงแล้ว ทางให้
ความสนใจและนำเข้าทุเรียนเพิ่มขึ้น เช่นประเทศฝรั่งเศส และสหรัฐอเมริกาหรือประเทศ
ญี่ปุ่น ซึ่งประเทศต่าง ๆ เหล่านี้ผู้ส่งออกของไทยได้พยายามเจาะตลาดให้ไกลมากที่สุด มีการ
ศึกษาหาหนทางตลาด วิธีการตลาด แล้วจึงส่งทุเรียนไปยังลูกค้าจำหน่ายปลีกโดยตรงแก่
บริโภค เช่น ตามซูเปอร์มาร์เก็ตใหญ่ ๆ ทาง ๆ อันจะลดปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิด
จากอดีตที่ต้องผ่านบริษัทผู้นำเข้า ผ่านพ่อค้าขายส่งรายใหญ่ และอื่น ๆ อันเป็นการเพิ่มมูลค่า
การจำหน่ายทุเรียนให้แก่ลูกค้ากลางในมากที่สุด

นอกจากนี้แล้วปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในขบวนการส่งออกที่พบอยู่เสมอได้แก่
เรื่องคุณภาพของทุเรียนยังไม่สม่ำเสมอ มีเกษตรกรหรือผู้ส่งออกบางรายที่เกิดความเห็นแก่ได้
ลักทุเรียนออกไปจำหน่ายโดยส่งออกไปยังต่างประเทศ ทำให้ผู้ผลินำเข้าลดความเชื่อถือ
และเลิกสั่งไปในพื้นที่ นอกจากนั้นแล้วความการบรรจุหีบห่อที่ไม่ได้มาตรฐาน ยังไม่เป็นที่ยอมรับ
ของต่างประเทศ ในเรื่องของการขนส่งทุเรียนไม่สามารถกระทำได้ตามกำหนดเวลาที่ผู้นำเข้า
ต้องการ อันเนื่องมาจากไม่มีการรับรองการขนส่ง ทำให้เสียเวลาต้องคอย หรือปัญหาในเรื่องการ
ขนส่งแรงเกินไป หรือปัญหาในเรื่องการจำหน่ายที่ยังคงเป็นวิธีที่แบบปากขายอยู่เช่นเดิม ตลอดจน
จนการสื่อสารระหว่างผู้ผลิต ผู้ส่งออกหรือผู้นำเข้ายังคงต้องได้รับการปรับปรุงให้ได้รับข้อมูลที่
ทันสมัย และทันต่อเหตุการณ์เพิ่มขึ้น

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(1)
สารบัญภาพ	(3)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
ขอบเขตการศึกษา	6
วิธีการศึกษา	7
วิธีการวิเคราะห์	7
การตรวจเอกสาร	7
บทที่ 2	
ภาวะการผลิตและการตลาดทุเรียนในประเทศไทย	9
การผลิตทุเรียนของประเทศไทย	9
ความเป็นมาในการผลิต	9
สภาพการผลิตทั่วไป	11
การตลาดทุเรียนภายในประเทศไทย	27
โครงสร้างการตลาด	28
ลักษณะการซื้อขายทุเรียน	29
วิถีการตลาด	30
ค่าใช้จ่ายในการจำหน่าย	33
ราคาทุเรียน	34
การบรรจุหีบห่อและการขนส่ง	38
ภาวะการส่งออกทุเรียนของประเทศไทย	39
ความสำคัญของการส่งออกทุเรียน	39
บทที่ 3	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	(หน้า)
สถิติการส่งออกทุเรียนของประเทศไทย	41
ตลาดทุเรียนของไทยในต่างประเทศ	42
ประเทศลูกค้าที่สำคัญของประเทศไทย	46
ตลาดทุเรียนในกลุ่มประเทศแถบเอเชีย	46
ตลาดทุเรียนในกลุ่มประเทศแถบยุโรปและอเมริกา	72
ขบวนการส่งออกทุเรียน	88
การรวบรวมทุเรียนเพื่อการส่ง	88
การจัดขนมาตรฐานทุเรียนเพื่อการส่งออก	89
วิธีการขนส่งทุเรียนเพื่อการส่งออก	93
ราคาทุเรียนเพื่อการส่งออก	99
กานพิธีการศุลกากร	100
บทบาทของรัฐบาลต่อการส่งออกทุเรียน	101
บทที่ 4 ปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนแนวทางในการพัฒนาตลาดส่งออกทุเรียนของไทย	105
ปัญหาด้านการผลิต	105
แนวทางในการพัฒนาการผลิต	108
ปัญหาด้านการตลาดส่งออก	110
แนวทางในการพัฒนาตลาดส่งออก	114
บทที่ 5 สรุป และข้อเสนอแนะ	117
บรรณานุกรม	123

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	มูลค่าการส่งออกผลไม้ที่สำคัญของไทยตั้งแต่ปี 2523-2528	2
2	ปริมาณการส่งออกทุเรียน ตั้งแต่ปี 2522-2528	3
3	แสดงพื้นที่เพาะปลูกและผลผลิตทุเรียน ตั้งแต่ปี 2524-2528	12
4	แสดงพื้นที่และผลผลิตทุเรียนที่สำคัญแยกตามรายภาคปี 2527/2528	13
5	แสดงผลผลิตเฉลี่ยรายจังหวัด	14
6	เปรียบเทียบจำนวนต้นทั้งหมด จำนวนต้นที่ยังไม่ให้ผล จำนวนต้นที่ให้ผลแล้ว ผลผลิต และผลผลิตต่อต้นของทุเรียน ปี 2527 และ 2528	17
7	ร้อยละของการขาย (การเก็บเกี่ยว) ผลผลิตทุเรียนพันธุ์ต่าง ๆ ในปี 2527 เป็นรายเดือน	22
8	แสดงค่าใช้จ่ายในการจำหน่ายทุเรียนแก่ผู้บริโภค (สำหรับปี 2525)	33
9	แสดงความเคลื่อนไหวราคาทุเรียน	36
10	ราคาทุเรียนพันธุ์ชะนี ตลาดกรุงเทพฯ ตั้งแต่ปี 2519-2527	37
11	การส่งออกผลไม้สดของไทยแยกรายชนิด	40
12	แสดงปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2521-2529	43
13	แสดงประเทศที่นำเข้าทุเรียนจากประเทศไทย	45
14	แสดงปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปสิงคโปร์	48
15	แสดงสัดส่วน และมูลค่าการนำเข้าทุเรียนของสิงคโปร์	49
16	แสดงปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปมาเลเซีย	54
17	แสดงปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปฮ่องกง	59
18	แสดงสินค้าออกของไทยและภาคีอาเซียนอื่น ๆ (ไม่รวมบรูไน) ส่งไปญี่ปุ่น	64

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
19	แสดงปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปญี่ปุ่น	65
20	แสดงปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปบรูไน	71
21	แสดงปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปฝรั่งเศส	74
22	แสดงปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปสหรัฐอเมริกา	77
23	แสดงปริมาณและมูลค่าผลไม้เมืองร้อนที่เนเธอร์แลนด์นำเข้า	80
24	แสดงปริมาณ และมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปเนเธอร์แลนด์	82
25	แสดงปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปเยอรมนีตะวันตก	86
26	แสดงคุณภาพมาตรฐานทุเรียนของจังหวัดระยอง	90
27	แสดงอัตราการว่างบรรพบุรุษไม่ว่าจากไทยไปต่างประเทศทางอากาศ	95
28	แสดงราคาเฉลี่ยส่งออกทุเรียน F.O.B. ปี 2521-2529	99
29	แสดงพิภพอัตรากาที่ผู้ลกรชาเข้า	101

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงแหล่งเพาะปลูกทุเรียนปี 2528	16
2	แสดงวิธีการตลาดทุเรียน	32
3	แสดงวิธีการตลาดทุเรียนในสิงคโปร์	52
4	แสดงวิธีการตลาดทุเรียนในมาเลเซีย	56
5	แสดงวิธีการตลาดผลไม้สดในฮ่องกง	62
6	แสดงวิธีการตลาดผลไม้สดในญี่ปุ่น	67
7	แสดงปริมาณการส่งออกทุเรียนไปฝรั่งเศส	74
8	แสดงมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปฝรั่งเศส	75
9	แสดงปริมาณการส่งออกทุเรียนไปสหรัฐอเมริกา	78
10	แสดงมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปสหรัฐอเมริกา	78
11	แสดงปริมาณการส่งออกทุเรียนไปเนเธอร์แลนด์	82
12	แสดงมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปเนเธอร์แลนด์	83
13	แสดงปริมาณการส่งออกทุเรียนไปเยอรมันตะวันตก	87
14	แสดงมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปเยอรมันตะวันตก	87
15	แสดงวิธีการขนส่งสินค้าทางอากาศ	94

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตอาหารแห่งใหญ่แห่งหนึ่งของโลก ด้วยเหตุที่ประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพทางการเกษตรมาก สภาพภูมิประเทศ และภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูก ปริมาณผลิตผลทางการเกษตรในแต่ละปีจึงมีปริมาณมากเกินความต้องการภายในประเทศ จากสถิติมูลค่าการส่งออกของประเทศไทยปรากฏว่า ในปี 2528 ประเทศไทยสามารถส่งสินค้าเกษตรกรรมมีมูลค่าเท่ากับ 114,995.9 ล้านบาท จากมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมด 193,365.5 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 59.46 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ซึ่งตัวเลขนี้แสดงให้เห็นว่า มูลค่าการส่งออกของประเทศไทยยังต้องพึ่งพาสินค้าเกษตรกรรม ถึงแม้ในระยะหลังไทยจะสามารถส่งออกสินค้าประเภทอุตสาหกรรมได้บ้าง แต่เมื่อเทียบสัดส่วนแล้วยังอยู่ในระดับต่ำ

อย่างไรก็ตามสินค้าเกษตรที่ส่งออกสำคัญ ๆ มีเพียงไม่กี่ชนิด อาทิ ข้าว ข้าวโพด ผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์เป็นหลัก ยางพารา และอื่น ๆ สินค้าเหล่านี้มักประสบกับปัญหา การแข่งขันกับราคาสินค้าหรือไม้ก็ต้องอยู่ในภาวะจำยอมต่อการเปลี่ยนแปลง ราคาสินค้าที่ถูกกำหนดขึ้นในตลาดโลก โอกาสที่ประเทศไทยจะผลิตได้เพียงหรือเร่งแก้ไขโดยภาคเอกชนยาก ทั้งนี้เพราะประเทศไทยไม่มีอำนาจทางการตลาดที่เข้มแข็งพอ อีกทั้งลักษณะและคุณภาพสินค้าส่งออกของไทยยังคงล้าหลัง เมื่อเปรียบเทียบกับของประเทศผู้มีการขายอื่น ๆ ก็อยู่ในระดับใกล้เคียงกันมาก ฉะนั้นจึงปรากฏว่าบ่อยครั้งในบางปี ปริมาณการส่งออกสินค้าเหล่านี้มีปริมาณเรื้อรังต่ำ แต่มูลค่ากลับลดลง

สินค้าเกษตรของไทยประเภทหนึ่งที่แม้จะไม่ไร้อุปสรรคแต่ก็ตกตาม แต่มูลค่าการส่งออกเริ่มขึ้นทุกปี และมีส่วนช่วยสร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศไทยไม่น้อย ได้แก่สินค้าประเภทผลไม้ การส่งออกผลไม้ไทยนั้น มีมานานแล้ว แต่เพิ่งจะได้รับการส่งเสริมอย่างจริงจังจากรัฐบาลเมื่อปี 2521 จนกระทั่งถึงปัจจุบัน การส่งออกผลไม้ของไทยนับได้ว่าประสบผลสำเร็จมาพอสมควร ดังจะพิจารณาได้จากมูลค่าการส่งออกเริ่มขึ้นทุกปี ตั้งแต่ปี 2523 จนถึงปี 2528 (ตารางที่ 1) กล่าวคือมูลค่าการส่งออกผลไม้ทั้งหมด 274.11 ล้านบาท ในปี 2523 เป็น 697.99 ล้านบาท

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกผลไม้ที่สำคัญของไทยทั้งปี 2523-2528

หน่วย: ล้านบาท						
ประเภทของผลไม้ส่งออก	2523	2524	2525	2526	2527	2528
ทุเรียน ✓	37,606	83,406	58,381	64,443	69,685	171,850
ลำไย ✓	92,186	154,284	297,458	207,154	250,456	163,362
มะม่วง ✓	19,444	21,155	32,541	20,876	31,256	57,170
มะละกอ ✓	15,762	35,161	68,499	82,456	68,390	36,777
ส้ม ✓	14,737	13,996	36,891	32,558	31,372	38,965
กล้วย ✓	28,923	43,470	51,079	25,069	22,959	22,789
ส้มโอ ✓	18,442	17,064	26,906	27,346	21,157	40,451
ลิ้นจี่ ✓	—	—	—	—	20,863	6,549
นอญพม่า ✓	5,517	10,051	12,573	5,590	12,028	13,385
ทุเรียน ✓	18,079	27,027	37,747	20,539	11,643	18,228
ฝรั่ง ✓	1,457	6,152	5,425	2,943	8,920	10,003
แตงโม ✓	1,076	2,244	2,165	3,069	3,879	3,831
เงาะ ✓	1,259	2,746	3,979	3,554	3,951	11,382
อื่น ๆ ✓	19,625	6,352	20,960	27,085	8,138	103,250
รวม	274,108	424,108	654,604	522,682	562,697	697,992

ที่มา : (กมลลักษณ์ 2529: 34-41)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในปี 2528 ปีเพียงปีเดียวเท่านั้นคือปี 2526 มีมูลค่าการส่งออกผลไม้ลดลง แต่ไม่มากนัก แล้วกลับเพิ่มขึ้นอีกในปี 2527 โดยมีอัตราเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 7.67 และในปี 2528 มูลค่าการส่งออกผลไม้ไทยได้เพิ่มขึ้นสูงสุดในรอบ 6 ปี ตั้งแต่ปี 2523 เป็นต้นมา โดยมีอัตราการเพิ่มขึ้นจากปี 2527 คิดเป็นร้อยละ 24.04 สาเหตุที่ทำให้มูลค่าการส่งออกผลไม้มีแนวโน้มสูงขึ้น อาจเนื่องมาจากผลไม้ไทยหลาย ๆ ชนิด เช่น ลำไย พุเรียน ถั่วลิสง องุ่นและมะม่วง มีรสชาติเป็นที่นิยมและรู้จักกันแพร่หลายในต่างประเทศ

จากตารางที่ 1 ผลไม้ที่ส่งออกในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมามีเรียงตามลำดับได้แก่ ลำไย พุเรียน มะละกอ องุ่น มะม่วง เป็นต้น สำหรับตลาดผลไม้ต่างประเทศที่สำคัญ ได้แก่ มาเลเซีย สิงคโปร์ ฮองกง ซึ่งมูลค่าการส่งออกผลไม้ไปยังประเทศทั้งสามรวมกันมีมากกว่าร้อยละ 95 (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2526:12) ของมูลค่าการส่งออกผลไม้ในแต่ละปี ทั้งนี้เพราะการนำเข้าของประเทศไทยเหล่านี้ปลอดจากข้อกีดกันทางการค้า อีกทั้งการขนส่งสามารถทำได้ง่าย เพราะระยะทางในการขนส่งใกล้ และระบิภาษีและศุลกากรที่ใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ตลาดทั้งสามนี้แล้วประเทศไทย ยังขยายตลาดผลไม้ไปยังแถบยุโรป ได้แก่ ฝรั่งเศส อังกฤษ แคนาดา สวิตเซอร์แลนด์ สาธารณรัฐเยอรมัน เป็นต้น

ในบรรดาผลไม้ที่ทำการส่งออก พุเรียนนับว่าเป็นผลไม้ที่มีความสำคัญในเชิงเศรษฐกิจอีกชนิดหนึ่ง เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกจะเห็นว่า มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น (จากตารางที่ 2) จากอดีตปี 2522 ไทยส่งพุเรียนออกปริมาณ 3,092,133 ตัน มีมูลค่า 31,124,295 ล้านบาท ในปี 2527 ส่งออก 3,419,214 ตัน มีมูลค่า 28,474,990 ล้านบาท และในปี 2528 เพิ่มขึ้นจากปี 2527 เป็นอย่างมาก เนื่องจากว่าประเทศฮองกงมีการนำเข้าเพิ่มขึ้นถึง 6,208,272 ตัน คิดเป็นมูลค่าเพิ่ม 92,962,583 ล้านบาท นอกจากนี้ตลาดยุโรป เช่น เนเธอร์แลนด์ แคนาดา สหรัฐอเมริกาที่มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นถึง 9,587,519 ล้านบาท

ปัจจุบันนี้ตลาดการส่งออกพุเรียนมีถึง 18 ประเทศ ได้แก่ บรูไน ฮองกง ญี่ปุ่น กูเวต มาเลเซีย ซิโนปเปส ซาอุดีอาระเบีย สิงคโปร์ ศรีลังกา เนเธอร์แลนด์ เยอรมัน ศรีลังกา สวิตเซอร์แลนด์ อังกฤษ แคนาดา สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย นับว่าในระยะหลังนี้ตลาดพุเรียนไทยมีการกระจายตัวมากพอสมควรโดยสามารถขยายตลาดไปยังประเทศแถบยุโรป ตะวันออกกลาง และออสเตรเลีย ซึ่งในอดีตมีเพียงตลาดในสิงคโปร์ ฮองกงและมาเลเซียเท่านั้น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 ปริมาณการส่งออกทุเรียนตั้งแต่ปี 2522-2528

ปริมาณ : กิ่ง

มูลค่า : ล้านบาท

ประเทศ	2522		2523		2524		2525		2526		2527		2528	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ฮ่องกง	5,714	89,479	10,931	216,372	5,859	165,350	15,116	29,153	10,557	189,389	2,104,344	35,113,939	8,312,611	134,076,511
สิงคโปร์	2,318,873	27,458,961	3,133,694	31,291,787	3,651,005	69,117,660	1,651,848	47,607,424	1,565,350	43,403,908	503,415	13,993,192	444,567	9,317,489
มาเลเซีย	202,633	2,544,768	227,399	3,763,100	361,714	7,557,089	239,706	4,176,625	243,718	4,350,898	573,505	7,046,020	664,412	3,865,654
ฝรั่งเศส	170	4,943	41,516	227,419	168,226	1,326,062	43,527	475,171	334,760	43,964,225	83,529	2,043,983	90,287	3,160,234
เนเธอร์แลนด์	17,273	262,892	64,409	1,419,681	47,514	1,664,803	34,345	812,083	32,081	957,642	2,745	210,784	17,455	1,434,693
ญี่ปุ่น	22,531	414,889	15,827	268,033	16,040	954,313	4,311	275,932	20,545	1,480,472	19,876	684,188	37,347	1,118,760
สหรัฐอเมริก	24,433	293,874	15,008	221,230	14,605	398,925	20,042	820,533	28,697	854,541	8,785	226,432	1,124	73,161
แคนาดา	1,353	21,961	1,547	23,751	1,300	30,305	582	34,935	1,372	68,579	12,653	400,110	28,424	76,432
บราซิล	129	2,240	110	2,315	124	3,358	17,945	447,230	17,252	677,325	100,581	2,822,747	72,962	1,929,166
เยอรมนี	1,225	13,633	2,895	42,411	62,610	1,267,513	60,180	1,133,144	120,297	2,798,136	1,310	34,788	-	-
เกาหลี	646	7,968	1,005	35,319	639	31,810	560	18,957	473	16,301	16,298	2,921,594	48,469	9,851,693
รวม	3,092,133	31,124,295	3,241,520	45,265,784	4,052,486	14,892,594	7,630,745	16,745,892	3,191,331	10,987,265	3,417,241	28,474,990	3,716,563	165,903,951

ที่มา : กรมศุลกากร

เพื่อพิจารณาโครงสร้างการตลาด ปรากฏว่าไม่ดีนัก เนื่องจากปริมาณการส่งออกมากกว่าร้อยละ 90 ส่งออกไปเฉพาะประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ และฮ่องกง ส่วนการส่งออกไปยังประเทศอื่น ๆ น้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในแถบยุโรป ซึ่งไม่คุ้นเคยกับรสชาติของทุเรียน ซึ่งเป็นพืชผลเมืองร้อน ประเด็นกับการขาดประชาสัมพันธ์ การบรรจุหีบห่อไม่ได้ออกมาตรฐาน ผลผลิตที่ส่งไปมีความเสียหายมาก อีกทั้งค่าขนส่งสูง

★ จากปัญหาและแนวทางต่าง ๆ ในการส่งออกผลไม้ทางอากาศมาข้างต้น จึงเห็นว่า การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้ก้าวหน้าได้นั้น การส่งออกสินค้าภาคใหม่ควบคู่กับการส่งเสริมการขยายสินค้าเกษตรกรรม ตามที่ตลาดต่างประเทศต้องการ จึงเป็นทางออกสำคัญที่จะช่วยให้เศรษฐกิจไทยไปรอดได้ ทุเรียนเป็นผลไม้ส่งออกที่มีคุณภาพดีเยี่ยม ถึงแม้เริ่มมีการส่งออกในระยะไม่มากนัก แต่ปรากฏว่ามูลค่าการส่งออกได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก อุปสรรคที่เกิดขึ้นคือการขยายตลาดยังทำไม่ได้กว้างขวางนัก และไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร อันเนื่องจากรสชาติทุเรียนที่ชาวต่างชาติไม่คุ้นเคย ดังนั้นจึงเป็นการสมควรที่จะนำทีมวิจัย เกี่ยวกับสถานการณ์การผลิตเพื่อการส่งออกของประเทศไทยและโครงสร้างตลาดเพื่อส่งออก ตลอดจนวิเคราะห์การขยายตลาดทุเรียนไทยให้แพร่หลายยิ่งขึ้น นอกจากนี้ประเทศลูกค้าที่สำคัญคือ ฮ่องกง และสิงคโปร์ โดยศึกษาแนวทางในการขยายตลาดส่งออกทุเรียนของไทย เพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงโครงสร้างการผลิตและการตลาดเพื่อการส่งออก ตลอดจนศึกษาปัญหา และอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในระบบการส่งออกทุเรียน เพื่อรักษาตลาดที่สำคัญไว้คงอยู่ต่อไป รวมทั้งแนวทางในการขยายตลาดส่งออกไปยังตลาดอื่น ๆ ที่ได้ออกไปให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิต ปริมาณการผลิตเพื่อการส่งออกทุเรียนของประเทศไทย รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น
2. เพื่อศึกษาดังประเทศที่มีศักยภาพการนำเข้าทั้งตลาดประจำและในกลุ่มที่นอกเหนือจากตลาดประจำเพื่อหาช่องทางขยายตลาด
3. เพื่อศึกษาดังชนิด และลักษณะประจำพันธุ์ทุเรียนที่ตลาดต้องการ
4. เพื่อให้ข้อข้อเสนอแนะและวิธีการในการแก้ไขปัญหาหรืออุปสรรคต่าง ๆ ในการพัฒนาการผลิต การตลาดและการส่งออกทุเรียนของประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงสภาพทั่วไป ของการผลิตและการตลาดทุเรียนเพื่อการส่งออกของไทย ตลอดจน ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น ในกระบวนการผลิตและระบบตลาด เพื่อหาทางแก้ไขและพัฒนาตลาดส่งออกทุเรียนของไทย ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
2. ทำให้ทราบตลาดที่มีศักยภาพในการนำเข้าทุเรียนไทย ตลอดจนชนิดของทุเรียนที่ตลาดต้องการ
3. เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญา อุปสรรคที่เกิดขึ้นในอนาคตและทั้งระกัับผู้ผลิต ผู้ส่งออก ผู้วางนโยบาย ทั่ว ๆ ไป

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาดังระบบตลาดทุเรียนของไทย ในระดับส่งออก เริ่มตั้งแต่การผลิตจากผู้ผลิต จนถึงระกัับการส่งออก โดยจะเน้นในเรื่องปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในการพัฒนาหรือขยายตลาดทุเรียนของไทย ไปประเทศคู่การค้าที่สำคัญคือ ออสเตรเลีย สิงคโปร์ และมาเลเซีย นอกจากนี้จะศึกษาดังชนิดและพันธุ์ทุเรียนที่ใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออกอย่างจริงจัง

วิธีการศึกษา

ก. ขั้นตอนและวิธีการเก็บข้อมูล จากข้อมูล 2 ประเภทคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ประกอบด้วย ข้อเท็จจริง (Facts) ความเห็น (Opinion) และทัศนคติ (Attitudes) ซึ่งได้นำมาศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภค การจัดการตลาดเพื่อการส่งออกสู่เวียดนาม เช่น เกษตรกร ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Second Data) ได้จาก 2 แหล่งคือ

2.1 เอกสาร เป็นข้อมูลจากบริษัทส่งออก ที่มีข้อมูลเกี่ยวกับการส่งออกผลไม้ไทยไปต่างประเทศ

2.2 ผ่านรายการ เป็นข้อมูลจากวารสารกระทรวงพาณิชย์ บทความ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภค การตลาด การส่งออก ที่หน่วยงานของรัฐบาล และเอกชนได้รวบรวมเอาไว้ เช่น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง กรมพาณิชย์สัมพันธ์ กระทรวงพาณิชย์ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศและสหกรณ์และสมาคมผู้ส่งออกผลไม้ไทย เป็นต้น

วิธีการวิเคราะห์

โดยการนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา โดยใช้สถิติอย่างง่ายและการางวิเคราะห์ เพื่อช่วยอธิบายถึงลักษณะการบริโภคผลไม้ สถานการณ์และอุปสรรคที่เกิดขึ้นปัจจัยต่าง ๆ ในการผลิตและอธิบายถึงโครงสร้างการตลาดทั้งภาคภายในและภาคส่งออกในต่างประเทศ ตลอดจนแนวทางในการพัฒนาตลาดทั้งสองระดับ

การตรวจเอกสาร

1. กองส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ (2527) ได้ศึกษาการส่งออกผักและผลไม้สดของไทย ในปี 2527 พบว่า มีการส่งผลไม้สดประมาณ 14 ชนิด ได้แก่ ถั่วลิสง ฝรั่ง มังคุด มะละกอ องุ่น ส้มแปะรด มะม่วง ทุเรียน บัณฑิตา ส้มโอ

และแองโม่ ซึ่งส่งออกมาที่สูงสุดในเดือนมีนาคม-กันยายน มีประเทศนำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ฮ่องกง สิงคโปร์ มาเลเซีย เนเธอร์แลนด์ แคนาดาและไต้หวัน ส่วนประเทศที่เป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทย ได้แก่ไต้หวัน จีน มาเลเซียและฟิลิปปินส์ ออสเตรเลีย ออสเตรเลียและสหรัฐอเมริกา.

ผู้ส่งออกมักและผลไม้ประมาณ 200 ราย แต่จากการสำรวจพบว่า มีผู้ส่งออกที่เป็นรายใหญ่ ๆ เพียง 4-5 รายเท่านั้น ส่วนวิธีการส่งออกนั้นเป็นไปตามกระบวนการดำเนินการส่งออกเช่นเดียวกับสินค้าอื่น ๆ โดยทั่วไป นอกจากนั้นการติดต่อซื้อขายส่วนใหญ่ใช้การติดต่อทางโทรศัพท์ ส่วนการชำระหนี้มี 2 วิธี คือ การเปิด L/C และการฝากขาย

2. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (2526) ได้ศึกษาวิธีการส่งออกผลไม้สดในช่วงปี 2525/2526 และแนวโน้มในปี 2526/2527 ตั้งแต่วันที่ 2522 เป็นต้นมา พบว่าการส่งออกผลไม้สดไปยังตลาดต่างประเทศมีปริมาณมากขึ้นไม่แน่นอนในแต่ละปี แต่เพื่อพิจารณาจากข้อมูลการส่งออก แล้วปรากฏว่าแนวโน้มเพิ่มขึ้น กล่าวคือในปี 2522 มูลค่าการส่งออก 214.9 ล้านบาทเพิ่มขึ้น 657.2 ล้านบาทในปี 2522 มูลค่าส่งออกที่สำคัญได้แก่ผลไม้สด เช่น ฮ่องกง สิงคโปร์และมาเลเซีย นอกจากนี้ยังมีตลาดอื่น ๆ อีก ที่แนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น เช่น บรูไน ญี่ปุ่น ซาอุดีอาระเบีย

3. ห่วงพล สมศรี และคณะ ๆ ศึกษาเกี่ยวกับพืชสวนผลไม้ ศึกษาเกี่ยวกับพืชสวน ได้ศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพทุเรียนพันธุ์ต่าง ๆ กันนี้ จากการตรวจสอบคุณภาพของทุเรียน 39 พันธุ์ ในราวปีพ.ศ. 2523 นี้ กำนันและหมานทองพบว่า ทุเรียนบางพันธุ์มีลักษณะดี แต่ทางด้านการตลาดไม่ดี รสชาติ ก็ดีลักษณะก็ดูดี สีก็ดูดี สีเหลืองเข้ม รสชาติอร่อย เปลือกบาง เนื้อมาก เมล็ดมีกลิ่น ซึ่งน่าจะนำพาให้เป็นที่พอใจของผู้บริโภคในการรับประทานต่อไป ได้แก่พันธุ์ทองคำ กบสุวรรณ์ บารมีทอง ก้านยาว วัดดัก นกเหยี่ยว กบแก้วเขา

บทที่ 2

ภาวะการผลิตและการตลาดทุเรียนในประเทศไทย

2.1 การผลิตทุเรียนในประเทศไทย

2.1.1 ความเข้าใจในการผลิต

ทุเรียนจัดเป็นผลไม้เมืองร้อน มีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า "Durio Ziethinus, Lim" มีชื่อสามัญว่า Durian อยู่ในวงศ์ Bombaceae มีถิ่นกำเนิดอยู่ในแถบเอเชียใต้ หมู่เกาะอินเดียนมาเลเซีย และแถบหมู่เกาะฟิลิปปินส์ ซึ่งเป็นแถบที่มีฝนตกชุก และสม่ำเสมอ มีอากาศร้อนชื้นและร้อนอบอ้าว

สำหรับการปลูกทุเรียนในประเทศไทยนั้น มีผู้สันนิษฐานว่าถิ่นเกิดของทุเรียนก่อนแพร่เข้ามาในประเทศไทยมีอยู่แถบเมือง ทวาย มะริด และตะนาวศรีของพม่า ที่ซึ่งทุเรียนที่เข้ามาตอนแรกๆ เป็นพันธุ์ป่า มีปลูกแถบจังหวัดจันทบุรี ชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช และอุตรดิตถ์ ส่วนทุเรียนที่ซึ่งเห็นเมืองส่วนมากในตอนแรก ๆ มีปลูกแถบพระนครศรีอยุธยาและธนบุรีก่อน จากนั้นมีผู้ทดลองนำพันธุ์ไปปลูกแถบจังหวัดตราด ปรากฏว่าโดยเฉลี่ย เจริญเติบโตรวดเร็ว จึงนิยมปลูกกันอย่างกว้างขวางในจังหวัดนั้น แล้วได้ขยายไปปลูกยังจังหวัดใกล้เคียง เช่นจังหวัดระยอง ปราจีนบุรี นครนายกและฉะเชิงเทรา จนกระทั่งถึงปัจจุบันนี้ ส่วนทางภาคเหนือจังหวัดที่ปลูกทุเรียนได้แก่ จังหวัดแพร่และน่าน

การทำสวนทุเรียนในแถบธนบุรีและนนทบุรี สืบมาของทางสองจังหวัดเป็นที่สุด การทำสวนทุเรียนจึงเป็นระบบยกทรง แล้วปลูกทุเรียนบนหลังทรงเพื่อให้พ้นจากสภาพน้ำท่วม ส่วนมากสวนทุเรียนจังหวัดนนทบุรีมีปลูกแบบเกาะของสวนสวนทุเรียน แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ ที่มีการปลูกในระยะอย่างเหมาะสม ปลูกเป็นระเบียบ การปฏิบัติดูแลรักษาก็เป็นไปอย่างปราณีต มีการปลูกไม้อื่นเป็นร่มเงาให้ด้วย ทุเรียนที่ปลูกมีการคัดเลือกพันธุ์ปรับปรุงไว้ลึกลงเสมอ

ในสมัยก่อนการขยายพันธุ์ทุเรียนใช้เมล็ดเพาะก็ทั้งนั้น ต่อมาได้มีการตอนทุเรียนกันขึ้นในราวปี พ.ศ. 2476 สมัยนั้น การขยายพันธุ์ด้วยการตอนใช้กิ่งพันธุ์ 3 ปีหรือ 5 ปีก็ได้ ตอนกิ่งสูง และถ่วงกิ่ง แล้วจะมีการตอนกิ่งบ้างแล้ว แตกต่างจากตอนของทั้ง 3 นั้นไม่ได้ จึงจำเป็นอย่างยิ่งเมล็ดของกิ่งตอนจากพันธุ์ทั้ง 3 นั้นเอามาเพาะแล้วปลูก ตอนใหม่ที่เกิดขึ้นจึงโดยปกติไม่แตกต้น อาจจะเหี่ยวต้นเดิม หรือเลวกว่าต้นเดิมก็ได้ สมัยที่เริ่มมีการตอนทุเรียนนี้ได้เกิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทุเรียนพันธุ์ใหม่ ๆ เกิดขึ้นหลายพันธุ์ เช่น กบแตงเผาะ นำนามาเพาะแล้วได้ลูกกบแตงเผาะ และหลานกบแตงเผาะ และอื่น ๆ อีกมากมาย

ในการตั้งชื่อพันธุ์ทุเรียนพระบาทสมเด็จพระเจ้าวิสุทธรังษี (สุน อนุพราพร, 2498) ได้กล่าวถึงการตั้งชื่อทุเรียนว่า ส่วนใหญ่ตั้งจากชื่อทุเรียนเฉพาะได้ เนื่องจากทุเรียนพันธุ์ใหม่ในปัจจุบันเป็นผลมาจากการผสมข้ามระหว่างพันธุ์ต่าง ๆ เช่น กบแตงเผาะ เป็นเมล็ดจาก กบแตงเผาะ แตงเผาะเป็นพันธุ์เฉพาะได้ ส่วนกบแตงเผาะไม่ไม่ทราบชื่อพันธุ์เฉพาะ แต่ทราบว่าเป็นสตรีไทบ้าน จึงทำให้เกิดความสับสน กบแตงเผาะ กบขามขี้เหล็ก ฯลฯ ซึ่งก็อายุเก็บเกี่ยวและลักษณะอื่น ๆ แตกต่างกันไป ซึ่งประจักษ์ (2525) ได้เพิ่มเติมว่าสามารถแยกทุเรียนได้เป็น 6 กระจุกใหญ่ ๆ โดยถือเกณฑ์ตามตระกูลเป็นหลักคือทุเรียนตระกูลกบ ทองย้อย ก้านยาว ก้านโขน ตรง (รวง) และตระกูลเม็ดเล็ก ซึ่งในการตั้งชื่อได้อาศัยหลักเกณฑ์ 6 ประการ คือ

1. ตั้งชื่อตามลักษณะภายนอก เช่น เมล็ดยาวกลมไม่ไว้เห็นเป็นรูปคล้ายกบ ก็ให้ชื่อว่าพันธุ์กบ
2. ตั้งชื่อตามลักษณะภายใน เช่น เมล็ดสีเหลืองคล้ายสีทองคำกระ โดดก็ให้ชื่อว่าพันธุ์การะเกด
3. ตั้งชื่อเดิมผสมกับพันธุ์เฉพาะ เช่น นายแพเป็นพันธุ์เฉพาะ เมล็ดทุเรียนจากพันธุ์เก่านี้พันธุ์ใหม่จึงได้ชื่อว่าพันธุ์ก้านโขนตาแพ
4. ตั้งชื่อพันธุ์เดิมผสมกับลักษณะเด่นของทุเรียนที่เกิดขึ้นใหม่ เช่น ที่เพาะจากเมล็ดพันธุ์จักรได้พันธุ์ใหม่ที่มีเนื้อเหมือนนาค ก็ให้ชื่อว่าจักรนาค
5. ตั้งชื่อตามสถานที่ หรือคนไม้ต้นเดิมเคยอยู่ เช่น ราษฎรไทย ชาวมังลุด หัววัว
6. ตั้งชื่อเดิมผสมกับสถานที่คนตั้ง เก็บขึ้นอยู่ เช่น กบหลังวิหาร กระบุดัดตั้ง

แสวง (2513) กล่าวว่า พันธุ์ทุเรียนเคยมีผู้กล่าวถึงมีอยู่เกือบ 200 พันธุ์ แต่ที่ปลูกเป็นการค้ามีประมาณ 60-80 พันธุ์ ในจำนวนนี้มีพันธุ์ที่นิยมซื้อขายกันเป็นทองคำหลักประมาณ 10 พันธุ์ เท่านั้น ที่จริงแล้วทุเรียนในประเทศไทยจะมีหลายพันธุ์กว่านี้ แต่ได้รับความเสียหายจากภัยธรรมชาติหลายครั้ง (ประจักษ์, 2525) ทำให้สูญเสียนพันธุ์ไปมาก โดยเฉพาะสวนทุเรียนที่เทพบุรี และฉะบุรี ถูกพายุฝนพัดล้มเสียหายในปี พ.ศ. 2497 มีน้ำท่วมสวน ประกอบกับแห้งแล้ง

ในปี พ.ศ. 2501 ทำให้พันธุ์ที่สวนทุเรียนในจังหวัดนนทบุรี และนนทบุรี ผลิตอย่างรวดเร็ว แสง (2513) ได้กล่าวถึงจุดเริ่มต้นของสวนทุเรียนพันธุ์ดีในภาคใต้ว่า การเกิดวาระภัยในภาคใต้เมื่อปี พ.ศ. 2495 ทำให้ทุเรียนพันธุ์เดิมที่ปลูกได้โคนล้มเสียหายมาก ชาวสวนภาคใต้จึงได้ส่งทุเรียนพันธุ์ดีจากนนทบุรีไปปลูกแทน ประกอบกับรัฐบาลในสมัยนั้นได้ตั้งศูนย์ขยายพันธุ์ทุเรียนเพิ่มขึ้นที่จังหวัดชุมพรอีก ทำให้ทุเรียนในภาคใต้มีคุณภาพดีขึ้นเรื่อย ๆ ในขณะเดียวกันทุเรียนพันธุ์ดีก็เริ่มสูญหายไป ส่วนในภาคตะวันออกกล่าวได้ว่า พระยาแพทยพงศาวตฺยหาธิปัตย์ เป็นบุคคลที่นำทุเรียนจากสวนนนทบุรีไปปลูกที่บ้านบึงทอง จังหวัดจันทบุรีมากกว่าผู้อื่นที่เคยทำมาก่อน (แสง, 2513) ปรากฏว่าได้ผลดีกว่าที่นนทบุรีถึงเท่าตัว เนื่องจากบริเวณดังกล่าวเป็นป่าเปิดใหม่ ดินมีความอุดมสมบูรณ์สูง หน้าดินลึก ระดับน้ำใต้ดินต่ำ ไม่มีน้ำเค็มหนุน ทั้งยังตกสม่ำเสมอกว่าในเขตนนท์และนนทบุรีด้วย แม้ว่ามีผู้ปลูกทุเรียนในจันทบุรีก่อนหน้านี้มาประมาณ 100 ปี แล้วก็ตาม (ศักดิ์ศิริ, 2494) ได้พันธุ์ที่ใช้เป็นต้นพันธุ์เมืองที่ขึ้นอย่าง แต่เป็นที่ยอมรับว่า รสดี เนื้อละเอียด แต่ในที่สุดชาวสวนจันทบุรีก็หันมาใช้พันธุ์จากนนทบุรี และนนทบุรีก็อพยพย้ายถิ่นมาและอีกหน โดยนำกิ่งตอนและกิ่งทาบไปปลูกแทนการเพาะเมล็ดจากพันธุ์พื้นเมืองจันทบุรีที่มีอยู่

ที่จังหวัดชุมพร วิเชียร (2510) ได้กล่าวถึงการนำพันธุ์ดีจากสวนทดลองพืชสวนบางกอกน้อยไปปลูกในปี พ.ศ. 2504-2505 พันธุ์ที่ให้ผลดีมีพันธุ์ ชมบุรีดี กบสีมาเหยี่ยว กบตาชากันยาว ทองย้อยนิตร์ ในช่วงปี พ.ศ. 2505 นี้ แสง (2513) รายงานว่ามีการปลูกทุเรียนแบบกร่องกลางทุ่งรังสิต ซึ่งมีอุปสรรคมากมาย

2.1.2 สภาพการผลิตโดยทั่วไป

พื้นที่เพาะปลูกและปริมาณการผลิต การปลูกทุเรียนของไทยส่วนใหญ่ยังมิได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาลอย่างจริงจัง ชาวสวนส่วนมากยังขาดทักษะในการเพาะปลูก การดูแลรักษา ประกอบกับการปลูกไม้ผลต่าง ๆ นั้นต้องอาศัยน้ำเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความเจริญงอกงามให้แก่พืช ตลอดจนความแห้งแล้งหรือภัยธรรมชาติต่างก็ล้วนมีส่วนที่จะส่งผลกระทบต่อชาวสวนในการเพิ่มปริมาณการผลิตขยายพื้นที่เพาะปลูกให้มากขึ้น อีกทั้งปัญหาในเรื่องราคาของผลิตภัณฑ์ต้องคู่กับการลงทุน จะพบว่าในปี 2524 พื้นที่การเพาะปลูกทุเรียนทั้งหมด 564,191 ไร่สามารถให้ผลผลิตทั้งหมด 288,511,819 ผล คิดผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ต่อปีจะได้ 1,215 ผล หลังจากนั้น

ในปีถัดมา จำนวนพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนลดลง เหลือ 360,391 ไร่ ผลผลิตทั้งหมด 139,073,683 ผล ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ต่อไปเท่ากับ 550 ผล และกัลบลลดลงต่ำสุดในปีการเพาะปลูก 2529 มีพื้นที่เพาะปลูกเหลือเพียง 344,818 ไร่ และปริมาณผลผลิตลดลงเหลือ 119,362,698 ผล ผลผลิตเฉลี่ย 449 ผลต่อไร่ต่อไป

ตารางที่ 3 แสดงพื้นที่เพาะปลูกและผลผลิตทุเรียนตั้งแต่ปี 2524-2528

ปี พ.ศ.	พื้นที่เพาะปลูก (ไร่)			ปริมาณผลผลิต	
	ทั้งหมด	ยังไม่ได้ผล	ให้ผลแล้ว	ทั้งหมด (ผล)	ผล/ไร่/ปี
2523/2524	364,191	107,870	256,321	288,511,891	1,215
2524/2525	360,391	106,542	253,849	139,073,683	552
2525/2526	363,745	92,902	270,843	123,390,569	457
2526/2527	344,818	78,021	266,797	119,326,698	449
2527/2528	358,921	94,740	284,181	167,748,876	591
เฉลี่ย	358,413.2	92,015	266,398.2	167,619,525	652.4

ที่มา : ศูนย์สถิติการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

สำหรับผลผลิตทุเรียนในปี 2529 สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร คาดว่ามีปริมาณ 956 พันตัน เทียบกับผลผลิตปี 2528 จำนวน 116.18 พันตัน ซึ่งปริมาณผลผลิตลดลงร้อยละ 21.46 ทั้งนี้เนื่องจากในช่วงต้นปี 2529 เกิดภาวะแห้งแล้งในบริเวณที่มีการเพาะปลูกแผ่ขยายไปทั่ว ทุเรียนจึงขาดน้ำ ในขณะที่ผลผลิตกำลังเจริญเติบโต ทำให้ทุเรียนเหี่ยวแกรน และผลหล่นในที่สุด

แหล่งทุเรียนที่สำคัญ สามารถแยกได้ตามรายภาคดังนี้

ภาคตะวันออก ปลูกมากที่จังหวัดจันทบุรี ระยอง ปราจีนบุรี ตราดและชลบุรี

ภาคใต้ ได้แก่จังหวัดชุมพร นราธิวาส สุราษฎร์ธานี สงขลา นครศรีธรรมราช

ยะลา และตรัง

ภาคเหนือ ได้แก่จังหวัดอุตรดิตถ์

ภาคกลาง ได้แก่จังหวัดนนทบุรี และกรุงเทพมหานคร

สำหรับภาคตะวันออกมีการปลูกทุเรียนน้อยมาก ส่วนภาคตะวันออกเนื่องเหนือไม่มีการเพาะปลูกทุเรียนเลย ทั้งนี้เนื่องจากสภาพพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นดินทราย ฝนความแห้งแล้งไวเกินไป ตลอดจนอีกทั้งไม่มีแหล่งน้ำเพียงพอในการเพาะปลูก นอกจากนี้แล้วภูมิอากาศที่เย็นจัดสำคัญก็ไม่มีอยู่ในสภาพที่เอื้ออำนวยต่อการเติบโตของทุเรียนอย่างเพียงพอ

