



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
 ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร
 คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษาภาวะการตลาดส่งออกลำไยของประเทศไทย
 A Study on Condition of Longan Export Marketing

ของ

นางสาววันวิสาข์ อินเทพ

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 6 ตุลาคม พ.ศ. 2537

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ *[Signature]* ... 6.10.37.

(อาจารย์เสาวคนธ์ เลือดกาญจนะ)

กรรมการวิทยานิพนธ์ *[Signature]* ... 6.10.37.

(อาจารย์เสาวรีย์ ตย โพนทอง)

หัวหน้าภาควิชา *[Signature]* ... 6.10.37.

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตยา สิทธิโชค)

รพ. 14565
 ร 4367 - 8 ส.ค. 2541
 ๒๕๓๗

ACC. NO.....
Date Received... 24 ส.ค. 2538
Call No.....

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้า



ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การศึกษาภาวะการตลาดส่งออกลำไยของประเทศไทย

A Study on Condition of Longan Export Marketing



T098162

โดย

นางสาววันวิสาข์ อินเทพ

ปศ.

๒๔๓๖๓

๒๕๓๗

เสนอ

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน ๑๖162

วันเดือนปี 10 June 1967

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2537

✓

ที่เหมาะสมกับการส่งออกจึงได้แก่ พันธุ์อีดอและพันธุ์เขียวเขียว มีการแปรรูปลำไยเป็น 3 ลักษณะ คือ ลำไยกระป๋อง ลำไยตากแห้งและลำไยแช่แข็ง เพื่อเก็บไว้บริโภคได้นานขึ้น โดยมาตรฐานการบรรจุหีบห่อแบ่งเป็น การบรรจุลงแข่งมีน้ำหนักรวมทั้งแข่งประมาณ 25 กิโลกรัม การบรรจุลงกล่องมีน้ำหนักรวมทั้งกล่องประมาณ 16 กิโลกรัมและการบรรจุลำไยลงตะกร้าพลาสติกมีน้ำหนักรวมประมาณ 12.5 กิโลกรัม ด้านการขนส่งสามารถทำได้ 3 ทางคือ ทางบกโดยทางรถยนต์หรือรถไฟออกท่าอากาศยานไปยังมาเลเซียและสิงคโปร์ ทางเรือโดยใช้ท่าเรือคลองเตยเป็นท่าขนส่ง ทางอากาศโดยใช้ท่าอากาศยานเชียงใหม่และดอนเมืองกรุงเทพฯ ลำไยที่ส่งออกไปต่างประเทศแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ ลำไยสด ลำไยกระป๋อง ลำไยอบแห้งและลำไยแช่แข็ง ตลาดส่งออกลำไยของไทยส่วนใหญ่อยู่ในเอเชีย แคนาดา ออสเตรเลีย สิงคโปร์และมาเลเซีย คิดเป็นปริมาณการส่งออกร้อยละ 80 ส่วนสหรัฐฯ ยุโรป และแคนาดา คิดเป็นปริมาณส่งออกร้อยละ 20 ของปริมาณส่งออกทั้งหมดของไทย ตลาดลำไยในต่างประเทศที่สำคัญได้แก่ ออสเตรเลีย สิงคโปร์และสหรัฐอเมริกา

จากการศึกษาเรื่องนี้มีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการขยายตลาดส่งออก โดยพิจารณาในด้านการผลิตคือ ให้รัฐบาลทำการเสนอแนวทางการถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการผลิตลำไย การประสานงานกับภาคเอกชนและการส่งเสริมด้านการผลิตอย่างจริงจัง ส่วนในด้านการตลาดคือให้รัฐบาลจัดให้มีตลาดกลางลำไยตามจังหวัดที่เป็นแหล่งผลิตที่สำคัญ ให้เกษตรกรรวมตัวกันเพื่อการต่อรองกับพ่อค้าในด้านราคาและให้รัฐบาลส่งเสริมให้มีอุตสาหกรรมแปรรูปลำไยและมีห้องเย็นในท้องถิ่นเพื่อให้ผลผลิตลำไยมีคุณภาพมากขึ้น ส่วนทางด้านลู่ทางการส่งออกลำไยของประเทศไทยไปยังต่างประเทศมีข้อเสนอแนะคือ ผู้ส่งออกควรรักษาคุณภาพของลำไยที่ส่งออกไปให้ตรงตามมาตรฐานของแต่ละประเทศต้องการ ทั้งในด้านปริมาณสารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ที่ใช้ในการถนอมคุณภาพลำไยสด ความรวดเร็วในการขนส่ง โดยเฉพาะในตลาดออสเตรเลีย ควรมีการเพิ่มเที่ยวบินไปออสเตรเลียจากท่าอากาศยานเชียงใหม่ในช่วงที่ผลผลิตลำไยออกสู่ตลาด ด้านการบรรจุหีบห่อควรมีการบรรจุลงในภาชนะที่ดึงดูดใจผู้บริโภคมากขึ้น โดยอาจบรรจุลำไยสดลงกล่องกระดาษลูกฟูกมากกว่าการบรรจุลงแข่งหรือตะกร้าพลาสติกเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของลำไยด้วย