ตารางที่ 4 แสดงพื้นที่และผลผลิตทุเรียนที่สำคัญแยกตามรายภาค ปี 2527/2528

ภาค/จังหวัด	พื้นที่เพาะปลูกทั้งหมด (ไร่)			ผลผลิตรวม	ผล/ไร่/ปี
	ไต่ผลแล้ว	ยังไม่ไต่ผล	รวมทั้งหมด		
ภาคตะวันออก	106,945	16,330	123,275	75,930,950	710
จันทบุรี	106,945	16,330	123,275	75,930,950	710
ระยอง	27,519	16,223	43,752	23,386,600	850
ปราจีนบุรี	ไม่มีรายงาน				
ตราด	8,226	2,378	10,606	4,928,400	600
ชลบุรี	1,726	462	2,188	584,150	350
ภาคใต้					
ชุมพร	15,131	7,336	22,467	7,414,190	490
นราธิวาส	20,312	5,386	25,698	7,617,000	375
สุราษฎร์ธานี	9,925	1,959	11,884	3,692,460	380
สงขลา	10,753	1,361	21,114	5,537,795	515

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ภาค/จังหวัด	พื้นที่เพาะปลูกทั้งหมด (ไร่)			ผลผลิตรวม	ผล/ไร่/ปี
	ให้ผลแล้ว	ยังไม่ไถ่ผล	รวมทั้งหมด		
นครศรีธรรมราช	4,770	3,041	781	1,715,400	360
ยะลา	13,772	3,598	17,370	5,233,360	380
ตรัง	4,263	2,407	6,670	1,705,200	400
<u>ภาคเหนือ</u>					
อุตรดิตถ์	31,781	4,430	36,148	18,079,260	570
<u>ภาคกลาง</u>					
นนทบุรี	ไม่มีรายงาน				
กรุงเทพฯ	—	225	225	11,250	

ที่มา : ศูนย์สถิติการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

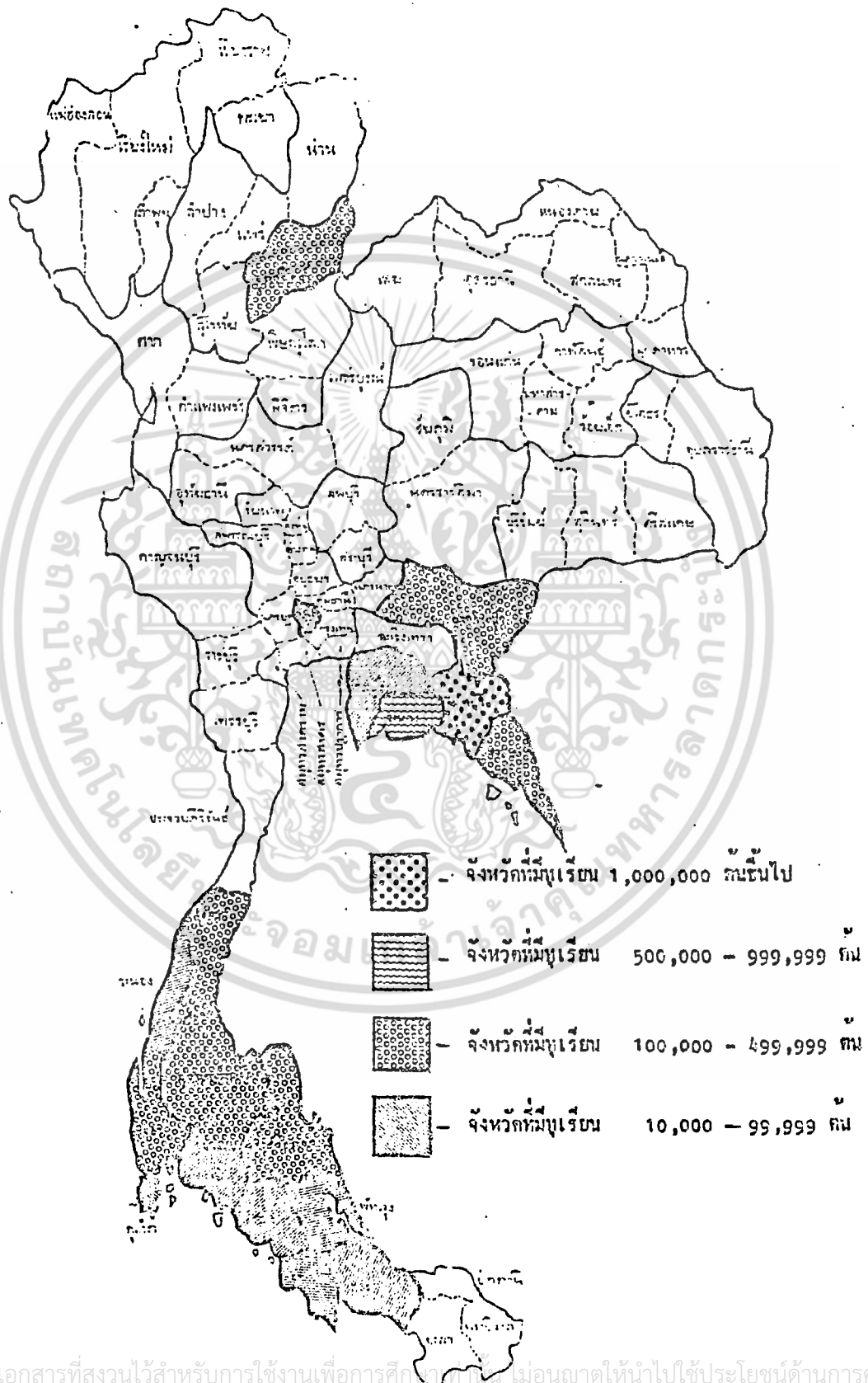
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 แสดงผลผลิตเฉลี่ยรายจังหวัด

แหล่งผลิต	% ผลผลิตเฉลี่ยปี 2525-2527	% ผลผลิตปี 2528
จันทบุรี	34.24	20.76
ระยอง	8.32	18.32
ยะลา	3.81	10.14
นราธิวาส	4.22	7.46
อุตรดิตถ์	12.54	7.20
สุราษฎร์ธานี	3.41	5.37
ปราจีนบุรี	3.61	4.72
ตราด	2.16	4.15
ชุมพร	5.90	3.33
นครศรีธรรมราช	3.23	2.47
พังงา	1.79	2.43
ปัตตานี	1.69	2.30
กระบี่	1.11	2.14
นนทบุรี	3.56	1.84
จังหวัดอื่น ๆ	10.53	7.37

ที่มา : กรมการค้าภายใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบจำนวนคนทั้งหมด จำนวนคนที่ยังไม่ให้ผล จำนวนคนที่ให้ผลแล้ว
ผลผลิต และผลผลิตต่อคนของทุเรียน ปี 2527-2528

รายการ	2527	2528	ผลต่าง		ร้อยละ	
			เพิ่มขึ้น	ลดลง	เพิ่มขึ้น	ลดลง
จำนวนคนทั้งหมด (คน)	4,343,593	4,541,923	198,330	—	4.56	—
จำนวนคนที่ยังไม่ให้ผล (คน)	2,144,526	2,281,656	117,130	—	5.46	—
จำนวนคนที่ให้ผลแล้ว (คน)	2,199,067	2,280,267	81,200	—	3.69	—
ผลผลิต (ตัน)	117,399	116,120	—	1,259	—	1.07
ผลผลิตต่อคน (กิโลกรัม)	53	51	—	2	—	3.77

ที่มา : ศูนย์สถิติการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตร
และสหกรณ์

จากตารางที่ 6 จำนวนคนทุเรียนทั้งหมดปี 2528 ปีประมาณ 4,541,923 คน
เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2527 ที่ผ่านมา ปรากฏว่ามีจำนวนคนเพิ่มขึ้นประมาณ 198,330 คน
หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.56

จำนวนคนที่ไม่ให้ผลปี 2528 ปีประมาณ 2,281,656 คน เมื่อเปรียบเทียบกับ
ปี 2527 ที่ผ่านมาปรากฏว่ามีจำนวนคนเพิ่มขึ้นประมาณ 117,130 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.44

จำนวนทุเรียนที่ให้ผลผลิตแล้วปี 2528 มีประมาณ 2,280,267 ต้น คิดเป็นร้อยละ 50 ของจำนวนต้นทั้งหมด เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2527 ที่ผ่านมามีปรากฏว่า มีจำนวนต้นในผลเพิ่มขึ้นประมาณ 81,200 ต้น หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.69

ผลผลิตทุเรียนปี 2528 ทั้งประมาณ 116,120 ตัน เมื่อเปรียบเทียบกับผลผลิตทุเรียนปี 2527 ที่ผ่านมามีปรากฏว่า ผลผลิตทุเรียนอยู่ในระดับใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา กล่าวคือ ผลผลิตลดลงประมาณ 1,259 ตัน หรือร้อยละ 1.07

ในปี 2528 ผลผลิตเฉลี่ยต่อต้นของทุเรียนทั้งประเทศประมาณ 51 กิโลกรัม เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมาปรากฏว่า ผลผลิตต่อต้นลดลงประมาณ 2 กิโลกรัม หรือลดลงร้อยละ 3.77

ชนิดและพันธุ์ทุเรียนในประเทศไทย พันธุ์ทุเรียนที่นิยมปลูกในประเทศไทยนั้นมีหลายชนิด ผิดแผกแตกต่างกันไปตามรูปร่าง ขนาด สี และคุณภาพบางชนิดผลเล็ก บางชนิดก็ผลใหญ่ มีทั้งเนื้อหนา เนื้อบาง เนื้อสีเหลือง และสีขาว หนามถี่ หนามห่างตามชนิดของแต่ละพันธุ์ ซึ่งพันธุ์ทุเรียนสามารถแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ 3 ประเภทคือ

1. พันธุ์เบา คือทุเรียนที่มีอายุประมาณ 4-6 ปี ก็ตกผล เช่น พันธุ์กระดุมทอง รมพูนี ฯลฯ
2. พันธุ์กลาง คือทุเรียนที่มีอายุประมาณ 6-8 ปี ก็ตกผล เช่น พันธุ์กานยาว กบตาง ๆ ฉัตรสีนาก ฯลฯ
3. พันธุ์หนัก คือทุเรียนที่มีอายุ 8 ปี จึงตกผล เช่น ก้านต่าง ๆ ฯลฯ

การปลูกและการบำรุงรักษา การปลูกทุเรียนในเมืองไทย สมัยก่อนขยายพันธุ์ด้วยเมล็ด ต่อมาจึงได้มีการตอน เมื่อมีวิวัฒนาการก้าวหน้ามากขึ้น จึงได้มีการขยายพันธุ์แบบต่าง ๆ กัน เช่น การใช้กิ่งทาบ การเสียบกิ่ง การติดตา ส่วนวิธีการขยายพันธุ์ด้วยเมล็ดปัจจุบันนี้ไม่นิยมกระทำกัน ทั้งนี้เนื่องจากจะเกิดการกลายพันธุ์ได้ง่าย ทำให้มีโอกาสได้ทุเรียนพันธุ์ไม่ร้อยละ 97 จึงมีเพียงการตอน การเสียบกิ่ง การทาบกิ่ง เท่านั้นที่ชาวสวนยังคงนิยมใช้กันอยู่ สำหรับหลักเกณฑ์ในการหาพันธุ์ทุเรียนดี ที่จะนำมาปลูกนั้น ควรจะพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ ประกอบรวมกันคือ เรือนต้นที่ไม่ถึงกิ่ง ตกผลเร็ว และให้ผลตก ตั้งแต่ต้นฤดูฝนจนกระทั่งแก่ ไม่ค่อยมีโรคระบาด ผลโตเปลือกไม่หนา ลักษณะของผลสวยงาม ทั้งพวงก็เหมือน ๆ กัน สีสันดี เนื้อละเอียด สีเนื้อเหลืองหรือแดงเรื่อ ๆ ขาวรับประทาน เมล็ดเล็กสีส้ม และมีรสหวานมันเท่า ๆ กัน คุณสมบัติเหล่านี้แม้ว่าจะหาเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไม่ได้ครบถ้วนทุกประการในพื้นที่หนึ่ง ๆ ก็ตาม แต่หากได้พยายามผสมพันธุ์โดยนำคุณสมบัติต่าง ๆ เหล่านี้มาผสมกันหลาย ๆ ตัวรวม ก็จะสามารถได้พันธุ์ที่ดีสอดคล้องกับความต้องการได้

ฤดูปลูก สามารถปลูกได้ 2 ฤดู คือในช่วงฤดูฝน และปลายฤดูฝน แต่การปลูกทุเรียนในปลายฤดูฝนนิยมมากกว่า เพราะดินไม่ชื้นแฉะจนเกินไป ทุเรียนไม่ค่อยเป็นโรค แต่ต้องหมั่นรดน้ำ

ระยะปลูก ระหว่างต้นและแถวควรเป็นขนาด 14×14 เมตร ทั้งนี้เพราะป้องกันให้ต้นชิดกันจนเกินไป

การดูแลรักษา เมื่อทุเรียนเริ่มออกดอกจะต้องการนํ้ามา คवरหมั่นรดน้ำทุกวัน หรือรดวันเว้นวัน แล้วหาใบไม้แห้ง ๆ คลุมโคนต้นทุเรียนให้หนา และมีบริเวณกว้างออกไป เท่ากับบริเวณที่พรวนดินไว้ ทุเรียนที่กำลังออกดอกต้องการความชุ่มชื้นมาก แต่จะงดให้นํ้าเมื่อทุเรียนมีดอกโตแล้ว หรือให้ทางออกไปกวาปกติคือ 3-4 วันต่อครั้ง ถ้าหากมีฝนตกมากในขณะนี้ การผสมเกสรของทุเรียนจะไม่ค่อยติด ดอกจะร่วงเสียหาย ซึ่งเรียกว่า "ทุเรียนสลักปิ่น" ในขณะที่ยอดทุเรียนมีขนาดเท่าผลหมากหรือผลกระท้อน ชาวสวนจะเร่งรดน้ำมากขึ้น ถ้าหากมีฝนตกมากในตอนนี้จะพบว่าผลทุเรียนโตเร็วกวากปกติ การดูแลรักษาสามารถแบ่งออกได้ดังนี้

1. การให้ปุ๋ยทางดิน

ครั้งที่ 1 เมื่อเก็บเกี่ยวผลแล้วให้ปุ๋ยสูตร 16-20-0 ในอัตราส่วน 5-6 กิโลกรัม เพื่อบำรุงต้นและใบให้สมบูรณ์เต็มที่

ครั้งที่ 2 ให้เมื่อใบทุเรียนเริ่มแก่จัด โดยใช้ปุ๋ยโปแตสเซียมซัลเฟตในอัตราส่วน

2.5 กิโลกรัมต่อต้น จุดประสงค์เพื่อเร่งให้ต้นทุเรียนออกดอก

ครั้งที่ 3 ให้ปุ๋ยเมื่อผลทุเรียนมีขนาดโตเท่าผลหมากดิบ ระยะนี้ควรให้ปุ๋ยสูตร 12-12-17-2 ในอัตราส่วน 3 กิโลกรัมต่อต้น ทั้งนี้เพื่อช่วยในการติดผลทุเรียนดีขึ้น

2. การให้ปุ๋ยทางใบ

ควรคำนึงถึงสภาพของต้นว่ามีความสมบูรณ์เพียงพอหรือไม่ในระยะหลังการเก็บเกี่ยว ถ้าทุเรียนโทรมมากควรเสริมด้วยปุ๋ยยูเรียโดยพ่นทางใบ และอาจเพิ่มธาตุอาหารรองเพื่อบำรุงดินให้แข็งแรงยิ่งขึ้น

3. การตัดแต่งกิ่ง

ทุเรียนจำเป็นต้องมีการตัดแต่งกิ่งทุก ๆ ปี ควรกระทำหลังการเก็บเกี่ยวผล และให้ปุ๋ยครั้งแรก แล้วโดยตัดกิ่งที่เป็นโรคหรือถูกแมลงทำลาย กิ่งที่ไม่ได้รับแสงแดด และกิ่งที่อ่อนนอกทิ้งไปเสีย หลังจากการตัดแต่งกิ่งนั้นควรตัดให้ชิดกับลำต้น ไม่ควรให้เหลือตอและควรให้ยาป้องกันโรครา เช่น ตูแลตัน ทุกครั้งที่มีการตัดแต่งกิ่ง ทั้งนี้เพราะการตัดแต่งกิ่งที่ถูกต้องจะทำให้ต้นสมบูรณ์ที่ออกดอกติดผลได้ดีขึ้น

4. การไถ่ผล

การให้ต้นทุเรียนได้ผลมากน้อยเพียงใดจึงจะเหมาะสมกับขนาดของต้น ให้พิจารณาจาก

1. ลักษณะของต้นว่าสมบูรณ์หรือไม่
2. ลักษณะของกิ่งโดยกิ่งนอนจะให้ผลดีกว่ากิ่งตั้ง
3. กิ่งเล็ก ควรไถ่ผลในตำแหน่งที่โคนกิ่งมากกว่าปลายกิ่ง
4. กิ่งใหญ่ควรไถ่ผลที่ปลายกิ่ง

ในการปลิดดอก-ผลทุเรียนเพื่อไถ่ผล ควรกระทำด้วยความระมัดระวัง และใช้ความชำนาญสูงที่สำคัญคือ ต้องทราบถึงลักษณะประจำพันธุ์ด้วย เช่นพันธุ์ชะนี ซึ่งดอกจะร่วงง่ายกว่าพันธุ์อื่น การแบ่งการปลิดดอก-ผลออกเป็น 2 ระยะคือ ระยะแรกในช่วงเป็นดอก และระยะที่ติดผล

5. การกำจัดวัชพืช

ควรกระทำอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปลายฤดูฝน ทั้งนี้เพราะว่าต้นทุเรียนจะให้ดอกผลเต็มที่เมื่อหมกหน้าฝน หรือช่วงเริ่มกระทบกับอากาศแห้งในฤดูหนาว ฉะนั้นถ้าหากไม่กำจัดวัชพืชในวงนี้จะทำให้ต้นทุเรียนต้องสูญเสียธาตุอาหารที่จำเป็นไป การออกดอกอาจจะล่าช้า หรือมีะนั้นผลทุเรียนจะไม่สมบูรณ์เพียงพอ

6. การป้องกันกำจัดโรค

โรคที่ทำความเสียหายให้แก่ต้นทุเรียนมาก ได้แก่โรคโคนเน่า โรคแอนแทรคโนส โรคดอกเหี่ยว และโรคใบร่วง ซึ่งโรคเหล่านี้มักกล่าวถึงวิธีการป้องกันคือ

6.1 โรคโคนเน่า มีวิธีป้องกันดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ควรปราบวัชพืชภายในสวนให้หมดเกลี้ยง
2. ควรขุดเปลือกนอกของลำต้นทุเรียนให้สูงจากพื้นประมาณ 1 เมตร
3. ควรใช้ยาโรโคนิด 300 กรัมตอคน ผสมกับน้ำแล้วพาดบริเวณที่ขุดเปลือกออก แล้วราดบริเวณโคนต้นในแนวพุ่มใบ
4. ควรดำเนินการในระยะหลังเก็บเกี่ยวผลแล้ว
5. การพ่นยากำจัดมอดซึ่งเป็นพาหะนำโรโคนิดเข้ามาสู่ต้นทุเรียนที่ขุดเปลือกไว้

6.2 โรคแอนแทรคโนส

การป้องกันที่ได้ผลคือใช้ยา เบนเลท ละลายน้ำและพ่นทันทีตรงบริเวณที่พบอาการของโรค ซึ่งส่วนใหญ่มักเกิดขึ้นตามใบและผล

6.3 โรคคอกเหี่ยว

ถ้าหากเป็นระยะแรกเริ่มไม่รุนแรงนัก ควรใช้ยาประเภทคูราวิทหรือยาที่บีคอปเปอร์ผสมอนุพันธ์ 1-2 ครั้ง แต่ถ้าหากอาการของโรครุนแรงมากควรใช้ยาเบนเลทพ่นแทน

6.4 โรคใบกุด

ป้องกันได้ด้วยการใช้ยาโคโปลาแทน

7. การป้องกันกำจัดแมลง

แมลงที่สำคัญได้แก่ ไรแดง เพลี้ยไก่แจ้ เพลี้ยทอง และมอด ในการป้องกันกำจัดไรแดง และเพลี้ยไก่แจ้ ควรใช้ยามาแมลงกู่ทไธออน 60 ผสมกับฟาร์โรออน กำจัดในช่วงแรกที่ระบาดมากในราวเดือนสิงหาคม-กันยายน หรือช่วงที่ฝนทิ้งช่วง สำหรับเพลี้ยทองควรใช้ยามาแมลงประเภทเซวินผสมกับไวทออยในการกำจัด

ฤดูกาลผลิต

ช่วงการเก็บเกี่ยวผลผลิต จากตารางที่ 7 ผลผลิตทุเรียนทั้งประเทศในปี 2527 มีการเก็บเกี่ยวในช่วงเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤศจิกายน โดยจะมีการเก็บเกี่ยวสูงที่สุดในเดือนพฤษภาคม ประมาณร้อยละ 50 ร่องลงมาเดือนมิถุนายน และกรกฎาคมคิดเป็นร้อยละ 32 และ 9 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ผู้จัดทำมีให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 7 ร้อยละของการขาย (การเก็บเกี่ยว) ผลิผลทุเรียนพันธุ์ต่าง ๆ ในปี 2527 เป็นรายเดือน

รายการ	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	รวม
ภาคกลาง													
พันธุ์หมอนทอง	-	-	0.03	3.91	41.0	50.52	4.54	-	-	-	-	-	100
พันธุ์ก้านยาว	-	-	0.19	13.44	63.33	22.99	0.05	-	-	-	-	-	100
พันธุ์ชะนี	-	-	0.13	5.75	58.91	33.55	1.67	-	-	-	-	-	100
พันธุ์อื่น ๆ	-	-	0.06	9.39	54.95	34.69	0.92	-	-	-	-	-	100
ภาคใต้													
พันธุ์หมอนทอง	-	-	3.41	-	-	3.31	38.39	48.55	6.34	-	-	-	100
พันธุ์ก้านยาว	-	-	0.78	-	-	26.71	70.18	2.33	-	-	-	-	100
พันธุ์ชะนี	-	-	0.17	-	-	22.04	63.87	12.64	1.28	-	-	-	100
พันธุ์อื่น ๆ	-	-	0.21	-	2.99	15.03	53.72	25.53	2.36	-	0.16	-	100

ที่มา: กรมการค้าภายใน

ผลผลิตทุเรียนในภาคกลางมีการเก็บเกี่ยวระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนกรกฎาคม โดยจะมีการเก็บเกี่ยวสูงสุดในเดือนพฤษภาคม รองลงมาคือเดือนมิถุนายน และเมษายน หรือคิดเป็นร้อยละ 51,35 และ 6 ตามลำดับ

ผลผลิตทุเรียนในภาคใต้มีการเก็บเกี่ยวระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงเดือนพฤศจิกายน โดยมีการเก็บเกี่ยวสูงสุดในเดือนกรกฎาคม รองลงมาคือเดือนสิงหาคม และมิถุนายน หรือคิดเป็นร้อยละ 50,31 และ 12 ตามลำดับ

ผลผลิตทุเรียนเป็นผลไม้ที่นิยมรับประทานสดกันเป็นส่วนใหญ่ เกษตรกรจึงเก็บเกี่ยวแล้วรีบขายผลผลิตทันที ดังนั้นช่วงระยะเวลาการเก็บเกี่ยวและการขายผลผลิตจึงเป็นช่วงระยะเวลาเดียวกัน

การผลิตทุเรียนเพื่อการส่งออก แหล่งผลิตทุเรียนที่ส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศส่วนใหญ่มาจากจังหวัดจันทบุรี ระยอง และตราด เนื่องจากชาวสวนทุเรียนในสามจังหวัดนี้ได้นำตัวสร้างสวนทุเรียนใหม่ เพื่อการส่งออกโดยเฉพาะ (ประภัทรพงศ์, 2529) การทำสวนทุเรียนเพื่อส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศนั้น แตกต่างกับการทำสวนทุเรียนเพื่อจำหน่ายภายในประเทศ เช่น ในอดีตต้นการสร้างสวนทุเรียนไม่จำเป็นต้องคัดเลือกพันธุ์มากนัก เพียงแต่ว่าขอให้อยู่ในประเภททุเรียนพันธุ์ดี เนื้อหนา เมล็ดสลิบเล็ก และรสชาติเป็นใช้ได้ ซึ่งในส่วนแต่ละแห่งมักปลูกทุเรียนหลายสิบพันธุ์ปะปนกัน อีกทั้งการดูแลรักษาก็ไม่ทั่วถึง ผิวของทุเรียนเมื่อเก็บมาจำหน่ายจะเป็นตำหนิ โดยแมลงรบกวนบ้าง เล็กน้อยก็ยังขายได้ แต่ในการทำสวนทุเรียนเพื่อการส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศนั้น มีรายละเอียดที่ต้องศึกษามากมาย ดังจะกล่าวต่อไป

1. การคัดเลือกพันธุ์ ในการทำสวนทุเรียนเพื่อส่งออกนั้น จำเป็นต้องเลือกพันธุ์ปลูกให้ถูกต้องตามความต้องการของประเทศผู้ส่งเข้า ซึ่งแต่ละประเทศนิยมสั่งเข้าแตกต่างกันไป เช่น

ประเทศฮ่องกง นิยมสั่งเข้าพันธุ์ ชะนี กระดุมทอง
ประเทศสิงคโปร์ นิยมสั่งเข้าพันธุ์ ชะนี ก้านยาว หมอนทอง กบแม่เฒ่า
ประเทศมาเลเซีย นิยมสั่งเข้าพันธุ์ ชะนี ก้านยาว กบแม่เฒ่า หมอนทอง
ประเทศบรูไน นิยมสั่งเข้าพันธุ์ ชะนี หมอนทอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับประเทศไทยนั้น แคนาดา เยอรมัน ฝรั่งเศส ไต้หวัน ส่งพันธุ์นี้ ก้านยาว และ หมอนทองไปจำหน่าย

ในกรณีทุเรียนพันธุ์หมอนทองที่ส่งออกนั้นทั้งส่งออกในรูปแบบผลสด และบ่มสุก และเนื้อ และบ่มสุก และเนื้อแช่แข็ง (QIF) ส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีการ ส่งออกในรูปแบบแปรรูปเป็นทุเรียนกวน ซึ่งใช้เนื้อทุเรียนพันธุ์ชุมพล หรือทุเรียนนกก (พันธุ์พื้นเมือง) ฉะนั้นการส่งออกทุเรียนจึงต้องคัดเลือกพันธุ์ที่จะปลูกให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการส่งออก ด้วย

ลักษณะพันธุ์ที่ส่งเสริมให้ปลูกกันมากเพื่อการส่งออกในปัจจุบันมี 4 พันธุ์ ดังนี้

1. พันธุ์นี้ มีลักษณะผลค่อนข้างยาวใหญ่ หัวเรียว ก้านปาน เนื้อสีเหลืองจัด กลิ่นแรงเล็กน้อย และรสหวานมัน
2. พันธุ์หมอนทอง ลักษณะผลปานกลาง เปลือกผลออกสีน้ำตาล ก้นผลมีจอยแหลมเล็กน้อย เนื้อหนา และมีสีเหลืองนวล เมื่อกลิบ รสหวานมัน และกลิ่นไม่จัด
3. พันธุ์ก้านยาว ลักษณะผลกลม พูขึ้นไม่เด่นชัด เนื้อสีเหลืองอ่อนละเอียด และหนา ปานกลาง รสชาดหวาน กลิ่นไม่แรง มีก้านผลค่อนข้างยาว
4. พันธุ์กบ ลักษณะผลมีขนาดปานกลาง หัวท้ายแหลม เนื้อสีเหลือง รสอร่อย

2. การเลือกสถานที่ทำสวนทุเรียนเพื่อการส่งออก เนื่องจากฤดูกาลเก็บเกี่ยวทุเรียน อยู่ในระหว่างฤดูร้อนต่อฤดูฝน บางครั้งทุเรียนไปเก็บเกี่ยวในระหว่างฤดูฝน ซึ่งเป็นที่ทราบกันอยู่แล้วว่า ภาควัณออกเมื่อถึงฤดูฝน ฝนจะตกชุกหนาแน่น ซึ่งถ้าเป็นที่ทำระดับน้ำใต้ดินสูงดินแฉะ จะทำให้เนื้อทุเรียนคุณภาพเสีย คือเนื้อแกนแข็ง ใสแฉะ อมน้ำ บริโภคไม่ได้ จึงจำเป็นต้องเลือกพื้นที่ค่อนข้างสูงลาดเทน้อยและเป็นดินที่ร่วนปนทราย เพื่อน้ำจะระบายได้สะดวก แหล่งน้ำธรรมชาติเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการทำสวนทุเรียนซึ่งจะต้องมีแหล่งน้ำเพียงพอตลอดฤดูแล้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งระยะตอนเมื่อผลเต็มต้นก่อนเก็บเกี่ยว ถ้าหากต้นทุเรียนขาดน้ำ ต้นจะตาย กอกรวง แต่ถ้าหากน้ำท่วมเล็กน้อยจะทำให้ผลไม่โต ชั่วเล็ก รสอ่อน ฉะนั้นแหล่งน้ำธรรมชาติเป็นสิ่งสำคัญ

การบำรุงรักษา การปรับปรุงดิน เนื่องจากแหล่งปลูกทุเรียนของสวนจังหวัดภาคตะวันออกนั้นอยู่ในแถบดินตลิ่งหนาแน่น และยาวนานต่อฤดูกาล ทั้งที่สภาพดินส่วนใหญ่เป็นดินร่วนปนทราย อาหารพืชบางอย่างและธาตุรองที่อยู่ในดินที่เป็นประโยชน์ถูกชะล้างไปมากจึงจำเป็นต้องเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชดเชยโดยการใส่ปุ๋ย มี P K ให้สมดุลตามความต้องการของทุเรียน อีกทั้งธาตุรองก็ควรเสริมให้ด้วยเป็นครั้งคราว มิฉะนั้นแล้วผลผลิตจะมีคุณภาพต่ำคือสีเนื้อเหลืองจาง (สีอ่อน) รกได้และค่อนข้างเละ ไม่เป็นที่ต้องการของตลาดไม่ว่าตลาดภายในหรือตลาดต่างประเทศ ฉะนั้นในการใส่ปุ๋ย และเพิ่มธาตุรองให้กับต้นทุเรียนจึงเป็นสิ่งจำเป็น

โรคและแมลงที่เป็นอุปสรรคในการทำสวนทุเรียน ได้แก่

โรครากเน่าโคนเน่า (ไฟทอปธอรา) เป็นโรคที่สำคัญที่สุดโรคหนึ่ง ในการทำสวนทุเรียนเพื่อการส่งออก อาการของโรคนี้ไม่ได้ทำลายเฉพาะรากและโคนเท่านั้น ถึง ก้านใบ และผลของต้นทุเรียนอีกด้วย และทำให้ต้นตาย ลูกหล่นอย่างรวดเร็ว แต่ถ้ามองไม่คายนผลผลิตจะต่ำ คุณภาพของเนื้อต่ำ เปลือกหนา และผลเน่าเป็นจำ ๆ ซึ่งเป็นการเน่าของผลทุเรียนด้วย โรคนี้ปัญหาในการส่งออกมากเนื่องจากบางครั้งอาการไม่ได้แสดงตอนเก็บเกี่ยว แต่ไปแสดงออกภายหลังจากบรรจุหีบห่อ และส่งไปต่างประเทศแล้ว ซึ่งปัญหาเหล่านี้ผู้ส่งออกแทบทุกรายมักประสบมาแล้ว ฉะนั้นในการทำสวนทุเรียนเพื่อการส่งออกจึงจำเป็นต้องป้องกันรักษาโรคนี้ให้ดี

การป้องกัน สถานที่ปลูกทุเรียนควรเป็นพื้นที่ค่อนข้างสูงลาดเทเล็กน้อย เพื่อระบายน้ำได้สะดวก เนื่องจากโรคนี้ระบาดมากในส่วนทุเรียนที่มีพื้นที่ราบต่ำและน้ำ เพราะโรคนี้ขยายตัวรวดเร็ว ในสถานที่ชื้นแฉะ นอกจากนี้ระยะทางระหว่างต้นและแถวก็เป็นสิ่งสำคัญ ทุเรียนควรปลูกในระยะค่อนข้างห่างเพื่อให้แสงแดดส่องลงใต้ทั่วถึง เพราะแสงแดดจะช่วยลดปริมาณการเป็นโรคของทุเรียนได้ ระยะปลูกที่เหมาะสมควรเป็น 10 x 10 เมตร และ 12 x 12 เมตร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพันธุ์ที่จะปลูกด้วย

สำหรับโรคไฟทอปธอรา มักจะพบระบาดมากในระหว่างฤดูฝน ฉะนั้นนอกเหนือจากการตัดแต่งกิ่งแล้ว ในระหว่างที่ฤดูโรคระบาดควรตรวจใบบ่อย ๆ ยาที่ใช้ป้องกันและรักษาเช่น โคลิโปลาแทน อาลีเอท ริโดมิด หรือ เอฟรอน 35 แอ็กติกัน

โรคราใบดก (ไรซอกโทเนีย) เป็นโรคราใบ เกิดกับใบทก ในระหว่างฤดูฝน อาการของโรคจะเห็นใบแก่ตายหนึ่ง และเหี่ยวตึงกันเป็นเมือก ซึ่งลูกหล่นอย่างรวดเร็ว โรคนี้จะพบเกิดจากใบต่ำ ๆ ที่ใกล้ผิวดิน และโรคจะลุกลามขึ้นแผ่เป็นบริเวณกว้างจนทั่วทั้งต้น โรคนี้จะไม่ทำให้ต้นถึงกับตายแต่ปริมาณการผลิตของผลต่ำ และคุณภาพก็ต่ำด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การป้องกันรักษา ด้วยการฉีดตอกิ่งให้โปร่งและอย่าปล่อยให้กิ่งหอยไถลผิวกิ่ง ฉีดด้วยคอปเปอร์ออกไซด์ไฮดรอกไซด์ 85% 45 กรัม ต่อน้ำ 20 ลิตร ฉีดให้ทั่วพุ่มประมาณ 10 ถึง 15 วัน ในระหว่างฤดูฝน

โรคแอนแทรกโนส มักเกิดกับใบกำลังเฟสลากระหว่างฤดูฝน โรคนี้จะลุกลามอย่างรวดเร็วจนกระทั่งเกือบทั้งต้น และใบที่เป็นโรคจะร่วงในที่สุด ทุเรียนที่เป็นโรคนี้ไม่ตาย แต่ผลผลิตตกต่ำมากอีกทั้งคุณภาพก็ไม่ดี การป้องกันรักษาใช้เบนเลท 50 6-12 กรัม ผสมน้ำ 20 ลิตรฉีดให้ทั่ว

แมลง ที่เป็นศัตรูสำคัญรบกวนทุเรียนคือ เพลี้ยไก่แจ้ แมลงมดแดง หนอนรบกวนผล หนอนรบกวนดอกและช่อดอกร หนอนมูก และแมลงปีกแข็งรบกวนใบอ่อนและใบเฟสลา

ขนาดของผล ทุเรียนที่จะส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศนั้น ขนาดของผลเป็นสิ่งสำคัญ ไม่เล็กเกินไปและไม่โตเกินไป ขนาดควรจะได้เฉลี่ยกันเพื่อสะดวกในการบรรจุหีบห่อ และการขายของผู้ส่งเข้า ขนาดที่เหมาะสมที่สุดสำหรับทุเรียนที่ส่งออกคือ ประมาณ 2-3 กิโลกรัม แต่บางประเภทขนาดเล็กอาจจะต่ำลงมาถึง 1.5 กิโลกรัมก็ได้ เช่น ยองกองและขนาดใหญ่อาจมีน้ำหนักสูงถึง 4.5 กิโลกรัม ก็สามารถส่งไปขายได้ แต่ขนาดมาตรฐานสำหรับทุเรียนที่จะส่งออกแล้ว ควรเป็นขนาด 2-3 กิโลกรัม ฉะนั้นในการหว่านทุเรียนเพื่อส่งออกจึงจำเป็นต้องคัด ให้ผลพอดีเพื่อจะได้ขนาดของผลตามที่ตลาดต้องการ

การเก็บเกี่ยว ในการเก็บเกี่ยวทุเรียนเพื่อส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศนั้นเมื่อคำนึง 2 ประการคือ ประการแรก การเก็บเกี่ยวทุเรียนเพื่อขนส่งไปทางอากาศ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วในการส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศนั้น มักขนส่งโดยวิธีนี้ ฉะนั้นทุเรียนที่จะส่งออกโดยทางอากาศ ต้องเก็บเกี่ยวประมาณ 80-90 % หรือประมาณ 3-4 วันสุก ประการต่อมา หากทุเรียนมีการขนส่งโดยทางเรือ เช่นการส่งไปยังประเทศฮ่องกง ซึ่งกินเวลาทั้งหมด 7-8 วัน ทุเรียนถึงจะนำออกมาจำหน่ายในตลาดได้ จึงจำเป็นต้องคัดทุเรียนค่อนข้างอ่อน ทุเรียนที่ส่งออกโดยทางเรือนี้ จะตัดประมาณ 60 % ของความแก่ แต่เนื่องจากทุเรียนที่ส่งออกส่วนใหญ่ขนส่งทางอากาศ ทุเรียนจึงเก็บเกี่ยวเมื่อแก่แล้ว

วิธีการเก็บเกี่ยวทุเรียนที่แก่จัด ทุเรียนเมื่อผลยังอ่อนอยู่สีผิวจะเขียวสด ชั่วจะมีสีน้ำตาลอมเขียว ชั่วอ่อน เมื่อเอามือลูบจะเย็นลื่น เมื่อแตะหรือตีคานามจะมีเสียงแน่น หนามจะแข็งเปราะ หักง่าย เมื่อมีใบเข้าหากัน สำหรับทุเรียนที่แก่เก็บเกี่ยวได้ ลักษณะจะตรงกันข้าม คือสีผิวจะเขียวเข้มอมน้ำตาล ปลายหนามสีน้ำตาลไหม้ ชั่วแข็ง สีสน้ำตาลเข้มสาก (ไม่เรียบลื่น) เมื่อแตะหรือตีคานามีเสียงหลวม หนามจะอ่อนนุ่มเข้าหากันได้ เมื่อมีใบเข้าหากัน

วิธีการตัดทุเรียน เมื่อทุเรียนแก่จัดแล้ว จะใช้คนที่ชำนาญตัดโดยจะวิ่งไปบนตา เลือกผลที่แก่ ตัดด้วยมีดคม แล้วโยนลงมาให้คนข้างล่าง ซึ่งจะเตรียมกระสอบรับ วิธีนี้นิยมปฏิบัติกันอย่างแพร่หลายทั่วไป เนื่องจากเก็บเกี่ยวได้เร็วมาก ทุหนึ่ง ๆ จะตัดได้ประมาณวันละ 2,000-2,500 ผล วิธีนี้ถ้าเป็นฤดู คือตัดกันหนึ่งและรับอีกคนหนึ่ง

อีกวิธีหนึ่งทำงานคนเดียว คือคนตัดเมื่อตัดแล้วจะโยนลงเชือกที่มัดเป็นรูปตัวที ชั่วพับมแล้วโยนลงไปที่พื้น ทุเรียนจะหลุดออกจากเชือก วิธีนี้การทำงานช้า คนหนึ่ง ๆ จะตัดได้วันละ 600-700 ผล แต่ทุเรียนไม่ชุกช้ำเสียหายเลย ซึ่งวิธีแรกมีการชุกช้ำบ้างและชั่วหักบ้าง

ทุเรียนที่จะส่งออกเมื่อเก็บเกี่ยวแล้วจะขนมารวมกันไว้ในโรงคัด หลังจากคัด ขนาดรูปร่างได้ตามความต้องการของตลาดแล้ว นำทุเรียนมาทำความสะอาด โดยใช้แปรงปัดหรือล้างน้ำ ถ้าหากล้างน้ำต้องผึ่งให้แห้งก่อนที่จะนำทุเรียนไปรวมกองกันในโรงบ่ม การบ่มนี้กองทุเรียนในรูปเขนซ้อนกันสูงประมาณ 1 เมตร กว้าง 2 เมตร ยาว 2 เมตร ถ้าหากกองใหญ่เกินไปจะไม่สะดวกในการทำงาน ในการคัดโรงบ่มนี้ต้องเป็นโรงบ่มที่โปร่ง อากาศถ่ายเทได้สะดวก ทุเรียนจะบ่มไว้ 1-2 คืน จึงคัดผลที่หยาบกลัดสุกบรรจุหีบห่อ หรือส่งออกกอง และผลที่เหลือจะบรรจุลงในวันต่อไป

2.2 การตลาดทุเรียนภายในประเทศไทย

2.2.1 ตลาดทุเรียนภายในประเทศ

ส่วนใหญ่มักจะมีศูนย์กลางอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นแหล่งรวมสินค้าหลักและส่วนใหญ่ทุกชนิด มีลักษณะเป็นตลาดรวม (Concentration Market) และยังเป็นตลาดกระจาย (Dispersion) ในเวลาเดียวกันและเป็นที่รู้จักกันทั่วไปในนามของปากคลองตลาดและตลาดมหาสาร ตลาดองค์การการค้า ตลาดออกนิคม ตลาดส่งเสริมเกษตรกรไทย ตลาดมหาสารและตลาดทุ่งเกษม เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับทางจังหวัดบวรมี 6 แห่งใหญ่ ๆ ที่ปลั๊กและตลาดกลางในกรุงเทพมหานคร ได้แก่
ที่จังหวัดเชียงใหม่ นครราชสีมา ชลบุรี นครศรีธรรมราช นครปฐม และปทุมธานี นอกจากนี้
ก็มีตลาดที่เกิดขึ้นเฉพาะฤดูกาลของทุเรียนที่สำคัญได้แก่จังหวัดระยอง จันทบุรี ชลบุรี สุราษฎร์-
ธานี เป็นต้น ส่วนการดำเนินงานเกี่ยวกับตลาดส่วนใหญ่เอกชนเป็นผู้ดำเนินการ

2.2.2 โครงสร้างการตลาด

โครงสร้างการตลาดทุเรียนในประเทศไทยก็เช่นเดียวกัน ผลผลิตทางด้านการ
เกษตรอื่น ๆ โดยทั่วไป ซึ่งการจะนำผลผลิตไปสู่ผู้บริโภคนั้น ล้วนแต่มีกลไกเข้ามาเกี่ยว
ข้องทั้งสิ้น นั่นคือเกษตรกรรับซื้อ การรวบรวมภายในท้องถิ่น แล้วนำไปส่งต่อแก่พ่อค้าขายส่งใน
จังหวัดใหญ่ ๆ หรือตามศูนย์กลางที่ผลเกษตรอื่น ๆ จากนั้นก็จะมีพ่อค้ารายย่อยหรือพ่อค้าปลีก
มารับซื้อผลเหล่านี้จากศูนย์กลาง เพื่อรวบรวมผลผลิตเกษตรเพื่อที่จะนำไปจำหน่ายแก่ผู้บริโภค
ในลุ่มกับสุดท้าย ในบางครั้งจำหน่ายภายในประเทศก็เองซึ่งจะช่วยให้เกษตรกรชาวสวนปลูกอยู่
ในภาวะเสียเปรียบแก่พ่อค้ากลาง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการเริ่มมูลค่าผลเกษตรให้สูงขึ้น
จากการรวมค่าซื้อขายต่าง ๆ ไว้รวมกับผลผลิตเกษตรนั้น ๆ นอกจากนั้นแล้วพ่อค้ากลางมีส่วน
ในการช่วยอำนวยความสะดวกในรูปแบบต่าง ๆ ในเรื่องของเวลา สถานที่ รูปาร่าง แก่ผู้บริโภค
กล่าวโดยรวม ๆ แล้ว โครงสร้างการตลาดทุเรียนภายในประเทศสามารถแบ่งออกได้ดังนี้

1. ตลาดพ่อค้ารวบรวมในท้องถิ่น จะทำหน้าที่รวบรวมผลผลิตทุเรียนขั้นแรก ซึ่ง
ตลาดแห่งนี้จะอยู่ใกล้กับผู้ผลิต เกษภายในอำเภอ ตำบล เป็นต้น พ่อค้าในตลาดแห่งนี้จะคอย
รวบรวมทุเรียนจากสวนให้มากที่สุดเพียงพอก่อนจะรวบรวมส่งต่อไปยังพ่อค้ารวบรวมในจังหวัดเพื่อ
ส่งเข้าศูนย์กลางผลไม้นครุเทพอีกทอดหนึ่ง ลักษณะของพ่อค้ารวบรวมในท้องถิ่นอาจจะอยู่ในรูป
แบบของกลุ่มเกษตรกร สมาคมชาวสวนทุเรียน พ่อค้าขายส่งท้องถิ่น

2. ตลาดพ่อค้ารวบรวม ทำหน้าที่ซื้อหาทุเรียนจากท้องถิ่นของตนเป็นหลัก ซึ่ง
รับซื้อจากเกษตรกรชาวสวนทุเรียนโดยตรง หรืออาจจะรวบรวมจากกลุ่มเกษตรกร สมาคม
ดังได้กล่าวมาแล้ว ตลาดพ่อค้ารวบรวมก็โดยปกติจะเป็นศูนย์รวมการคมนาคมขนส่งสำคัญ ๆ
ของจังหวัด ซึ่งโดยมากจะตั้งอยู่ในเขตเมือง การทำธุรกิจในตลาดแห่งนี้จะมีปริมาณที่มาก
กว่ากลุ่มแรก และในการซื้อหาทุเรียนเพื่อที่จะรวบรวมส่งศูนย์กลางกลางต่อไปในกรุงเทพฯต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะพ่อค้ารวบรวมในตลาดนี้ จะมีสถานที่ติดต่อกันไว้นั่นเอง อีกทั้งมีโกดังเก็บสินค้าชั่วคราวอีกด้วย

3. ตลาดปลายทาง เป็นตลาดแหล่งสุดท้ายที่เก็บรักษา รวบรวม จัดการและส่งออก การค้าและการในภาคภูมิวิภาค ลักษณะตลาดนี้สามารถแบ่งได้ ดังนี้

— ตลาดกรุงเทพฯ เป็นตลาดปลายทางที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ซึ่งให้แหล่ง ศูนย์กลางผลิตผลทางการเกษตรทุกชนิด เช่นตลาดปากคลองตลาด ตลาดหนานกาด ตลาดองค์การ- ตลาด และตลาดสี่มุมเมือง เป็นต้น ในตลาดปลายทางนี้จะประกอบด้วยการค้าขายประเภท เช่น พ่อค้าส่ง (Wholesalers) พ่อค้าส่งออก (Exportors) และนายหน้าซื้อขาย (Brokers)

— ตลาดที่ปริมณฑลเพื่อการบริโภค ซึ่งได้แก่ ตลาดขายปลีกที่ทำหน้าที่ขาย ผลิตผลให้กับผู้บริโภค ทั้งในเขตกรุงเทพฯ และตามต่างจังหวัดอื่น ๆ

— ตลาดต่างประเทศ เป็นตลาดปลายทางที่ปัจจุบันนี้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องใน ขบวนการส่งออกต่างให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ในการกระจายผลิตผลทางการเกษตรให้กว้าง ขว้างมากยิ่งขึ้น ซึ่งเนื่องมาจากประเทศไทยมีสภาพภูมิประเทศที่เหมาะสมในการทำ การเกษตร ผลิตผลขึ้นมาเพื่อจำหน่ายภายในประเทศ ส่วนที่เหลืออีกจะสามารถส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ สำหรับทุเรียนส่งออกไปยังต่างประเทศนั้น มาจากผู้ส่งออกต่าง ๆ ที่ทำหน้าที่รวบรวมสินค้าเพื่อ การส่งออกโดยตรง

2.2.3 ลักษณะการซื้อขายทุเรียน

การซื้อขายและการจำหน่ายทุเรียนในภาคตะวันออกจะเริ่มต้นในเดือนพฤษภาคมถึง เดือน กรกฎาคมของทุกปี โดยมีระบบการซื้อขายแบบเหมาสวน และไม่มีปัญหาในเรื่องผลผลิตที่ออกสู่ ตลาดที่จะไม่มีใครรับซื้อ เพราะในช่วงทุเรียนออกสู่ตลาดจะมีพ่อค้า รวมทั้งเกษตรกรที่เปลี่ยน ฐานะ เป็นพ่อค้าทองที่เข้ามาค้าเงินธุรกิจการค้าเป็นจำนวนมาก

ช่วงผลผลิตทุเรียนออกสู่ตลาด จังหวัดที่มีการทำสวนทุเรียนจะมีการจัดตลาดกลาง ผลไม้เกิดขึ้นมากมาย พาหะที่ใช้ในการขนส่งทุเรียนจากสวนสู่ตลาดขายส่งท้องถิ่นส่วนใหญ่จะเป็น รถบรรทุกขนาดเล็ก สำหรับการซื้อขายทุเรียนที่นิยมปฏิบัติกัน พอจะจำแนกได้ดังนี้

1. เกษตรกรนำไปขายเองที่ตลาดส่งท้องถิ่น เช่นจังหวัดระยองมีการจัดตั้ง ตลาดกลางผลไม้ (ตลาดขายส่งท้องถิ่น) ที่ศูนย์การค้าระยอง ส่วนจังหวัดจันทบุรีจะมี ตลาดกลางผลไม้ที่ตลาดศาลาปากแซง ตลาดบ้านแก้ว (ตลาดสี่แยกเขาไร่ยา) อำเภอ เบ็ญจ และตลาดหินสูง อำเภอท่าใหม่ แต่การดำเนินการของตลาดยังไม่เป็นระบบเท่าที่ควร ซึ่งมีลักษณะเป็นตลาดนัดมากกว่า กล่าวคือไม่มีการประมูลราคา แต่เป็นเพียงสถานที่ซื้อขายตกลงราคาระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย และมีการเก็บค่าบริการที่นำมาจอกำไรบริเวณตลาดเพื่อซื้อขายทุเรียนเท่านั้น การเก็บค่าบริการขึ้นอยู่กับขนาดของรถ เช่นรถขนาดเล็ก 10 ล้อ เก็บกันละ 15 บาท ขนาด 6 ล้อเก็บกันละ 10 บาท และขนาด 4 ล้อ เก็บกันละ 5 บาท

2. ขายให้กลุ่มเกษตรกร หรือพ่อค้าท้องถิ่นที่ส่วน โดยปกติแล้วพ่อค้าจะดำเนินการจัดทุเรียนเอง เพื่อนำไปจำหน่ายที่ตลาดขายส่งท้องถิ่น หรือตลาดกลางผลไม้ ซึ่งมีลักษณะการจำหน่ายในรูปแบบของค้าปลีกและค้าส่ง มีการคัดแยกพันธุ์ นำมาส่งจำหน่าย

3. ขายให้พ่อค้าเร่ที่ส่วน เพื่อนำไปเร่ขายให้ผู้บริโภคโดยตรง มีการจำหน่ายเป็นกิโลกรัม ส่วนราคานั้นขึ้นอยู่กับพันธุ์ และช่วงภาวะการผลิตเป็นสำคัญ ส่วนการบรรจุผลผลิตทุเรียนชาวสวนมักนิยมบรรจุในเชิง แล้วขนถ่ายมายังรถบรรทุกเล็ก

4. ขายให้ผู้ส่งออกที่ส่วน เพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศ จากช่วงการจำหน่ายระดับสวน หรือระดับผลิต พ่อค้าคนกลางที่เข้าไปรับซื้อทุเรียนมาจะนำมาจำหน่ายส่งยังศูนย์กลางตลาดผลไม้ในเขตกรุงเทพมหานครที่สำคัญ 2 ตลาด คือ ตลาดมหาเมฆ และตลาดปากคลองตลาดหรือเร่จำหน่ายต่อไปยังพ่อค้าขายส่งในจังหวัดอื่น ๆ จากนั้นจะมีพ่อค้าขายปลีกทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและในต่างจังหวัดอื่น ๆ เข้ามาเก็บหนทางสำคัญในการกระจายผลผลิตทุเรียนสู่ผู้บริโภคอีกทอดหนึ่ง (ดังรายละเอียดที่ปรากฏในแผนภาพที่ 2) ดังนั้นราคาจำหน่ายส่ง ปลีกในระดับตลาดช่วงนี้ส่วนใหญ่จะยังจำหน่ายเป็นกิโลกรัม และตามร้านที่ซื้อขาย

2.2.4 วิธีการตลาด

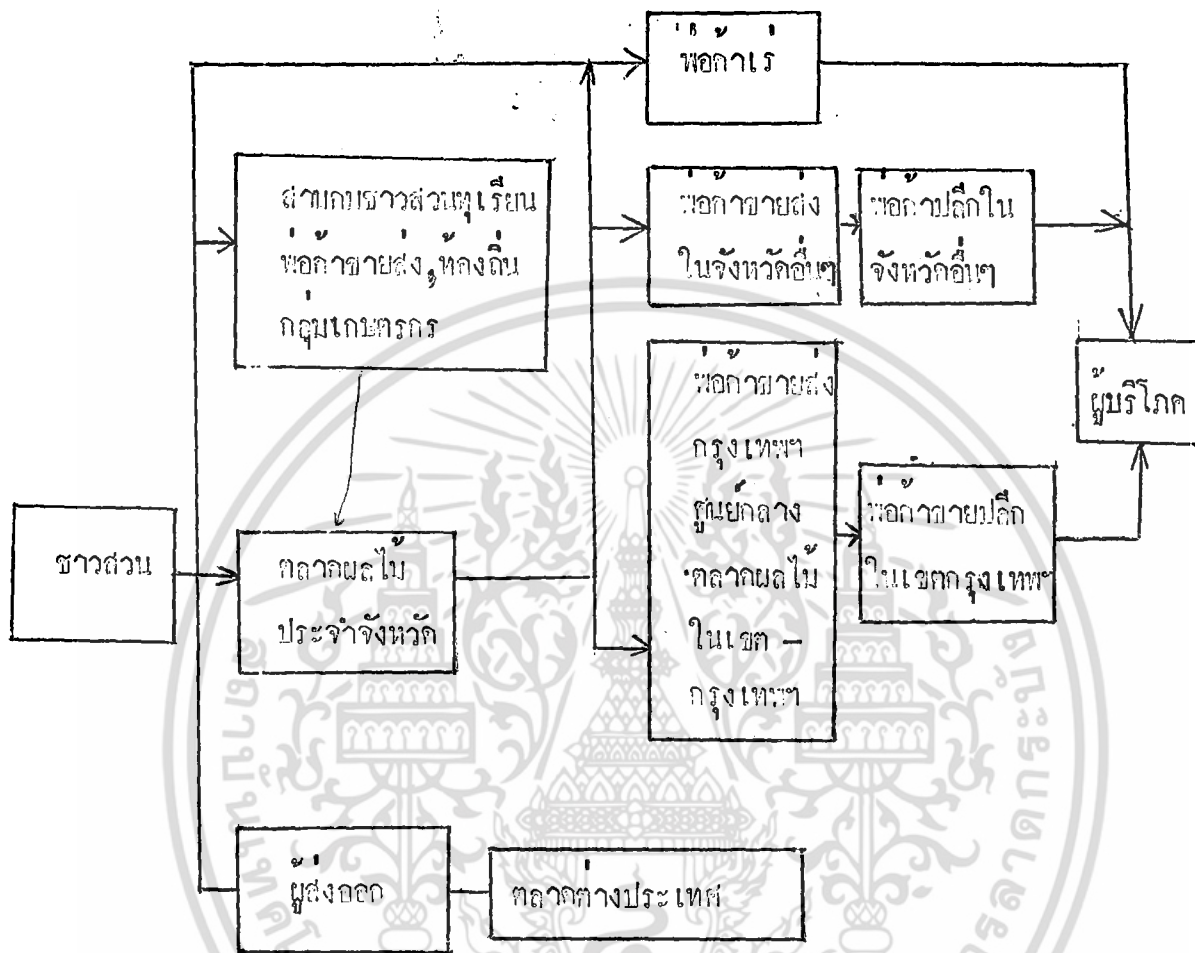
การซื้อขายทุเรียนจากเกษตรกรไปยังผู้บริโภคทั้งภายในและต่างประเทศได้ผ่านพ่อค้าคนกลาง ตามลำดับดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. พอลายางส่งทองที่หรือกลุ่มเกษตรกร จะรับซื้อจากเกษตรกรที่สวน เพื่อ
นำไปจำหน่ายให้กับพอลายางส่งทองอื่น (ตลาดกลางผลไม้)
2. พอลายางส่งทองอื่น จะรับซื้อจากพอลายางส่งทองอื่น และเกษตรกรเพื่อนำ
ไปจำหน่ายให้แก่พอลายางเร พอลายางส่งกรุงเทพฯ พอลายางส่งต่างจังหวัด
3. พอลายางส่งกรุงเทพฯ จะรับซื้อจากพอลายางส่งทองอื่น นำไปจำหน่าย
ที่ตลาดขายส่งกรุงเทพฯ เพื่อจำหน่ายให้แก่พอลายางปลีกกรุงเทพฯ และพอลายางส่งต่าง
จังหวัดต่อไป ตลาดขายส่งกรุงเทพฯ ที่สำคัญ เช่น ตลาดมหานาค ตลาดองค์การตลาด เป็นต้น
4. พอลายางส่งต่างจังหวัด จะรับซื้อจากพอลายางส่งทองอื่นและพอลายางส่ง
กรุงเทพฯ เพื่อนำไปจำหน่ายให้แก่พอลายางปลีกต่างจังหวัด
5. พอลายางเร จะรับซื้อจากพอลายางส่งทองอื่น เพื่อนำไปจำหน่ายให้แก่
ผู้บริโภคตามชุมชน หรือตลาดในจังหวัดใกล้เคียงต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนภาพ 2 แสดงวิธีการตลาดทุเรียน



ที่มา: กรมการค้าภายใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.5 ค่าใช้จ่ายในการจำหน่าย

ทุเรียนเป็นผลไม้ที่ต้นทุนในการจำหน่ายสูง เพราะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเก็บเกี่ยว ค่าขนส่ง ค่าคนงานในการเก็บ ค่าแรงงานในการขนส่ง ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เช่น ค่ากระสอบคลุมทุเรียน ค่าบริการตลาด ค่าอุปกรณ์ในการขาย

อย่างไรก็ตามช่วงที่เกษตรกรขายให้กับพ่อค้ารับซื้อนั้น ขึ้นอยู่กับการตกลงกันว่าจะให้ใครเป็นผู้ตัดทุเรียน หากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งตัดเองก็ต้องรับผิดชอบเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายทั้งหมด จากตารางที่ 8 จะเห็นได้ว่าค่าใช้จ่ายในการจำหน่ายจากเกษตรกรมาถึงผู้บริโภคที่กรุงเทพฯ เฉลี่ยประมาณ กิโลละ 2.43 บาท

ตารางที่ 8 แสดงค่าใช้จ่ายในการจำหน่ายทุเรียนต่อกิโลกรัม (สำรวจปี 2525)

หน่วย: บาท

รายการ	ค่าใช้จ่าย(บาท)
<u>ตลาดส่งท้องถิ่น</u>	0.69
ค่าเก็บเกี่ยวและคัดขนาด	0.50
ค่าขนส่งจากสวนถึงตลาด	0.15
ค่าแรงงาน	0.04
<u>ตลาดชายฝั่งกรุงเทพฯ</u>	0.59
ค่าขนส่ง	0.51
ค่าแรงงาน	0.08
<u>ตลาดภายในกรุงเทพฯ</u>	0.58
ค่าขนส่ง	0.34
ค่าแรงงาน	0.24
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ (รวมทั้ง 3 ตลาด)	0.57
รวมค่าเฉลี่ยทั้งหมด	2.43

ที่มา: สำนักงานการกสิกรรมในเขต 2 จังหวัดสุรินทร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.6 ราคาขายปลีก

ราคาทุเรียนโดยทั่วไปมีการเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาลเพื่อสะท้อนภาวะอื่น ๆ ในช่วงต้นฤดูผลผลิตน้อย ราคาสูง ตอนกลางฤดูผลผลิตออกสู่ตลาดมากราคาลดลง และในปลายฤดูราคาจะเพิ่มขึ้นอีกครั้งหนึ่ง แต่ไม่สูงเหมือนต้นฤดู

ในการซื้อขายทุเรียนนั้น ใช้ 2 ระบบคือ ราคาเป็นกิโลกรัม และราคาเป็นลูก ทั้ง 2 ระบบจะให้ผลในการซื้อขายไม่แตกต่างกันมากนัก การขายเป็นกิโลกรัมนิยมในระดับริบซื้อจากเกษตรกร และผู้ส่งออกโดยทั่วไป การขายปลีกรับยังนิยมขายโดยชุมชนากันอยู่ เพราะผู้ขายจะผสมกับน้ำหนักทุเรียนลูกเมื่อทุเรียนสุกและถึงมือผู้บริโภคแล้ว น้ำหนักจะลดลงเรื่อย ๆ ในตารางที่แสดงไว้นี้เป็นราคากิโลกรัมเพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และเป็นการเปรียบเทียบราคาที่เหมาะสมที่เกษตรกรขายได้ และราคาขายส่งที่ตลาดกรุงเทพฯ

จากตารางที่ 9 แสดงความเคลื่อนไหวของราคาทุเรียนทั้ง 3 ชนิด ได้แก่ ก้านยาว ระเบิด และหมอนทอง มีความเคลื่อนไหวในลักษณะคล้ายกัน คือราคาจะสูงในช่วงต้นฤดู แล้วโน้มต่ำลงจนถึงเดือนมิถุนายนหลังค่อย ๆ ชัยบุรีจึงชี้แจงอีกครั้งหนึ่ง

เมื่อเปรียบเทียบราคาเฉลี่ยทั้งปีกับปี 2528 ปรากฏว่า ราคาทุเรียนที่เกษตรกรได้รับ สำหรับพันธุ์หมอนทองและระเบิดสูงกว่าปี 2529 ส่วนราคาทุเรียนพันธุ์ก้านยาวดงนั้นต่ำกว่าปี 2528 เล็กน้อย ดังนี้

– ราคาทุเรียนพันธุ์หมอนทอง (ชนิดคละ) ในปี 2529 เฉลี่ยกิโลกรัมละ 29.98 บาท เปรียบเทียบกับปี 2528 กิโลกรัมละ 26.98 บาท สูงกว่าประมาณร้อยละ 11.12

– ราคาทุเรียนพันธุ์ระเบิด (ชนิดคละ) ในปี 2529 เฉลี่ยกิโลกรัมละ 16.11 บาท เปรียบเทียบกับปี 2529 กิโลกรัมละ 14.29 บาท สูงกว่าประมาณร้อยละ 12.74

– ราคาทุเรียนพันธุ์ก้านยาว (ชนิดคละ) ในปี 2529 เฉลี่ยกิโลกรัมละ 13.92 บาท เปรียบเทียบกับปี 2528 กิโลกรัมละ 16.43 บาท ต่ำกว่า ประมาณร้อยละ 14.78

อย่างไรก็ดีหากไปพิจารณาราคาในเดือนเมษายน ซึ่งเห็นต้นทุนการปลูกทุเรียน มีราคาสูงมากจะพบว่าราคาในระหว่างเดือนพฤษภาคม-กรกฎาคม 2529 สำหรับทุเรียนทั้ง 3 พันธุ์ มีราคาค่อกว่าราคาในช่วงเดียวกันในปี 2528 จึงอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่าระดับราคาทุเรียนปี 2529 ใกล้เคียงกับปี 2528

ส่วนราคาขายส่งทุเรียนในตลาดกรุงเทพฯ เป็นดังนี้

– พันธุ์ก้านยาว เฉลี่ย (เม.ย.-ก.ค.) กิโลกรัมละ 26.50 บาท

– พันธุ์หมอนทอง เฉลี่ย (เม.ย.-ก.ค.) กิโลกรัมละ 37.50 บาท

– พันธุ์ระเบิด เฉลี่ย (เม.ย.-ก.ค.) กิโลกรัมละ 18.17 บาท

ตารางที่ 9 แสดงความเคลื่อนไหวราคาทุเรียน

หน่วย: บาท/กก.

พันธุ์/ ปี พ.ศ.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	เฉลี่ย
<u>ราคาเกษตรกรขายได้</u>													
กานยาว (คละ)													
2528	-	-	-	-	-	14.67	16.94	18.42	15.28	-	-	-	16.33
2529	-	-	-	-	-	-	16.25	10.22	15.28	-	-	-	13.92
ชะนี (คละ)													
2528	-	-	-	17.00	13.38	12.88	13.91	-	-	-	-	-	14.29
2529	-	-	-	27.77	13.64	9.98	13.05	-	-	-	-	-	16.11
หมอนทอง (คละ)													
2528	-	-	-	25.00	26.17	28.73	26.01	-	-	-	-	-	26.98
2529	-	-	-	46.00	26.01	22.10	25.79	-	-	-	-	-	29.98
<u>ราคาขายส่งที่ตลาดกรุงเทพฯ</u>													
กานยาว	-	-	-	-	31.00	26.00	25.50	-	-	-	-	-	-
หมอนทอง	-	-	-	-	37.50	37.50	37.50	-	-	-	-	-	-
ชะนี	-	-	-	-	21.00	17.50	15.50	-	-	-	-	-	-

ที่มา : กรมเศรษฐกิจพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ตารางที่ 10 ราคาทุเรียนพันธุ์ชะนี ตลาดกรุงเทพมหานคร ตั้งแต่ปี 2519-2527

หน่วย:บาท/กิโลกรัม

	ปี								
	2519	2520	2521	2522	2523	2524	2525	2526	2527
มกราคม	—	—	11.88	9	30	—	—	—	30
กุมภาพันธ์	—	—	11.88	18.18	30	—	—	—	30
มีนาคม	—	—	11.88	18.18	30	—	—	—	30
เมษายน	—	—	13.38	37.50	17.50	37.50	—	—	40.62
พฤษภาคม	29.83	—	9.50	32.50	17.50	15.50	24	30	26.38
มิถุนายน	22.50	11.88	9	32.50	17.50	10.80	10.75	17.50	13.25
กรกฎาคม	25	11.88	9	32.50	17.50	15.75	13.25	21.50	15
สิงหาคม	—	11.88	9	33.75	17.50	—	20.75	26.25	15
กันยายน	—	11.88	9	35	—	—	22	30	15
ตุลาคม	—	—	9	35	—	—	22	30	15
พฤศจิกายน	—	—	9	35	—	—	—	—	15
ธันวาคม	—	—	9	35	—	—	—	—	15
เฉลี่ย	25.77	11.88	10.13	29.86	22.86	19.91	18.79	15 ^{25.62}	21.69

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กองระคับราคาสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.27 การบรรจุหีบห่อและการขนส่ง

เนื่องจากทุเรียนมีลักษณะที่ไม่เหมือนผลไม้ชนิดอื่น ซึ่งมีเปลือก พยายามยาวแหลม สุกยากจึงเป็นปัญหาในการบรรจุหีบห่อ ซึ่งไม่สามารถเลียนแบบจากหีบห่อของการบรรจุผลไม้อื่น ๆ ได้ igit การทดลองบรรจุกับหลายวิธีจนกระทั่งปัจจุบันนี้การบรรจุหีบห่อเพื่อการส่งออกยังไม่ได้มาตรฐานถูกต้องเท่าที่ควร จึงยังคงเกิดผลกระทบแบบลักษณะการบรรจุหีบห่อที่เหมาะสมต่อไป

นอกจากนี้การบรรจุหีบห่อสำหรับการจำหน่ายแก่ลูกค้าภายในประเทศนั้นนิยมทุเรียนด้วยเชือกเหมาะแก่การหิ้ว หรืออาจจะแกะเอาเฉพาะเนื้อทุเรียนแล้วใส่ถุงพลาสติกซึ่งวิธีนี้เหมาะและสะดวกในการนำไปบริโภค

ส่วนการขนส่ง พ่อค้าพ่อค้ามักนิยมขนส่งทุเรียนโดยรับซื้อจากชาวสวน อาทิ ยรถะ 4 ล้อเล็ก เพราะการขนส่งแต่ละครั้งไม่มากนัก ซึ่งควรระวังในการขนส่งด้วยวิธีนี้ค่อนข้างไม่ควรกระตุกเขย่าหรืออย่างอื่น ควรปล่อยให้โปร่งเพื่อให้อากาศถ่ายเทได้สะดวก ส่วนคำแนะนำคือควรมีผ้าใบ เพื่อป้องกันแดดและฝน ถ้าหากมีหีบห่ออากาศถ่ายเทไม่ได้ ทุเรียนจะเน่าสุก

บทที่ 3

ภาวะการส่งออกทุเรียนของประเทศไทย

3.1 ความสำคัญของการส่งออกทุเรียน

จากอดีตไทยส่งสินค้าออกในลักษณะผลิตผลทางการเกษตร ซึ่งประกอบด้วย ข้าว ข้าวโพด ผลไม้แห้ง สับปะหลัง น้ำตาล ยางพารา เป็นต้น อันเป็นสินค้าหลักในการส่งออกแต่ละคราว มูลค่าเพิ่มของสินค้าแต่ละชนิดที่ส่งออกในแต่ละปีต่างหมุนเวียนผลัดเปลี่ยนกันไปตามแต่สภาพทาง ๆ จะเอื้ออำนวยให้สินค้าประเภทใดจะเป็นที่ต้องการของต่างประเทศมากน้อยแค่ไหน ซึ่งในสภาพปัจจุบันนี้สินค้าเกษตรหลักที่ ไทยเคยส่งออกนั้น ต่างประสบกับปัญหา ปริมาณผลผลิตของประเทศไทยต่าง ๆ มีมากเกินไปจนจำเป็น จึงต้องระบายสินค้าเหล่านั้นไปยังกลุ่มประเทศที่ยังขาดแคลน ซึ่งก่อให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคา หรือไม่ก็ต้องอยู่ในภาวะที่จำยอมต่อการเปลี่ยนแปลงด้านราคาที่ถูกกำหนดขึ้นในตลาดโลก ในขณะที่เดียวกันก็เกิดจากความเห็นแก่ตัวของพ่อค้าผู้ส่งออกมักปลอมปนสิ่งต่าง ๆ เข้าไปในสินค้าพวกผลไม้แห้ง สับปะหลัง เพื่อหวังเงินกำไรเล็ก ๆ น้อย ๆ จากน้ำหนักที่เพิ่มขึ้น อันก่อให้เกิดความเบื่อหน่ายของผู้ส่งเขาจากต่างประเทศถึงความไม่มาตรฐาน ไม่ซื่อสัตย์ในการส่งออก ทำให้ไทยต้องเสียกลุ่มลูกค้าจากประเทศต่าง ๆ ที่สำคัญไปอย่างน่าเสียดาย ซึ่งมีผลกระทบต่อสินค้าเกษตรชนิดอื่น ๆ ด้วย

เมื่อเป็นเช่นนี้ ทั้งทางภาครัฐบาลและเอกชนต่างหันมาให้ความสนใจสินค้าเกษตรชนิดอื่น ๆ ที่ไม่ใช่สินค้าเกษตรกรรมหลักในการส่งออกอีก แต่เป็นสินค้าที่มีสถิติการส่งออกที่เพิ่มขึ้นทุกปี และเป็นข้อดีของสินค้าเกษตรประเภทเหล่านี้ เพราะเป็นผลผลิตจากไม้ผลเมืองร้อนอันเป็นลักษณะเด่นเฉพาะตัวของไทยที่มีสภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศเอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูกไม้ผลประเภทต่าง ๆ ซึ่งสามารถส่งออกไปยังกลุ่มประเทศแถบยุโรป ตะวันออกกลาง และอื่น ๆ ได้ อีกทั้งยังแข่งขันทางการค้าอันกว่าสินค้าเกษตรกรรมหลัก การส่งออกผลไม้มีมานานแล้ว แต่เพิ่งจะได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐบาลอย่างจริงจังเมื่อปี 2521 เป็นต้นมา การส่งออกผลไม้ของไทยนับได้ว่าประสบความสำเร็จมากพอสมควร ดังจะพิจารณามูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นของผลไม้แต่ละชนิด นับตั้งแต่ปี 2523 ถึง 2529 (ม.ค.- พ.ย.) ดังแสดงไว้ตารางที่ 11 กล่าวคือ จากสถิติการส่งออกผลไม้สด 11 ชนิด คือ ลำไย ทุเรียน มะม่วง ส้มโอ มะละกอ ถั่วลิสง สับปะรด เงาะ แอปเปิ้ล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 11 การส่งออกผลไม้สดและกึ่งแปรรูป

ปริมาณ : ตัน
มูลค่า : ล้านบาท

รายละเอียด	2523		2524		2525		2526		2527		2528		2529 (ม.ค.-ก.ค.)	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ลำไย	3,684	92.2	5,519	154.3	10,346	299.5	7,322	207.1	3,802	230.4	4,841	163.4	10,612	312.5
ทุเรียน	3,516	57.6	4,361	83.4	2,346	53.4	2,323	64.4	3,468	67.7	3,783	191.8	6,964	193.5
มะม่วง	3,275	13.4	3,063	21.2	4,118	32.5	2,538	20.9	3,175	31.2	3,311	59.2	9,399	54.29
ส้มโอ	2,229	13.4	2,033	19.1	2,763	26.9	2,657	27.3	2,730	21.0	4,505	40.4	5,201	45.4
มะละกอ	5,332	15.8	9,575	35.2	12,444	68.5	16,276	81.9	12,583	68.4	5,814	36.8	4,177	24.3
กล้วย	12,724	21.9	16,196	43.5	13,383	51.1	9,655	25.1	4,412	23.0	3,986	22.8	2,165	11.5
ส้มป่อย	36	0.2	33	0.3	318	4.5	244	2.6	45	0.6	6,065	75.1	13,652	199.5
เงาะ	116	1.3	413	3.7	523	4.0	373	3.6	341	3.9	1,169	11.4	1,864	13.9
แก้วโม	343	1.1	561	2.2	900	2.2	958	3.1	853	3.3	953	3.8	1,143	4.4
ขนุน	727	5.5	1,386	10.1	1,705	12.6	845	5.6	1,211	12.0	1,705	13.4	2,021	11.5
อื่นๆ	1,562	13.1	1,368	27.0	1,994	37.7	1,336	20.4	918	11.7	1,473	18.2	223	4.0

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

น้อยหน้า อุ่น ที่กรมพาณิชย์สัมพันธ์ กระทรวงพาณิชย์ รวบรวมเอาไว้ จะพบว่าในปี 2523 การส่งออกลำไย มีปริมาณ และมูลค่าการส่งออกอยู่ในลำดับ 1 เมื่อเทียบกับผลไม้อื่น ๆ ซึ่งมีปริมาณ 3684 ตัน มูลค่า 92.2 ล้านบาท รองลงมาได้แก่ ทุเรียน ปริมาณการส่งออก 3516 ตัน มูลค่า 37.6 ล้านบาท ลำดับสามคือ กล้วย มีปริมาณ 12,724 ตัน มูลค่า 28.9 ล้านบาท ปริมาณการส่งออกของผลไม้แต่ละชนิดมีสถิติการส่งออกเพิ่มสูงขึ้นและผลัดเปลี่ยนกัน เป็นผลไม้ที่มีการส่งออกเพิ่มขึ้น แต่ผลไม้ของไทยที่มีการส่งออกอยู่ในลำดับแรก และมีแนวโน้มว่าจะมีการส่งออกในปริมาณที่เพิ่มขึ้น ในอนาคต คือ ลำไย และทุเรียน ในบรรดาผลไม้อื่น ๆ แล้ว ทุเรียนนับว่าเป็นผลไม้ที่มีความสำคัญในเชิงเศรษฐกิจอีกชนิดหนึ่ง ที่จะสามารถเพิ่มปริมาณการส่งออกให้สูงขึ้นอีกได้จากแนวโน้มการตลาดที่มีส่วนในการนำเข้าทุเรียนจากไทยเพิ่มขึ้น จากอดีตในปี 2522 ไทยส่งออกทุเรียน ปริมาณ 3092 ตัน มูลค่า 31 ล้านบาท และมีปริมาณการส่งออกเพิ่มสูงขึ้นในปี 2528 มีปริมาณ 9,783 ตัน มูลค่า 171.8 ล้านบาท และ 6,964 ตัน และมูลค่า 173.5 ล้านบาทในปี 2529 (ม.ค.- พ.ย.) คิดเป็นปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ 55 และมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 82 เมื่อเทียบกับปี 2522 ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากว่าทุเรียนไทยได้รับความนิยมในการบริโภคในตลาดต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้น ตลอดจนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของทุเรียนไทยในการเปิดงานแสดงสินค้าไทยในต่างประเทศ ตามโอกาสการจัดงานต่าง ๆ นอกจากนี้แล้วทุเรียนไทยสามารถขยายตลาดไปยังกลุ่มประเทศแถบยุโรป ตะวันออก และออสเตรเลีย มากขึ้น ซึ่งในอดีตตลาดส่งออกทุเรียนไทยมีเพียงประเทศแถบเพื่อนบ้าน และแถบเอเชีย เช่น ฮองกง สิงคโปร์ มาเลเซีย เท่านั้น จึงคาดว่าทุเรียนน่าจะเป็นผลไม้ที่มีภูมิตำทางการส่งออกที่แจ่มใส อันจะนำมาซึ่งเงินตราเข้าประเทศมากขึ้น ในอนาคตอันใกล้

3.1.1 สถิติการส่งออกทุเรียนของประเทศไทย

นับตั้งแต่ปี 2521 ซึ่งเป็นมีแรกที่ประเทศไทย เริ่มส่งออกทุเรียนไปจำหน่ายต่างประเทศมีปริมาณ 2,478 ตัน มูลค่า 23.3 ล้านบาท ปี 2522 ส่งออกทุเรียนปริมาณ 3096 ตัน มูลค่า 31.17 ล้านบาท ปริมาณส่งออกเพิ่มขึ้น 618 ตัน มูลค่าเพิ่มขึ้น 7.8 ล้านบาท และในปีต่อมา มีปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทุกปี และกลดลงต่ำลงมากในปี 2525 มีปริมาณการส่งออก 2345 ตัน มูลค่า 58.3 ลดลงจากปี 2524 ปริมาณ 2015 ตัน อัตราปริมาณลดลงร้อยละ 46.2 และมูลค่าการส่งออกลดลง 25.1 ล้านบาท อัตรามูลค่าลดลงร้อยละ 29.97 หลังจากนั้นมาการ

ส่งออกทุเรียนมีปริมาณเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ในปี 2528 ปริมาณการส่งออกทุเรียนเพิ่มสูงขึ้นถึง 9783 ตัน มูลค่าการส่งออก 171.8 ล้านบาท เทียบจากปี 2527 ปริมาณเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 182 มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 153.16 ล้านบาท และในปี 2529 (ม.ค. - พ.ย.) ปริมาณการส่งออก 6964 ตัน คิดเป็นมูลค่า 193.5 ล้านบาท หรือปริมาณการส่งออกลดลงจากปี 2528 ร้อยละ 28.8 แต่มูลค่าการส่งออกกลับเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 0.98 (ดูตารางที่ 12 ประกอบ)

3.2 ตลาดทุเรียนของไทยในต่างประเทศ

ตั้งแต่ปี 2521 ซึ่งเป็นปีแรกที่ไทยเริ่มส่งออกทุเรียนไปจำหน่ายต่างประเทศ จนกระทั่งถึงปัจจุบันนี้ ปรากฏว่าประเทศลูกค้าที่สำคัญของไทยส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มประเทศแถบเอเชียใต้ แอฟริกา ตะวันออกกลาง สิงคโปร์ มาเลเซีย นอกจากนี้ยังมีประเทศในแถบยุโรป บาง เช่น ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ เยอรมันตะวันตก เป็นต้น จากตารางที่ 13 แสดงประเทศที่นำเข้าทุเรียนจากไทย ตั้งแต่ปี 2521 เป็นต้นมา ประเทศฮ่องกง นำเข้า 2066 ตัน มูลค่า 18.56 ล้านบาท และปริมาณการนำเข้ามีอัตราการนำเข้าเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนกระทั่งในปี 2525 การนำเข้าเริ่มลดลงเหลือ 1895 ตัน มูลค่า 47.60 ล้านบาท หลังจากนั้นปริมาณการนำเข้าก็เพิ่มสูงขึ้นอย่างมากในปี 2528 มีปริมาณการนำเข้าทั้งสิ้น 8312 ตัน มูลค่า 134.07 ล้านบาท และในปี 2529 (ม.ค. - พ.ย.) มีปริมาณการนำเข้าทุเรียน 5,348 ตัน มูลค่า 84.44 ล้านบาท ซึ่งอัตราการนำเข้าเพิ่มจากปี 2521 จำนวน 3282 ตัน คิดเป็นร้อยละ 158.86 และมีมูลค่าเพิ่มจากปี 2521 จำนวน 65.88 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 354.96

รองลงมาได้แก่ประเทศมาเลเซีย ซึ่งปรากฏว่ามีการส่งออกทุเรียนไทยไปยังมาเลเซีย เมื่อปี 2523 เป็นครั้งแรก แต่หากจะพิจารณาถึงปริมาณและมูลค่าการส่งออกในแต่ละปีจนกระทั่งถึงปัจจุบันจะพบว่า มีสถิติการส่งออกที่น่าพอใจ จากปริมาณการส่งออกทุเรียนในปี 2523 มีเพียง 41 ตัน มูลค่า 227.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 664 ตัน มูลค่า 3865.7 ล้านบาท ในปี 2528 ส่วนในปี 2529 (ม.ค. - พ.ย.) มีปริมาณการส่งออกลดลงจากปีก่อนเล็กน้อย เหลือเพียง 551 ตัน มูลค่า 3529.6 ล้านบาท หากเทียบกับปีแรกแล้ว ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 1243.9 และมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 1452.24

การส่งออกสำคัญที่สาม คือ ประเทศสิงคโปร์ในปี 2521 มีปริมาณการส่งออกไปยัง

ตารางที่ 12 แสดงปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2521-2529

ปริมาณ : ตัน

มูลค่า : ล้านบาท

ปี พ.ศ.	ปริมาณการส่งออก	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	มูลค่าการส่งออก	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
2521	2,478	-	23.4	-
2522	3,096	24.94	31.2	33.33
2523	3,516	13.56	37.6	20.51
2524	4,361	24.03	83.4	121.80
2525	2,346	-46.2	58.4	-29.97
2526	2,823	20.33	64.4	10.27
2527	3,468	22.85	67.7	5.12
2528	9,783	182.0	171.6	153.76
(ม.ค.-พ.ย.)				
2529	6,964	-28.8	173.5	0.98

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สิงคโปร์ 379 ตัน มูลค่า 4,047.1 ล้านบาท และปริมาณการส่งออกกลับลดลงในปีถัดมา แล้วกลับเพิ่มขึ้นอีกครั้งสลับกันไปจนกระทั่งปี 2527 มียอดปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นสูงถึง 503 ตัน มูลค่า 13,993.2 ล้านบาท แล้วการส่งออกเริ่มลดลงอีกครั้งหนึ่งในปี 2528 มีปริมาณการส่งออกทั้งสิ้น 444 ตัน มูลค่า 9,317.5 ล้านบาท สำหรับปี 2529 (ม.ค.- พ.ย.) มีปริมาณการนำเข้าเหลือเพียง 176 ตัน มูลค่า 3,660.7 ล้านบาท

นอกจากกลุ่มประเทศผู้นำเข้าทุเรียนไทยที่สำคัญดังกล่าวแล้ว ประเทศต่าง ๆ ในแถบยุโรปต่างก็มีปริมาณการนำเข้าที่เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน เช่น ประเทศฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ เป็นต้น ในส่วนของการส่งออกไปยังประเทศอื่น ๆ ซึ่งเป็นลูกค้ารายย่อยหรือเพิ่งจะเริ่มมีการส่งออก ก็มีสถิติการส่งออกที่น่าสนใจเช่นกัน จากปริมาณและมูลค่าการส่งออก 2.4 ตัน และ 40.3 ล้านบาท ในปี 2521 กลายมาเป็น 215 ตัน มูลค่า 136.98 ล้านบาท ในปี 2529 (ม.ค.- พ.ย.) หรือ อัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยของปริมาณและมูลค่า การส่งออกในช่วงเวลาดังกล่าว (2521 - 2529) เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 98.88 และ 70.58 ตามลำดับ

สาเหตุที่สำคัญของการส่งออกทุเรียนที่ได้รับความนิยมจากต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นในช่วงระยะเวลาอันสั้น เป็นเพราะว่าทุเรียนเป็นผลไม้ที่ได้รับการสนับสนุนเผยแพร่ในต่างประเทศจากรัฐบาลและเอกชนร่วมมือกันในรูปแบบของการจัดงานเผยแพร่สินค้าไทยในต่างประเทศ ซึ่งทำให้ชาวต่างชาติรู้จัก และทดลองบริโภคทุเรียนกันมากขึ้น นอกจากนี้แล้วยังเป็นเพราะคุณลักษณะของทุเรียนไทยโดยตรงที่มีรสชาติ และกลิ่นหอม มีลักษณะดี เนื้อหวานรับประทาน มากกว่าทุเรียนมาเลเซีย หรือทุเรียนจากประเทศอื่น ๆ สำหรับตลาดในต่างประเทศที่เริ่มแนวโน้มว่าจะสามารถขยายตลาดทุเรียนไทยให้เพิ่มมากขึ้นได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย ซาอุดีอาระเบีย และบรูไน ฯลฯ ซึ่งในกลุ่มประเทศเหล่านี้ ถึงแม้บางประเทศ มีการส่งออกมาตั้งแต่ปี 2521 แล้วก็ตาม เช่น ประเทศมาเลเซีย แต่ปริมาณการส่งออกไม่ได้เพิ่มสูงขึ้นมากนัก อุปสรรคต่าง ๆ ใดลดน้อยลงไปในอนาคตแล้ว จะสามารถเพิ่มปริมาณการส่งออกให้มากขึ้นได้ อีกทั้งในกลุ่มประเทศแถบตะวันออกกลางแล้ว ควรให้ความสำคัญมากขึ้น เพราะประเทศต่าง ๆ ในตะวันออกกลาง มีอำนาจในการซื้อสูง อันจะส่งผลมายังผู้ส่งออก และเกษตรกรชาวสวน ในการขายทุเรียนให้ได้ราคาขึ้น ข้อสำคัญคือจะหาอย่างไรให้ทุเรียนไทยเป็นที่รู้จัก และได้รับความนิยมนอกจากนี้ ในกลุ่มประเทศแถบตะวันออกกลางมากขึ้น ซึ่งทุเรียนไทยมักประสบปัญหาในเรื่องกลิ่น ในความคิดของชาวต่างประเทศ คิดว่าทุเรียนเป็นผลไม้ที่มีกลิ่นรุนแรง หากการส่งออกกระทำในรูปของทุเรียน

ตารางที่ 13 แสดงรายละเอียดรายปีของโครงการ

ปีงบประมาณ : ๒๕๖๓
งบกลาง : งบกลาง

ปีงบประมาณ	๒๕๖๑		๒๕๖๒		๒๕๖๓		๒๕๖๔		๒๕๖๕		๒๕๖๖		๒๕๖๗		๒๕๖๘ (งบ.- งบ.)	
	ปีงบประมาณ	งบกลาง	ปีงบประมาณ	งบกลาง	ปีงบประมาณ	งบกลาง	ปีงบประมาณ	งบกลาง	ปีงบประมาณ	งบกลาง	ปีงบประมาณ	งบกลาง	ปีงบประมาณ	งบกลาง	ปีงบประมาณ	งบกลาง
งบกลาง	๒,๐๐๐,๗๑๖	๑๖,๕๕๖.๑	๒,๒๑๕,๕๗๓	๒๗,๔๕๖.๑	๒,๑๖๖,๕๔๔	๒๑,๒๖๑.๗	๒,๕๕๑,๐๐๖	๒๖,๐๗๗.๗	๒,๕๕๖,๕๔๕	๔๗,๕๐๖.๖	๒,๕๕๖,๕๕๐	๔๖,๔๐๖.๖	๒,๕๕๔,๕๔๔	๒๖,๑๑๖.๖	๒,๕๕๔,๕๕๔	๒๖,๑๑๖.๖
งบกลาง	๒,๐๐๐,๗๑๖	๑๖,๕๕๖.๑	๒,๒๑๕,๕๗๓	๒๗,๔๕๖.๑	๒,๑๖๖,๕๔๔	๒๑,๒๖๑.๗	๒,๕๕๑,๐๐๖	๒๖,๐๗๗.๗	๒,๕๕๖,๕๔๕	๔๗,๕๐๖.๖	๒,๕๕๖,๕๕๐	๔๖,๔๐๖.๖	๒,๕๕๔,๕๔๔	๒๖,๑๑๖.๖	๒,๕๕๔,๕๕๔	๒๖,๑๑๖.๖
งบกลาง	-	-	-	-	๔๕,๕๕๖	๒๒๗.๔	๑๕๖,๕๕๖	๑,๕๕๖.๑	๔๕,๕๕๖	๔๕๖.๒	๒๕๔,๕๕๖	๒,๕๕๖.๒	๒๕๔,๕๕๖	๒,๕๕๖.๒	๒๕๔,๕๕๖	๒,๕๕๖.๒
งบกลาง	๒,๕๕๖	๒๕.๖	๒,๕๕๖	๒๕.๖	๒,๕๕๖	๒๕.๖	๒,๕๕๖	๒๕.๖	๒,๕๕๖	๒๕.๖	๒,๕๕๖	๒๕.๖	๒,๕๕๖	๒๕.๖	๒,๕๕๖	๒๕.๖
งบกลาง	๑,๕๕๖	๒๕.๖	๑,๕๕๖	๒๕.๖	๑,๕๕๖	๒๕.๖	๑,๕๕๖	๒๕.๖	๑,๕๕๖	๒๕.๖	๑,๕๕๖	๒๕.๖	๑,๕๕๖	๒๕.๖	๑,๕๕๖	๒๕.๖
งบกลาง	๑๐,๕๕๖	๒๕๗.๐	๑๐,๕๕๖	๒๕๗.๐	๑๐,๕๕๖	๒๕๗.๐	๑๐,๕๕๖	๒๕๗.๐	๑๐,๕๕๖	๒๕๗.๐	๑๐,๕๕๖	๒๕๗.๐	๑๐,๕๕๖	๒๕๗.๐	๑๐,๕๕๖	๒๕๗.๐
งบกลาง	๑๒,๕๕๖	๒๕๗.๐	๑๒,๕๕๖	๒๕๗.๐	๑๒,๕๕๖	๒๕๗.๐	๑๒,๕๕๖	๒๕๗.๐	๑๒,๕๕๖	๒๕๗.๐	๑๒,๕๕๖	๒๕๗.๐	๑๒,๕๕๖	๒๕๗.๐	๑๒,๕๕๖	๒๕๗.๐
งบกลาง	๑๒๗	๑๕.๖	๑๒๗	๑๕.๖	๑๒๗	๑๕.๖	๑๒๗	๑๕.๖	๑๒๗	๑๕.๖	๑๒๗	๑๕.๖	๑๒๗	๑๕.๖	๑๒๗	๑๕.๖
งบกลาง	๒,๕๕๖	๒๕.๖	๒,๕๕๖	๒๕.๖	๒,๕๕๖	๒๕.๖	๒,๕๕๖	๒๕.๖	๒,๕๕๖	๒๕.๖	๒,๕๕๖	๒๕.๖	๒,๕๕๖	๒๕.๖	๒,๕๕๖	๒๕.๖
รวม	๒,๕๕๖,๐๐๐	๒๕.๖	๒,๕๕๖,๐๐๐	๒๕.๖	๒,๕๕๖,๐๐๐	๒๕.๖	๒,๕๕๖,๐๐๐	๒๕.๖	๒,๕๕๖,๐๐๐	๒๕.๖	๒,๕๕๖,๐๐๐	๒๕.๖	๒,๕๕๖,๐๐๐	๒๕.๖	๒,๕๕๖,๐๐๐	๒๕.๖

ที่มา : กรมศุลกากร

แซ่แข็งแล้ว จะทำให้รศชาติทุเรียนจะมีเมล็ด ลดปัญหาในเรื่องกลิ่นไปได้ ซึ่งคงเป็นที่นิยมของชาวต่างประเทศมากขึ้น

3.3 ประเทศลูกค้าที่สำคัญของประเทศไทย

ในการศึกษาถึงประเทศลูกค้าที่สำคัญของประเทศไทยนี้ เพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้น จะได้แบ่งส่วนการศึกษาออกเป็น 3 กลุ่มคือ กลุ่มแรกเป็นการศึกษาถึงตลาดในกลุ่มประเทศแถบเอเชีย ได้แก่ มาเลเซีย สิงคโปร์ และฮ่องกง ตลอดจนตลาดในประเทศอื่น ๆ ในแถบเอเชียด้วยกัน กลุ่มที่สอง เป็นประเทศในแถบยุโรปและอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดที่มีแนวโน้มและดูทางการขยายตลาดที่แจ่มใสในอนาคต ได้แก่ ประเทศฝรั่งเศส เยอรมันตะวันตก สหรัฐอเมริกา เป็นต้น

3.3.1 ตลาดทุเรียนในกลุ่มประเทศแถบเอเชีย

ประเทศในกลุ่มแถบเอเชีย อันประกอบด้วยประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย และฮ่องกง มีการส่งออกผลไม้สดประเภทต่าง ๆ รวมทั้งทุเรียน เป็นสัดส่วนในการส่งออก ไปยังประเทศทั้งสามนี้ถึงร้อยละ 90 ของการส่งออกทุเรียนทั้งหมดของประเทศไทย ที่เป็นเช่นนี้ เพราะกลุ่มประเทศดังกล่าวอยู่ใกล้กับประเทศไทย การขนส่งสามารถทำได้สะดวก รวดเร็วผลไม่คงความสดอยู่เสมอ ซึ่งเป็นข้อดีในการที่สามารถขนส่งได้อย่างสะดวก เป็นการลดปัญหาในเรื่องคุณภาพของทุเรียนได้อีกด้วย เพราะผลไม้และพืชผักทุกชนิดมีลักษณะทางกายภาพที่เน่าเสียง่าย ไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน นอกจากนี้แล้ว กลุ่มประเทศดังกล่าวไม่ค่อยมีมาตรการเข้มงวดในการนำเข้าผลไม้มากนัก จึงเป็นผลดีแก่ผู้ส่งออกของไทย ในการเพิ่มปริมาณการส่งออกได้มากขึ้น และสามารถทำได้สะดวกกว่ากลุ่มประเทศทางยุโรป และอเมริกา

นอกจากตลาดที่กล่าวถึงแล้ว ยังมีตลาดในประเทศอื่น ๆ ที่มีแนวโน้มการส่งออกทุเรียนในอนาคต ทั้งปริมาณและมูลค่ามากขึ้น ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น บรูไน บาห์เรน และซาอุดีอาระเบีย ซึ่งจะได้กล่าวในรายละเอียดตามลำดับดังนี้

1. ประเทศสิงคโปร์

สถานการณ์ทางเศรษฐกิจโดยทั่วไป¹ แม้ว่าสิงคโปร์จะเป็นประเทศที่มีทรัพยากรธรรมชาติ น้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศภาคีอาเซียนอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านแร่ธาตุหรือเนื้อ

¹ วารสารเศรษฐกิจการพาณิชย์ เดือน กรกฎาคม 2528

ที่เพาะปลูก ซึ่งสิ่งปลูกมีเนื้อที่เพาะปลูกไม่ถึง 1 ใน 6 ของเนื้อที่ทั้งประเทศ แต่สิ่งปลูกกลับ
เป็นประเทศเล็ก ๆ ที่มีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจมากประเทศหนึ่ง ดังจะเห็นได้จาก รัศมีรายได้
ต่อหัวของประชากรสูงถึง 6,000 เหรียญสหรัฐอเมริกา นับว่าสูงมากในกลุ่มประเทศแถบเอเชีย
ประเทศหนึ่ง นอกจากนี้ยังมีอัตราการเพิ่มของรายได้ประชาชาติอย่างสม่ำเสมอ (ประมาณร้อยละ
7-10 ต่อปี) ทั้งนี้เนื่องจากสิ่งปลูก อยู่ในเส้นทางภูมิศาสตร์ที่เหมาะสม เอื้ออำนวยต่อการติดต่อ
ขนส่งกับต่างประเทศ และยังมีพาเรือขนาดใหญ่ ทำให้สิ่งปลูกกลายเป็นเมืองท่าที่สำคัญ และเป็น
ศูนย์กลางทางธุรกิจ การค้า การเงินและการธนาคาร ตลอดจนโทรคมนาคม ที่สำคัญแห่งหนึ่งของ
โลก และยังเป็นศูนย์กลางการกลั่นน้ำมันที่สำคัญอันดับสามของโลก เป็นตลาดที่สำคัญของโลก
ทั้งนี้สืบเนื่องจากสิ่งปลูกประสบความสำเร็จอย่างดียิ่งในการประกอบธุรกิจในลักษณะ "พ่อค้าคน
กลาง" ของโลก

การเกษตรกรรมในสิ่งปลูกมีความสำคัญอย่างมาก กล่าวคือมีประชากรประกอบอาชีพ
นี้เพียงร้อยละ 1 และรายได้จากเกษตรกรรมมีส่วนในผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ เพียงร้อยละ 1.1
เท่านั้น การเกษตรในสิ่งปลูกจึงมีเพียงการเลี้ยง สุกร เป็ด ไก่ และการปลูกผักและผลไม้บาง
ชนิดเท่านั้น สิ่งปลูกจึงไม่สามารถผลิตอาหารให้เป็นที่เพียงพอแก่การบริโภคได้ จึงมีความจำ
เป็นต้องอาศัยในการนำเข้าสินค้าอาหารประเภทต่าง ๆ จากต่างประเทศอยู่ตลอดเวลา

ภาวะการส่งออกทุเรียนไทยในสิ่งปลูก ประเทศสิ่งปลูกนำเข้าทุเรียนจากประเทศ
ไทยมีมูลค่ามากเป็นอันดับสองรองจากประเทศฮ่องกง จากตารางที่ 14 การส่งออกทุเรียนไปยัง
สิ่งปลูกเริ่มขึ้นในปี 2521 มีปริมาณการส่งออกทุเรียนทั้งสิ้น 379 พันตัน มูลค่า 4,047.1 ล้านบาท
ในปีถัดมาปริมาณการส่งออกลดลงเหลือ 202 พันตัน มูลค่า 2544.8 ล้านบาท อัตราการเปลี่ยนแปลง
ปริมาณการส่งออกลดลงร้อยละ 46.7 และอัตรามูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงร้อยละ 37.12
หลังจากนั้นมาการส่งออกทุเรียนมีเพิ่มขึ้นบ้างและกลับลดต่ำลงบ้างในบางปี กระทั่งปี 2527 ปริมาณ
การส่งออกทุเรียนไปสิ่งปลูกมีปริมาณถึง 503 พันตัน คิดเป็นมูลค่า 13,993.2 ล้านบาท ในขณะที่
เทียบปริมาณและมูลค่าการส่งออกจากปี 2526 คิดเป็นอัตราการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 106.99
และ 221.62 ตามลำดับ ในปี 2528 ปริมาณการส่งออก 444 พันตัน มูลค่า 937.5 ล้านบาท
ซึ่งปริมาณการส่งออกลดลงจากปีก่อนร้อยละ 11.73 มูลค่าการส่งออกลดลงร้อยละ 33.41 ซึ่งมี
สาเหตุมาจากสภาพการผลิตภายในประเทศของไทยเอง ที่ประสบปัญหาดินฟ้าอากาศไม่เอื้ออำนวย
จนถึงช่วงเป็นระยะเวลายาวนาน ทำให้ผลผลิตที่เตรียมเพื่อการนำ เกิดการร่วงหล่น ผลผลิตที่ได้

รับจึงไม่เต็มที่ จากสภาพการณ์เช่นนี้เอง เป็นเหตุต่อเนื่องมาถึงปี 2529 ทำให้ปริมาณการส่งออก
ทุเรียนไทยไปสิงคโปร์ลดลงต่ำสุด นับแต่มีการส่งออก ซึ่งมีปริมาณทั้งสิ้น 176 พันตัน ลดลงจาก
ปีก่อนร้อยละ 60.36 และมีมูลค่าการส่งออก 3,660.7 ล้านบาท คิดเป็นมูลค่าที่ลดลงร้อยละ
60.71

ตารางที่ 14 แสดงปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปสิงคโปร์

ปริมาณ : พันตัน

มูลค่า : ล้านบาท

ปี พ.ศ.	ปริมาณส่งออก	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	มูลค่าส่งออก	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
2521	379	-	4,047.1	-
2522	202	-46.70	2,544.8	-37.12
2523	227	12.37	3,763.1	47.87
2524	362	59.47	7,557.1	100.82
2525	239	-33.97	4,176.6	-44.73
2526	243	1.67	4,350.9	4.17
2527	503	106.99	13,993.2	221.62
2528	444	-11.73	9,317.5	-33.41
2529	176	-60.36	3,660.7	-60.71
(ม.ค.-พ.ย.)				

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

ประเทศคู่แข่ง จากสถิติการนำเข้าทุเรียนของประเทศสิงคโปร์ ในช่วงปี 2523-
2526 ปรากฏว่ามีเพียง 2 ประเทศเท่านั้นที่ส่งทุเรียนเข้าไปจำหน่ายในสิงคโปร์ ได้แก่ มาเลเซีย
และไทย จากตารางที่ 15 จะเห็นว่าส่วนแบ่งการตลาดทุเรียนของไทยในสิงคโปร์มีสัดส่วนค่อนข้าง
ต่ำมากเพียงร้อยละ 5.7 เท่านั้น นอกเหนือจากร้อยละ 94.3 เป็นส่วนแบ่งการตลาดที่มาเลเซีย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เขียวยกครองไว้ทั้งหมด สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เพราะประเทศมาเลเซียอยู่ใกล้กับสิงคโปร์ จึงได้เปรียบในกระบวนทางการขนส่ง สามารถทำไคสะดวก และต้นทุนในการขนส่งจึงถูกกว่าไทย ในขณะที่ไทยส่งออกทุเรียนไปสิงคโปร์ โดยขนส่งทางอากาศเท่านั้น ทำให้ต้นทุนในการขนส่งสูงกว่าการขนส่งทางรถยนต์ หรือรถไฟ เมื่อเทียบกับประเทศมาเลเซีย

นอกจากนี้ในปี 2528 ที่ผ่านมานี้ ประเทศเวียดนามได้เริ่มส่งทุเรียนเข้าไปจำหน่ายยังสิงคโปร์เป็นครั้งแรก แต่ยังมีจำนวนน้อยมาก ตลอดจนประเทศออสเตรเลีย ก็เป็นอีกประเทศหนึ่ง ที่มีแนวโน้มจะผลิตทุเรียนเป็นการค้าในอนาคต แต่ยังอยู่ในขั้นทดลองเพาะปลูกอยู่ พร้อม ๆ กับไม้ผลเมืองร้อนอื่น ๆ อีกหลายชนิด

ตารางที่ 15 แสดงสัดส่วนปริมาณและมูลค่าการนำเข้าทุเรียนของสิงคโปร์

หน่วย : ร้อยละ

นำเข้าจาก ประเทศ	2523		2524		2525		2526 *		สัดส่วนปริมาณ เฉลี่ย
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	
มาเลเซีย	84.0	90.1	98.4	95.1	97.9	95.5	6.8	89.4	94.3
ไทย	16.0	9.9	1.6	4.9	2.1	4.5	3.2	10.6	5.7
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

หมายเหตุ * ม.ค.- ต.ค.

ที่มา : Department of Statistics Singapore

พันธุ์ทุเรียนที่จำหน่ายในสิงคโปร์ ปัจจุบันผู้ส่งออกของไทย รู้จักแนะนำเกษตรกรให้ทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคในตลาดสิงคโปร์ เพื่อให้เกษตรกรชาวสวนทุเรียนรู้ปัญหาความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแจ่มชัดขึ้น เพื่อที่จะได้นำมาแก้ไขปรับปรุง บำรุงพันธุ์ ลักษณะทุเรียนให้ตรงกับความต้องการ มีการคัดเลือกพันธุ์ทุเรียน เช่น พันธุ์ชงัน หมอนทอง กานยาว และกบป๋อจำหน่าย ซึ่งต่างประเทศมาเลเซียส่วนมากไม่มีการคัดเลือกพันธุ์ เน้นบาง เมล็ดโต ถูกเล็ก และมีข้อดีตรงที่ทุเรียนมาเลเซียมีราคาถูก โดยปกติแล้วในตลาดสิงคโปร์ ทุเรียนไทยพันธุ์ที่นิยมคือทุเรียนพันธุ์ชงัน ซึ่งจะมีจำหน่ายในปริมาณมากที่สุด รองลงมาได้แก่ "พันธุ์หมอนทอง" และ

"กานยาว"

ราคาทุเรียนที่จำหน่ายในสิงคโปร์ ราคาทุเรียนในสิงคโปร์โดยปกติจะอยู่ในเกณฑ์ตามขนาดของผล คือ ขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ ราคาเฉลี่ยอยู่ในราคากิโลกรัมละ 6-10 เหรียญดอลลาร์สิงคโปร์ ต่อกิโลกรัม ส่วนทุเรียนมาเลเซียจะถูกกว่าขนาด 2 เหรียญดอลลาร์สิงคโปร์ พันธุ์ชุนี ราคาขายเฉลี่ยในสิงคโปร์ กิโลกรัมละ 68-99 บาท พันธุ์หมอนทองราคาขายเฉลี่ยในสิงคโปร์กิโลกรัมละ 120-140 บาท ส่วนทุเรียนมาเลเซียกิโลกรัมละ 4 เหรียญฯ ขึ้นไปแล้วแตขนาด (อัตราแลกเปลี่ยน 1 เหรียญดอลลาร์สิงคโปร์ = 12.40 บาท)

การบริโภค ชาวสิงคโปร์นิยมบริโภคทุเรียนสดเป็นส่วนใหญ่ ลักษณะของทุเรียนจะทองสุกเต็มที่มีกลิ่นแรง หรือรสชาติหวาน ๆ มีรสจืด จะเป็นที่ยอมรับอย่างมาก ส่วนลักษณะการซื้อขายก็จะคล้าย ๆ กับตลาดขายปลีก ในเมืองไทย นั่นคือจะมีการหั่นเม็ดเคาะ กรีกเปลือกเป็นรูปปากฉลาม แง่ใหญ่ซื้อชิ้นจิ๋วเนื้อทุเรียนว่าแข็ง หรือนุ่มเพียงไร เนื้อสีเข้มหรือไม่

ทุเรียนไทยได้เปรียบทุเรียนมาเลเซีย ตรงที่สีคุณภาพดีกว่า เมล็ดคิม เนื้อหนา เนื้อมีสีเข้ม รสชาติหวานมัน จึงเป็นที่ถูกใจของชาวสิงคโปร์

นอกจากนี้ไทยยังส่งทุเรียนแช่แข็งไปจำหน่ายยังประเทศสิงคโปร์อีกด้วย ทุเรียนแช่แข็งปัจจุบันมีการแกะทุเรียนที่สุกแล้ว เอาเฉพาะเนื้อ แต่ไม่ต้องเอาเมล็ดออกบรรจุในกล่องพลาสติกทนความร้อน มีน้ำหนักกล่องละ 300 กรัม และ 500 กรัม แช่แข็งแบบ IQF ที่ความเย็น - 40 °C ประมาณ 25 นาที และนำไปเก็บรักษาในตู้แช่ที่ความเย็น - 20 °C รอในการส่งออกต่อไป

พันธุ์ทุเรียนที่นิยมนำมาแช่แข็ง ได้แก่พันธุ์หมอนทอง ซึ่งเพิ่งมีการทดลองส่งออกไปจำหน่ายในตลาดสิงคโปร์และยังประเทศอื่น ๆ อีก เมื่อปี 2526 นี้เอง

ระบบการค้าทุเรียนในสิงคโปร์ ประกอบด้วย

1. ระบบภาษีและระเบียบขอมบังคับ สิงคโปร์ไม่เก็บอากรขาเข้า ผลและผลไม้ชนิดต่าง ๆ และไม่มีข้อจำกัดใด ๆ เกี่ยวกับการนำเข้าผลและผลไม้เข้าสิงคโปร์ สิงคโปร์จึงกลายเป็น

¹ IQF.(Individual Quick Frozen) เป็นระบบแช่แข็งในการเก็บรักษาเนื้อทุเรียนสด ช่วยในการยืดอายุการเก็บรักษาให้นานที่สุดเพื่อให้คุณภาพเป็นที่ยอมรับของการบริโภคและการส่งออกต่างประเทศ (คงศักดิ์, 2528)

แหล่งตลาดส่งออก นักและผู้ผลไม้อำคัญของไทย

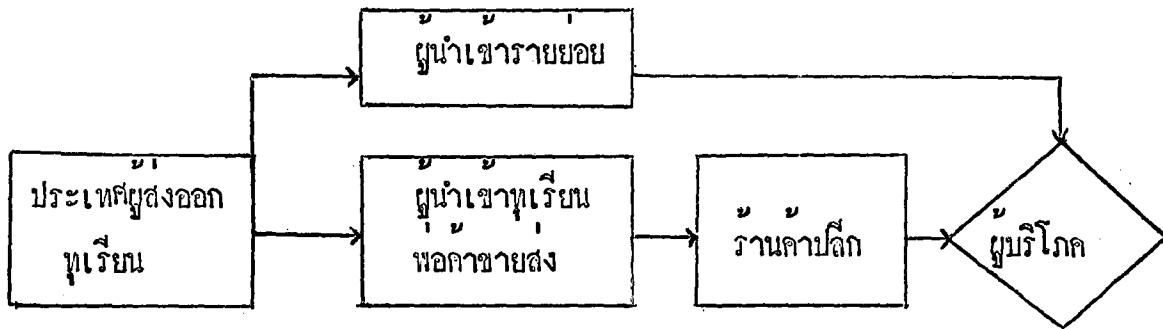
2. ระบบการจำหน่าย ผู้ส่งออก ไทยส่งผลไม้ไปขายในสิงคโปร์¹ โดยใช้วิธีฝากขาย (Consignment basis) คล้ายคลึงกับการขายผ่าน "หยง" ของไทย โดยเสียค่า Commission 10 % ของราคาขายได้ ทั้งนี้เนื่องจากผลไม้เน่าเสียง่าย อีกทั้งปริมาณและคุณภาพของผลผลิตไม่แน่นอน การจัดชั้นมาตรฐาน และการบรรจุหีบห่อไม่ดี จึงเป็นการเสี่ยงต่อพ่อค้าที่นำเข้าไปสิงคโปร์ที่จะนำการซื้อขายขาด ดังนั้นจึงป้องกันการเสี่ยงโดยวิธีรับฝากขายดังกล่าว ซึ่งถือเป็นธรรมเนียมในการซื้อขายของพ่อค้าคนจีนไม่ว่าสินค้าชนิดนั้น ๆ ; จากประเทศไทยหรือมาเลเซีย หรืออื่น ๆ อีกทั้งยังสามารถนำสินค้าไปจัดชั้นคุณภาพใหม่ แล้ว Re-Export อีกด้วย เป็นผลทำให้ผู้ส่งออกไทยเป็นฝ่ายเสียเปรียบในเชิงการค้าอย่างมาก ความปกติผู้ส่งออกไทยจะเป็นฝ่ายเสียเปรียบในกรณีใหญ่ ๆ คือ ถูกกดราคาจำหน่าย โดยพ่อค้าสิงคโปร์ แ่จราคาขายต่ำกว่าที่เป็นจริง และอีกกรณีหนึ่งคือ แ่จปริมาณการเน่าเสีย หรือการสูญเสียของสินค้ามากกว่าความเป็นจริง ผู้ส่งออกของไทยไม่มีตัวแทนประจำอยู่ที่ตลาดปลายทาง เพื่อกอบกู้ผลประโยชน์จึงมักจะเป็นฝ่ายจำยอมตลอดเวลา

วิธีการขายอีกลักษณะหนึ่งคือ การเข้าไปทำสัญญาผูกมัดกับบริษัทค้าเอกชนในสิงคโปร์ ซึ่งมีความเสี่ยงสูงมากเพราะทุเรียนเป็นสินค้าที่ไม่สามารถกำหนดปริมาณการซื้อที่แน่นอนได้ นอกจากจะถือถือการผลิต เป็นการยากแก่การกำหนดปริมาณและราคาซื้อขายในสัญญา โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเคลื่อนไหวของราคามีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว อีกทั้งปริมาณการผลิตไม่แน่นอน อาจจะต้องมีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงสัญญาในระยะสั้น ๆ เป็นประจำ นอกจากนี้ยังมีผลกระทบจากสินค้าที่ล้นตลาดส่งออกของไทยโดยทางรถไฟ รถบรรทุกตู้เย็น และทางเรือ

การจำหน่าย บริษัทนำเข้าผักและผลไม้ในสิงคโปร์ เป็นผู้นำเข้าทุเรียนแล้วขายต่อไปให้บริษัทหรือร้านขายปลีกต่าง ๆ รวมทั้งซูเปอร์มาร์เก็ตบางแห่ง จากนั้นร้านค้าดังกล่าว ก็จะขายต่อไปให้กับผู้บริโภคโดยตรง หรือซูเปอร์มาร์เก็ต บางอย่างอาจจะนำเข้าผักและผลไม้โดยตรงจากต่างประเทศ แล้วนำมาขายต่อไปให้ผู้บริโภคโดยตรง

¹: กองวิจัยสินค้าและการตลาด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, "โครงการส่งเสริมสินค้าผักสด และผลไม้สด เป็นสินค้าออกที่สำคัญ" , 2527

แผนภาพที่ 3 แสดงวิธีการตลาดทุเรียนในสิงคโปร์



แนวโน้มการตลาดทุเรียนในสิงคโปร์ จากข้อมูลกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ ในปี 2527 ได้รายงานว่า สิงคโปร์นำเข้าผลไม้ตามรหัส 057 คือ **Fruit&Nuts Fresh Dried** ปี 2526 มีมูลค่า 4,255.65 ล้านบาท ในจำนวนที่นำเข้าจากประเทศไทย มีมูลค่า 194.60 ล้านบาท หรือมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 4.57, ในปี 2527 สิงคโปร์นำเข้ามูลค่า 4,918.01 ล้านบาทในจำนวนนี้ นำเข้าจากไทยมูลค่า 247.97 ล้านบาท หรือมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 5.04 จากตัวเลขดังกล่าวนี้ ได้ว่าสิงคโปร์เป็นประเทศที่นำเข้าผลไม้ที่สำคัญประเทศหนึ่ง ส่วนหนึ่งของผลไม้ที่นำเข้าเพื่อนำมาบริโภคภายในประเทศ และอีกส่วนหนึ่งจะส่งขายต่อไปยังประเทศที่สามเช่น มาเลเซียตะวันตก รัฐซาบะห์ รัฐซาราวัก บรูไนและฮ่องกง ผลไม้ที่สิงคโปร์นำเข้าประเทศนี้ทั้งผลไม้เมืองร้อน และเมืองหนาว แต่สิงคโปร์นำเข้าผลไม้เมืองหนาวมากกว่าครึ่งของมูลค่าผลไม้สดที่สิงคโปร์นำเข้าทั้งหมด นอกนั้นเป็นผลไม้เมืองร้อน

ทุเรียนเป็นผลไม้ที่มีมูลค่าการนำเข้าสิงคโปร์สูงสุด ในบรรดาผลไม้เมืองร้อนทั้งหมด ในปี 2527 สิงคโปร์นำเข้าทุเรียนมีมูลค่า 220.89 ล้านบาท และนำเข้าจากมาเลเซียและไทยเท่านั้น มาเลเซียส่งเข้ามาขายมูลค่า 192.56 ล้านบาท หรือมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 87.77 ในขณะที่ไทยส่งเข้ามาขายมูลค่า 28.32 ล้านบาท หรือมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 12.8

แนวโน้มในอนาคตของทุเรียนไทยในสิงคโปร์ สามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในสิงคโปร์ได้ดีมาก โดยอาศัยคุณภาพ รสชาติของทุเรียนไทย และราคาที่ไม่แพงนัก เพื่อที่จะถือครองส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันนี้ทุเรียนไทยเป็นที่ยอมรับกันมากขึ้น ในหมู่ผู้บริโภคชาวสิงคโปร์ ราคาที่จำหน่ายเป็นปัจจัยที่สำคัญในการขยายการเพิ่มปริมาณการบริโภคให้มากขึ้น เพราะ

ในสภาพเศรษฐกิจของสิงคโปร์ในปัจจุบัน อยู่ในภาวะดกดอย ประชาชนชาวสิงคโปร์เริ่มหันมาประหยัดมากขึ้น แต่คาดการณ์ว่าภาวะเศรษฐกิจของสิงคโปร์จะกระเตื้องภายใน 1-2 ปีนี้ จากสภาพเช่นนี้ ย่อมส่งผลกระทบต่อการใช้จ่าย การบริโภคภายในครัวเรือนของชาวสิงคโปร์ หนทางที่จะพ่วงปริมาณการจำหน่ายทุเรียนให้อยู่ในระดับคงที่ได้ โดยการพยายามลดต้นทุนในการขนส่งลง เพราะราคาจำหน่ายทุเรียนไทย ยังสูงกว่าราคาทุเรียนจากมาเลเซียอยู่ แต่อาศัยคุณลักษณะเฉพาะตัวของทุเรียนไทยที่มีรสชาติอร่อย กลิ่นหอม เนื้อนุ่ม เมล็ดลีบชวนรับประทาน จึงสามารถขายแข่งกับทุเรียนมาเลเซียได้ แต่กลุ่มผู้บริโภคยังกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มผู้มีรายได้ระดับกลางขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่

จึงกล่าวได้ว่า ทุเรียนในสิงคโปร์ยังสามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดได้อีกมาก ทั้งนี้ โอกาสและช่องทางในการขยายตลาดให้เพิ่มมากขึ้นยังมีอยู่ เพราะระยะเวลาของการออกสู่ตลาดของทุเรียนไทยไม่ตรงกับทุเรียนมาเลเซีย

2. ประเทศมาเลเซีย

สถานการณ์ทางเศรษฐกิจโดยทั่วไป¹ มาเลเซียเป็นประเทศที่อุดมด้วยทรัพยากรธรรมชาติอย่างมหาศาล เช่น น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ แร่ธาตุต่าง ๆ ป่าไม้ ตลอดจนสภาพภูมิประเทศเหมาะสำหรับการเจริญเติบโตของพืชเศรษฐกิจของโลก เช่น ยางพารา ปาล์ม น้ำมัน โกโก้ และพริกไทย เป็นต้น

มาเลเซียเป็นประเทศที่มีรายได้เฉลี่ยของประชากรสูงมากประเทศหนึ่ง กล่าวคือ ประชากรมีรายได้เฉลี่ยประมาณ 46,850 บาท/คน/ปี ซึ่งเป็นสถิติในปี 2527 และใกล้เคียงกับสาธารณรัฐเกาหลีมาก ในขณะที่รายได้ของประชากรมาเลเซียสูงกว่าไทยกว่าเท่าตัว ในปี 2527 อัตราความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจประมาณร้อยละ 6.7 และคาดว่าในปี 2528 จะมีอัตราความเจริญเติบโตประมาณร้อยละ 6.2 ขณะที่อัตราเงินเฟ้อประมาณร้อยละ 4 ต่อปี

ถึงแม้มาเลเซียเป็นแหล่งเพาะปลูกพืชที่สำคัญของโลกก็ตาม แต่สำหรับอาหารแล้วมาเลเซียยังไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้ กล่าวคือในแต่ละปี มาเลเซียต้องนำเข้าอาหารจากต่างประเทศถึงร้อยละ 50 ของปริมาณความต้องการอาหารทั้งหมด ด้วยเหตุนี้รัฐบาลมาเลเซียจึงพยายามผลักดันนโยบายการพึ่งพาตนเอง ในเรื่องอาหารเป็นนโยบายหลัก นโยบายหนึ่งของ

¹ : วารสารเศรษฐกิจการพาณิชย์, "อาเซียนคู่แข่งประเทศไกลบ้านของประเทศไทย", เดือนกรกฎาคม 2528.

ประเทศโดยให้ความสนใจในเรื่องข้าว เนื้อ และนม สัตว์ปีก ปลา ถัก และผลไม้

ภาวะการส่งออกทุเรียนไทยไปมาเลเซีย ไทยเริ่มส่งออกทุเรียนไปยังประเทศมาเลเซีย ตั้งแต่ปี 2523 เป็นต้นมา มีปริมาณการส่งออกเริ่มแรกเพียง 41 พันตัน คิดเป็นมูลค่า 227.4 ล้านบาท แล้วค่อยๆเพิ่มขึ้น ในปี 2524 มีปริมาณการส่งออก 168 พันตันมูลค่า 1,326.1 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเปลี่ยนแปลงปริมาณและมูลค่าร้อยละ 309.75 และ 483.15 ตามลำดับ แล้วการส่งออกก็ลดลงเหลือ 43 พันตัน มูลค่า 476.2 ล้านบาท ในปี 2525 หลังจากนั้นมา การส่งออกก็มีปริมาณเพิ่มขึ้นมาโดยตลอด และกลับลดลงเล็กน้อยในปี 2529 (ม.ค.- พ.ย.) ซึ่งมีปริมาณการส่งออก 551 พันตัน มีมูลค่าการส่งออก 3,529.8 ล้านบาท ปริมาณและมูลค่า มีอัตราลดลงจากปี 2528 ร้อยละ 17.02 และ 8.69 ตามลำดับ สำหรับการส่งออกมีลดลงในปีนี้ สืบเนื่องมาจากผลผลิตทุเรียนภายในประเทศได้ไม่เต็มที่ ต้นทุเรียนขาดน้ำเป็นระยะเวลายาวนาน จนถึงช่วง น้ำในคลองระบายน้ำต้นเขินไม่สามารถสูบน้ำเขารองสวนได้ จึงมีผลดังกล่าว (ดูตารางที่ 16 ประกอบ)

ตารางที่ 16 แสดงปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปมาเลเซีย

ปริมาณ : พันตัน

มูลค่า : ล้านบาท

ปี	ปริมาณการส่งออก	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	มูลค่าการส่งออก	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
2523	41	-	227.4	-
2524	168	309.75	1,326.1	483.15
2525	43	-74.40	476.2	-64.09
2526	334	676.74	3,496.4	634.23
2527	573	71.55	7,046.0	101.52
2528	664	15.88	3,865.7	-45.14
2529	551	-17.02	3,529.8	-8.69
(ม.ค.-พ.ย.)				

ที่มา : กรมศุลกากร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศคู่แข่ง มาเลเซียเป็นประเทศที่ผลิตทุเรียนรายใหญ่แห่งหนึ่งของโลก เนื่องจากสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศที่คล้ายคลึงกับประเทศไทย พืชผลต่าง ๆ ที่เพาะปลูกจึงคล้ายคลึงกัน มาเลเซียจึงเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทยแต่ด้วยเหตุที่ทุเรียนที่ปลูกในมาเลเซียส่วนใหญ่เป็นทุเรียนพันธุ์พื้นเมือง ไม่ได้รับการพัฒนาปรับปรุงพันธุ์กันอย่างจริงจัง สำหรับประเทศที่มาเลเซียส่งออกมากที่สุดคือ สิงคโปร์ เพราะเป็นตลาดที่อยู่ใกล้เคียงมากในการขนส่ง และทำได้รวดเร็ว ราคาจำหน่ายในท้องตลาดจึงถูก ต้นทุนในการผลิตและการขนส่งต่ำ จึงสามารถครอบครองส่วนแบ่งการตลาดไว้ในสิงคโปร์ถึงร้อยละ 87.7 ในขณะที่ไทยมีส่วนแบ่งการตลาดเพียงร้อยละ 12.3 เท่านั้น

พันธุ์ทุเรียนที่จำหน่ายในมาเลเซีย ทุเรียนที่พ่อค้ามาเลเซียนิยมสั่งเข้าไปจำหน่าย ได้แก่

1. พันธุ์ชะนี
2. พันธุ์กานยาว
3. พันธุ์กบแมะซ่า และพันธุ์หมอนทอง

เมื่อเปรียบเทียบปริมาณการจำหน่ายทุเรียนพันธุ์ต่าง ๆ แล้วปรากฏว่า พันธุ์ชะนีได้รับความนิยมมากที่สุด

ราคาทุเรียนที่จำหน่ายในมาเลเซีย การกำหนดราคาทุเรียนที่ขายในมาเลเซียจะขึ้นอยู่กับขนาดของผลทุเรียน ใหญ่ กลาง หรือเล็ก ส่วนทุเรียนพันธุ์พื้นเมืองมาเลเซียเองจะมีราคาจำหน่ายที่ถูกกว่าทุเรียนจากไทยประมาณ 1-2 เท่าในมาเลเซีย

การบริโภค ผู้บริโภคชาวมาเลเซีย นิยมบริโภคทุเรียนสุกเต็มที่ มีรสชาติหวาน รสจัด ซึ่งทุเรียนมาเลเซียจะเป็นที่คุ้นเคยมากกว่า และยังมีราคาถูกอีกด้วย แต่ในส่วนของผู้ที่นิยมบริโภคทุเรียนแปรรูปแล้วจะติดใจรสชาติทุเรียนไทยมากกว่า เพราะมีคุณภาพดีกว่า เมล็ดดีมี เนื้อหนา เนื้อสีอร่ามเข้ม รสชาติหวานมัน มากกว่าทุเรียนจากมาเลเซียเอง

ระบบการค้าทุเรียนในมาเลเซีย มีรายละเอียดดังนี้

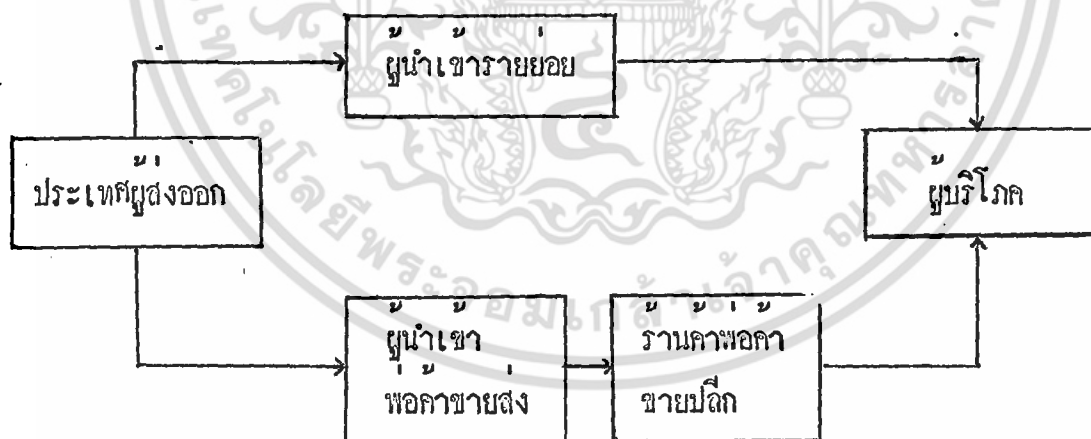
1. ระบบภาษีและระเบียบข้อบังคับพิธีทางศุลกากร ในการขนถ่ายทุเรียนผ่านแดนไปยังประเทศมาเลเซียผ่านทางประเทศมาเลเซียจะเรียกเก็บภาษีสินค้าผ่านแดน อีกทั้งมีพิธีการทางศุลกากรอีก เช่น ภาษีการค้า ภาษีพิเศษ สำหรับสินค้าบางชนิด ซึ่งในส่วนนี้ผู้ส่งออก

ของไทยจะเป็นผู้รับผิดชอบ ในการจ่ายภาษีเหล่านี้ทั้งหมด

2. ระบบการจำหน่าย การซื้อขายโดยทั่วไปจะใช้วิธีการฝากขาย (Consignment) โดยพ่อค้าขายส่งมาเลเซียจะติดต่อ โดยตรงกับผู้ส่งออกผลไม้ของไทย โดยติดต่อทางโทรศัพท์ ให้จัดส่งทุเรียนไปให้โดยผ่านวิธีการสุ่ผลการตามข้างต้นในขณะที่พ่อค้าขายส่งมาเลเซียคอยรับสินค้าอุปถุคทาง ในขณะที่ผู้ส่งออกของไทยจะรับผิดชอบในการจัดส่งผลไม้ จนถึงมือผู้นำเข้าในมาเลเซีย

นอกจากนี้แล้วยังมีผู้นำเข้ารายย่อยจากรัฐต่าง ๆ เช่น บีนัง กัวลันตัน เป็นต้น โดยที่ผู้นำเข้าเหล่านี้ จะนำสินค้าไปส่งแกรนขายปลีกอีกทอดหนึ่ง ในขณะที่บางรายอาจเป็นทั้งผู้นำเข้าและผู้ขายปลีกเสียเอง แล่นำไปขายตามเมืองเล็ก ๆ ต่อไป ผู้นำเข้ารายย่อยเหล่านี้มักจะนำรถบรรทุกขนาดเล็กเข้ามาซื้อทุเรียนจากภาคใหญ่บาง และพบบ่อย ๆ ว่ามีการลักลอบขนออกตามชายแดนบาง หรือขนถ่ายทางเรือใกล้ชายแดนบาง มีการประมาณกันว่าวันหนึ่ง ๆ ในฤดูที่ทุเรียนมากในไทย จะมีการขนถ่ายไปจำหน่ายยังมาเลเซียวันละประมาณ 200-300 ตัน เป็นอย่างน้อย การขนส่งส่วนใหญ่จะเรียงในรูปร่างนอนซ้อนกันแน่นในรถบรรทุก เที่ยวหนึ่ง ๆ มีประมาณ 7-10 ตัน

แผนภาพที่ 4 แสดงวิธีการตลาดทุเรียนในมาเลเซีย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวโน้มการตลาดทุเรียนในมาเลเซีย ประเทศมาเลเซียเป็นประเทศที่นำเข้าทุเรียนจากประเทศไทยมากเป็นอันดับ 3 ในระยะ 3-4 ปีที่ผ่านมาอัตราการนำเข้าที่เพิ่มขึ้น โดยสม่ำเสมอตลอดมา จากตารางที่ 9 จะพบว่าการส่งออกทุเรียนไปมาเลเซียในระยะหลังเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากรสชาติของทุเรียนไทยได้รับความนิยมกันอย่างแพร่หลายมากขึ้น ซึ่งเป็นเหตุให้ทุเรียนที่มีคุณภาพดีกว่าทุเรียนพันธุ์พื้นเมืองของมาเลเซียเอง ถึงแม้ว่ามาเลเซียจะเป็นแหล่งผลิตทุเรียนที่สำคัญ และขายในประเทศเสียโดยส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 80 ก็ตาม แต่เป็นข้อสังเกตว่า ในระยะหลังนี้ทุเรียนไทยเพิ่มความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคของมาเลเซียได้อย่างรวดเร็ว ในอนาคตจึงคาดว่า หากได้รับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้แพร่หลายในตลาดมาเลเซียเพิ่มมากขึ้นแล้ว พร้อมทั้งอาศัยคุณลักษณะเฉพาะตัวของทุเรียนไทยเองแล้ว จึงหวังว่าแนวโน้มการขยายช่องทางและสามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดทุเรียนในมาเลเซียได้มากกว่าที่เป็นอยู่อย่างแน่นอน

3. ประเทศฮ่องกง

ภาวะการส่งออกทุเรียนไทยไปฮ่องกง ประเทศฮ่องกงเป็นประเทศที่สามารถปลูกผลไม้ชนิดต่าง ๆ ได้บาง เช่น ลิ้นจี่ ลำไย แอปเปิ้ลในวงจำกัดมาก เพราะสภาพที่ตั้งของฮ่องกงเป็นเกาะ มีเนื้อที่สำหรับการเกษตรน้อยมาก พื้นที่ส่วนใหญ่จะกลายเป็นตึก ร้านค้าต่าง ๆ มากมาย เศรษฐกิจของประเทศฮ่องกงดีมาก มีอัตราการครองชีพสูงในขณะเดียวกันที่รายได้ต่อคนของประชากรก็เพิ่มสูงขึ้นด้วย ฮ่องกงเป็นประเทศที่มีชาวต่างชาติแวะเข้าไปจับจ่ายซื้อของเพราะเป็นเมืองปลอดภาษี จุดนี้เองที่ทำให้เศรษฐกิจของฮ่องกงคึกคัก มีกิจการใหญ่ ๆ เกิดขึ้นมากมาย และกลายเป็นแหล่งรวมของประชากรต่าง ๆ อย่างเนืองแน่น เมื่อเป็นเช่นนั้น อาหารผัก ผลไม้จึงมีความจำเป็นที่จะต้องตั้งเขามารับจากต่างประเทศ การนำเข้าผลไม้ของฮ่องกงจากประเทศไทยนับตั้งแต่ปี 2522 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน จัดเป็นอันดับหนึ่งในบรรดาประเทศผู้นำเข้าผลไม้จากไทย อีกหลายสิบประเทศกล่าวคือ เมื่อปี 2522 ฮ่องกงนำเข้าผลไม้จากไทยเข้ามาปริมาณ 35,974 เมตริกตัน มูลค่า 1,466 ล้านบาท ปริมาณนำเข้าคิดเป็นร้อยละ 84.06 มูลค่านำเข้าคิดเป็นร้อยละ 68.22 ของปริมาณและมูลค่าส่งออกทั้งสิ้น

ในส่วนของทุเรียนนับตั้งแต่เริ่มมีการส่งออกในปี 2521 เป็นต้นมาจนกระทั่งถึงปัจจุบัน มีปริมาณและมูลค่าการส่งออกจากตารางที่ 17 ดังนี้

ปี 2521 ไทยส่งทุเรียนไปฮ่องกงปริมาณ 2,066 ตันตัน มูลค่าทั้งสิ้น 18,569.1 ล้านบาท เป็นการส่งออกครั้งแรก และฮ่องกงมีตลาดรองรับในการส่งออกทุเรียนไทย

ไปจำหน่ายในครั้งสูงสุด เมื่อเทียบกับการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศอื่น ๆ จึงนับว่าประสบความสำเร็จอย่างสูง สำหรับทุเรียนในตลาดของกง

ปี 2522 ปริมาณการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้นเป็น 2,818 พันตัน มีมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น 27,459 ล้านบาท คิดเป็นอัตราเปลี่ยนแปลงปริมาณและมูลค่าร้อยละ 36.39 และ 47.87 ตามลำดับ หลังจากนั้นปริมาณการส่งออกก็เพิ่มขึ้นมาโดยตลอดจนกระทั่งถึงปี 2525 เป็นปีที่มีการส่งออกลดต่ำลงมากที่สุด นับแต่มีการส่งออกทุเรียนไปฮ่องกง ซึ่งมีปริมาณทั้งสิ้น 1,895 พันตัน มีมูลค่าการส่งออก 47,603.3 ล้านบาท คิดเป็นปริมาณและมูลค่าการส่งออกลดลงร้อยละ 48.09 และ 31.03 ตามลำดับ

การส่งออกทุเรียนไปฮ่องกงในปี 2526 และ 2527 เพิ่มขึ้นเล็กน้อย มีปริมาณ 1,965 และ 2,104 พันตัน มีมูลค่าทั้งสิ้น 43,403.9 และ 35,113.9 ล้านบาท ตามลำดับ และในปี 2528 มีการส่งออกทุเรียนไปฮ่องกงสูงสุดนับแต่มีการส่งออก มีปริมาณทั้งสิ้น 8,312 พันตัน คิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 134,076.5 ล้านบาท อัตราการเปลี่ยนแปลงเทียบกับปีก่อนของปริมาณและมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 295.06 และ 281.83 ตามลำดับ ในส่วนของ การส่งออกปี 2529 (ม.ค.- พ.ย.) การส่งออกทุเรียนไปฮ่องกง ลดลงเหลือ 5,348 พันตัน ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 35.66 ส่วนมูลค่าการส่งออก 84,441.7 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 37.02 สาเหตุที่การส่งออกลดลงในปีนี้นั้นเนื่องมาจากสภาพเงินแข็งในปี 2528 ทำให้เงินบาทที่ได้รับไม่เต็มที่ ส่งผลทำให้การส่งออกของลดลงด้วย

ตารางที่ 17 แสดงปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปฮ่องกง

ปริมาณ : พันตัน

มูลค่า : ล้านบาท

ปี	ปริมาณการส่งออก	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	มูลค่าการส่งออก	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
2521	2,066	-	18,569.1	-
2522	2,818	36.39	27,459.0	47.87
2523	3,135	11.25	31,291.7	13.96
2524	3,651	16.46	69,017.7	120.56
2525	1,895	-48.09	47,603.3	-31.03
2526	1,965	0.27	43,403.9	-8.82
2527	2,104	7.07	35,113.9	-19.09
2528	8,312	295.06	134,076.5	281.83
2529	5,348	-35.66	84,441.7	-37.02
(ม.ค.-พ.ย.)				

ที่มา : กรมศุลกากร

ประเทศคู่แข่ง สำหรับประเทศที่เป็นคู่แข่งใน การส่งออกทุเรียนไปยัง ฮ่องกงนั้น คือประเทศฟิลิปปินส์เป็นแหล่งผลิตทุเรียนที่สำคัญประเทศหนึ่ง แต่จากสถิติข้อมูลการส่งออกของประเทศไทยเองนั้น ทุเรียนที่ส่งไปจำหน่ายเป็นสินค้าส่งออกในประเทศต่าง ๆ นั้นมี น้อยมาก จึงต้องแทรกตัวด้วยการส่งออกทุเรียนรวมอยู่ในผลไม้ประเภทอื่น ๆ ไว้ อันหนึ่งประเทศ มาเลเซียที่เป็นแหล่งผลิตทุเรียนที่สำคัญก็ไม่มีปรากฏข้อมูลการส่งออกทุเรียนไปยังประเทศอื่น ๆ เลย นอกจากสิงคโปร์เพียงประเทศเดียว แต่หากในอนาคตประเทศคู่แข่งในการผลิตทุเรียนคงได้แก่ ประเทศออสเตรเลียเพราะเมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมา ได้มีการนำพันธุ์ทุเรียนตลอดจนผลไม้เมืองร้อนชนิด อื่น ๆ ไปทดลองปลูก และอยู่ในขั้นผสมพันธุ์กันอยู่ หากประสบความสำเร็จ ออสเตรเลียจะเป็นอีก ประเทศหนึ่งที่จะเป็นคู่แข่งในการส่งออกทุเรียนที่ไทยเองควรให้ความสนใจ และหาหนทางการพัฒนา

คุณภาพทุเรียนตลอดจนขยายส่วนแบ่งการตลาดในฮ่องกงให้แพร่หลายมากยิ่งขึ้นในอนาคต

การบริโภคร โดยปกติแล้วชาวฮ่องกงนิยมบริโภคทุเรียนที่สุด มีกลิ่นหอม รสจัด พันธุ์ทุเรียนที่นิยมส่งเขาไปจำหน่ายคือพันธุ์นี้ และพันธุ์กระดุมทอง การส่งออกนอกจากจะส่งในรูปทุเรียนสดแล้ว ยังมีการส่งออกในรูปทุเรียนแช่แข็งเขาไปจำหน่ายในตลาดของฮ่องกงด้วย ตั้งแต่ 2526 เป็นต้นมา ซึ่งเป็นการลดการสูญเสีย และทุนค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ตลอดจนจะสามารถเก็บรักษาทุเรียนไว้ได้นานกว่าปกติ โดยที่รสชาติและความอร่อยของทุเรียนไม่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม นอกจากนี้การส่งออกในรูปของทุเรียนกวน มีปริมาณที่สูงมาก เพราะชาวฮ่องกงนิยมนำทุเรียนกวนไปทำไส้ขนมเปี๊ยะในรูปแบบต่าง ๆ สำหรับไหว้เจ้า

โครงสร้างตลาดผลไม้สดของฮ่องกง¹ ประกอบไปด้วย

1. ผู้นำเข้า (Importers) ผู้นำเข้าผลไม้สดและผักสดของฮ่องกงจะจดทะเบียนเป็นบริษัทการค้าระหว่างชาติในฮ่องกงนั่นเอง โดยนำเข้าสินค้าประเภทผักสดและผลไม้สดจากทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งจาก จีน ไต้หวัน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ สหรัฐอเมริกา และแม้กระทั่งจากสหภาพแอฟริกาใต้ ในส่วนของการจ่ายเงิน โดยทั่วไปกระทำในแบบ ดี.เอ (D/A) กล่าวคือเมื่อสินค้าส่งถึงมือบริษัทผู้นำเข้าแล้ว บริษัทนั้นจะจ่ายเงินภายในระยะเวลาที่กำหนด เช่น อาจจะเป็น 7 วัน หรือ 10 วัน ในบางกรณีหรือบางประเทศ การจ่ายเงินกระทำโดยเปิด แอล.ซี. (L/C) เช่นการส่งลำไยสดจากเมืองไทย หรือการส่งสินค้าโดยทางเรือจากออสเตรเลีย บริษัทผู้นำเข้าจะให้ค่าบริการ (Commission) แก่ผู้ขายส่งประมาณ 5 % ในส่วนของการขนส่งสินค้าในฮ่องกงรวมทั้ง ค่าบริการนำสินค้าจากท่าเรือหรือสนามบินไปส่งตลาดขายส่ง ทั้งในเกาะฮ่องกง และทางฝั่งเกาลูน จะเป็นภาระของบริษัทผู้นำเข้า บริษัทผู้นำเข้าบางรายมีห้องเย็นเป็นของตัวเองสำหรับเก็บรักษาสินค้าประเภทเหล่านี้

2. ผู้ขายส่ง (Wholesalers) เป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการกำหนดราคาสินค้า ซึ่งบริษัทผู้นำเข้าส่งให้ ราคาที่กำหนดขึ้นอยู่กับ 1) ปริมาณสินค้าปัจจุบันในตลาด 2) ข้อตกลงระหว่างผู้ขายส่ง และผู้จัดจำหน่าย ส่วนกำไรของผู้ขายส่งได้จากเปอร์เซ็นต์ที่ได้รับจากบริษัทผู้นำเข้า ผู้ขายส่งส่วนใหญ่จะมีร้านหนึ่งหรือสองร้าน ในบริเวณตลาดขายส่ง และไม่ตองเสีย

¹: คำรง ไววอง; นิตยสารชาวเกษตร ฉบับที่ 30 ปีที่ 5 เดือนพฤษภาคม 2529

คาชนส้งใด ๆ ทั้งสิ้น นอกจากตองจายคาหำความตะอาคตลาคประจำวัน จำนวนเล็กลงนอยเทำนัน
ปัจจุบันมีผู้ขายส้ง ประมาณ 25 ราย ทั้งในตลาคขายส้ง บนเกาะฮองกงและในตลาคขายส้ง ผัง
เกาตุณ ทั้งหมคมมีตลาคขายส้งจำนวน 4 แห่ง โดย 2 แห่งอยู่ในเกาะฮองกง และอีก 2 แห่งอยู่
ทางผังเกาตุณ (เป็นตลาคผลไม้สด 1 ตลาค และตลาคผักสด 1 ตลาคในเกาะฮองกง ส่วนทาง
ผังเกาตุณมีอย่างละ 1 ตลาคเช่นกัน)

3. ผู้จัดจำหน่าย (Distributors) บางรายผู้จัดจำหน่ายก็เป็นผู้ขายส้ง
ด้วย แตบพบาพในการกำหนดราคาสินค้าแตกต่างไปจากกรณีของผู้ขายส้ง กล่าวคือ ผู้จัดจำหน่าย
มีอิสระที่จะกำหนดราคาสินค้าที่ขายให้กับผู้ขายปลีกและหาบเร่ แต่จะกำหนดราคาให้สูงตามใจชอบ
ไม่ได้ เพราะสภาพความต้องการของตลาดเป็นตัวกำหนดอยู่ ปกติวงนี้ จะกำหนดราคาประมาณ
10-20 % สูงกว่าราคาที่กำหนดโดยผู้ขายส้ง

4. ผู้ขาย (Dealers) เป็นผู้จำหน่ายผลไม้สดและผักสดที่ร้านคาหรือสำนัก
งานของตัวเอง ซึ่งกระจายตามบริเวณต่าง ๆ ในตัวเมืองชุมชนที่บริการลูกค้าได้โดยสะดวก ลูกค้า
ประจำของผู้ขายไคเก้ โรงแรมและภัตตาคาร เนื่องจากผู้ขายตองจายคาชนส้ง และคายกชนลีน
คา ดังนั้นราคาที่เขากำหนดขายให้ลูกค้าจะสูงกว่าประมาณ 60 % ของราคาที่ได้รับจากผู้จัดจำ-
หน่าย

5. ผู้ขายปลีก (Retailers) ผู้ซื้อส่วนใหญ่จะซื้อผลไม้หรือผักสดจากร้าน
คาของผู้ขายปลีก หรือจากตลาดท้องถิ่น ผู้ขายปลีกจะกำหนดราคาขายสูงถึง 100 % จากราคา
ของผู้จัดจำหน่าย ทั้งนี้เนื่องจากผู้ขายปลีกจะต้องจายคาชนส้งจากตลาคขายส้งมายังร้านของตัวเอง
รวมทั้งตองจายคาเช่าร้านอีกด้วย อนึ่งร้านคาปลีกผลไม้สดจะ ระจัดกระจายอยู่ทั่วไป

6. หาบเร่ (Hawkers) มีบทบาทสำคัญต่อธุรกิจขายปลีกในฮองกง พวกนี้
จะใช้รถเข็น 4 ล้อเล็กเข็นไปตามถนนและจะหยุดขายในบริเวณที่ผู้คนชวักไขว้ แตราคาขายส่วน
มากจะต่ำกว่าราคาจากร้านขายปลีก คือประมาณ 80 % สูงกว่าราคาของผู้จัดจำหน่ายขาย ที่เป็น
เช่นนี้เพราะพวกนี้ไม่ตองเสียคาเช่าร้าน แต่ลูกค้าผู้ซื้อควรระวังเพราะอาจจะถูกโกงตราซัง
ได้ง่าย

7. ผู้ซื้อบริโภค (Consumers) จะเป็นชาวต่างประเทศและชาวฮองกง
ปัจจุบันฮองกงมีประชากรประมาณ 5.5 ล้านคน และโดยทั่วไปชาวฮองกงมีอำนาจซื้อสูง ไม่ค่อย

จะมีนิสัยประหยัดนัก และชอบปรุงอาหารจากของสด ดินค้าที่สวย มีการบรรจุหีบห่ออย่างก็สะอาด ในการรับประทาน ซึ่งจะมีส่วนโน้มน้าว ในการตัดสินใจในการซื้อของเขา นิสัยการบริโภคจะ โน้มเอียงไปทางตะวันตกในทวีปอเมริกาเหนือ ส่วนคนเกียจคร้านคือวัฒนธรรมและประเพณีการบริโภค แบบเดิมอยู่

8. สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจผักสดและผลไม้สดของฮ่องกงและเกาหลิน (The Hong Kong and Kowloon Fruit and Vegetable Employees and Employers Guild) เป็นสมาคมของผู้ประกอบการค้าขายผักสดและผลไม้สด สมาชิกได้แก่ผู้ขายส่ง ผู้จัดจำหน่าย ผู้ขายปลีก และผู้ขาย นอกจากนี้ยังมีสมาคมย่อย ๆ เฉพาะกลุ่ม หรือเฉพาะชนิดของผักหรือผลไม้ อีก ควบ

แผนภาพที่ 5 แสดงวิธีการตลาดผลไม้สดในฮ่องกง



แนวโน้มการตลาดทุเรียนไทยในฮ่องกง จากตารางที่ 16 จะเห็นว่าแนวโน้มในการส่งทุเรียนไทยไปประเทศฮ่องกง ยังคงเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในอนาคต เพราะทุเรียนไทยเป็นที่นิยมรับประทานมากขึ้น การขนส่งสามารถทำได้เร็วพอสมควร อีกทั้งประเทศฮ่องกงอยู่ไม่ไกลจากไทยมากนัก สามารถระบายทุเรียนไปสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ง่าย และไม่มีข้อจำกัดกีดกันทางการค้าเช่นเดียวกับกลุ่มประเทศทางยุโรปหรือประเทศญี่ปุ่น ที่มักตั้งข้อกีดกันสินค้าและอย่างไว้อย่างเข้มงวด แต่สิ่งหนึ่งที่ไทยเองควรระวังคือ ทุเรียนที่ส่งไปนั้นควรเหมาะสม ไม่ส่งทุเรียนที่ยังอ่อนไป เพราะจะทำให้ผู้นำเข้าขาดความเชื่อถือในเรื่องคุณภาพ

ตลอดจนมาตรฐานทุเรียนที่ส่งมาจากไทย ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสำนึกของผู้ส่งออกไทยทุกคน ต้องให้ความสำคัญ ไม่หวังเพียงผลประโยชน์ในระยะสั้น ๆ อันก่อให้เกิดผลเสียหลายต่อส่วนรวมในระยะยาว นอกจากนี้แล้ว การบรรจุน้ำหนัก ก็ควรที่จะพัฒนาเพื่อให้อยู่ในระดับมาตรฐานสากล ให้เป็นที่ยอมรับของต่างประเทศมากขึ้น หากผู้ผลิตชาวสวนทุเรียน พอลาส่งออก หน่วยงานราชการ ให้ความสนใจและเร่งพัฒนาปรับปรุงสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้อยู่เสมอแล้ว อนาคตความต้องการทุเรียนไทยในฮ่องกงจะต้องเพิ่มปริมาณการนำเข้าให้สูงขึ้นกว่าที่เป็นอยู่อย่างแน่นอน

4. ญี่ปุ่น

สถานการณ์ทางเศรษฐกิจโดยทั่วไป¹ ญี่ปุ่นเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญอันดับหนึ่งของไทย ในระยะ 10 ปีที่ผ่านมา ไทยส่งสินค้าไปญี่ปุ่นเฉลี่ยประมาณร้อยละ 17.1 ของมูลค่าส่งออกรวม และนำสินค้าเข้าจากญี่ปุ่นประมาณร้อยละ 27.1 ของมูลค่านำเข้ารวม ถ้าพิจารณาจากทางค่านี้นั้นแล้วจะเห็นได้ว่าประเทศไทยเป็นประเทศคู่ค้าของญี่ปุ่นที่มีความสำคัญอย่างมาก กล่าวคือ ญี่ปุ่นนำเข้าสินค้าจากไทยเพียงร้อยละ 0.8 ของมูลค่านำเข้ารวม และส่งสินค้ามาไทยประมาณร้อยละ 1.2 ของมูลค่าส่งออกรวมของญี่ปุ่นในปี 2528 สำหรับสินค้าออกที่ไทยส่งไปญี่ปุ่น แยกตามหมวดสินค้าในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2524-2528) แล้ว ปรากฏว่ามีการส่งออกสินค้าเกษตรกรรมสูงถึงร้อยละ 64 ของมูลค่าการส่งออกไปญี่ปุ่นทั้งสิ้น รองลงมาได้แก่ สินค้าอุตสาหกรรม ร้อยละ 25 แร่ร้อยละ 6 และอื่น ๆ ร้อยละ 5 จะเห็นได้ว่าโครงสร้างการส่งออกของไทยไปญี่ปุ่นยังต้องพึ่งสินค้าเกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่ และโครงสร้างดังกล่าวยังไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก

ญี่ปุ่นเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่และมีการแข่งขันสูง การส่งสินค้าออกไปยังประเทศนี้จึงมีการแข่งขันกันมาก ทั้งด้านคุณภาพ และราคา การเข้าถึงความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภค รวมทั้งการส่งมอบสินค้าตามข้อตกลงก็เป็นปัจจัยสำคัญในการบุกเบิกตลาดญี่ปุ่น จากตารางที่ 18 แสดงสินค้าออกที่ไทยและภาคีอาเซียนอื่น ๆ (ไม่รวมมรูไน) ส่งไปญี่ปุ่น เมื่อปี 2528

1: วารสารกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 20 สิงหาคม 2529, "สถานการณ์และปัญหากรณีระหว่างประเทศไทย กับสหรัฐอเมริกา ประชาคมยุโรปและญี่ปุ่น", 20 สิงหาคม 2529.

ตารางที่ 18 แสดงสินค้าออกที่ไทยและภาคีอาเซียนอื่น ๆ (ไม่รวมมรูไน) ส่งไปญี่ปุ่น

หน่วย : ร้อยละ

สินค้า	ไทย	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ฟิลิปปินส์	สิงคโปร์
ยางพารา	51.0	14.7	8.6	-	-
กากน้ำตาล	33.7	-	25.1	39.4	-
กุ้งสดแช่เย็น	15.0	-	16.4	-	-
ผลไม้และผัก	3.5	-	-	18.0	-
สับปะรดกระป๋อง	29.8	25.1	-	27.3	-
ไม้แผ่น	3.5	-	34.4	-	-
ถั่วลิสงป่น	53.6	-	-	-	21.3
ถั่วลิสงและโสมเทศสกัด	23.6	54.3	18.2	-	-

ที่มา: สภาหอการค้าไทย

สำหรับการพิจารณาสิทธิการนำเข้าผลไม้ของญี่ปุ่นจากประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2522 เป็นต้นมา จนถึงปี 2525 การนำเข้าผลไม้ของประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น กล่าวคือ ในปี 2522 ปริมาณการนำเข้าผลไม้จากไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 34 เมตริกตัน มูลค่า 0.4 ล้านบาท แล้วเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 234 เมตริกตัน มูลค่า 3.8 ล้านบาท ในปี 2525 แสดงให้เห็นว่าปริมาณการส่งออกมีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงระยะเวลาไม่นานนัก (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ ; 2526)

ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีศักยภาพในการขยายตลาดผลไม้สดได้มากประเทศหนึ่งในกลุ่มประเทศแถบเอเชียด้วยกัน ทั้งนี้เนื่องจากเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว และมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวค่อนข้างสูง ส่งผลให้การบริโภคผลไม้ของประชากรภายในประเทศ โดยส่วนใหญ่จะมีแนวโน้มสูงขึ้นตามรายได้ ประกอบกับมูลค่าการนำเข้าผลไม้ของญี่ปุ่นในแต่ละปีค่อนข้างสูง อาทิปี 2528 มีมูลค่าถึงกว่าเท่ากับ 205.8 พันล้านเยน หรือประมาณ 2 พันกว่าล้านบาท (วารสารธนาคารกรุงเทพ ; 2528) สำหรับประเภทของผลไม้ที่ปรากฏตามสถิติการส่งออกผลไม้ไปประเทศญี่ปุ่นได้แก่ ถั่วลิสง สับปะรด มังคุด เงาะ ทุเรียน องุ่น น้อยหน่า มะละกอ และอื่น ๆ

ภาวะการส่งออกทุเรียนไทยไปญี่ปุ่น จากตารางที่ 19 แสดงปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปประเทศญี่ปุ่น นับตั้งแต่ ปี 2521 ที่เริ่มมีการส่งออกทุเรียนไปจำหน่าย มีปริมาณเพียง 10 พันตัน มูลค่า 237 ล้านบาท แล้วเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และกลับลดลงในปี 2524 มีปริมาณการส่งออกทุเรียนเพียง 14 พันตัน มูลค่า 398.9 ล้านบาท นับว่าเป็นปีที่การส่งออกลดต่ำสุด หลังจากนั้นการส่งออกทุเรียนโดยส่วนใหญ่แล้วมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นมาโดยตลอดในปี 2529 (ม.ค.- พ.ย.) มีปริมาณการส่งออกเพิ่มสูงสุดถึง 38 พันตัน คิดเป็นมูลค่า 1,510.3 ล้านบาท นับว่าการส่งออกทุเรียนไทยประสบความสำเร็จมากพอสมควร

ตารางที่ 19 แสดงปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปญี่ปุ่น

ปริมาณ : พันตัน

มูลค่า : ล้านบาท

ปี	ปริมาณการส่งออก	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	มูลค่าการส่งออก	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
2521	10	-	237.0	-
2522	24	140	293.9	24.0
2523	15	-37.5	221.2	-24.74
2524	14	-6.66	398.9	80.33
2525	20	42.85	820.5	105.69
2526	28	40.0	854.5	4.14
2527	19	-32.14	684.7	-19.87
2528	37	94.74	1,118.7	63.38
2529	38	2.7	1,510.3	35.0
(ม.ค.-พ.ย.)				

ที่มา : กรมศุลกากร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การบริโภค ในเรื่องรูปแบบการบริโภคผลไม้ของญี่ปุ่นนั้น จากการศึกษาพบว่า โดยทั่วไป ความนิยมในการซื้อผลไม้สดของประชากรในประเทศญี่ปุ่นสามารถแบ่งแยกออกตามวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ การซื้อเพื่อบริโภคภายในครัวเรือน และการซื้อเพื่อเป็นของขวัญ ปัจจุบันสำคัญที่ผู้บริโภคมักจะคำนึงถึง ในขณะที่ซื้อผลไม้เพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าวนี้จะแตกต่างกัน กล่าวคือ ถ้าหากเป็นการซื้อเพื่อบริโภคภายในครัวเรือน ผู้ซื้อจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความสดของผลไม้เป็นอันดับแรก และคำนึงถึงปัจจัยด้านราคา ฤดูกาล สีต้น ความสะดวกในการบริโภค คุณค่าทางอาหาร กลิ่น รสชาติ ขนาดของผล แหล่งผลิต และความแปลกใหม่ของผลไม้แต่ละชนิด เป็นอันดับต่อ ๆ มา สำหรับกรณีที่ซื้อเพื่อเป็นของขวัญให้แกบุคคลอื่น ๆ ปัจจัยสำคัญที่ผู้ซื้อจะคำนึงถึงมากเรียงตามลำดับคือ ความสด รสชาติ สีต้น ฤดูกาล ขนาดของผล ความสะดวกในการบริโภค กลิ่นหอม ความแปลกใหม่ คุณค่าทางอาหาร การบรรจุหีบห่อ แหล่งผลิต และน้ำหนัก

สำหรับทุเรียนแล้วชาวญี่ปุ่นจะบริโภคทุเรียนสด ซึ่งจะให้รสชาติที่อร่อย รสหวาน มัน เนื้อนุ่ม และมีการบริโภคในรูปแบบทุเรียนแช่แข็ง และทุเรียนกวนอีกด้วย ซึ่งแต่ละชนิดก็ให้รสชาติที่แตกต่างกันออกไป แล้วแต่ความนิยมของแต่ละบุคคล พันธุ์ทุเรียนที่นิยมส่งออกได้แก่ พันธุ์ชะนี พันธุ์กานยาว พันธุ์หมอนทอง ส่วนในเรื่องราคาจำหน่ายนั้นพบว่าทุเรียนที่จำหน่าย อยู่ในตลาดผลไม้ญี่ปุ่น ในราคาลดละประมาณ 100 เหยียนสหรัฐหรือประมาณ 2,000 บาทไทย ซึ่งเป็นทุเรียนพันธุ์กานยาวและหมอนทอง (ระพี สาคริก ; 2527)

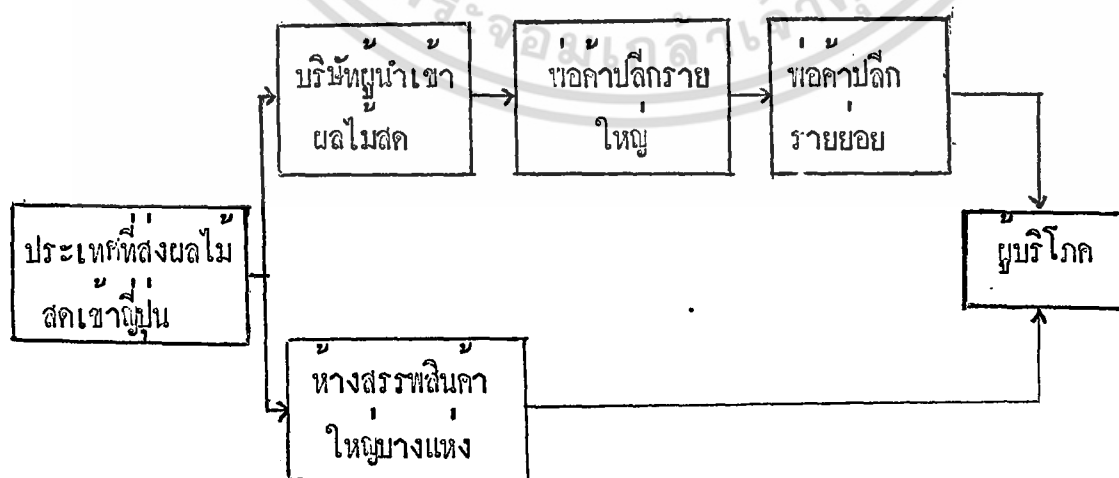
วิธีการตลาดผลไม้สดของญี่ปุ่น (วารสารธนาคารกรุงเทพ ; 2528 : 2) ประมาณกันว่าร้อยละ 70 ของปริมาณผลไม้สดทั้งหมดที่เก็บรวบรวมได้มาจากสวนในหลาย ๆ ทองที่ โดยทำการซื้อขายผ่านตลาดขายส่ง ซึ่งมักตั้งอยู่ในแหล่งบริโภค จากนั้นผลไม้สดจะถูกนำไปจำหน่ายปลีกในย่านนั้น ๆ และที่เหลืออีกร้อยละ 30 ชาวสวนจะจำหน่ายโดยตรงให้แก่พ่อค้าขายปลีกรายใหญ่ หรือที่เรียกการจัดจำหน่ายวิธีนี้ว่า "การจัดจำหน่ายนอกตลาด (OUTSIDE MARKET DISTRIBUTION) โดยทั่ว ๆ ไป ในตลาดขายส่งจะประกอบด้วย พ่อค้าขายส่งรายใหญ่ (PRIMARY WHOLESALERS) อย่างน้อยหนึ่งราย และพ่อค้าขายส่งรายย่อย (SECONDARY WHOLESALERS) ประมาณ 30-40 ราย โดยพ่อค้าขายส่งรายใหญ่เหล่านี้จะดำเนินการ

เสมือนเป็นตัวแทนคนกลาง ระหว่างชาวสวน และพ่อค้าขายส่งรายย่อย จากนั้นพ่อค้าขายส่งรายย่อยจะจัดส่งผลไม้สดไปจำหน่ายต่อ ให้แก่พ่อค้าปลีกโดยตรง อาทิ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาเก็ต ร้านจำหน่ายผลไม้ขนาดใหญ่และเล็ก ฯลฯ ส่วนเหลื่อมค่านราคาระหว่างพ่อค้าขายส่งรายใหญ่กับพ่อค้าขายส่งรายย่อย จะถูกกำหนดโดยการประนีประนอมซื้อขายกัน ในตลาดขายส่งนี้

จากการสำรวจตลาดผักและผลไม้ในประเทศไทยพบว่า มีตลาดขายส่งประมาณ 1,500 แห่ง แยกออกเป็นตลาดกลางขายส่ง 72 รายและตลาดขายส่งท้องถิ่น 1,073 ราย ส่วนที่เหลือเป็นตลาดขายส่งที่ไม่จัดอยู่ในตลาดทั้งสองประเภทนี้ ปัจจุบันบทบาทของตลาดกลางขายส่ง (ซึ่งมักจะตั้งอยู่ในแหล่งที่มีการบริโภคผลไม้สดปริมาณมาก) เริ่มจะทวีความสำคัญเพิ่มขึ้น

สำหรับวิธีการตลาดผลไม้สดที่ผู้นำเข้าจากต่างประเทศนั้น ส่วนใหญ่จะจัดจำหน่ายในลักษณะ "การจัดจำหน่ายนอกตลาด" กล่าวคือ ผู้นำเข้าจะจำหน่ายผลไม้สดให้แก่พ่อค้าขายปลีกรายใหญ่ ๆ จากนั้นพ่อค้าขายปลีกเหล่านี้จะจัดจำหน่ายต่อไปยังพ่อค้าขายปลีกรายย่อยโดยตรง ซึ่งประกอบด้วย ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาเก็ต ร้านจำหน่ายผลไม้ขนาดใหญ่ และเล็ก ฯลฯ ผู้นำเข้าผลไม้สดของญี่ปุ่นจะประกอบด้วยบริษัทที่ทำเนิรกิจการค้าเกี่ยวกับผลไม้ บริษัทอุตสาหกรรมอาหารและฝ่ายการค้าของพ่อค้าขายส่งรายใหญ่ ๆ ในตลาดขายส่ง นอกจากนี้ ห้างสรรพสินค้าใหญ่ ๆ ก็นำเข้าผลไม้สดโดยตรงจากต่างประเทศในบางครั้ง แต่เป็นสัดส่วนน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับระบบการนำเข้าผลไม้สดของญี่ปุ่นทั้งหมด ระดับราคาขายส่งผลไม้สดที่นำเข้าจากต่างประเทศจะถูกกำหนดโดยกลไกราคาตลาดตามที่ผู้นำเข้าและพ่อค้าขายปลีกรายใหญ่ได้ตกลงกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปริมาณผลไม้สด ณ ท่าเรือ และแนวโน้มความต้องการผลไม้ในประเทศไทย

แผนภาพที่ 6 แสดงวิธีการตลาดผลไม้สดในญี่ปุ่น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวโน้มการตลาดทุเรียนในญี่ปุ่น จากการศึกษาจะสังเกตเห็นว่า ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นนิยมบริโภคผลไม้เมืองร้อนกันมากขึ้น เพราะเป็นผลไม้ที่มีรสชาติอร่อย แตกต่างไปจากที่เคยรับประทาน แต่ผลไม้เมืองหนาว การส่งออกผลไม้จากไทย ซึ่งเป็นแหล่งผลิตอาหารประเภทผักและผลไม้ที่สำคัญ จึงมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี แต่เนื่องด้วยวิวัฒนาการเทคโนโลยีที่สูงของญี่ปุ่น ทำให้การส่งออกผักและผลไม้ไทยไปประเทศญี่ปุ่นต้องประสบกับปัญหาและอุปสรรคมากมายโดยอาจสาเหตุของความไม่ปลอดภัยในผักและผลไม้เหล่านั้นมีสารเคมีเจือปนในอัตราที่สูง หรือแมลงศัตรูพืชซ่อนเร้นอยู่ จนกระทั่งการไม่ยอมรับวิธีการบรรจุหีบห่อที่ไม่มาตรฐานไม่มั่นใจว่าสภาพความสดของผลไม้ที่ส่งไปจะเหมือนเดิมหรือไม่ เป็นต้น ดังนั้นการนำผักและผลไม้เข้าประเทศ จึงต้องมีใบรับรองการตรวจจากกระทรวงเกษตรประมงและป่าไม้ของญี่ปุ่น ใบรับรองนี้เรียกว่า Plant Quarantine Inspection ทั้งนี้เพื่อป้องกันแมลงศัตรูพืชระบาดที่อาจติดมากับพืชผักและผลไม้ นอกจากนี้แล้วยังเข้มงวดในการประกาศห้ามนำเข้าผลไม้บางชนิดจากประเทศไทยอีกด้วย (เช่น มะม่วง เพิ่งจะอนุญาตอย่างเป็นทางการให้มีการส่งเข้าญี่ปุ่นได้เมื่อปี 2530) อย่างไรก็ตาม ผลไม้บางชนิดที่กำหนดห้ามนำเข้าอาจจะนำเข้าได้หาสามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ญี่ปุ่นต้องการ เช่น การรมควัน การแช่แข็ง เป็นต้น

ในแง่ของทุเรียนแล้ว เป็นผลไม้ชนิดหนึ่งที่ทางการญี่ปุ่นมิได้อนุญาตนำเข้าแต่อย่างใด แต่เพียงทำการตรวจอย่างละเอียด ซึ่งไม่ว่าพืชผลไม้ที่อยู่ในสภาวะสด ก็ได้รับการปฏิบัติเหมือนกันอยู่แล้ว โดยลักษณะทางกายภาพทุเรียนเป็นผลไม้ที่มีเปลือกแข็งและหนามาก ยากแก่การที่ศัตรูจะเจาะผ่านเข้าไปสู่ภายในของเนื้อได้ หากถูกศัตรูรบกวนก็สามารถสังเกตเห็นร่องรอยได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้หากเป็นทุเรียนที่สุก มาตรการขนส่งทางอากาศโดยการบินก็เข้มงวดกวดขันอยู่แล้ว เพราะกลิ่นทุเรียนจะรุนแรงมาก นอกจากนี้แล้วทุเรียนแช่แข็ง ซึ่งเริ่มมีการทดลองส่งออกเมื่อปี 2526 ได้รับการยอมรับจากประเทศญี่ปุ่นเป็นอย่างดี ซึ่งหน่วยงานราชการคือ สถาบันวิจัยพืชสวน กรมวิชาการเกษตร ร่วมกับโครงการจัดหาอาหารของอาเซียน เรื่องพืชสวนภายใต้ความร่วมมือระหว่างอาเซียนและออสเตรเลีย โดยเริ่มโครงการมาตั้งแต่ปี 2521 เป็นต้นมา

การขยายตลาดผลไม้ในญี่ปุ่นให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ผู้ส่งออกต้องมีบทบาทสำคัญอย่างมาก กล่าวคือ จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ส่งออกจะต้องทราบถึงจังหวะหรือช่วงเวลาการเจาะตลาดที่เหมาะสมตลอดจนรู้วิธีการตลาดของผลไม้ชนิดนั้น ๆ เป็นอย่างดี เพราะผลไม้บางชนิดผู้

ตารางที่ 20 แสดงปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปบรูไน

ปริมาณ : มูลค่า

มูลค่า : ล้านบาท

ปี	ปริมาณ	อัตราการเปลี่ยนแปลง	มูลค่า	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
2521	191	-	1,529	-
2522	1,226	541.88	13,631	791.63
2523	2,895	136.13	42,411	211.0
2524	1,448	- 49.98	16,244	- 61.69
2525	60,180	4056	1,133,114	687.56
2526	120,297	99.89	2,798,136	146.94
2527	100,581	- 16.39	2,822,747	
2528	72,962	- 27.46	1,929,168	
2529	-		-	
(มค.-พย.)				

ที่มา : กรมศุลกากร

แหล่งจำหน่ายผักและผลไม้สดในบรูไน แบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. ตลาดแบบซูเปอร์มาร์เก็ต
2. ตลาดขายผักและผลไม้เป็นคูกาติกแถว
3. ตลาดสดแบบเมืองไทย

นอกจากนี้แล้วยังมีตลาดในลักษณะพิเศษอีกชนิดหนึ่งคล้ายกับตลาดนัดของไทย ต่างกันตรงที่ตลาดนัดที่มีทุกวันไม่เฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์ แต่มีวันหยุดคือวันศุกร์ จะมีผู้จำหน่ายของกันหนาแน่นกว่าปกติ ผักและผลไม้ที่จำหน่ายในตลาดประเภทนี้มาจากผู้ปลูกหรือพ่อค้า-แม่ค้ารายย่อย ๆ นอกจากนี้จะจำหน่ายผักและผลไม้แล้ว ยังมีกิ่งพันธุ์ไม้ผลที่ตั้งตรงมาจากไทยทางเครื่องบิน เช่น

กิ่งพันธุ์ทุเรียน และมะม่วง

แนวโน้มการตลาดทุเรียนในบรูไน ในระยะต่อไป 4-5 ปี บรูไนยังคงเพิ่มการนำเข้าผลไม้จากต่างประเทศอยู่เช่นเดิมไม่ว่าจะเป็นแหล่งผลิตในประเทศฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ไทย สิงคโปร์ ฯลฯ แนวโน้มจะมีการปลูกผลไม้บางชนิดแล้วก็ตามแต่การทำสวนผลไม้ในบรูไน เป็นอาชีพที่ยังไม่ถึงระยะคั้น นอกจากจะปลูกไว้กินเองในบริเวณบ้านเท่านั้น จากการนำทุเรียนไทยไปจำหน่ายในบรูไนนั้นยังผลให้คนบรูไนรู้จัก และให้ความนิยมกินทุเรียนไทยตลอดจนผลไม้อื่น ๆ เพิ่มมากขึ้น แต่แนวโน้มในอนาคตระยะยาวแล้ว หากบรูไนหันมาให้ความสนใจในการทำสวนทุเรียนหรือผลไม้อื่น ๆ เองแล้ว อาจจะลดการนำเข้าต่อไปได้ แต่ทั้งนี้ควรพิจารณาว่าบรูไนมีศักยภาพในการผลิตมากน้อยแค่ไหน

3.3.2 ตลาดทุเรียนในกลุ่มประเทศแถบยุโรปและอเมริกา

ประเทศแถบยุโรปที่นำเข้าผลไม้จากประเทศไทย ได้แก่ ฝรั่งเศส เยอรมัน อิตาลี เนเธอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา เป็นต้น ซึ่งนำเข้าผลไม้ทั้ง ๆ ที่มีตลาดกว้างอยู่แล้วมาเป็นกลุ่มประเทศที่เป็นเป้าหมายหลักในการส่งออกผลไม้ไทยในอนาคต เพราะพอส่งออกในไทยเริ่มต้นมาให้ความสนใจมากขึ้น แต่ด้วยเหตุที่ทุเรียนเป็นผลไม้เมืองร้อนที่แปลก (ได้แก่ ทุเรียน เงาะ มังคุด ละมุด ขนุน ฯลฯ) ในสายตาของผู้บริโภคแถบยุโรปซึ่งไม่เคยไม่เคยไม่ว่าจะเป็นรูปร่าง ลักษณะ หรือรสชาติ จึงเป็นการยากในการสร้างความนิยมให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจในเวลาอันรวดเร็ว แต่กระนั้นก็แนวโน้มการส่งออกผลไม้เมืองร้อนไปยังประเทศแถบยุโรป มีแนวโน้มที่ดีและเพิ่มขึ้นในปริมาณที่น่าพอใจ ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากในระยะ 10-15 ปี ที่ผ่านมามีการขยายโยกย้ายถิ่นฐานทั้งคนไทยที่จะไปประกอบอาชีพในประเทศแถบยุโรปก็มากขึ้น และในส่วนของประชาชนเวียตนามหรือลาวที่ลี้ภัยสงครามไปยังประเทศแถบยุโรป เช่น สหรัฐอเมริกา หรือ ออสเตรเลีย และอื่น ๆ ซึ่งประชาชนกลุ่มต่าง ๆ เหล่านี้ทางแยกย้ายไปอาศัยไปอาศัยตามเมืองใหญ่ ๆ ในประเทศดังกล่าว เป็นกลุ่มผู้บริโภคคุ้นเคยกับผลไม้เมืองร้อนมาก่อน ทำให้การกระจายผลไม้เมืองร้อนไปยังรัฐต่าง ๆ นั้นได้รับความสนใจอย่างรวดเร็ว จึงทำให้การนำเข้าในประเทศแถบยุโรปเพิ่มขึ้นอย่างมากในระยะไม่กี่ปีที่ผ่านมา ในขณะที่เดียวกันก็เป็นสิ่งที่ท้าทายผู้บริโภคในประเทศแถบยุโรปและอเมริกาได้เป็นอย่างดี ก่อให้เกิดความสนใจ อยากทดลองชิม

จนกระทั่งติดใจในรสชาติของผลไม้ไทยเป็นจำนวนมากมาแล้ว

ในการศึกษากลุ่มประเทศแถบยุโรปและอเมริกานี้ จะทำการศึกษาเฉพาะประเทศที่มีแนวโน้มการนำเข้าทุเรียนไทยที่สำคัญและเป็นประเทศที่คาดว่าจะสามารถเพิ่มการนำเข้าได้ในปริมาณที่มากขึ้นในอนาคต ซึ่งมีภาวะเศรษฐกิจดี มีกำลังซื้อสูง อันเป็นประโยชน์ต่อการนำเข้าสินค้าโดยรวม ซึ่งจะศึกษาประเทศต่าง ๆ คือ ประเทศฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ และเยอรมันตะวันตก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ประเทศฝรั่งเศส

ประเทศฝรั่งเศสเป็นประเทศที่มีการนำเข้าผลไม้จากไทยมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ในกลุ่มประเทศแถบยุโรปทั้งหมด ผลไม้ที่ส่งออกได้แก่ ทุเรียน มะละกอ และเงาะ ฯลฯ แต่เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าที่นำเข้ากับมูลค่ารวมที่ไทยส่งออกทั้งสิ้นแล้ว มีสัดส่วนไม่มากนัก สำหรับการนำเข้าโดยทั่วไปมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

ภาวะการส่งออกทุเรียนไปฝรั่งเศส จากตารางที่ 21 แสดงปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปประเทศฝรั่งเศส ตั้งแต่ปี 2521 ที่เริ่มมีการส่งออกมีปริมาณ 3,865 กก. มูลค่า 58.6 ล้านบาท แล้วเพิ่มสูงขึ้นมาโดยตลอดแม้ว่าบางปีอาจจะมีการส่งออกที่ลดลงบ้างแต่เป็นจำนวนที่ต่ำ จนกระทั่งในปี 2527 มีการส่งออกทุเรียนปริมาณ 83,529 กก. มูลค่า 2,043.9 ล้านบาท ปริมาณและมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปี 2526 ร้อยละ 160 และ 113 ตามลำดับ แล้วจากนั้นมีการส่งออกเพิ่มสูงขึ้นถึงปี 2529 (มค.-พย.) การส่งออกทุเรียนมีปริมาณ 309,049 กก. มูลค่า 15,255.9 ล้านบาท ปริมาณและมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปี 2528 ร้อยละ 242 และ 382 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปฝรั่งเศส

ปริมาณ : กก.

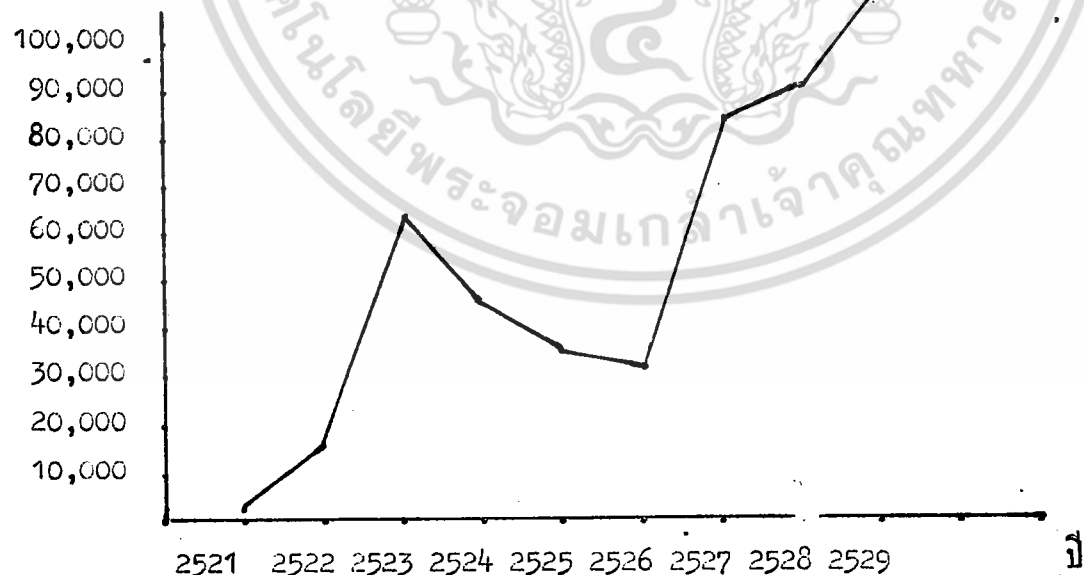
มูลค่า : ล้านบาท

ปี	ปริมาณ	อัตราการเปลี่ยนแปลง	มูลค่า	อัตราการเปลี่ยนแปลง
2521	3,865	-	58.6	-
2522	17,273	347	262.9	348
2523	64,409	273	1,419.7	440
2524	47,514	- 26	1,664.8	17.26
2525	34,345	- 27	812.1	- 51
2526	32,081	- 6	957.6	18
2527	83,529	160	2,043.9	113
2528	90,287	809	3,160.2	54
2529	309,049	242	15,255.9	382
(มค.-พย.)				

ที่มา : กรมศุลกากร

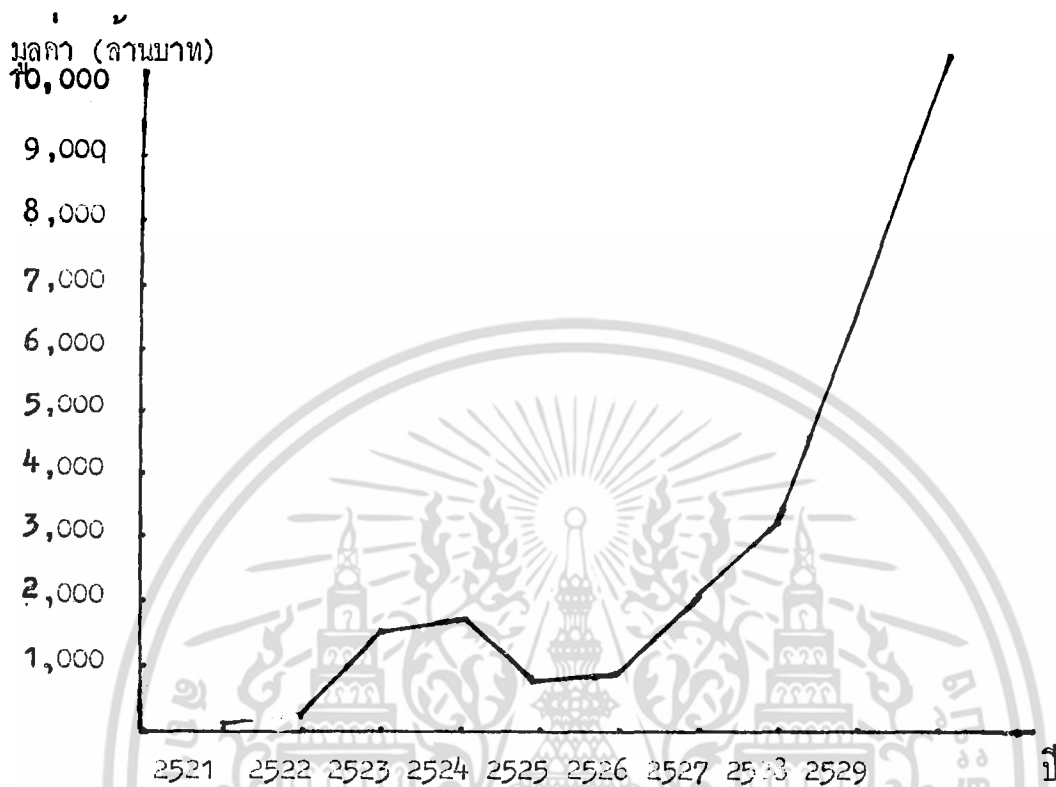
แผนภาพที่ 7 แสดงปริมาณการส่งออกทุเรียนไปฝรั่งเศส

ปริมาณ (กก.)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนภาพที่ 8 แสดงมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปฝรั่งเศส



การบริโภค การส่งออกทุเรียนไปยังประเทศฝรั่งเศส โดยมากจะส่งออกในรูปแบบทุเรียนแช่แข็ง หรือทุเรียนกว่ามากกว่าจะส่งออกในรูปแบบทุเรียนสด ทั้งนี้เพื่อระยะเวลาในการเก็บรักษาทุเรียนให้นานขึ้น อีกทั้งเป็นการรักษาคุณภาพเนื้อทุเรียน รสชาติ และกลิ่นให้อ่อนละมุนขึ้น เพราะในเรื่องกลิ่นทุเรียน มักมีปัญหาแถบบริโภคในต่างประเทศเป็นอย่างมาก เพราะทุเรียนมีกลิ่นรุนแรงบางคนที่ไม่เคยกิน เมื่อได้กลิ่นก็มีความรู้สึกที่ไม่ดีไปทันที แต่กระนั้นก็มีชื่อเสียงของผลไม้ไทยรวมทั้งทุเรียนล้วนเป็นที่กล่าวถึงกันอยู่เสมอ ทุเรียนที่ส่งไปจำหน่ายยังประเทศฝรั่งเศส คือทุเรียนพันธุ์ชะนี พันธุ์กานยาว และพันธุ์หมอนทอง

ลักษณะตลาดของประเทศฝรั่งเศส¹ สามารถแบ่งได้เป็น 4 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ

¹: วารสารเกษตรอุตสาหกรรม, ฉบับ 21 มีนาคม 2530, หน้า 61-64.

1. ห้างสรรพสินค้าชั้นสูง เน้นการขายสินค้าคุณภาพดี ราคาสูง ปริมาณสินค้าที่ขายมีจำนวนจำกัด และทำการติดต่อค้าขายกับบริษัทใหญ่ ๆ เท่านั้น
2. ผู้นำเข้าชาวจีน เน้นการขายให้กับผู้เผยแพร่สินค้าคุณภาพต่ำ ราคาถูก การค้าขายกระทำผ่านญาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย
3. ผู้นำเข้าที่มีประสบการณ์มาก นำเข้าผลไม้หลายชนิดจากหลายประเทศ มีเครื่องมือ เครื่องใช้ในการเก็บรักษาสินค้าไม่นิยมซื้อขายในระบบ Consignment
4. พ่อค้าขายส่ง : มีเครือข่ายที่เป็นร้านชำดี และซูปเปอร์มาเก็ต นำเข้าในปริมาณมาก ขายสินค้าหลายชนิด จะติดต่อกับบริษัทที่มีระบบการจัดการที่ดีและมีมั่นคง

ศูนย์กลางการนำเข้าผลไม้ของฝรั่งเศสอยู่ที่ RUNGIS ซึ่งเป็นตลาดกลางใหญ่ และจะกระจายสินค้าไปสู่ผู้นำเข้าในแหล่งต่าง ๆ และมีหน่วยงานสำคัญคือ SBMMARIS ซึ่งจะเป็นผู้นำหน้าที่ทางด้านการตลาด ข้อมูล ฯลฯ ให้แก่สมาชิก

บริษัทผู้นำเข้า โคเก

1. BANBXO (Banana Bxotic) เป็นผู้นำเข้ากล้วยหอมรายใหญ่..... และยังนำเข้าผลไม้เมืองร้อนอื่น ๆ มีร้านค้าย่อยประมาณ 1,000 แห่ง ส่วนใหญ่ขายให้แกชาวยุโรป เอเชีย ออสเตรเลีย และ
2. LKBIN S.P.P.M. เป็นผู้นำส่งรายใหญ่สำหรับสินค้าผักผลไม้และให้ความสนใจในการพัฒนาสินค้าประเภทผักผลไม้เมืองร้อน การซื้อขายจะกระทำในระบบ Consignment..

แนวโน้มการส่งออกทุเรียนในฝรั่งเศส หากพิจารณาจากกราฟที่ 1 ซึ่งแสดงปริมาณการส่งออกทุเรียนจะพบว่า ปริมาณการส่งออกในปีแรก ๆ อยู่ในเกณฑ์ต่ำมาก แล้วค่อยๆ เพิ่มขึ้นในปีต่อ ๆ มา หลังจากนั้นในช่วงกลางระหว่างปี 2523-2526 การส่งออกกลับลดต่ำลงอย่างมาก แล้วจึงค่อย ๆ เพิ่มขึ้นเป็นระยะเวลา 3 ปี ติดต่อกัน (ตั้งแต่ปี 2527-2529) จะเห็นว่าแนวโน้มการส่งออกทุเรียนยังมีหนทางที่จะเพิ่มปริมาณการส่งออกไปได้อีกในอนาคต หากมีการพัฒนาคุณภาพสินค้าตลอดจนความสม่ำเสมอในการขนส่ง การบรรจุหีบห่อที่ได้มาตรฐาน สะดวกในการซื้อและรับประทาน มีการรับรองคุณภาพสินค้า เป็นต้น อนาคตการส่งออกทุเรียนจะต้องเพิ่มขึ้นมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

2. ประเทศสหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่นำเข้าผลไม้จากไทย ในปริมาณที่ไม่มากนัก อันเนื่องมาจากระยะทางในการขนส่งสินค้าไกล อีกทั้งเป็นปัญหาในเรื่องความทนทาน ความสดของสินค้า ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสามารถเก็บรักษา และเป็นประโยชน์ในการจำหน่ายให้อยู่ในสภาพเดิมได้นานที่สุด นอกจากนี้แล้ว สหรัฐอเมริกาเองมีข้อจำกัด ห้ามการนำเข้าพืชผักผลไม้ต่าง ๆ มากมาย เพื่อป้องกันโรค และแมลงที่ติดไปกับผักและผลไม้ อันสืบเนื่องมาจาก ความไม่ไว้วางใจในเรื่องการเพาะปลูกที่ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีเข้าช่วย การดูแลรักษา ไม่เน้นใจในความปราศจากโรคและแมลงที่อาจติดเข้าไปในประเทศในการนำเข้า เป็นต้น

ภาวะการส่งออกทุเรียนของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา จากตารางที่ 22 แสดงปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียน แล้วจะพบว่าในปี 2521 การส่งออกทุเรียนมีปริมาณ 1,466 กก. มูลค่า 65.7 ล้านบาท แล้วค่อย ๆ เพิ่มขึ้นจนกระทั่งปี 2526 การส่งออกทุเรียนมีปริมาณเพิ่มสูงถึง 35,396 กก. มูลค่า 5,422.7 ล้านบาท. เป็นอัตราปริมาณ และมูลค่าที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 154 และ 261 ตามลำดับ แล้วปริมาณการส่งออกทุเรียน เพิ่มสูงสุดในปี 2529 (มค.-พย.) มีปริมาณการส่งออกทุเรียน 263,094 กก. มูลค่า 45,126.7 ล้านบาท อัตราปริมาณและมูลค่าเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 442 และ 358 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปสหรัฐอเมริกา

ปี	ปริมาณ	อัตราการเปลี่ยนแปลง	มูลค่า	ปริมาณ : กก.
				มูลค่า : ล้านบาท
ปี	ปริมาณ	อัตราการเปลี่ยนแปลง	มูลค่า	อัตราการเปลี่ยนแปลง
2521	1,466	-	65.7	-
2522	3,103	111	105.3	60
2523	2,843	- 8	161.3	53
2524	7,447	162	393.2	143
2525	13,932	87	1,500.5	281
2526	35,396	154	5,422.7	261
2527	16,298	- 53	2,921.9	- 46
2528	43,469	197	9,851.7	237
2529	263,094	442	45,126.7	358

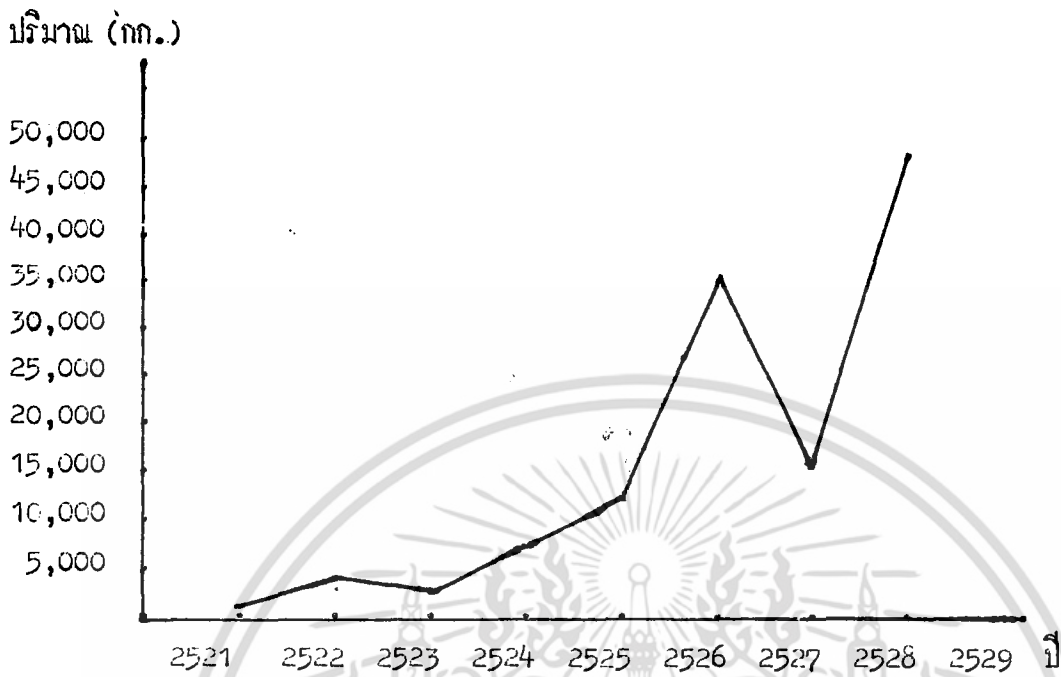
(มค.-พย.)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

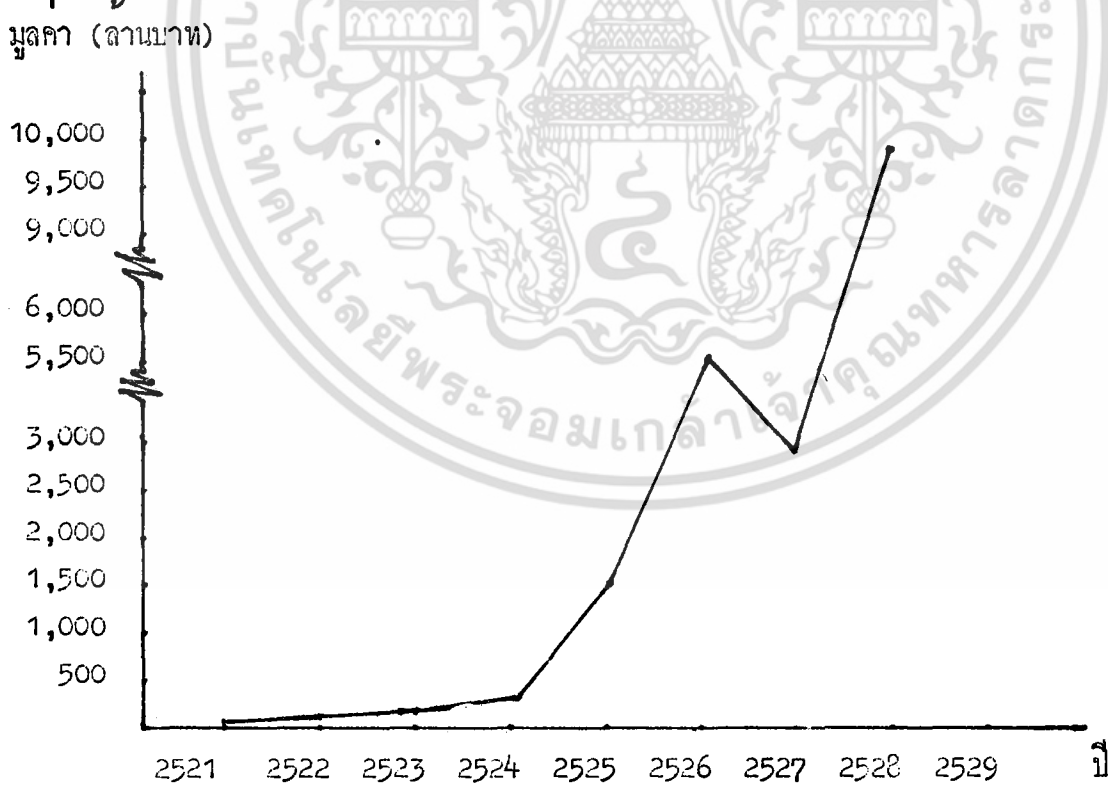
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีข้อผิดพลาดเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่มา : กรมศุลกากร

แผนภาพที่ 9 แสดงปริมาณการส่งออกทุเรียนไปสหรัฐอเมริกา



แผนภาพที่ 10 แสดงมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปสหรัฐอเมริกา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การบริโภค ผู้เรียนไทยที่นำเข้าไปจำหน่ายส่วนมากเป็นพันธุ์ ชะนี ก้านยาว และ หมอนทอง การส่งออกผู้เรียนไปสหรัฐอเมริกาส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปผู้เรียนแร่แข็ง และผู้เรียน กวนเท่านั้น ส่วนผู้เรียนสด สหรัฐอเมริกาเพิ่งจะอนุญาตให้มีการนำเข้าในปี 2530 นี้เอง โดย ทางสหรัฐจะจัดส่งเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบ โรค และแมลง ที่อาจปะปนไปกับผล ผู้เรียน เพื่อให้ผลผู้เรียนที่ส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกานั้นปราศจากโรคและแมลง ตลอดจนสาร เคมีที่อาจปนเปื้อนปนกับผลผู้เรียน หากตรวจพบสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ตรวจพบในสหรัฐอเมริกาเมื่อใดแล้ว ทางสหรัฐจะระงับโควตาการนำเข้าผู้เรียนจากไทยโดยทันที และห้ามนำเข้าอีกต่อไป

แนวโน้มการตลาดผู้เรียนในสหรัฐอเมริกา จากกราฟที่ 3 ปริมาณการส่งออกใน ระยะแรก ๆ เป็นจำนวนที่ต่ำมากอันเนื่องมาจากผู้บริโภคชาวสหรัฐอเมริกาไม่คุ้นเคยกับรสชาติ ของผู้เรียนไทย ผู้บริโภคจึงเป็นเพียงกลุ่มคนไทยที่อาศัยอยู่ตามรัฐต่าง ๆ ของสหรัฐอเมริกา และกลุ่มผู้อพยพชาวลาว และเวียดนามเท่านั้น ที่คุ้นเคยกับการรับประทานผลไม้เมืองร้อนรวม ทั้งผู้เรียน การจำหน่ายในตลาดจึงยังไม่แพร่หลายนัก และมีราคาแพง ซึ่งการส่งออกไปใน ปริมาณที่ต่ำเช่นนี้คิดต่อกันถึง 2-3 ปี แล้วย่อย ๆ เริ่มการนำเข้าในปี 2524 และ 2525 อัน เนื่องมาจากการกระจาย การจำหน่ายผู้เรียนไปยังตลาดตามรัฐต่าง ๆ ในสหรัฐอเมริกาเพิ่ม มากขึ้น เช่น รัฐแคลิฟอร์เนีย รัฐลอสแอนเจลิส เป็นต้น เป็นที่น่าสังเกตว่าปี 2529(มค.-พย.) ปริมาณการส่งออกเพิ่มมากกว่าปีก่อนถึงร้อยละ 442 ทำให้มูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 358 ซึ่งเป็น ที่คาดการณ์ว่า หากทางไทยพัฒนาการส่งออกในเรื่องคุณภาพของผู้เรียน ความปลอดภัยในเรื่อง โรคและแมลง การบรรจุหีบห่อที่มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของชาวต่างชาติ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การขยายตลาดการจำหน่ายตามรัฐต่าง ๆ ให้มากขึ้นแล้ว ย่อมเป็นสิ่งที่คาดหวังว่าปริมาณ ความต้องการนำเข้าผู้เรียนไทยย่อมเพิ่มมากขึ้นอย่างแน่นอน แต่ทั้งนี้ในการพัฒนาจะประสบความสำเร็จมากน้อยแค่ไหนนั้นย่อมขึ้นอยู่กับบุคคลหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้องร่วมมือกัน ตั้งแต่เกษตรกรผู้ผลิต ที่จะต้องปรับปรุงบำรุงพันธุ์ ศึกษาความต้องการในตลาดต่างประเทศของแต่ละแห่ง ในด้านผู้ส่ง-ออก ต้องซื่อสัตย์ในการส่งออกไม่นำผู้เรียนอ่อนมาส่งออก และต้องพยายามรักษาลูกค้าผู้นำเข้า ให้อาไว้ มีการบรรจุหีบห่อที่เป็นที่ยอมรับต่างประเทศ ในด้านของรัฐบาลต้องให้ความร่วมมือ โดย ผ่านกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงต่างประเทศ ในส่วนของหน้าที่ ความรับผิดชอบต่อกัน รวมทั้งการศึกษาลักษณะรูปแบบการส่งออกที่ล้าช้า การลดค่าเฟรต(ค่าระวาง-ทางอากาศ)ลง การเพิ่มเที่ยวบินให้สามารถขนส่งผู้เรียนได้มากขึ้น เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ประเทศเนเธอร์แลนด์

เนเธอร์แลนด์ เป็นประเทศเกษตรกรรมที่สำคัญประเทศหนึ่ง แต่เนื่องด้วยมีเนื้อที่ประเทศจำกัด และอยู่ในเขตหนาว ระยะเวลาเพาะปลูกพืชผักได้เฉพาะฤดูร้อน (เดือนพค.-สค.) เท่านั้น และเป็นประเทศที่มีเนื้อที่ในเรือนกระจกสำหรับปลูกไม้ดอก-ไม้กระถางมากที่สุดในโลกประเทศหนึ่ง ในช่วงที่ผลไม้มักสดท้องถิ่นผลิตไม่ได้ก็ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ผลไม้และผักสดบางส่วนจากเขตรอนนำเข้าก็เพื่อสนองความต้องการชาวต่างประเทศที่อาศัยอยู่ในเนเธอร์แลนด์ และรวมทั้งชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่เฉพาะที่คนเคย และมีรสนิยมในการบริโภค ในปี 2526 เนเธอร์แลนด์นำเข้าผลไม้สดและแห้งรวม 1.0 ล้านตัน มูลค่า 1,463 ล้านดอลลาร์ (ประมาณ 10,972.5 ล้านบาท) ผลไม้เขตรอนที่นำเข้าได้แก่ กล้วยหอม ส้ม เงาะ มะม่วง พุรีเยน มะละกอ เป็นต้น

ตารางที่ 23 แสดงปริมาณและมูลค่าผลไม้เมืองร้อนที่เนเธอร์แลนด์นำเข้า

ปริมาณ : ตัน
มูลค่า : ล้านดอลลาร์

ประเภท	2523		2524		2525		2526	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ส้มประรด	8,076	12.5	8,539	9.6	8,839	15.9	8,698	19.1
มะม่วง ฝรั่ง มังคุด	1,660	5.1	1,324	4.8	1,557	8.2	1,960	10.1
ผลไม้อื่น ๆ	3,886	24.7	6,350	35.7	4,913	35.6	8,674	52.6
ผลไม้เมืองหนาว	7,268	15.1	12,087	26.9	8,837	19.4	11,008	23.5
	20,890	57.4	28,300	77.0	24,186	78.5	30,340	105.3

ที่มา : สภาหอการค้าไทย

จากตารางที่ 23 จะเห็นว่าในรายการผลไม้อื่น ๆ ที่เป็นผลไม้เมืองร้อนที่เนเธอร์แลนด์นำเข้านั้น เป็นรายการที่ไม่สามารถแยกผลไม้แต่ละชนิดได้ เนื่องจากแต่ละชนิดมีการนำเข้าในสัดส่วนที่น้อยมาก เป็นผลไม้อื่น ๆ นอกเหนือจากส้มประรด และ มะม่วง ฝรั่ง มังคุด ที่มีการนำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เข้าในปริมาณสูงจึงสามารถแยกสถิติการนำเข้าให้เพิ่มเติมชัดเจน ในกรณีของผลไม้อื่น ๆ นั้น พืชที่จะทราบได้ว่า เช่น พุเรียน เงาะ ลำไย กว๊ายไซ ฯลฯ เพราะผลไม้เหล่านี้มีการส่งออกไปยังเนเธอร์แลนด์ทุกปี ดังข้อมูลสถิติการส่งออกของผลไม้ประเภทเหล่านี้จากกรมศุลกากร ผลไม้เบ็ดเตล็ดนี้ปริมาณและมูลค่านำเข้าได้เพิ่มขึ้นเป็นที่น่าสนใจมาก ปริมาณนำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 20-50 ในระยะ 4 ปีที่ผ่านมา (2523-2524) โดยส่วนรวมแล้วการนำเข้าผลไม้สดของเนเธอร์แลนด์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 20-30 ต่อปี โดยในปี 2523 นำเข้า 20,890 ตัน มูลค่า 57.4 ล้านกิลเดอร์ ได้เพิ่มขึ้นเป็น 30,340 ตัน มูลค่า 1,053 ล้านกิลเดอร์ ในปี 2526 ประเทศที่ส่งมาขายได้แก่ ประเทศประชาคมยุโรป ประเทศแถบทะเลเมดิเตอร์เรเนียน อเมริกาใต้ ประเทศแอฟริกา รวมทั้งเอเชียซึ่งมีไทย และอินโดนีเซียเป็นหลัก

ภาวะการส่งออกพุเรียนไปเนเธอร์แลนด์ เริ่มส่งออกในปี 2521 ปริมาณ 13,034 กก. มูลค่า 343.8 ล้านบาท หลังจากนั้นการส่งออกก็เพิ่มสูงขึ้นบ้างในบางปี และมีการส่งออกที่ลดลงบ้างแต่ไม่มากนักขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ภายในประเทศด้วยและการขยายตลาดจำหน่ายพุเรียนในสหรัฐอเมริกายังไม่แพร่หลายมากนัก ตลอดจนต้องอาศัยระยะเวลาสร้างความคุ้นเคยให้แก่ผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกาเอง การส่งออกพุเรียนลดน้อยลงมากในปี 2527 ซึ่งมีปริมาณการส่งออกเพียง 2,745 กก. มูลค่าลดลงเหลือ 210.8 ล้านบาท อัตราการลดลงของปริมาณและมูลค่าเปลี่ยนแปลงร้อยละ 86 และ 85 ตามลำดับ และปริมาณการส่งออกเพิ่มสูงขึ้น ในปี 2528 มีปริมาณการส่งออก 17,455 กก. มูลค่า 1,434.7 ล้านบาท อัตราการเพิ่มขึ้นของปริมาณและมูลค่าเปลี่ยนแปลงร้อยละ 535 และ 580 ตามลำดับ พุเรียนไทยในเนเธอร์แลนด์ ได้รับความนิยมสูงสุดในปี 2529 (มค.-พย.) นับตั้งแต่มีการส่งออกพุเรียนเป็นต้นมา มีปริมาณการนำเข้าพุเรียนจากไทย 29,520 กก. มูลค่า 2,676.5 ล้านบาท ซึ่งเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นของปริมาณและมูลค่าจากปีก่อนร้อยละ 69 และ 86 ตามลำดับ (ดูตารางที่ 24 ประกอบ)

ตารางที่ 24 แสดงปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนไทยไปเนเธอร์แลนด์

ปริมาณ : กก.

มูลค่า : ล้านบาท

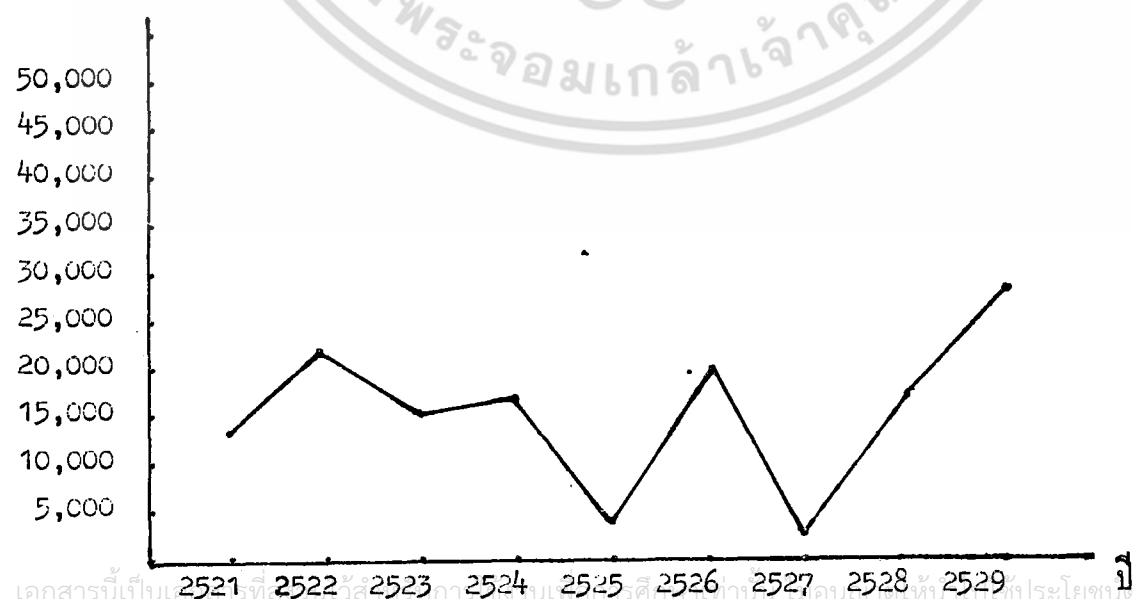
ปี	ปริมาณ	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	มูลค่า	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
2521	13,034	-	343.8	-
2522	22,531	72	414.9	20
2523	15,827	- 29	268.0	- 35
2524	16,040	1.3	954.3	256
2525	4,311	- 73	275.9	- 71
2526	20,545	376	1,480.5	436
2527	2,745	- 86	210.8	- 85
2528	17,455	535	1,434.7	580
2529	29,520	69	2,676.5	86

(มค.-พย.)

ที่มา : กรมศุลกากร

แผนภาพที่ 11 แสดงปริมาณการส่งออกทุเรียนไทยไปเนเธอร์แลนด์

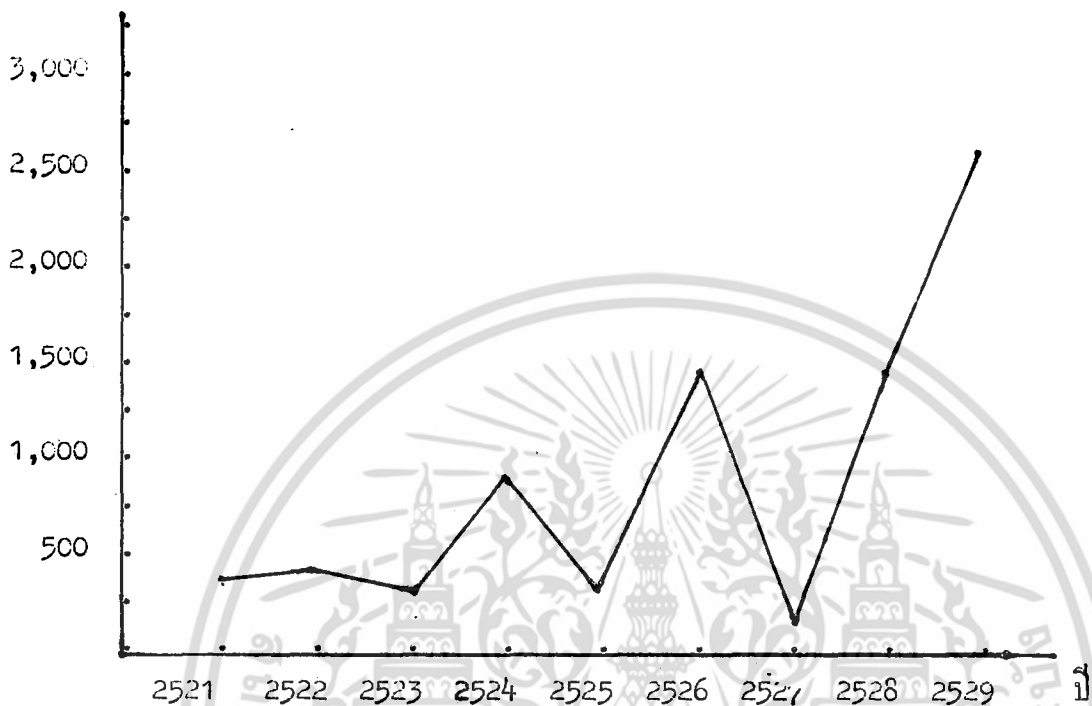
ปริมาณ (กก.)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่เผยแพร่โดยกรมศุลกากรเพื่อใช้ในการศึกษาและวิจัยเท่านั้น ไม่ควรนำเอกสารนี้ไปใช้ในการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนภาพที่ 12 แสดงมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปเนเธอร์แลนด์

มูลค่า (ล้านบาท)



การบริโภค ทุเรียนที่ไทยจัดส่งไปจำหน่ายในเนเธอร์แลนด์นั้น ส่วนใหญ่เป็นพันธุ์ชะนี ก้านยาว และหมอนทอง โดยมีการส่งออกทั้งในรูปแบบของทุเรียนสดเต็มลูก และแบ่งแคะเอาเนื้อเป็นพู ๆ มารับรองใส่ถุง หรือกล่องพลาสติก แข็ง ซึ่งสามารถขายได้ราคาดี สำหรับราคาจำหน่ายรายค้าขายปลีกในเนเธอร์แลนด์นั้นทุเรียนทั้งลูกราคา 10-15 กิลเดอร์/กก. หากเป็นทุเรียนแคะเฉพาะเนื้อราคา 30-50 กิลเดอร์/กก. (สหกรณ์ฯ, 2527)

ผู้นำเข้าและผลไม้นิเนเธอร์แลนด์ ส่วนใหญ่จะอยู่ในบริเวณ 3 เมืองใหญ่ของเนเธอร์แลนด์ได้แก่ อัมสเตอร์ดัม รอกเตอร์คัม และเฮก มีประมาณ 28 ราย แต่ประมาณ 10 ราย นำเข้าจากไทยเป็นประจำ ผู้นำเข้าจะทำการขายส่งให้ลูกค้าประจำรายปลีก หรือพ่อค้ารายปลีกหลาย ๆ รายรวมกันส่งเขา แล้วนำมาแข่งกันจำหน่ายปลีก การนำเข้าจะส่งครั้งละ 1 คอนเทนเนอร์ ซึ่งมีขนาด 3.1, 4.9, 9.6 และ 14.6 ลูกบาศก์เมตร และจะบรรจุผัก-ผลไม้สดตามฤดูกาลกันไป

ในส่วนของการจำหน่ายผักสด และผลไม้เมืองร้อนมีทั้งร้านรูปเปอร์มาเก็ต ร้านขายของชำทั่วไป ร้านของชำจีนหรืออินโดนีเซีย และตามตลาดนัด ซึ่งผักก็มีแต่ละวัน และสถานที่ต่าง ๆ ของเมือง

การขนส่ง อาจกล่าวได้ว่า ผลไม้ไทยที่ส่งไปแถบยุโรปนั้นต้องอาศัยการขนส่งทางเครื่องบินเท่านั้น ซึ่งกลายเป็นส่วนที่เข้าในต้นทุนในการจำหน่ายสูง อันเนื่องมาจากระยะทางไกล ค่าขนส่งแพง ปัจจุบันสายการบินขนส่งผลไม้สดไทยไปเนเธอร์แลนด์มี 3 บริษัท ได้แก่

1. สายการบิน เค.แอล.เอ็ม.

บินระหว่างกรุงเทพฯ - อัมสเตอร์ดัม ทุกวัน สัปดาห์ละ 7 เที่ยวบิน

มีขนาดคอนเทนเนอร์ ขนาดเล็ก กว้าง 3 เมตร ยาว 2 เมตร สูง

1.6 เมตร

ขนาดใหญ่ กว้าง 3 เมตร ยาว 2 เมตร สูง

2.44 เมตร

2. สายการบิน สกิปโปร

บินระหว่างกรุงเทพฯ - อัมสเตอร์ดัม วันอาทิตย์ จันทร์ และศุกร์ สัปดาห์ละ 3 เที่ยวบิน

มีขนาดคอนเทนเนอร์ ขนาดเล็ก กว้าง 1.40 เมตร ยาว 1.40 เมตร

สูง 1.60 เมตร

ขนาดใหญ่ กว้าง 3.15 เมตร ยาว 2.20 เมตร

สูง 1.60 เมตร

3. สายการบิน ไทย

บินระหว่างกรุงเทพฯ - อัมสเตอร์ดัม วันอาทิตย์ และวันจันทร์ สัปดาห์ละ 3 เที่ยวบิน

มีขนาดคอนเทนเนอร์ ขนาดกว้าง 2 เมตร ยาว 1.63 เมตร สูง 1.50

เมตร

อัตราการวางการขนส่งเท่าที่ได้คิดตามจากสายการบินและผู้ส่งออกประมาณว่า ค่าขนส่งต่อกิโลกรัมอยู่ระหว่าง 35-55 บาท หรือ 47-7.3 กิโลเคอร์ (จกหมายเหตุผลทางการค้า; 2527)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระบบการค้า ผลไม้สดนำเข้าประเทศเนเธอร์แลนด์จะต้องเสียค่าภาษีในประเทศเนเธอร์แลนด์ไม่เมืองรอนทั่วไป (ได้แก่ทุเรียน เงาะ ลำไย ฯลฯ) โดยเสียอัตราภาษีร้อยละ 11

แนวโน้มการตลาดทุเรียนในเนเธอร์แลนด์ เมื่อพิจารณาปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนแล้วมีสถิติการส่งออกที่น่าพอใจมาก เพราะมีแนวโน้มการส่งออกที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ในระยะ 2-3 ปีที่ผ่านมาจึงเป็นที่คาดการณ์ว่าโอกาสการที่จะส่งออกทุเรียนให้มากขึ้นในอนาคตนั้นยังมีสูงทางสามารถจำหน่ายให้เพิ่มขึ้นได้อีกมาก ถ้าหากมีการศึกษาตลาดภายในประเทศเนเธอร์แลนด์ให้ละเอียด กะขยายตลาดให้เพิ่มมากขึ้น มีการกระจายทุเรียนไปยังแหล่งผู้บริโภคที่มีอำนาจในการซื้อสูงทั้งนี้ ไทยเองต้องหาทางปรับปรุงในเรื่องคุณภาพ และการขี้อายุการรักษาสภาพให้คงความสดไว้นานที่สุด โดยรสชาติทุเรียนไม่เปลี่ยนแปลง มีการบรรจุหีบห่อที่ชวนซื้อก็สามารถเพิ่มการจำหน่ายทุเรียนในเนเธอร์แลนด์ ได้มากยิ่งขึ้นอันจะส่งผลมายังผู้ส่งออกของไทยสามารถส่งทุเรียนไปตามความต้องการในปริมาณที่สูงขึ้นในอนาคตอีกด้วย

4. ประเทศเยอรมันตะวันตก

เยอรมันตะวันตก เป็นประเทศที่นำเข้าผลไม้ส่วนใหญ่เป็นผลไม้เมืองหนาว โดยนำเข้าจากประเทศประชาคมยุโรป สำหรับผลไม้เมืองร้อนนำเข้าบางส่วนแต่เป็นสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับปริมาณผลไม้ที่นำเข้าทั้งสิ้น ในช่วงที่นิยมนำเข้าคือ ลูกเกดซึ่งเป็นระยะเวลาของผลไม้เมืองหนาว ในส่วนของผลไม้ที่นำเข้าจากประเทศไทยนั้นได้แก่ ทุเรียน เงาะ มะละกอ มะม่วง เป็นต้น ซึ่งนำเข้าจากประเทศไทยค่อนข้างสม่ำเสมอในระยะ 4-5 ปีที่ผ่านมา

ภาวะการส่งออกทุเรียนไทยไปเยอรมันตะวันตก ไทยเริ่มส่งออกทุเรียนไปเยอรมันตะวันตก เมื่อปี 2521 เป็นปีแรกซึ่งมีปริมาณการส่งออกทุเรียนเพียง 427 กก. คิดเป็นมูลค่า 9.8 ล้านบาท การส่งออกได้เพิ่มขึ้นเรื่อยมาจนกระทั่งปี 2525 มีปริมาณการส่งออกที่ลดต่ำลงอย่างมากเหลือเพียง 55 กก. คิดเป็นมูลค่า 1.6 ล้านบาทเท่านั้น แต่สามารถเพิ่มปริมาณการส่งออกให้มากขึ้นอีกใน 1-2 ปีต่อมา แต่ไม่สามารถรักษาระดับปริมาณการส่งออกไว้ได้อันเนื่องมาจากประสมปัญหามากทั้งแต่การจัดส่งทุเรียนที่ไม่ได้มาตรฐาน การบรรจุหีบห่อที่ไม่มีความเหมาะสม และที่สำคัญยิ่งก็คือ ไม่สามารถขยายตลาดขายปลีกทุเรียนให้แพร่หลายได้ ทำให้การจำหน่ายอยู่เพียงจุดใหญ่ ๆ ไม่กี่แห่งเท่านั้น แต่ในปี 2529 (มค.-พย.) ปริมาณ

การส่งออกก็กลับเพิ่มสูงมากขึ้นเป็นประวัติการณ์นับแต่มีการส่งออกเป็นต้นมา คือปริมาณการส่งออกทุเรียนมีถึง 16,970 กก. คิดเป็นมูลค่า 739.6 ล้านบาท อัตราการเพิ่มขึ้นของปริมาณและมูลค่าจากปีก่อนร้อยละ 30754 และ 33518 ตามลำดับ (ดูตารางที่ 25 ประกอบ)

ตารางที่ 25 แสดงปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปเยอรมันตะวันตก

ปริมาณ : กก.

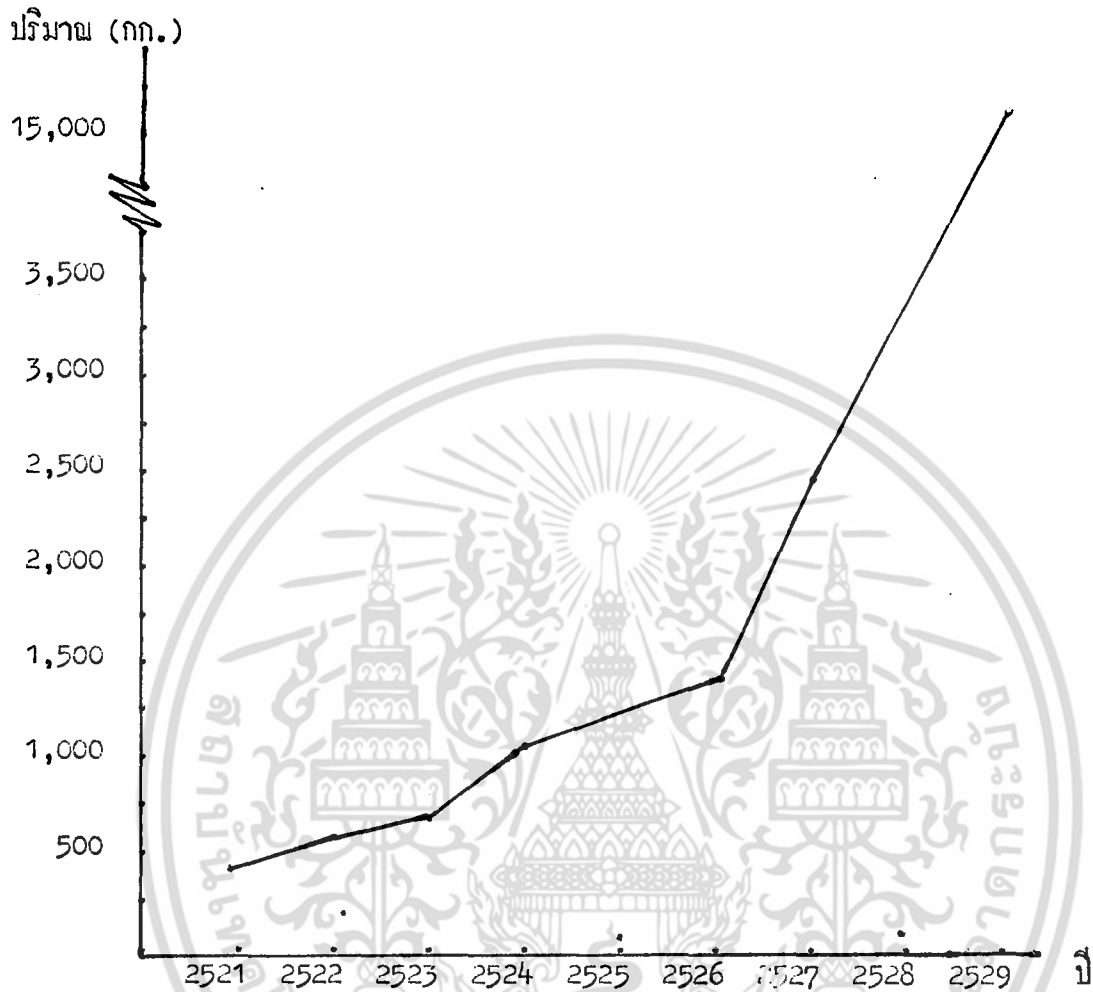
มูลค่า : ล้านบาท

ปี	ปริมาณ	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	มูลค่า	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
2521	427	-	9.8	-
2522	674	57	15.3	61
2523	721	6.9	21.3	34
2524	1,058	46	51.2	140
2525	50	- 95	1.6	- 96
2526	1,480	2,860	32.5	1,931
2527	2,540	71	38.4	18
2528	55	- 97	22	- 94
2529	16,970	30,754	739.6	33,518
(มค.-พย.)				

ที่มา : กรมศุลกากร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนภาพที่ 13 แสดงปริมาณการส่งออกทุเรียนไปเยอรมันตะวันตก



แผนภาพที่ 14 แสดงมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปเยอรมันตะวันตก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ในการเรียนการสอนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 27 (ต่อ)

จากไทยไป ประเทศ	อัตราค่าระวางบรรทุก(บาท/กก.)				เวลา(ชม.)
	ขั้นต่ำ	น้อยกว่า 45 กก.	มากกว่า 45 กก.	พิเศษ, มากกว่า	
ญี่ปุ่น (โตเกียว, โอซากา)	533	94.70	71.00	(1,000 กก.) 37.10	5
				(250 กก.) 31.70	
				(500 กก.) 11.70	
				(1,000 กก.) 10.60	
				(100 กก.) 55.76	
เนเธอร์แลนด์ (อัมสเตอร์ดัม)	1,125	170.10	127.50	(500 กก.) 43.80	
				(1,000 กก.) 37.10	
				(100 กก.) 55.70	
				(500 กก.) 43.80	
				(1,000 กก.) 37.10	
เยอรมันตะวันตก	1,125	170.10	127.50	(500 กก.) 43.80	
				(1,000 กก.) 37.10	
				(100 กก.) 55.70	
				(500 กก.) 43.80	
				(1,000 กก.) 37.10	

- หมายเหตุ (1) อัตราขั้นต่ำหมายถึง ค่าระวางบรรทุกที่สายการบินเรียกเก็บในการส่งออกสินค้าแต่ละเที่ยว ถึงแม้ค่าระวางที่เรียกเก็บต่ำกว่าอัตราขั้นต่ำที่กำหนดไว้ ก็จะต้องคิดค่าระวางเท่ากับอัตราขั้นต่ำ
- (2) อัตราทั่วไป หมายถึง ค่าระวางบรรทุกที่สายการบินเรียกเก็บในการส่งสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แต่ละเที่ยวตามพิกัดน้ำหนักที่กำหนดไว้ซึ่งในคราวแรกที่คำนวณได้ต้องสูงกว่า อัตราขั้นต่ำที่กำหนดไว้จึงจะสามารถใช้อัตราทั่วไป

- (3) อัตราพิเศษ หมายถึง ภาระงานบรรทุกที่เรียกเก็บเฉพาะสินค้า ผัก - ผลไม้ ในกรณีที่ส่งออกไปแต่ละเที่ยวตามพิกัดน้ำหนักที่กำหนด (ตัวเลขในวงเล็บ)

ที่มา : บริษัทการบินไทย

2. การขนส่งทางเรือ ส่วนใหญ่จะขนส่งกับประเทศที่อยู่ใกล้ ๆ และสามารถติดต่อกันได้ทางทะเล เช่น สิงคโปร์ ออสเตรเลีย ซึ่งจะใช้เวลาในการขนส่ง 3-5 วัน การขนส่งทางเรือไม่นิยมเพราะเสียเวลานานเกินไปทำให้ตู้เรือนที่ส่งไปยังประเทศเหล่านั้นกว่าจะถึงก็ล่าช้าเกินควรทำให้เสียโอกาสอย่างมาก ตู้เรือนที่จะจัดส่งทางเรือหลังจากเก็บเกี่ยวแล้วต้องรับนำไปลงเรือทันที โดยจะคำนวณตู้เรือนกันที่ส่วน ส่วนการบรรจุ การขนส่งทางเรือนั้น ตู้เรือนจะบรรจุในตู้คอนเทนเนอร์ โดยจะใส่ตู้คอนเทนเนอร์แบบทึบของระบายนคม ส่วนการขนส่งไปยังประเทศที่อยู่ใกล้ ๆ นั้นจำเป็นที่จะต้องขนส่งในรูปแบบแช่แข็ง โดยจะใส่ตู้คอนเทนเนอร์แบบแช่แข็งโดยเฉพาะ การบรรจุในตู้คอนเทนเนอร์ บรรจุตู้ละประมาณ 15 ตัน ตู้เรือนจะบรรจุในรูปแบบเรียงกันเป็นชั้น ๆ จนถึงตู้ การขนส่งทางเรือไปยังออสเตรียหนึ่ง ๆ จะมีตู้เรือนส่งไป 200-300 ตัน ออสเตรเลีย 2 เที่ยวบินกว่าจะหมดฤดูกาล

3. การขนส่งทางรถยนต์ การขนส่งทางรถยนต์ไปต่างประเทศ นิยมปฏิบัติกันในการส่งออกไปยังประเทศสิงคโปร์ และมาเลเซีย ซึ่งเป็นประเทศเพื่อนบ้านกับไทย และมีการคมนาคมทางบกสามารถติดต่อกันได้ทางรถยนต์ แต่เนื่องจากในสภาพปัจจุบันนี้ องค์การอุตสาหกรรมยาง (อย.) ยังไม่มีโครงการบริการขนส่งตู้เรือนจากกรุงเทพฯ ไปจำหน่ายยังต่างประเทศ (สิงคโปร์, มาเลเซีย) ดังนั้นในการบริการ การขนส่งตู้เรือนไปโดยทางรถยนต์นั้น พ่อค้าส่งออกจำเป็นต้องอาศัยรถบรรทุก (ขนาด 10 ล้อ) เพื่อการขนส่ง ซึ่งสามารถขนส่งได้สะดวกมากกว่าการขนส่งทางรถไฟ สำหรับอัตราค่าขนส่งตู้เรือนจากกรุงเทพฯ ไปยังกรุงเทพฯ ลาดัมเปอร์ หรือสิงคโปร์ แยกออกเป็นช่วง ๆ ดังนี้

ค่าขนส่งจากกรุงเทพฯ - หาดใหญ่ คิดเหมาคันรถละ 6,500 บาท¹

¹ ประภัทรพงษ์ เวชชีวะ , เลขาธิการเกษตร ปีที่ 10 ฉบับที่ 110 เดือน มีนาคม 2529

(รถบรรทุก 10 ล้อ ขนาดบรรจุ 12-15 ตัน หรือประมาณ 5-6 พันลูก)

จากนั้นจะต้องเสียค่าผ่านด่าน ณ สถานีขนส่งขนาดใหญ่เข้าสู่กรุงเทพมหานครอีกประมาณ 2-3 พันบาท หรือรวมค่าขนส่งทุเรียนจากกรุงเทพฯ - กัวดาลูเปร์ ทั้งสิ้นประมาณ 9 พันกว่าบาท ซึ่งพอ ๆ กับอัตราค่าขนส่งทางรถไฟจากกรุงเทพฯ - กัวดาลูเปร์ (ในขนาดบรรจุ 12.5 ตันเท่ากัน)

ในกรณีที่ต้องการจำหน่ายไปยังประเทศสิงคโปร์ ต้องบรรทุกผ่านด่านมาเลเซีย เข้าสู่สิงคโปร์อีกช่วยหนึ่ง แต่อย่างไรก็ตาม การขนส่งในช่วงนี้มักจะดำเนินการโดยพ่อค้าชาวมาเลเซียมากกว่า ดังนั้น สถิติการนำเข้าทุเรียนของสิงคโปร์จึงปรากฏให้เห็นถึงส่วนแบ่งการตลาดทุเรียนของมาเลเซียมากกว่าของไทย ดังกล่าวในตอนต้น

การขนส่งทุเรียนโดยรถบรรทุกไปจำหน่ายยังประเทศมาเลเซีย ทุเรียนจากประเทศไทย ส่งออกไปจำหน่ายยังประเทศมาเลเซีย มีละจำนวนมาก ๆ แต่ไม่สามารถทราบปริมาณอันแท้จริงได้ เนื่องจากลักลอบขนถ่ายตามชายแดน ลักลอบออกทางเรือบ้าง ออกทางด่านต่าง ๆ บ้าง หรือรถจากมาเลเซียขนถ่ายจากภาคใหญ่บ้าง ซึ่งประมาณว่าในช่วงที่ทุเรียนออกนอกดกเก็บเกี่ยวผลผลิตมาขายนั้น มีทุเรียนออกทางด่านมาเลเซียวันละประมาณ 200-300 ตัน เป็นอย่างน้อย การขนส่งส่วนใหญ่จะเรียงในรูปนอนระคนกันแน่นในรถบรรทุกเที่ยวหนึ่ง ๆ ประมาณ 7-10 ตัน การขนส่งโดยการเรียงในรถบรรทุกนั้นค่อนข้างไม่ควรรุกขุดผายใบหรืออย่างอื่น ควรปล่อยให้โปร่ง เพื่อให้อากาศถ่ายเทได้สะดวก ส่วนทางด้านบนแม้จะผายใบ เพื่อป้องกันแดดและฝน ถ้าหากปีมีลมพัด อากาศถ่ายเทไม่ได้ทุเรียนไม่สุก จึงเห็นการขนเช่นนั้น เคยปรากฏมาแล้วกับเกษตรกรผู้หนึ่งจังหวัดจันทบุรี ซึ่งส่งทุเรียนไปจำหน่ายยังป็นัง ประเทศมาเลเซีย สองเที่ยว รถบรรทุกทุเรียนทั้งสองเที่ยวรถ โดยตัดทุเรียนจากสวนเดียวกัน และขอรุมกัน แต่การปฏิบัติของรถทั้งสองแตกต่างกัน คือ คันแรกเมื่อทุเรียนขึ้นบนรถเรียงเสร็จเรียบร้อยแล้วโยนใบปิดบนเพื่อกันแดดและฝนเท่านั้น ด้านข้างปล่อยให้โล่ง อากาศสามารถถ่ายเทได้สะดวก ส่วนคันหลังเมื่อขึ้นทุเรียนเสร็จแล้วนอกจากจะเอาผ้าใบปิดบนเพื่อกันแดดและฝนแล้ว ยังใช้ผ้าใบกรุข้างรอบ จนอากาศไม่สามารถถ่ายเทได้ ผลปรากฏว่า เมื่อคันแรกไปถึงทุเรียนอยู่ในสภาพที่ดี สุก สามารถจำหน่ายได้หมด ส่วนคันหลังนั้นไม่สุกเลยสักผล จึงจะมีสุกบ้างในผลเดียวกันก็สุกไม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมดทั้งยด รักได้และยาก เคยมีผู้ส่งทุเรียนออกไปจำหน่ายยังประเทศสิงคโปร์ โดยใช้รถคอนเทนเนอร์ขององค์การอุตสาหกรรมยางเป็นไทย (อย.) ในการขนส่งเมื่อทุเรียนไปถึงสิงคโปร์แล้ว ทุเรียนไม่ยอมสุก จนกระทั่งเน่า ซึ่งลักษณะการขนส่งเช่นนี้ได้กระทำอีกหลายเที่ยว แต่ผลปรากฏคือทุเรียนทุเรียนไม่สุก สาเหตุเนื่องจากการถ่ายเทอากาศในตู้คอนเทนเนอร์ไม่ดีพอกับการขนส่งทุเรียน

3.4.4 ราคาทุเรียนเพื่อการส่งออก

เนื่องจากการค้าทุเรียนกับต่างประเทศในแต่ละปีไม่คงที่ การขออนุญาตส่งออก ไปนอกราชอาณาจักรหรือตลาดอื่นหนึ่งเป็นการค้าแบบเสรี ดังนั้น ราคาส่งออกทุเรียน เอฟ.โอ.บี. ณ ท่าเรือกรุงเทพ ฯ ที่ส่งออกไปยังประเทศลูกค้าต่าง ๆ จึงมีความแตกต่างกันมาก (เนื่องจากไม่มีการกำหนดราคาส่งออกขั้นต่ำไว้ เช่นเดียวกับลำไย) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ปริมาณการผลิต ระยะทางของแต่ละประเทศ พื้นที่ส่งออก ตลอดจนช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยว กล่าวคือ ถ้าเป็นช่วงต้นฤดูเก็บเกี่ยว (พฤษภาคม) ราคาจะสูงกว่าช่วงปลายฤดูช่วงปลายฤดูเก็บเกี่ยว ดังนั้น เมื่อรวมเข้ากับอัตราค่าขนส่งไปยังประเทศต่าง ๆ ซึ่งแตกต่างกันไปตามระยะทางแล้ว ราคาส่งออก เอฟ.โอ.บี. ไปยังประเทศลูกค้าที่อยู่ไกลกว่าย่อมต้องอยู่ในเกณฑ์สูงกว่าราคาส่งออก เอฟ.โอ.บี. ที่ส่งไปยังประเทศลูกค้าที่อยู่ใกล้กับไทย

ราคาเฉลี่ยส่งออกทุเรียน เอฟ.โอ.บี. ณ ท่าเรือกรุงเทพ ฯ ไปยังประเทศลูกค้าที่สำคัญบางประเทศในช่วง 2521-2526 ปรากฏตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 28 แสดงราคาเฉลี่ยส่งออกทุเรียน F.O.B. ปี 2521-2529

ประเทศ	บาท/กิโลกรัม								
	2521	2522	2523	2524	2525	2526	2527	2528 (มค.-พย.) 2529	เฉลี่ย
ฮ่องกง	9	10	10	19	25	22	16	16	15.78
สิงคโปร์	11	13	17	21	17	17	27	20	18.11
มาเลเซีย	-	-	5	8	11	10	12	5	6.33
ฝรั่งเศส	15	15	22	35	24	29	31	35	28.33

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 28 (ต่อ)

บาท/กิโลกรัม

ประเทศ	2521	2522	2523	2524	2525	2526	2527	2528	2529	(มก.-พย.) เฉลี่ย
เนเธอร์แลนด์	26	18	17	59	64	72	76	82	90	56.00
ญี่ปุ่น	23	12	15	27	41	29	34	29	38	27.55
สหรัฐอเมริกา	45	34	57	53	108	153	179	203	171	90.44
เยอรมนีตะวันตก	23	23	30	48	32	21	15	40	43	30.55

ที่มา : กรมศุลกากร

3.4.5 ด้านการศุลกากร

เป็นพิธีการทางด้านการศุลกากรสำหรับสินค้าที่จะส่งออกหรือนำเข้าประเทศ ซึ่งจะกระทำกันก่อนที่จะส่งสินค้าออกนอกประเทศหรือจะเรียกเก็บสินค้าประเภทต่าง ๆ ที่นำเข้าประเทศ สำหรับอัตราการเก็บภาษีนั้นจะแตกต่างกันออกไป ตามประเภทและชนิดของสินค้า พิธีการด้านการศุลกากรนี้ก่อให้เกิดบริษัท Shipping ซึ่งจะทำหน้าที่ติดต่อในพิธีการศุลกากร แทนบริษัทผู้ส่งออก ก่อให้เกิดความสะดวก และประหยัดเวลาแก่ผู้ส่งออก อันเนื่องมาจากความล่าช้าของระบบราชการ ปัจจุบันรัฐบาลได้ส่งเสริมการส่งออกสินค้าประเภทผลไม้ ได้มีการยกเลิกภาษีสำหรับการส่งออกผลไม้ และให้รับเงินชดเชยการส่งออกในอัตราร้อยละ 0.08 นอกจากร้อยละ 2529 ที่ผ่านมา สมาคมผู้ส่งออกผักและผลไม้ไทยได้ขอขอให้รัฐบาลยกเลิกการเก็บภาษีค่าซื้อ จากจำนวนภาษีที่บรรจุนักและผลไม้ทุกชนิดที่ส่งออกได้เป็นผลสำเร็จ (สมาคมผู้ส่งออกผักและผลไม้แห่งประเทศไทย, 2529: 3)

ทางด้านการนำเข้าของต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศในกลุ่มที่พัฒนาแล้วหลายประเทศเช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ เยอรมนีตะวันตก ฯลฯ ได้ให้สิทธิพิเศษทางศุลกากรเป็นการทั่วไป แต่ประเทศที่กำลังพัฒนา (Generalized System of Preferences) สิทธิพิเศษทางศุลกากรดังกล่าวอาจจะอยู่ในรูปของการลดหย่อนภาษีศุลกากร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรือยกเว้นภาษีผู้ดูแล ทั้งขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้า และประเทศผู้ให้ จี.เอส.ที.เอง
ปกติการหักหักอัตราภาษีของทางประเทศจะมี 2 อัตรา คือ อัตราปกติ (Normal rate;
Na) และอัตราลดหย่อน (GSP.) ของประเทศผู้พัฒนาแล้ว ตลอดจนประเทศทางแถบ
ทวีปเอเชีย

ตารางที่ 29 แสดงถึงอัตราภาษีผู้ดูแลการค้า

ประเทศปลายทาง	อัตราปกติ (Na)	อัตราลดหย่อน (GSP.)
กลุ่มประเทศประชาคมยุโรป	11	6
สหรัฐอเมริกา	6.6	ฟรี
ประเทศทางกลุ่มอาเซียน		
อินโดนีเซีย	60	48
มาเลเซีย	330.70	264.56 เหรียญมาเลเซีย/ตัน
ฟิลิปปินส์	50	-
สิงคโปร์	ฟรี	-

ที่มา : กรมการค้าต่างประเทศ

3.4.6 บทบาทของรัฐบาลต่อการส่งออกทุเรียน

ในอดีตปี 2525 ทางรัฐบาลได้กำหนดมาตรการช่วยเหลือเกษตรกรในการติดต่อ
ตลาดต่างประเทศให้เพิ่มมากขึ้นสำหรับการขยายตลาดการจำหน่ายทุเรียนไทยให้เป็นรู้จักของ
ชาวต่างประเทศ กรมพาณิชย์สัมพันธ์ ได้ช่วยเผยแพร่ผลไม้ไทยในต่างประเทศ โดยประสาน
งานกับผู้ส่งออก ผู้นำเข้าต่างประเทศ และที่ปรึกษาพาณิชย์ในต่างประเทศ จัดนิทรรศการผลไม้
ไทยในต่างประเทศ เป็นการส่งเสริมการส่งออกผลไม้ ซึ่งสามารถจึงราคาทุเรียนภายในประ
เทศไม่ต่ำทุกค่าทางหนึ่ง และเป็นการช่วยเหลือเกษตรกรให้กำลังใจในการผลิต สำหรับในปี
2525 ได้จัดนิทรรศการที่ประเทศสิงคโปร์ กัวลาลัมเปอร์ ออสเตรเลีย และนิวซี

ต่อมาในปี 2527 มาตรการที่รัฐบาลดำเนินการ คือให้ระหว่าง 1 เมษายน - 30 พฤษภาคม 2527 ทางราชการได้กำหนดอัตราค่าระวางใหม่สำหรับชัก, ผลไม้ ขนส่งจาก ไทยไป โตเกียว, โอซากา, ไทเป, ลอมบอน, โรม, เอเมนส์, โคเปนเฮเกน, กวนคูเวอร์, ซีแอตเทิล เพื่อให้ช่วยการบินต่าง ๆ เรียกเก็บในอัตราที่ลดลงจากเกณฑ์ที่ประกาศออกใช้ นอกจากนี้รัฐบาลยังมีโครงการเร่งรัดการส่งออกชัก, ผลไม้ ทั้งแต่การปรับปรุงการผลิตจนถึงการบรรจุภัณฑ์ในตลาดต่างประเทศสำหรับในหน่วยงานของกรมการค้าภายในได้ริเริ่มให้ตลาดสี่มุมเมือง คอนเวอเจนซ์เป็นเขตส่งออกชักและผลไม้ขนส่งทางอากาศ โดยเขตส่งออกนี้จะเน้นจุดรวมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก ตลอดจนถึง การศึกษาคุณภาพ การบรรจุหีบห่อ การตรวจโรคและแมลง

สำหรับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 ซึ่งมีช่วงระยะเวลา 5 ปี ก็จะเริ่มตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2530-2534 ได้ระบุสินค้าเป้าหมายหลักไว้ 3 ชนิด จากจำนวน ผลไม้เป้าหมายที่มีโอกาสในการผลิตและการตลาดจำนวน 27 ชนิด สินค้าเป้าหมายหลักได้แก่ มะม่วง ส้มโอ และทุเรียน ในส่วนของทุเรียนได้สนับสนุน กำหนดเจาะจงถึงพันธุ์ต่าง ๆ เพื่อให้ตรงตามความต้องการของตลาดในต่างประเทศ ดังนี้

- พันธุ์หมอนทอง
- พันธุ์สุพรรณิการ์
- พันธุ์ชะนี
- พันธุ์...
- พันธุ์กระทุ่มทอง
- พันธุ์กบสุพรรณ และพันธุ์นกหยับ

นอกจากนี้บทบาทของหน่วยงานของราชการที่มีส่วนในการส่งเสริมและขยายตลาด ทุเรียนให้กว้างขวางทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ มีดังนี้

- กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการส่งเสริมการค้าและสนับสนุนด้านการตลาดตามแผนนโยบายการค้าเสรีของรัฐบาล และมีเฉพาะสินค้า ผลไม้บางประเภทเท่านั้น (จำเพาะ) ที่กรมการค้าต่างประเทศได้มีการจัดระเบียบการส่งออก โดยกำหนดให้เปิด ราคาขั้นต่ำสำหรับการส่งออก ทั้งนี้เพื่อนำเงินตราเข้าประเทศ และรักษาระดับราคาส่งออกในต่างประเทศ มีให้ยกค่าส่งออกกระหนกระเพียนตลาดภายใน ประเทศ

- กรมการค้าภายใน ได้ดำเนินการในการส่งเสริมการตลาด โดยเน้นสนับสนุนการจัดตั้งตลาดกลางขายถึงมือเมือง ที่รังสิต เพื่อเป็นแหล่งกระจายสินค้ามากขึ้น โดยเปิดโอกาสให้เกษตรกรนำผักและผลไม้สดมาจำหน่ายโดยตรง รวมทั้งสนับสนุนให้เกษตรกรนำผลไม้สดออกขายโดยตรงจากเกษตรกรโดยตรง นอกจากนี้ได้ร่วมกับกรมพาณิชย์สัมพันธ์ จัดโครงการวันเกษตรกรหมู่บ้านวิถีโลก ที่กรุงเทพมหานคร และตามแหล่งผลิตใหญ่ ๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการบริโภคเพิ่มขึ้น และเกษตรกรขายสินค้าได้ในราคาที่สอดคล้องกับภาวะตลาด

- กรมพาณิชย์สัมพันธ์ ได้ส่งเสริมการตลาดจากต่างประเทศ โดยการเผยแพร่และจัดกิจกรรมการผลไม้ในต่างประเทศซึ่งได้ดำเนินการตามแผน และโครงการส่งเสริมทุกปีทั้งนี้ประสานงานกับผู้ส่งออก ผู้นำเข้าในต่างประเทศ และที่ปรึกษาการพาณิชย์ในต่างประเทศ

- กระทรวงมหาดไทย กระทรวงมหาดไทยได้จัดตั้ง การตลาดซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจ เมื่อปี พ.ศ. 2496 ซึ่งปัจจุบันได้กลายเป็นตลาดขายส่งที่สำคัญ

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมวิชาการเกษตร กองวิจัยสวน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้พยายามหาหนทางเพิ่มผลผลิตโดยการปรับปรุงบำรุงพันธุ์ทุเรียน การขยายการจัดตั้งศูนย์ การขยาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตให้สามารถเพิ่มผลผลิตได้จนกำหนด นอกจากนี้ยังบริการให้ความรู้แก่เกษตรกรโดยทั่วไป และยังจัดทำโครงการวิจัยควบคุมคุณภาพ และยืดอายุการเก็บทุเรียน โดยการแปรรูปด้วยการแช่แข็ง การศึกษาวิจัย พัฒนาสายพันธุ์และส่งเสริมการใช้เครื่องมือเครื่องใช้เกี่ยวกับวิชาการหลังเก็บเกี่ยว

- กระทรวงวิทยาศาสตร์-เทคโนโลยีและการพลังงาน สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ได้พยายามวิจัยเกี่ยวกับภาชนะที่ใช้ในการบรรจุหีบห่อเพื่อการส่งออก ตลอดจนการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยวผักและผลไม้สด ทั้งนี้เพื่อลดอัตราการสูญเสียที่เกิดขึ้น

- กระทรวงคมนาคม โดยคณะกรรมการร่วมตำรวจไทย-มาเลเซีย ว่าด้วยการขนส่งสินค้าเบาได้ง่าย จากประเทศไทยฝ่ายแดนมาเลเซียไปยังสิงคโปร์ ได้เจรจากับรัฐบาลมาเลเซีย จนได้รับอนุญาตให้กองการรับส่งสินค้า และพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.) ใช้รถบรรทุกทุเรียนขนส่งได้ 10 คัน เพิ่มจากที่องค์การอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (อ.ย.) ซึ่งมีรถบรรทุกทุเรียน 25 คัน เท่านั้น

- กระทรวงการคลัง โดยกรมศุลกากร กระทรวงการคลัง ยกเลิกระเบียบการปฏิบัติ การนำคั่วคอก ประทับตราตะกั่วผู้ศุลกากร หรือประทับตราผู้ศุลกากรชนิดอื่น ๆ ที่การนำเข้าบรรจุน้ำมัน ในการส่งออกปี 2527 ตั้งแต่วันที่ 2 กรกฎาคม 2527 เพื่อลดต้นทุนในการส่งออก (ซึ่งเงินเสียค่าธรรมเนียมจะ 5 บาท)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ปัญหาและอุปสรรคและแนวทางการพัฒนาตลาดส่งออกทุเรียนของประเทศไทย

ในการพัฒนาตลาดส่งออกทุเรียนของประเทศไทยนั้น มีปัญหาและอุปสรรคต่างๆ มากมาย ที่ประสบอยู่ ซึ่งจะกล่าวไว้ในรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 ปัญหาด้านการผลิต4.1.1 ขาดการวางแผนล่วงหน้าด้านการผลิต

นับว่าเป็นกลยุทธ์ในด้านการผลิตที่สำคัญมาก ทั้งนี้ไปรัฐบาลจะต้องกำหนด เป้าหมายการผลิตทุเรียนสำหรับการส่งออกในตลาดต่างประเทศอย่างจริงจัง โดยเร่งให้ความรู้แก่เกษตรกร ผู้ทำสวนทุเรียนในทุกท้องถิ่น ให้สามารถผลิตทุเรียนที่มีคุณภาพตามความต้องการของตลาด โดยไม่ปล่อยให้ธรรมชาติมาเป็นผู้กำหนดผลผลิตเพียงลำพัง เช่น ในอดีต ทั้งนี้เกษตรกร เองก็ต้องกำหนดเป้าหมายการผลิตให้แน่กว่าจะผลิตอะไร เพื่อขายให้แก่ใคร ตลาดภายในหรือตลาดต่างประเทศ เพราะวาระนิยมในการบริโภคทุเรียนแต่ละพันธุ์ ของผู้บริโภคแตกต่างกันไป ยิ่งเป็นการผลิตเพื่อการส่งออกแล้ว ต้องศึกษาถึงความต้องการของตลาดแต่ละประเทศให้แน่ชัดอีกด้วย

4.1.2 ขนาดของการผลิตในปัจจุบัน

ในปัจจุบันสภาพพื้นที่ของการผลิตทุเรียนยังคงมีขนาดเล็ก คือประมาณ 20 - 30 ไร่ เป็นส่วนมากสำหรับขนาดพื้นที่ 50 - 200 ไร่ นั้นมีไม่มากนักทำให้เป็นอุปสรรคในการบำรุงรักษา ซึ่งไม่สามารถใช้เครื่องมือ เครื่องใช้เครื่องทุ่นแรงทางการเกษตรนี้ มีประสิทธิภาพได้ ทำให้เกษตรกร ไม่กล้าลงทุน เพราะประโยชน์ที่ได้รับไม่คุ้มค่ากับการลงทุนด้วยเหตุนี้จึงเป็นเรื่องยากในการกำหนดให้คุณภาพทุเรียนที่ได้รับ ออกมามีมาตรฐานเดียวกัน

4.1.3 ธรรมชาติความแห้งแล้ง และปริมาณน้ำฝนที่ได้รับ

ในบางปีที่แห้งแล้งมากน้ำในบ่อแห้ง ก่อให้เกิดผลเสียหายต่อทุเรียนยิ่งในช่วงที่ทุเรียนกำลังออกดอกแล้วถ้าทุเรียนขาดน้ำจะทำให้ผลร่วงหล่นเสียหายมาก ซึ่งปัญหา

นี้เกษตรกรชาวสวน ประสบอยู่บ่อยๆ หนทางแก้ไขเกษตรกรบางราย ต้องซื้อน้ำมารด เพื่อป้องกันมิให้ต้นทุเรียนตาย ทำให้ต้นทุนในการผลิตสูงขึ้น บางครั้งก็ไม่คุ้มกับผลตอบแทนที่ได้รับ

นอกจากนี้ ปริมาณน้ำฝนก็มีผลต่อทุเรียนเช่นกัน เพราะทุเรียนเป็นผลไม้ที่ ออกในฤดูฝนถ้าเมื่อใดฝนมาเร็วกว่าปกติหรือตกชุกในช่วงที่ทุเรียนกำลังแตกตาคอก ตาคอกจะเปลี่ยนเป็นตาใบแล้วแตกเป็นกิ่งน้ำค้างแทนที่จะออกคอก และถ้าฝนมาน้อยหรือ ล่าช้าออกไปตาคอกหรือคอกนี้แตกออกมาแล้วจะแห้งไม่ให้ผลทุเรียนจะให้ผลมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับภาวะของฝน ในช่วงที่ออกผลแล้วกำลังแก่จัดถ้าฝนมากเกินไปทุเรียนจะเป็นไส้ ชิมเพราะช่วงนั้นเข้าสู่ฤดูฝนแล้ว ทุเรียนถูกน้ำจากพื้นดินส่งไปเสีย ฝนมากทำให้ไส้ทุเรียน และไม่มีรสหวานและหากฝนตกชุกติดต่อกันนานผลทุเรียนจะแตกทำให้ทุเรียนราคาตกในปี 2529 นี้ ประสบกับปัญหาคุณภาพของทุเรียนไม่ค่อยดีนัก เนื่องจากฝนทิ้งช่วง เป็นสาเหตุ ให้ไส้ทุเรียนชิมโดยเฉพาะทุเรียนพันธุ์ชะนีจะมีปัญหาเรื่องไส้ชิมถึงประมาณ 25% ของ ทุเรียนพันธุ์ชะนีทั้งหมด เนื่องจากทุเรียนพันธุ์ชะนีปลูกในที่ลุ่ม ซึ่งปัญหานี้เป็นผลให้ภาวะการ ค่าทุเรียนไม่คล่องตัวระยะหนึ่งในเดือนมิถุนายน และระดับราคาโน้มต่ำลงจากเดือน พฤษภาคมค่อนข้างมาก

4.1.4 ปัญหาภาวะการเกิดน้ำเค็ม

ซึ่งเกิดขึ้นได้จากน้ำเค็มไหลเข้าร่องสวน ซึ่งเป็นปัญหาที่ทำให้รากทุเรียนทน สภาพน้ำเค็มไม่ได้เมื่อเกิดน้ำเค็มท่วมขังเป็นระยะเวลานาน ทุเรียนจึงตายจึงจำเป็นที่ จะต้องแก้ปัญหาโดยการหาแหล่งน้ำจืดให้ไหลเข้าไปหมุนเวียนสภาพน้ำเค็มที่มีอยู่

4.1.5 ปัญหาในเรื่องโรคและแมลง

ทุเรียนเป็นผลไม้ที่มีโรคและแมลงรบกวนมากจึงจำเป็นต้องดูแลรักษาเป็น พิเศษ โดยเฉพาะทุเรียนเพราะโรคแพร่ระบาดได้รวดเร็วและไกล จึงต้องมียากันและกำจัด เนียอย่างเร็วที่สุด โรคที่พบ เช่น โรครากเน่า โคนเน่า โรคนี้เกิดจากเชื้อรา โรคนี้ เกิดจากแมลง โรคนี้เกิดจากหนอน และด้วง เป็นต้น ซึ่งตลาดในต่างประเทศเป็นมคใน เรื่องเหล่านี้มาก ผลไม้ไทยถูกกีดกันอย่างเป็นทางการตลาดมาด้วยข้ออ้างที่ว่า เพื่อป้องกัน

โรคพืช และแมลงและหนอนทำลายพืชอาจติดไปกับผลไม้สดที่ไม่ได้ผ่านการมวนกำจัดแมลง
ด้วยสารรมควีน Bthylene Dihromide (EDB) Fumigation เสียก่อน โดย
เฉพาะประเทศญี่ปุ่นซึ่งเป็นตลาดผลไม้สดใหญ่สุดของเอเชียในปัจจุบันอนุญาตให้ผลไม้สด
จากประเทศไทย เข้าไปวางขายได้เพียง 5 ชนิดเท่านั้น คือ ทุเรียน มะพร้าว องุ่น
กล้วยดิบ สับปะรด ผลไม้อื่นต้องแปรรูปเสียก่อน เช่นในรูปแช่แข็งจึงจะเข้าไปวางขายได้

นอกจากนี้ตลาดสหรัฐอเมริกา แคนาดา และออสเตรเลียก็มีกฎหมายเกี่ยว
กับการป้องกันพืช (Plant Quarantine Laws) ที่เป็นวงกว้างเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของ
ของโรคพืชและแมลงที่อาจจะติดไปกับผลไม้ ทั้งตลาดญี่ปุ่นและตลาดสหรัฐอเมริกาต่างก็
เป็นตลาดใหญ่และสำคัญ ถ้าไม่รีบดำเนินการกฤษฎีกาจัดการกับปัญหาเหล่านี้ทันแต่ต้น โอกาสที่จะ
ขยายตลาดให้กว้างยิ่งขึ้นก็เป็นไปด้วยความยากยิ่ง

4.1.6 ปัญหาในเรื่องพันธุ์

ในการปลูกทุเรียนเพื่อจำหน่ายนั้น ปัจจัยสำคัญในการจำหน่ายผลผลิตให้ได้รา
ค่าดี เป็นที่นิยมของผู้บริโภคแล้วนั้น เกษตรกรชาวสวนทุเรียนจะต้องศึกษาถึงชนิดและพันธุ์
ทุเรียนที่จะปลูกให้ตรงกับความต้องการของตลาดซึ่งปัจจุบันนี้พันธุ์ที่นิยมปลูกได้แก่พันธุ์ก้าน
ยาว ชะนี หมอนทอง กระดุมทอง เป็นต้น

4.1.7 ปัญหาในเรื่องปริมาณการผลิต

สภาพการผลิตทุเรียนในปัจจุบันนั้น ยังไม่อยู่ในสภาพการผลิตเพื่อการส่งออก
อย่างแท้จริง เพียงแต่รัฐบาลเริ่มหันมาให้ความสนใจการส่งออกทุเรียน ในขณะนี้เกษตรกร
เพิ่งจะเล็งเห็นถึงความสำคัญสู่ทางการขยายตลาดในต่างประเทศ เมื่อไม่นานมานี้เอง
ในอดีตการผลิตนั้นยังไม่อยู่ในสภาพที่เพียงพอว่าการส่งออก บางปีเมื่อมีการขยายพื้นที่
การเพาะปลูกเพิ่มมากขึ้น ปริมาณการผลิตก็จะเพิ่มขึ้นมูลค่าการส่งออกไปจำหน่ายก็เพิ่ม
ขึ้นด้วย หากแต่ความบางปีเกษตรกรชาวสวนประสบกับปัญหาร้ายธรรมชาติ เข้ามาคุกคาม
เช่น ฝนแล้ง หรือน้ำเค็มไหลท่วมร่องสวน ปริมาณการผลิตในปีนั้นก็จะตกต่ำลงส่งผลทำ
ให้มูลค่าการส่งออกก็ลดลงด้วย ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาไม่มีผลผลิตเพียงพอในการส่งออกไป
จำหน่ายทำให้ไทยเสียโอกาสในการนี้ไปมาก

4.1.8 ปัญหาในเรื่องคุณภาพ

เป็นสิ่งสำคัญมากในการส่งออกทุเรียนไปจำหน่ายยังต่างประเทศ เพราะในอิตาลีที่ผ่านมามีปรากฏว่าพ่อค้าส่งออกของไทย ได้รับข้อมูลจากผู้นำเข้าต่างประเทศว่า มีการส่งออกทุเรียนอ่อนที่ยังไม่ครบอายุการเก็บเกี่ยวซึ่งก่อให้เกิดปัญหาเป็นการลดความไว้วางใจของบริษัทผู้ส่งออกผลไม้ไทยไป สร้างความไม่มั่นใจในการนำเข้า ทุเรียนในครั้งต่อไป ซึ่งปัญหาการติดทุเรียนอ่อนนี้ เกิดขึ้นเนื่องจากในต้นฤดูการผลิตราคาทุเรียนสูงทำให้เกษตรกรต้องการขายทุเรียนเมื่อรับนำเงินมาใช้สอย ฉะนั้นพ่อค้าที่รับซื้อทุเรียนก็หวังกำไรมากเกินไปทำให้รับขายจนเป็นเหตุที่นำไปให้เกิดการติดทุเรียนอ่อนขึ้น เมื่อทุเรียนอ่อนออกสู่ตลาดมากก็จะเป็นตัวจุดทำให้ราคาทุเรียนลดลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นผลเสียต่อเกษตรกรในที่สุด ซึ่งสิ่งรุนแรงที่เกษตรกรชาวสวนรับติดทุเรียนก่อนกำหนดก็คือ ทุเรียนอ่อนมีน้ำหนักมากกว่าทุเรียนที่สุกแล้ว สำหรับเกษตรกรนี้ไม่คิดถึงปัญหาระยะยาวที่จะเกิดขึ้นก็จะรับติดทุเรียนอ่อนนั้นเสีย

4.1.9 ปัญหาด้านการผลิตอื่นๆ

เช่นการใส่ปุ๋ยเพื่อเพิ่มผลผลิตให้มากขึ้น การใช้ยากำจัดโรคและแมลงให้ถูกต้องและตรงกับชนิดของโรคและแมลงเหล่านั้นอย่างแท้จริงทั้งนี้จะต้องเผยแพร่ความรู้ให้เกษตรกรชาวสวน ได้รับข้อมูลการใส่ปุ๋ยการใช้ยากำจัดโรคและแมลงอย่างทั่วถึง หรือปัญหาในเรื่องทุเรียนใส่ซิม เนื่องจากฝนที่ตกในช่วงทุเรียนแก่จัดในปริมาณที่มากเกินไป ใส่ทุเรียนจะแฉะเนื่องจากทุเรียนถูกน้ำขึ้นมามากทำให้ทุเรียนไม่มีรสหวาน เนื้อแฉะ ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ราคาลดลงและเก็บรักษาไว้ได้ไม่นาน เพราะเนื้อทุเรียนบริเวณที่ไม่มีรสเปรี้ยว และจะเสียในที่สุด

4.2 แนวทางในการพัฒนาการผลิต

4.2.1 การวางแผนการผลิตอย่างต่อเนื่อง

เพื่อให้การปลูกทุเรียนมีเป้าหมายในการส่งออกอย่างแท้จริง รัฐบาลจะต้องกำหนดเป้าหมายในการผลิตเป็นหลักโดยกำหนดการเพิ่มพื้นที่การเพาะปลูกทุเรียนให้เพิ่ม

มากขึ้นจากการศึกษาถึงแหล่งเพาะปลูกสภาพพื้นที่ที่เหมาะสมในการขยายการเพาะปลูก มีการกำหนดอย่างแน่ชัดว่าจะเพิ่มปริมาณการผลิตให้มากขึ้นปีละเท่าไร จะใช้พื้นที่มีขนาด จำนวนมากน้อยแค่ไหน ในขณะที่เดียวกันกับการเสาะแสวงหาตลาดเพื่อส่งออกให้กว้าง มากขึ้น เพื่อเป็นแหล่งรองรับทุเรียนจากการผลิตที่เพิ่มมากขึ้น

4.2.2 สนับสนุนการผลิตในขนาดนี้ให้ใหญ่ขึ้น

ทั้งนี้รัฐบาลจะต้องส่งเสริมการผลิตให้มีการรวมกลุ่มกันให้อยู่ในขนาดที่ใหญ่ ขึ้น เช่น ในลักษณะของการเปิดโอกาสให้บริษัทลงทุนทำสวนขนาดใหญ่ อย่างเช่นมีตัวอย่าง ในประเทศฟิลิปปินส์ โดยบริษัทของสหรัฐอเมริกาเข้าไปลงทุนทำสวนกล้วยขนาดใหญ่มีการ ปรับปรุงที่ดินหาพันธุ์ที่เหมาะสมให้ผลผลิตสูง โดยอาศัยเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยเพิ่ม ผลผลิตด้วยเพื่อให้กล้วยมีคุณภาพดีและสามารถป้อนตลาดอย่างสม่ำเสมอตลอดปี

4.2.3 ปรับปรุงการชลประทานอย่างทั่วถึง

สำหรับการชลประทานในส่วนขนาดใหญ่ๆนั้นเจ้าของสวนเองมักมีการตระเตรียมกันไว้บ้างแล้วตั้งแต่เริ่มมีการเพาะปลูกแต่ทั้งนี้ยังอยู่ในสภาพที่เล็กและกระทัดรัดอย่าง ไม่ต่อเนื่องอยู่ในลักษณะของสวนเฉพาะตัวไม่เอื้ออำนวยต่อสวนข้างเคียง ซึ่งทำให้เกิด ปัญหาเมื่อถึงฤดูน้ำท่วมไม่สามารถระบายได้อย่างเต็มที่ จากการขาดความร่วมมือประสาน งานกันระหว่างสวนข้างเคียงในขณะที่เดียวกันการอาศัยแต่ธรรมชาติมาเป็นตัวกำหนดการ ผลิตนั้น ปัจจุบันนี้จะหวังเพิ่มเช่นนี้อีกต่อไปไม่ได้แล้ว รัฐบาลจะต้องมุ่งส่งเสริมการชล ประทานในรูปแบบใหม่โดยการต่อท่อน้ำประปาเข้าไปตามโคนต้น ทุเรียนตามสวนต่างๆ อย่างทั่วถึงแล้วเรียกกับปริมาณน้ำที่ใช้นั้นโดยอาจจะคิดราคาจำหน่ายให้แก่เกษตรกร ชาวสวนในราคาที่ต่ำกว่าประชาชนในระดับทั่วไป

4.2.4 หน่วยงานของรัฐบาลต้องมุ่งส่งเสริมการปลูกทุเรียนอย่างจริงจัง

ปัจจุบันนี้หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการเพาะปลูกสวนผลไม้มีมากมาย หลายกรมกองเช่น กรมส่งเสริมการเกษตร กรมวิชาการเกษตร กองไม้ผล เป็นต้น ซึ่ง จะได้ให้ความรู้ในเรื่องพันธุ์ทุเรียนที่เหมาะสมในการปลูกมีการแจกจ่ายพันธุ์ทุเรียนให้แก่ เกษตรกรชาวสวนได้นำไปเพาะปลูก มีการส่งเสริมแนะนำการดูแลรักษาทุเรียนในแต่ละ

ขั้นตอนอย่างถูกต้อง ตลอดจนการสาธิตเทคนิควิธีการเพิ่มผลผลิตให้แก่เกษตรกรชาวสวน โดยทั่วไป หรือการแนะนำการใช้จ่ายในการกำจัดศัตรูและโรคพืชที่มารบกวนเป็นต้น

4.2.5 การประชาสัมพันธ์ให้เกษตรกรตระหนักถึงประโยชน์ที่ได้รับก่อนกำหนด

เป็นแนวทางในการพัฒนาการผลิตทุเรียนโดยการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น วิทยุ เอกสารเผยแพร่ การให้คำแนะนำโดยผ่านผู้นำเกษตรกร หรือบุคลากรของรัฐที่มีหน้าที่ในการส่งเสริมการเกษตร ให้ทราบถึงโทษของการเก็บเกี่ยวทุเรียนในขณะที่ยังอ่อนอยู่ เมื่อเทียบกับผลประโยชน์เพียงเล็กน้อยที่ได้รับ และประโยชน์ในระยะยาวที่มีผลแก่เกษตรกรชาวสวนโดยตรง ทั้งนี้เพื่อให้เกษตรกรชาวสวนได้มีจิตสำนึกและมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบร่วมกันในการผลิต

4.3 ปัญหาด้านการตลาดส่งออก

4.3.1 การกระจายตลาดการส่งออกยังทำได้ไม่เต็มที่

จากการศึกษาถึงปัญหาด้านการตลาดการส่งออกทุเรียนในต่างประเทศพบว่า ตลาดส่งออกทุเรียนส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 80 เป็นตลาดใกล้เคียง คือ สหองกง มาเลเซีย และสิงคโปร์ ตลาดหลักทั้ง 3 แห่งนี้มีสภาพที่เอื้ออำนวยเพราะอยู่ใกล้และคุ้นเคยกับทุเรียนไทยเป็นอย่างดี ในขณะที่ตลาดที่ไกลออกไปคือ ยุโรป และสหรัฐอเมริกายังไม่คุ้นเคยกับรสชาติและลักษณะการบริโภคของทุเรียนมากนัก การขยายตลาดในส่วนนี้จึงไม่ก้าวหน้าเท่าที่ควรทั้งที่เป็นตลาดผลไม้ที่ใหญ่มาก

4.3.2 การจัดมาตรฐานของสินค้า

เป็นปัญหาที่พบบ่อยมากอีกปัญหาหนึ่ง เพราะทุเรียนที่จัดส่งไปนั้นไม่มีมาตรฐานที่แน่นอน ถึงแม้ว่าปัจจุบันนี้จะได้มีการจัดตั้งมาตรฐานขึ้นบ้างแล้วก็ตาม แต่คุณภาพมาตรฐานของทุเรียนยังไม่ได้รับการส่งเสริมให้ไปปฏิบัติในการส่งออกอย่างจริงจัง ไม่มีกฎหมายมารองรับการดำเนินการส่งออกผิดจากมาตรฐานที่ได้วางไว้

4.3.3 พ่อค้าผู้นำเข้าหรือพ่อค้าจำหน่ายปลีก ขาดความรู้ในเรื่องการบริโภคทุเรียน

ซึ่งในปัญหานี้พบอยู่เสมอที่พ่อค้าผู้นำเข้า ขาดความรู้ในเรื่องทุเรียน คุณสมบัตินี้ ปรากฏว่า เกษตรกรเจ้าของสวนทุเรียนเพื่อการส่งออก ได้กล่าวในเรื่องนี้ว่าพ่อค้าผู้นำเข้า เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บางราย ต้องการทุเรียนไปจำหน่ายในปริมาณมากๆ โดยไม่ทราบว่าจะบริโภคได้เมื่อใด เห็นว่าเปลือกแข็งๆก็คิดว่าคงจะไว้ได้นาน หรือในกรณีที่พ่อค้าปลีกในต่างประเทศนำทุเรียนออกจำหน่ายในขณะที่ทุเรียนยังไม่แก่เต็มที่ ทำให้ผู้บริโภคที่ซื้อไปแล้วรับประทานไปไม่ได้ ต้องทิ้งและเลิกซื้อในคราวต่อไป ซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายและส่งผลทำให้ไทยต้องสูญเสียตลาดไปในที่สุด

4.3.4 ปัญหาในเรื่องการจำหน่ายของผู้ส่งออก

การขายในตลาดประจำเช่นที่สิงคโปร์ส่วนใหญ่ขายโดยวิธีฝากขาย (consignment basis) หรือ คล้ายคลึงกับการขายผ่าน "ตยง" ของไทย โดยอาศัยความรู้จักคุ้นเคย และไว้ใจกันให้พ่อค้าชาวสิงคโปร์ขายให้ ตามคาราของตลาดในแต่ละวันที่ส่งไป ซึ่งวิธีการตลาดการจำหน่ายทุเรียนไทยแบบนี้ ผู้ส่งออกของไทยมีแต่เป็นฝ่ายเสียเปรียบฝ่ายเดียว เพราะบ่อยครั้งที่ทุเรียนประดับเข้าสู่ตลาดสิงคโปร์วันละหลายร้อยตัน ราคาทุเรียนก็จะตกลงไปทันที ทำให้ผู้นำเข้าไม่ต้องการรับผิดชอบในเรื่องขาดทุน ในขณะที่ผู้ส่งออกโดยแทบจะหมดตัวไปตามๆกัน

4.3.5 การบรรจุหีบห่อที่ไม่ได้มาตรฐาน

ผลไม้ไทยแทบทุกชนิดที่ส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ มีรูปแบบในการบรรจุหีบห่อที่ไม่เป็นที่ถูกใจหรือสะดวกสำหรับผู้บริโภคมากนัก ซึ่งหากกล่องที่บรรจุอยู่ในสภาพสวยงาม น่าดู น่าซื้อ ก็จะเป็นสิ่งดึงดูดให้ซื้อหามารับประทานในปัจจุบันถึงแม้การบรรจุหีบห่อทุเรียนจะได้พัฒนาขึ้น มาแล้วก็ตาม แต่ยังไม่ได้พัฒนาในเรื่องคุณภาพ ซึ่งจะต้องมีการปรับปรุงกล่องที่เหมาะสม แข็งแรง และอยู่ในสภาพที่เอื้ออำนวยต่อการขนส่งขณะนี้ ศูนย์การบรรจุหีบห่อไทยในสังกัดสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ได้พัฒนารูปแบบที่เหมาะสมต่อไป

4.3.6 ระบบการซื้อขายของผู้ส่งออก

ยังมิได้มีผู้ส่งออกบางส่วนซื้อทุเรียนเพื่อรวบรวมส่งออกจากพ่อค้าที่รวบรวมซื้อจากเกษตรกรทำให้เป็นการเพิ่มขึ้นตอน และเพิ่มต้นทุนการตลาดด้วยอีกทั้งในเรื่องราคาและปริมาณทุเรียนที่รับซื้อไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับปริมาณสินค้าที่เข้าตลาด หากเป็นสินค้าที่มีคุณภาพไม่แน่นอน ยากแก่การกำหนดราคาและปริมาณการส่งขายนอกจากการขนถ่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่เผยแพร่ในเชิงวิชาการเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ควรนำไปใช้เพื่อประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สินค้าหลายครั้ง ก่อนที่จะส่งออกมีผลกระทบต่อคุณภาพของสินค้าด้วย

4.3.7 ขาดการประชาสัมพันธ์ให้แพร่หลายในตลาดต่างประเทศ

การที่จะเจาะให้ถึงกลุ่มผู้บริโภคอย่างแท้จริงนั้น การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา ในรูปแบบและวิธีการต่างๆ เป็นสิ่งสำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มตลาดแถบยุโรปและ สหรัฐอเมริกา ซึ่งไม่คุ้นเคยกับทุเรียนไทยมากนัก การนี้จะส่งเสริมการขายให้ประสบความสำเร็จได้นั้น นับว่าการประชาสัมพันธ์มีส่วนที่จะเป็นสื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจ ยอมรับและหัน มานิยมบริโภคทุเรียนกันเพิ่มมากขึ้น ลักษณะของการประชาสัมพันธ์ที่นิยมใช้กันโดยทั่วไป ตามสายการบินไทยคือ การฉายภาพยนตร์ หรือภาพนิ่งเกี่ยวกับผลไม้ไทย วิธีบริโภค การ นำไปประกอบอาหาร เป็นต้น นอกจากนี้อาจจะลงโฆษณาตามหน้านิตยสารนี้เกี่ยวกับการ บริโภคในต่างประเทศ เป็นต้น

4.3.8 ความล่าช้าในการขนส่ง

การขนส่งมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะถ้าหากสามารถนำผลผลิตไปถึงมือผู้จำหน่ายได้ในเวลาอันรวดเร็วก็จะเป็นการลดความสูญเสียได้ และสภาพของผลไม้ คงรักษาความสดไว้ได้ทำให้ขายดี นำรับประทาน ความล่าช้าในการขนส่ง เช่น ไม่มี พาหนะงานผลไม้สำหรับส่งไปต่างประเทศอย่างเพียงพอ ทำให้มีการตากค้างอยู่ที่ท่าอากาศยาน หรือการที่สินค้ามีไม่เพียงพอแก่ความต้องการในการขนส่ง เนแต่ละคราว ทำให้ต้อง รอสินค้าที่จะส่งไปพร้อมๆกัน หรือในเรื่องพื้นที่ระหว่างสินค้าทางอากาศมีไม่เพียงพอในแต่ละวัน ในช่วงที่ผลไม้ออกสู่ตลาดมากเกินไป ทำให้ต้นทุนของการส่งออกสูงยากต่อการแบ่ง บัน และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดแถบยุโรป และสหรัฐอเมริกา ใช้ระยะทางไกลทำให้เสียค่าใช้จ่ายสูง

4.3.9 อุปสรรคอื่นๆในการขนส่งทางอากาศ

มักพบอยู่เสมอว่า เกิดของหายของขาดจำนวน ขาดน้ำหนัก ของตกเครื่อง เป็นต้น ในเรื่องขาดหายของขาดน้ำหนัก ของขาดจำนวนนั้น ส่วนใหญ่จะหายจากต้นทุน และบริษัทการบินจะไม่คอยรับผิดชอบเพราะถ้าหากร้องเรียนไปเกรงว่า ทางบริษัทจะไม่ยอม รับส่งสินค้าจากผู้ร้องเรียนนั้นอีก ซึ่งเป็นปัญหาใหญ่สำหรับผู้ส่งออก กับผู้ส่งเข้าทางท่าอากาศยานเป็นเอกเทศให้ส่งสินค้าเพื่อการขนส่งในเชิงการค้า เมื่อผู้ใดได้ทราบข้อนี้ในการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่างประเทศ เพราะรายการที่แจ้งไปไม่ตรงกับของที่ทางผู้ส่งได้รับทำให้เกิดความไม่
ไว้วางใจกัน ทางผู้ส่งเข้าก็ไม่กล้าเปิด L/C กับผู้ส่งออกจากประเทศไทย ฉะนั้นการ
ค้าจึงทำกันในรูปแบบของฝ่ายชาย ในส่วนของทุเรียนตกเครื่องความเสียหายจะเกิดกับผู้ส่ง
ออกมากเนื่องจากนี้สนามบินไม่มีหลังคาปกปิดแสงแดด เมื่อทุเรียนไม่สามารถบรรจุขึ้น
เครื่องบินได้ก็ต้องทิ้งไว้ที่ลาน เมื่อทุเรียนถูกความร้อนของแสงแดดก็จะสุกเร็ว และแอล
กอฮอล์เหม็นเหตุนี้ผู้ส่งออกหลายรายก็ประสบปัญหาเกิดขาดทุนและเลิกกิจการไปในที่สุด

4.3.10 อุปสรรคในการขนส่งทางรถยนต์

เนื่องจากในสภาพการขนส่งทางรถยนต์ ที่นิยมส่งออกไปยังประเทศเพื่อน
บ้านของไทยที่มีชายแดนติดต่อกันได้นั้น มีการขนส่งโดยอาศัยรถบรรทุกขนาด 10 ล้อ
บ้าง 6 ล้อ บ้าง ขึ้นอยู่กับปริมาณของทุเรียนที่จะส่งออกโดยจะวางทุเรียนซ้อนกันแน่น
ในรถบรรทุก และคันข้างบนต้องปล่อยให้โล่ง เพื่อให้อากาศถ่ายเทได้สะดวกปิดผ้าใบ
เฉพาะด้านบนเพื่อกันแดดและฝนเท่านั้น ซึ่งการปฏิบัติด้วยวิธีนี้เป็นการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า
ในเมื่อไม่มีรถห้องเย็น ขององค์การอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (อทท.) มาบรรทุกทุเรียนเพื่อ
ส่งออกได้

4.3.11 อุปสรรคในการขนส่งทางเรือ

การขนส่งทางเรือมีข้อเสียคือ ก่อให้เกิดความล่าช้าในการขนส่ง ซึ่งผลิตผล
ทางการเกษตรมีความจำเป็นต้องใช้ความรวดเร็วสะดวกในการบริการการขนส่งเพื่อรักษา
ความสดของผลไม้ให้คงสภาพเดิมมากที่สุดปัจจุบันการขนส่งผลไม้ทางเรือนิยมใช้ขนส่งกับ
ประเทศสิงคโปร์และฮ่องกงเท่านั้น

4.3.12 อุปสรรคในการขนส่งอื่นๆ

เช่น การขนส่งโดยรถไฟห้องเย็นหรือรถยนต์บรรทุกห้องเย็น การทำได้เฉพาะ
การขนส่งไปยังประเทศใกล้เคียง ซึ่งมีข้อจำกัดอยู่มากในเรื่องการขอเพิ่มจำนวนเที่ยวขน
ส่ง เพราะต้องขนส่งผ่านแดนประเทศคู่แข่งขัน อีกทั้งในประเทศปลายทางก็มีการผูกขาดการ
ขนส่งโดยรถยนต์บรรทุกห้องเย็น นอกจากนี้ยังไม่มีการใช้อุปกรณ์ในการเคลื่อนย้ายสินค้าใน
ระหว่างกระบวนการขนส่งทำให้เสียเวลาและมีผลต่อคุณภาพสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบให้ทางผู้รับเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 แนวทางในการพัฒนาตลาดส่งออก

4.4.1 ต้องมีการศึกษาและจัดระบบตลาดที่ดี

ซึ่งจะต้องพยายามไม่ยอมเป็นฝ่ายเสียเปรียบตลาดผู้นำเข้ามากนัก เพราะทำให้เราตกเป็นเบี้ยล่างอยู่ตลอดเวลาเช่นในเรื่องการผูกขาด ที่ปฏิบัติกันมาจากอดีต จะต้องมีการส่งเสริมให้ผู้ส่งออกของไทย ขาดสินค้าโดยวิธีการขายขาดในขณะเดียวกันก็ลดการขายสินค้า โดยวิธีผูกขาดลง หรือหนทางแก้ไข ก็โดยการให้ผู้ส่งออกไทยนำสินค้าไปวางขายปลีกให้กับผู้บริโภคโดยตรงในตลาดสิงคโปร์หรือส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้ส่งออก เช่น สถานที่บางส่วนใน Supermarket ขนาดใหญ่ที่มีสาขาหลายๆแห่ง และสามารถใช้เป็นช่องทางกระจายสินค้าเหล่านั้นไปยังสาขาต่างๆให้มากที่สุด

4.4.2 การออกกฎหมายรองรับมาตรฐานการเรียนรู้ในการส่งออก

เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพตลาดในการส่งออกทุเรียนก็ได้ผลอีกวิธีหนึ่ง เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของผู้นำเข้าในต่างประเทศซึ่งจะต้องมีการลงโทษผู้ส่งออกที่ไม่ปฏิบัติตามกฎหมายนั้น อันจะก่อให้เกิดความเสียหายต่อประเทศโดยรวม และเพื่อป้องกันมิให้เกษตรกรชาวสวนเห็นแก่สิ่งตอบแทนเล็กๆ น้อยๆ ที่จะเกิดขึ้นได้

4.4.3 มีการศึกษาถึงโครงสร้างการตลาดวิธีการตลาดในประเทศผู้ซื้อ

เพื่อที่จะได้นำมาใช้ในการปรับปรุงการผลิตให้ตรงกับกระบวนการตลาดของประเทศนั้นๆ และเป็นศึกษาถึงกลุ่มของผู้บริโภคอันเป็นพื้นฐานในการเพิ่มปริมาณการนำเข้าโดยตรงและเพื่อช่วยในการครอบครองตลาดประเทศผู้ซื้อทั้งแหล่งตลาดประจำและตลาดอื่นๆ ที่นอกเหนือจากตลาดประจำ อีกทั้งมีการศึกษาถึงประเทศที่เป็นแข่งขันกับไทยในประเทศผู้ซื้อ

4.4.4 สนับสนุนการรวมกลุ่มของเกษตรกรเพื่อการส่งออกทุเรียน

การพัฒนาตลาดส่งออกทุเรียนที่ได้ผลอีกรูปแบบหนึ่ง คือการสนับสนุนการรวมกลุ่มของเกษตรกรในการรวบรวมทุเรียนเพื่อการส่งออกมีการออกไปรับรองคุณภาพของทุเรียน ระบุชื่อสวน วันเดือนปีที่บริโภคได้ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ส่งออกมีความมั่นใจในคุณภาพของทุเรียนอย่างแท้จริงในการส่งทุเรียนออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ เพราะเป็นการ

ลดปัญหาที่ประสบในเรื่องทุเรียนอ่อนที่ยังไม่ได้ขนาดตามต้องการ ขณะเดียวกันหลายทุเรียน ส่วนของเกษตรกรผู้ใดไม่คำนึงถึงในเรื่องคุณภาพ ปล่อยให้มีการตัดทุเรียนอ่อนส่งออกขาย แก่พ่อค้าส่งออก ทางกลุ่มเหล่านั้นก็จะสามารถรู้ถึงแหล่งที่มาของทุเรียนที่ไม่ได้คุณภาพ นั้นได้ทันทีตามสลากที่ระบุชื่อไว้ ซึ่งจะเป็นการลงโทษเกษตรกรผู้นั้นไปโดยตรงในการติดต่อกับทางกลุ่มในครั้งต่อไป

4.4.5 ควรจะมีการพัฒนากระบวนการตลาด

โดยกำหนดให้มีหน่วยงานรับผิดชอบเป็นขั้นตอนตั้งแต่การผลิตในระดับฟาร์ม การรวบรวมผลผลิตในท้องถิ่น การรวบรวมผลผลิตในส่วนกลางจนถึงการส่งออกโดยทำเป็นขั้นตอน และแต่ละขั้นตอนควรจะมีการพัฒนาอย่างเป็นระบบจนครบวงจรคือ

- (1) ขั้นตอนการผลิตและการบำรุงรักษาจะต้องอาศัยนักวิชาการเกษตร และนักวิทยาศาสตร์เข้ามาช่วยในการแก้ไขปัญหา
- (2) ขั้นตอนการเก็บเกี่ยวหรือการเก็บผลจะต้องให้คำแนะนำแก่เกษตรกร อย่างถูกต้องเหมาะสม ซึ่งควรจะได้ทุเรียนที่มีให้ผลอ่อนหรือผลแก่เกินไปเป็นการเสริม คานคุณภาพ
- (3) ขั้นตอนการขนส่งจากฟาร์มมายังสถานที่บรรจุสินค้าต้องระมัดระวังการ บอบช้ำ ความสูญเสียที่เกิดขึ้นจากการขนส่งในระยะทางไกลๆ
- (4) จะต้องมีการคัดมาตรฐานและทำความสะอาดเพื่อรอการบรรจุหีบห่อ สำหรับการส่งออกต่อไป
- (5) ขั้นตอนการบรรจุเพื่อส่งออก ส่งเสริมให้มีการออกแบบและพัฒนาหีบห่อ ให้ตรงกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ
- (6) ขั้นตอนสุดท้าย เป็นกระบวนการทางศุลกากร หลังจากบรรจุหีบห่อแล้ว จะไม่มีการตรวจสอบอีก แล้วยกใบรักษาไว้ในห้องเย็น เพื่อเตรียมขนส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ และต้องคอยตรวจสอบคุณภาพสินค้าที่ตลาดปลายทางด้วยเพื่อจะได้นำมาพิจารณา ปรับปรุงในแต่ละขั้นตอนต่อไป

หากกระบวนการดังกล่าวนี้ หากสามารถทำได้ครบจะก่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว ประหยัด และลดการสูญเสีย และเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาด เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4.6 จะต้องมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

ซึ่งเป็นการรณรงค์เพื่อส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ นอกจากจะทำเป็นโปสเตอร์ที่พบเห็นกันโดยทั่วไปแล้ว ยังมีการจัดนิทรรศการแสดงผลไม้ไทยในต่างแดนอยู่เนืองๆ มีการจัดงานชิมผลไม้ไทย แล้วเชิญผู้นำเข้าหรือผู้บริโภคที่มีชื่อเสียงในประเทศนั้นๆ ให้มาทดลองชิมผลไม้ไทย หรืออาจจะกระทำโดยขอความร่วมมือกับสายการบินไทยในการเผยแพร่ ผลไม้ไทยในลักษณะต่างๆ เช่น จัดขายสโตร์ผลไม้ไทยการนำมาประกอบอาหาร วิธีการบริโภค เป็นต้น ซึ่งการประชาสัมพันธ์ต่างๆ เหล่านี้หากกระทำอย่างต่อเนื่องแล้วย่อมกระตุ้นให้ผู้บริโภคชาวต่างชาติรู้จัก และหันมาให้ความสนใจอยากทดลองชิมผลไม้ไทยต่อไป

4.4.7 การพัฒนาท่าอากาศยานกรุงเทพ

เพื่อที่จะได้เป็นศูนย์กลางขนส่งสินค้าทางอากาศแห่งใหม่ประจำภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ด้วยการก่อสร้างอาคารคลังสินค้าขนาดใหญ่ที่ติดตั้งอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างทันสมัย และสามารถให้บริการภาคพื้นดินสำหรับการขนถ่ายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพในขณะที่กรมศุลกากรก็ได้เร่งปรับปรุงบริการด้านพิธีการที่ด้านท่าอากาศยานให้เกิดความคล่องตัวขึ้นตั้งแต่ 1 ต.ค. 2528 ซึ่งนับว่าเป็นกลยุทธ์ใหม่ที่คาดว่าจะส่งเสริมให้การขยายตลาดส่งออกผลไม้ไทยบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ยิ่งขึ้น

4.4.8 การส่งเสริมการส่งออกโดยการลดค่าระวางสินค้าเกษตร

เพื่อที่จะได้ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นลง อันจะสามารถแข่งขันทางด้านราคากับประเทศคู่แข่งได้ นอกจากนี้แล้วยังเป็นการจูงใจให้ผู้ส่งออกเพิ่มปริมาณ การส่งออกให้มากขึ้น

4.4.9 การใช้อุปกรณ์การเคลื่อนย้ายสินค้าในระหว่างการขนส่ง

ในอนาคตจะต้องมีการพัฒนารูปแบบของอุปกรณ์ที่ใช้ในการเคลื่อนย้ายสินค้าในระหว่างการขนส่งเพื่อความสะดวก และลดการสูญเสียต่อคุณภาพของสินค้า

บทที่ 5

สรุปและขอเสนอแนะ

จากสภาพการผลิตผลทางการเกษตรของไทยในอดีต มีการผลิตในปริมาณที่มากสามารถส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศ นำเงินตราเข้ามาเป็นจำนวนหลายพันล้านบาท แต่เมื่อกาลเวลาเปลี่ยนไปมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการผลิตทำให้ผลิตผลที่ได้รับมีปริมาณที่มากเกินไปเกินความต้องการ และวิวัฒนาการความเจริญต่างๆ เหล่านี้ได้รับการส่งเสริมในประเทศต่างๆ กันอย่างแพร่หลาย จึงเกิดการเบ่งบานกันทางการค้าอย่างรุนแรง กระทั่งมีออกกฎหมายต่างๆ ในประเทศที่พัฒนาแล้วซึ่งเป็นการกีดกันการนำเข้าของพืชผลทางการเกษตรของประเทศผู้ส่งออก อันเป็นประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลายจากสภาะการดังกล่าว จึงส่งผลกระทบทำให้สินค้าหลักของไทย (ข้าว น้ำตาล มันสำปะหลัง ยางดิบ ข้าวโพด และยางพารา) ได้รับความกระทบกระเทือนอย่างหนักซึ่งทำให้ไทยต้องประสบปัญหาหลายประการ เช่น การจำกัดการนำเข้า การกำหนดมาตรฐานสินค้าให้สูงขึ้น เป็นต้น เป็นผลทำให้ผู้ผลิตอันได้แก่เกษตรกร ชาวนา ชาวไร่ ต้องประสบกับความยากลำบากในการส่งผลิตผลออกขายได้ราคาดี เช่น ในอดีตที่ผ่านมาปัจจุบันรัฐบาลได้ กำหนดนโยบายในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (2530 - 2534) ในการผลิตให้ครบวงจร โดยเงินในเรื่องการปรับปรุงคุณภาพ และให้ความสำคัญแก่ ผลไม้ เป็นต้น สำหรับแนวทางการพัฒนาผลไม้ที่ได้กำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 6 ได้เน้นเป้าหมายหลักไว้ 3 ชนิด จากจำนวนผลไม้เป้าหมายที่มีโอกาสในการผลิตและการตลาดจำนวนรวม 27 ชนิด สินค้าเป้าหมายหลักได้แก่ มะปราง ส้มโอและทุเรียน ในการส่งออกตั้งแต่ปี 2521 เป็นต้นมาจนกระทั่งถึงปัจจุบัน ผลไม้ที่ส่งออกมาเรื่อยๆ ตามลำดับได้แก่ ลำไย ทุเรียน และมะม่วง สำหรับผลไม้ที่ส่งออกทุเรียนนับว่าเป็นผลไม้ที่มีความสำคัญในเชิงเศรษฐกิจอีกชนิดหนึ่ง เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกจะเห็นว่ามีแนวโน้มที่สูงขึ้นมาโดยตลอดจากอดีตปี 2521 มีปริมาณการส่งออก 2478 ตัน มูลค่า 23.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 9783 ตัน มูลค่า 171.8 ล้านบาท ในปี 2528 ตลาดส่งออกทุเรียนของไทยส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 90 ยังอยู่ในแถบเอเชีย ประเทศเพื่อนบ้านของไทย เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย และฮ่องกง ในขณะที่ตลาดในแถบยุโรปและสหรัฐอเมริกาไม่ขยายตัวเท่าที่ควร นอกจากนี้ทางด้านสภาพการผลิตก็ยังคงขาดการเตรียมพร้อมในการผลิตเพื่อการส่งออกอย่างแท้จริง เกษตรกรชาวสวน

ส่วนใหญ่ยังขาดที่เหมาะสม ความชำนาญในการดูแลรักษาประกอบกับการผลิตในปัจจุบันยังต้องหวังพึ่งธรรมชาติเป็นตัวกำหนดอยู่อีก ซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายต่างๆหลายประการ

วัตถุประสงค์หลักของการศึกษาเพื่อที่จะได้ทราบสภาพทั่วไป เกี่ยวกับการผลิต ปริมาณการผลิตเพื่อการส่งออกทุเรียนรวมทั้งปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น นอกจากนี้จะได้ศึกษาถึงศักยภาพการนำเข้าทุเรียนทั้งตลาดประจำ และในกลุ่มที่นอกเหนือจากตลาดประจำ เพื่อประโยชน์ในการหาช่องทางขยายตลาดต่อไปในอนาคตทั้งนี้ในเรื่องชนิดและพันธุ์ทุเรียนที่ความต้องการของแต่ละประเทศปัญหา อุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการพัฒนาการผลิต การตลาดและการส่งออกทุเรียนของประเทศไทย เพื่อที่จะได้เสนอแนวทางแก้ไขในลำดับต่อไป

จากการศึกษาถึงสภาพการผลิตทุเรียนในประเทศไทยพบว่าการปลูกทุเรียนยังไม่ได้รับการส่งเสริมการปลูกเพื่อการส่งออกอย่างจริงจังจำนวนพื้นที่เพาะปลูกในปี 2524 มีทั้งหมด 364,191 ไร่ และกลับลดลงเหลือ 358,921 ไร่ ในปี 2528 ซึ่งเป็นข้อสังเกตว่าในขณะที่การส่งออกไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ ปริมาณความต้องการที่เพิ่มขึ้น แต่สภาพการผลิตทุเรียนภายในประเทศกลับลดพื้นที่ในการเพาะปลูกลงถึงแม้จะเป็นจำนวนที่ไม่มากนักก็ตาม ทั้งนี้เนื่องมาจากการปลูกทุเรียนต้องลงทุนสูงและต้องการความเอาใจดูแลรักษาอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ผลิตผลที่ได้รับมีคุณภาพที่ดี เป็นการลงทุนที่ต้องอาศัยระยะเวลานานพอสมควร จึงจะสามารถเรียกทุนคืนซึ่งทุเรียนพันธุ์เบา ที่เพาะปลูกแล้วมีอายุประมาณ 4 - 6 ปี จึงจะตกผลได้ การผลิตทุเรียนในปัจจุบันสาเหตุประการหนึ่งที่มีปริมาณการผลิตน้อยลง เพราะเกิดจากฝนทิ้งช่วงเป็นเวลานาน เมื่อฝนตกลงมาทำให้ผลทุเรียนที่มีอายุไม่ครบ 50 วัน เข้าร่วงหล่น บางลูกที่ไม่ร่วงหล่นก็จะแคะแคะกรีน เนื้อทุเรียนจะรับประทานไม่อร่อย ทุเรียนมีลักษณะกลมแหลมเป็นต้น นอกจากนี้จะพบว่ารัฐบาลขาดการวางแผนการผลิตอย่างต่อเนื่อง ทำให้ไม่ทราบเป้าหมายของการผลิตอย่างแท้จริงในเรื่องขนาดสวน ทุเรียนในปัจจุบัน คงสภาพขนาดเล็ก - ขนาดกลางอยู่จะมีสวนขนาดใหญ่ น้อยมาก ปัญหาสำคัญของการผลิตอีกเรื่องหนึ่งก็คือเรื่องโรคและแมลง ที่พบบ่อย เช่น โรครากเน่า โคนเน่า เป็นต้น

การศึกษาถึงประเทศที่มีศักยภาพในการนำเข้าทุเรียนไทยพบว่าประเทศในกลุ่ม

ตลาดประจำ ได้แก่ประเทศฮ่องกง มาเลเซียและสิงคโปร์ ยังคงรักษาระดับการนำเข้าอีกต่อไป ในขณะที่ประเทศในกลุ่มแถบยุโรป และสหรัฐอเมริกา ได้แก่ประเทศฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา เยอรมันตะวันตก เป็นตลาดที่มีโอกาสและช่องทางในการส่งออกได้เพิ่มมากขึ้นในอนาคต ทั้งนี้เป็นผลมาจากการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐบาลโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกับเอกชนผู้ส่งออกจัดงานแสดงผลไม้ไทยในต่างประเทศ มีการสาธิตการรับประทานการนำผลไม้ชนิดต่างๆไปประกอบอาหาร การโฆษณาในนิตยสารที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคในต่างประเทศ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มปริมาณชาวต่างชาติให้รู้จักและหันมารับประทานผลไม้ไทยให้มากขึ้น ซึ่งกลยุทธ์การตลาดอย่างหนึ่งที่พบคือการเจาะผู้บริโภคที่อพยพเข้าไปอาศัยในต่างประเทศ เช่น ชาวเวียดนามหรือคนไทยที่อาศัยในรัฐต่างๆของสหรัฐอเมริกา ให้เป็นผู้ที่เริ่มรับประทานทุเรียนไทย ขณะเดียวกันก็จะเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ชาวต่างชาติ หันมาให้ความสนใจผลไม้ไทยมากขึ้นในกลุ่มประเทศแถบยุโรปเป็นเป้าหมายหลักต่อไปในการส่งออกทุเรียนในอนาคต เพราะกลุ่มประเทศเหล่านี้มีการบริโภคผลไม้ละหลายร้อยล้านบาท อีกทั้งประเทศเหล่านี้มีศักยภาพในการนำเข้าที่สูง ประชาชนมีอำนาจในการซื้อสูง ทุเรียนที่ขายจึงได้ราคาดี การศึกษากลยุทธ์การตลาด และการแก้ไขปัญหาค่าใช้จ่ายจากการฝากขาย ก็โดยการที่พ่อค้าส่งออกติดต่อผู้นำเข้าที่ขายปลีกโดยตรง เช่น ตามซูเปอร์มาร์เก็ตใหญ่ๆ เพื่อลดปัญหาในเรื่องคนกลางอันจะก่อให้เกิดการเพิ่มต้นทุนการตลาดเพิ่มขึ้นโดยไม่จำเป็น และเป็นการเสนอสินค้าที่ใหม่ และสดแก่ผู้บริโภคโดยตรง

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการส่งออกทุเรียนนี้จะเริ่มตั้งแต่ ปัญหาในด้านการผลิต จากที่ผ่านมาพบว่าการผลิตทุเรียนของไทยยังขาดการวางแผนเอาไว้ล่วงหน้า ทั้งส่วนนโยบายของภาครัฐบาลและในส่วนของการเพาะปลูกของเอกชน หรือเกษตรกรชาวสวนทั่วไป ไม่มีเป้าหมายที่แน่ชัดว่าจะผลิตทุเรียนเพื่อขายภายในประเทศเท่านั้น หรือจะผลิตเพื่อการส่งออกอย่างจริงจังจึงทำให้ผลผลิตที่ได้รับในแต่ละปีมีปริมาณไม่แน่นอน ตลอดจนคุณภาพมาตรฐานทุเรียนก็แตกต่างกันออกไป ยังไม่ได้ขนาดสำหรับการส่งออกอย่างแท้จริง ในเรื่องขนาดพื้นที่ของการเพาะปลูก ก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนกว่ากัน ซึ่งพบว่าขนาดของสวนทุเรียนไทยยังอยู่ในขนาดเล็ก-ขนาดกลางอยู่เป็นจำนวนมาก ส่วนสวนทุเรียนที่มีขนาดใหญ่ก็มีจำนวนน้อยราย ในเรื่องนี้มีส่วนช่วยในการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ เข้ามาร่วมช่วยในการเพิ่มผลผลิตทำให้

ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น หากเป็นส่วนขนาดใหญ่แล้ว ย่อมสะดวกและเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าอย่างแท้จริง แต่หากเป็นส่วนทุเรียนขนาดเล็ก-ขนาดกลางแล้วย่อมเป็นการลำบาก และเสี่ยงต่อการลงทุนอยู่บ้าง นอกจากนี้ยังมีปัญหาคำถามการผลิตอื่นๆอีก เช่น เรื่องพันธุ์ทุเรียนที่จะใช้เพาะปลูก เรื่องสภาพพื้นที่เพาะปลูก เรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ในด้านปัญหาการตลาดส่งออกพบว่าทุเรียนที่ส่งออกมีปัญหาในเรื่องการจัดชั้นมาตรฐานยังไม่แน่นอน และยังไม่ได้รับความร่วมมืออย่างจริงจังของพ่อค้าผู้ส่งออกอีกทั้งในเรื่องนี้รัฐบาลไม่ได้มีกฎหมายลงโทษผู้ที่ฝ่าฝืน ทำให้มีผู้ส่งออกทุเรียนบางรายไม่รับผิดชอบต่อการกระทำเพราะไม่มีกฎหมายลงโทษอย่างจริงจัง และปัญหาที่สำคัญด้านการตลาดอีกอย่างหนึ่งคือระบบการจำหน่ายของผู้ส่งออกยังผูกติดอยู่กับระบบการขายแบบฝากขาย ในการดำเนินธุรกิจส่งออกทุเรียนในหลายประเทศ ซึ่งก่อให้เกิดความเสียเปรียบแก่ผู้ส่งออกของไทยอย่างมากภายในส่วนของตลาดแถบกลุ่มยุโรปและสหรัฐอเมริกา พบว่าการกระจายตลาดการส่งออกยังทำได้ไม่เต็มที่นัก และพ่อค้าผู้นำเข้ายังขาดความรู้ในการจำหน่ายทุเรียนแก่ผู้บริโภค มีการแนะนำที่ผิดๆ ระบบการซื้อขายของผู้ส่งออกต้องผ่านขั้นตอนหลายอย่าง นอกจากนี้ยังมีปัญหาในเรื่องอื่นๆอีก เช่น ปัญหาความล่าช้าในการขนส่งปัญหาด้านพิธีการศุลกากร ปัญหาในเรื่องการขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดีในตลาดต่างประเทศ ปัญหาในเรื่องการบรรจุหีบห่อที่ไม่ได้มาตรฐาน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

ด้วยเหตุที่ทุเรียนเป็นผลไม้เศรษฐกิจที่ควรได้รับการได้รับความเอาใจใส่ทั้งในภาค
รัฐบาลและเอกชนในการส่งเสริมการส่งออกให้เพิ่มปริมาณและมูลค่ามากขึ้น ซึ่งสามารถพิจารณา
จากสถานการณ์ตลาดในขนาดจากข้อมูลในอดีตที่ผ่านมาจะเห็นว่าปริมาณและมูลค่าการนำเข้า
ประเทศต่าง ๆ เพิ่มขึ้น อันเป็นผลมาจากการรวมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติเพื่อ
ให้บรรลุเป้าหมายอันส่งเสริมการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาปีละจำนวนมาก ผู้นำเข้าทำการ
ศึกษาข้อเสนอแนะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทุเรียนไว้ดังนี้คือ

1. ควรให้หน่วยงานราชการ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ทำการวิจัยกับทุเรียน
ที่ไทยผลิตสูงที่ความต้านทานโรคได้ เนื้อทุเรียน รูปทรง ลักษณะของผล วางตลาดความต้องการ
การของผู้บริโภคให้แก่เกษตรกรเพื่อเพิ่มผลผลิตต่อไร่และลดต้นทุนการผลิต

2. ควรให้บริการข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับการผลิต การตลาด แก่เกษตรกร
เพื่อเกษตรกรจะได้วางแผนการผลิตและการจำหน่ายได้อย่างถูกต้อง โดยเฉพาะในช่วงที่ทุเรียนออก
สู่ตลาดควรใช้สถานีวิทยุกระจายเสียงของกรมประชาสัมพันธ์ และของท้องถิ่น ให้บริการข่าวสาร
ความเคลื่อนไหวราคาทุเรียนในตลาดรับซื้อแต่ละแห่งในแต่ละวัน รวมทั้งราคารับซื้อในกรุงเทพฯ
ให้เกษตรกรทราบเพื่อให้ได้ประกอบการตัดสินใจในการเก็บเกี่ยวออกจำหน่ายแทนที่จะปล่อยให้
มา โดยให้ข้อมูลในการกำหนดราคาทุเรียนทุกครั้งซึ่งทำให้ราคาตกต่ำ

3. ควรจัดการแหล่งเงินทุนให้เกษตรกรกู้ยืมเพื่อจะได้นำไปซื้อปุ๋ยและน้ำหมักใน
โดยสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการเพิ่มผลผลิตต่อไร่ให้สูงขึ้น และช่วยในการบำรุงรักษาทุเรียน

4. ควรปรับปรุงตลาดกลางผลไม้เกิดขึ้นโดยถูกต้องให้ชาวไร่ทราบเข้าใจเกี่ยวกับ
ระบบตลาดกลางแก่เกษตรกร เพื่อมิให้ถูกพ่อค้าคนกลางกดราคาทุเรียนทำให้เกษตรกรเสียเปรียบ
ในเชิงการค้าอย่างไม่เป็นธรรม

5. ควรสนับสนุนให้เกษตรกรที่มีการรวมกลุ่มทุเรียนไปเข้มแข็งและสมัครใจเพื่อ
ก่อให้เกิดอำนาจในการต่อรองราคาและรักษาระดับคุณภาพของทุเรียนนี้ อีกคือของตลาดและ
เป็นการแก้ปัญหาเรื่องคุณภาพและราคาทุเรียนตกต่ำ อีกทั้งยังเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้
สมัยใหม่แก่กันและกัน

6. ทางราชการ ควรวางแผนการจำหน่ายผลงานวิจัยที่ตนคิดจะออกสู่ตลาด เพื่อจะได้ทราบความต้องการในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดได้กว้างขวาง แล้วยังไม่กระทบกระเทือนว่า ตลาดต้องการหรือไม่เพียงพอ และรวมทั้งประชาชนที่สนใจในจังหวัด จังหวัดเป้าหมาย ผลใด เพื่อขายเร็วขึ้น

7. สำหรับตลาดรับซื้อที่กรุงเทพฯ ทางราชการควรขยายตลาดออกเป็นตลาด ที่ชุมบ่อ เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการตลาด ทำให้ผู้ขายมีราคาได้เร็วขึ้น เป็นการดึงดูด ราคายุโรปไปให้ลูกค้าด้วย

8. ควรขยายตลาดผู้รับเป็นตลาดต่างประเทศได้กว้างขวางขึ้น โดยหาราย และจัดกิจกรรมการ ให้ชาวต่างประเทศได้รู้จักผลิตภัณฑ์มากขึ้น ไปยังต่างประเทศ บรรลุ หิมะ เพื่อลดค่าใช้จ่ายขนส่ง รักษาคุณภาพของผู้รับให้ทราบชื่อเดียวในทางที่ดี ให้ที่นิยม เชื่อถือ ทำให้ประเทศที่เจ้าตลาดต่างประเทศเขาเข้ามาด้วย และส่งเสริมเกษตรกรที่รับได้ และความเข้มแข็งขึ้น เป็นการรักษาระดับราคากับผู้ขาย

9. แผนงานรัฐบาล สำนักงานที่ปรึกษาการพาณิชย์ ส่วนเอกอัครราชทูตไทยใน ต่างประเทศ ควรร่วมมือกัน ดำเนินการส่งเสริมการขายตลาดสินค้าไทยไปให้เป็นที่รู้จัก และจะ ต้องมีการจัดตั้งคณะกรรมการ เพื่อศึกษาและประเมินผลของการดำเนินงานที่ไทยกำลัง ส่งเสริมการขาย และการศึกษาตลาดชาว ความเคลื่อนไหวของตลาดและประเทศคู่แข่งสำคัญ ตลาดเวลา เพื่อเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงการผลิต การตลาดต่อไปให้มีความ ทันสมัยขึ้น

10. ควรรวบรวม ศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการผลิต และการส่งออกของ ประเทศคู่แข่งสำคัญ ไทย รวมทั้งรูปแบบการกระจาย ราคาส่ง และทัศนคติของผู้บริโภคต่างประเทศ คู่แข่ง หรือประเทศผู้นำเข้า เพื่อจะได้ทราบแนวโน้มการส่งเสริมการส่งออกของต่างประเทศ ได้ถูกต้อง

11. ควรศึกษา กำหนดรูปแบบการส่งออกที่ "ประวิสิทธิ์" ทำให้ผู้ขายชาวไทยไม่ ได้รับความเสียหายได้ และเมื่อรูปแบบที่มั่นคงขึ้นแล้ว ควรรักษาระดับราคา ให้กับผู้ขายในประเทศ มีให้ลูกค้าด้วยแบบระบบการส่งออกแบบกระจาย

บรรณานุกรม

- / กมลลักษณ์ โตสกุล. 2529. "กลยุทธ์ในการส่งเสริมและขยายตลาดผลไม้ไทยในต่างประเทศ". วารสารธนาคารกรุงเทพ ปีที่ 16 (มกราคม 2529): 34-41.
- / กรมการค้าภายใน. 2527. รายงานผลการศึกษากิจการตลาดผักและผลไม้สด.
- / กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. 2526. รายงานการศึกษา เรื่องวิธีการส่งออกผลไม้สด ปี 2525/2526 และแนวโน้มปี 2526/2527. กรุงเทพฯ ฯ : โรงพิมพ์อักษรไทย.
- กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. 2527. รายงานผลการศึกษาโครงการศึกษาเพื่อปรับปรุงระบบตลาดสินค้าเกษตร. กรุงเทพฯ ฯ : สำนักพิมพ์แผนศึกษา.
- กรมพาณิชย์สัมพันธ์. 2530. "ตลาดผักและผลไม้ในต่างประเทศ". วารสารเกษตรอุตสาหกรรม ปีที่ 2 (มีนาคม 2530): 61-64.
- จดหมายเทศาภิบาลหอการค้า. 2527. "เนเธอร์แลนด์นำเข้าผักและผลไม้สดจากประเทศไทย," ฉบับที่ 44 (2 พฤศจิกายน 2527).
- ชาวิท จุกะเสวี. 2529. "ผักและผลไม้" กรุงเทพฯ ฯ : วารสารสมาคมพืชสวน ปีที่ 1 (มกราคม 2529): 34-43.
- ✕ ดำรง ไว้อง. 2529. "โครงสร้างตลาดผลไม้สดและผักสดของกบ," กรุงเทพฯ ฯ : วารสารชาวเกษตร ปีที่ 5 (พฤษภาคม 2529) : 36-41.
- ✕ ประพันธ์ นันทะไชย. 2520. "ประวัติการปรับปรุงพันธุ์ทุเรียน," เอกสารประกอบการสัมมนา เรื่องความก้าวหน้าของการปรับปรุงพันธุ์พืชของกรมวิชาการเกษตร. ณ ห้องประชุมส่งเสริมการเกษตร. (4-8 ตุลาคม 2525).
- ✕ ประภัทรพงษ์ เวชชีวะ. 2529. "ทุเรียนเพื่อส่งออก" กรุงเทพฯ ฯ : วารสารเกษตรการเกษตร ปีที่ 10 (มีนาคม 2529) : 9-16.

ฝ่ายวิชาการ ธนาคารกสิกรไทย. 2527. "ผลไม้ไทย," กรุงเทพฯ ฯ : เอกสารวิชาการ
ธนาคารกสิกรไทย.

ฝ่ายวิชาการ ธนาคารกรุงไทย. 2528. "การปรับปรุงตลาดสินค้าเกษตร," กรุงเทพฯ ฯ :
เอกสารวิชาการธนาคารกรุงไทย.

ไพโรจน์ ผลประสิทธิ์. 2503. "ลวกทุเรียน" กรุงเทพฯ ฯ : วารสารกสิกร ปีที่ 33 ฉบับที่ 1
37-45.

ไพโรจน์ ผลประสิทธิ์. 2529. "อนาคตของผลไม้ไทย," กรุงเทพฯ ฯ : วารสารกสิกร
ปีที่ 59 (พฤษภาคม-มิถุนายน) : 205-214.

มนตรี วงษ์กันทะนิช. 2529. "ถึงผู้ส่งออกพืชผักและผลไม้," กรุงเทพฯ ฯ : วารสารเกษตรการ-
เกษตร ปีที่ 10 (มกราคม 2529) : 21-25.

ระพี สาริก. 2527. วารสารชาวเกษตร ฉบับที่ 4 เล่มที่ 38 (กรกฎาคม 2527).

วารสารเกษตรอุตสาหกรรม, "ตลาดผักและผลไม้ในต่างประเทศ," ปีที่ 2 (21 มีนาคม
2530) : 61-64.

วารสารเศรษฐกิจการพาณิชย์, "อาเซียน คู่แข่งไกลบ้านของประเทศไทย," (กรกฎาคม 2528).

วารสารเศรษฐกิจการพาณิชย์, "สถานการณ์และปัญหาการค้าระหว่างประเทศไทยถึงสหรัฐ-
อเมริกา ประชาคมยุโรป และญี่ปุ่น," (20 สิงหาคม 2529).

วิเชียร รัตนพุก. 2510. "การทำสวนทุเรียนในจังหวัดชุมพร" กรุงเทพฯ ฯ : วารสาร
กสิกร ปีที่ 40 ฉบับที่ 5 : 395-401.

ศักดิ์ศรี เกิดปรีดี. 2494. "ทุเรียนกวนจินตบุรี" กรุงเทพฯ ฯ : วารสารกสิกร ปีที่ 40
ฉบับที่ 5 : 350-356.

สมชาย สุนทรสิงห์. 2529. "อนาคตผลไม้ไทยเพื่อการส่งออก" กรุงเทพฯ ฯ : วารสาร
เกษตรวันนี้ ปีที่ 6 (กรกฎาคม 2529) 18-22.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ๙ สมชาย บรรณกรองอาคม. 2529. "จะเลือกอะไรขึ้น เงาะ มีจุด ที่มีคุณภาพมาตรฐานได้
อย่างไร," กรุงเทพฯ : วารสารชาวเกษตร (เมษายน 2529) 4-9.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้