คำนิยม

ขอขอบพระคุณ อาจารย์เสาวคนธ์ เลือดกาญจนะอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ และอาจารย์เสาวรีย์ ตะโพหนอง กรรมการปัญหาพิเศษ ซึ่งท่านทั้งสองได้ให้คำแนะนำและชี้แนวทางตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องทางด้านภาษาและการแต่งสำนวนต่าง ๆ ให้มีความถูกต้องจนปัญหาพิเศษฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้และขอขอบพระคุณผู้พิมพ์ ที่คอยให้คำแนะนำในเรื่องต่าง ๆ รวมทั้งเพื่อน ๆ ที่คอยให้กำลังใจ

สุดท้ายนี้ ข้าพเจ้าขอขอบคุณทุกคนในครอบครัวของข้าพเจ้าที่ให้กำลังใจที่ดีและกำลังใจที่ทรนั้แก่ข้าพเจ้ามาโดยตลอด

วันวิสาข อิบเทพ

ตุลาคม 2537

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(5)
สารบัญตารางภาคผนวก	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
ขอบเขตของการศึกษา	5
นิยามศัพท์	6
การตรวจเอกสาร	6
วิธีการศึกษา	9
บทที่ 2 ภาวะการผลิตลำไยของประเทศไทย	10
สถานการณ์การผลิตลำไยของประเทศไทย	10
ต้นทุนการผลิตลำไย	21
แนวโน้มการผลิตลำไย	21
บทที่ 3 การตลาดลำไยของประเทศไทย	25
ความต้องการทางการตลาดของลำไย	28
การตลาดลำไย	28
บทที่ 4 ภาวะการส่งออกลำไยของประเทศไทย	45
สู่ทางการส่งออกลำไยของประเทศไทย	60
นโยบายและมาตรการของรัฐบาลในการส่งออกลำไยของประเทศไทย	71
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	80
สรุป	80
ปัญหาและข้อเสนอแนะ	82

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
ปัญหาและข้อเสนอแนะ	82
เอกสารอ้างอิง	90
ภาคผนวก	93
ภาคผนวก ก. ราคาลำไยพันธุ์อู๊ดอ เกรตเอ	94
ภาคผนวก ข. รายชื่อบริษัทส่งออกลำไยสดและลำไยแช่แข็ง	95
รายชื่อบริษัทส่งออกลำไยกระป๋อง	98

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ปริมาณและมูลค่าส่งออกผลไม้สดของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2534-2536	3
2	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยสดของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2534-2536	4
3	พื้นที่เพาะปลูกและผลผลิตลำไยรวมตามรายภาค ปีการผลิต 2532/33-2534/35	11
4	ปริมาณผลผลิตลำไยรายจังหวัด ปี พ.ศ. 2534-2536	12
5	ต้นทุนการผลิตลำไยเฉลี่ยต่อไร่	22
6	รายรับ-รายจ่ายในการปลูกลำไยต่อปี	23
7	เป้าหมายการผลิตลำไย ปีพ.ศ. 2535-2539	24
8	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยของประเทศไทยจำแนก ตามประเภทเฉลี่ย ปี พ.ศ. 2534-2536	46
9	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยสดของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2534-2536	50
10	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยกระป๋องของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2534-2536	52
11	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยอบแห้งของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2535-2536	55
12	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยแช่แข็งของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2535-2536	58
13	ข้อมูลการนำเข้าลำไยของฮ่องกง สิงคโปร์	69
14	ข้อมูลการนำเข้าลำไยของมาเลเซีย บรูไน	70
15	มาตรการควบคุมการนำเข้าและส่งออกลำไยสด	73
16	มาตรการควบคุมการนำเข้าและส่งออกลำไยแห้ง ลำไยกระป๋อง	74

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
	ลำไยกระป๋อง	
17	ปัญหาและมาตรการแก้ไข/ส่งเสริมการส่งออกปี 2537 ผลไม้สดแช่เย็นจนแข็ง	75

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1	20
2	27
3	29
4	35
5	39
6	40
7	42
8	47
	ตามประเภทโดยเฉลี่ย ปี พ.ศ. 2536
9	51
	ของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2536
10	53
	ของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2536
11	57
	ของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2536
12	59
	ของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2536

สารบัญตารางภาคผนวก

ตารางภาคผนวกที่	หน้า
1. ราคาลำไยพันธุ์อีดอเกรดเอที่เกษตรกรขายได้ เดือนกรกฎาคม - สิงหาคม ปี พ.ศ. 2534-2536	94

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีพื้นฐานทางด้านเกษตรกรรม มีสภาพภูมิประเทศ และสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมประกอบกับมีปัจจัยการผลิตที่เอื้ออำนวย ทำให้สามารถผลิต ผลผลิตทางการเกษตรได้มากเพียงพอสำหรับการบริโภคภายในประเทศและสามารถส่งออก ออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศ ซึ่งสินค้าทางการเกษตรนี้สามารถทำได้ให้กับประเทศ เป็นจำนวนมากในแต่ละปีโดยเฉพาะผลไม้ไทยนับได้ว่าเป็นสินค้าเกษตรกรรมที่มีความสำคัญ และได้รับการเผยแพร่ การโฆษณา ผ่านสื่อมวลชนจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมพาณิชย์สัมพันธ์และสำนักงานที่ปรึกษาการพาณิชย์ประจำประเทศต่าง ๆ ทำให้ผลไม้ ไทยเป็นที่รู้จักของต่างประเทศเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ สำหรับผลไม้ส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ลำไย ทุเรียน สับปะรด มะม่วงและกล้วย เป็นต้น

ลำไยเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญชนิดหนึ่ง เพราะนอกจากจะทำรายได้ ให้เกษตรกรในภาคเหนือได้ปีละมาก ๆ แล้ว ยังทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศจาก การส่งออกได้มากด้วย ลำไยจึงมีบทบาทสำคัญต่อผู้ที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย ทางราชการก็ ได้ให้ความสนใจที่จะส่งเสริมและพัฒนาการผลิตรวมทั้งการส่งออกให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น ลำไย เป็นไม้ผลที่ปลูกง่าย โรคแมลงและศัตรูมีไม่มากเหมือนไม้ผลชนิดอื่น การป้องกันรักษาไม่ ยุ่งยาก ลำไยต้นหนึ่งมีอายุ 20 ปีขึ้นไปและถ้าได้รับการบำรุงรักษาตามสมควรก็จะมีอายุ การตกผลได้นานถึง 80-90 ปี สำหรับแหล่งเพาะปลูกลำไยที่สำคัญจะอยู่ในภาคเหนือและ มีมากที่จังหวัดเชียงใหม่และลำพูน โดยการผลิจะออกสู่ตลาดมากในช่วงเดือนกรกฎาคม ถึงเดือนกันยายนและจะให้ผลผลิตมากปีเว้นปี ถ้าปีใดมีผลผลิตออกมามากก็ต่อไปผลผลิต จะลดน้อยลง กรมการค้าต่างประเทศได้กำหนดคุณภาพของผลลำไยสดในลักษณะมาตรฐาน แนะนำ เพื่อสร้างความเชื่อถือในตลาดต่างประเทศโดยได้แบ่งเป็นเกรด A ได้แก่ลำไย ที่มีขนาดไม่เกิน 75 ผลต่อกิโลกรัม เกรด B ขนาด 76-95 ผลต่อกิโลกรัม ซึ่งเป็นขนาด

ที่ตลาดต่างประเทศมีความต้องการและเชื่อถือเป็นแนวทางปฏิบัติได้ทั่วไป สำหรับลำไยเกรตคละไม่เป็นที่นิยมของตลาดต่างประเทศและมักมีปัญหาเรื่องราคา ลักษณะของลำไยจะต้องมีสีสรรเป็นธรรมชาติ รสหวาน เนื้อไม่แห้ง ดังนั้นพันธุ์ลำไยที่เหมาะสมกับการส่งออกจึงได้แก่ พันธุ์ค้อและพันธุ์เบ็ญจเขียว เมื่อพิจารณาตามมูลค่าการส่งออกลำไยสดมีมูลค่าการส่งออกสูงสุดของผลไม้สดไทยที่ทำการส่งออกในปี 2536 โดยมีมูลค่าการส่งออก 398 ล้านบาท (ตารางที่ 1) ตลาดลำไยที่สำคัญในต่างประเทศได้แก่ อ่องกง สิงคโปร์ แคนาดา มาเลเซียและอินโดนีเซีย ในปี 2536 ได้มีการส่งออกลำไยสดไปยังอ่องกงมีมูลค่าสูงถึง 230.7 ล้านบาท (ตารางที่ 2) และอาจกล่าวได้ว่าลำไยเป็นผลไม้เพียงชนิดเดียวที่เกือบไม่มีปัญหาทางด้านคู่แข่ง เนื่องจากประเทศผู้ผลิตอื่น ๆ ได้แก่ จีนและไต้หวัน ในปัจจุบันยังไม่สามารถแข่งขันกับประเทศไทยได้ ทั้งในด้านราคาและคุณภาพ กล่าวคือลำไยของจีนคุณภาพไม่ดี ผลเล็ก ในขณะที่ไต้หวันมีกำลังการผลิตลดลงและต้นทุนสูง รวมถึงระยะเวลาการออกสู่ตลาดแตกต่างกัน แม้ว่าตลาดส่งออกลำไยจะเป็นกลุ่มเดียวกัน แต่ก็ไม่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการส่งออกลำไยของไทย

เนื่องจากลำไยสดเป็นสินค้าที่เน่าเสียง่าย การขนส่งจึงจำเป็นต้องกระทำอย่างรวดเร็ว การขนส่งทางอากาศจึงมีความเหมาะสมที่สุด แต่ระหว่างในการขนส่งทางเครื่องบินมีจำกัด บางครั้งอาจมีสินค้าที่มีมูลค่าสูงและมีความเร่งด่วนในการขนส่ง เช่น สิ่งทอ ดอกกล้วยไม้ เข้ามาแข่งขันโดยเฉพาะในช่วงเวลาที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมาก ระวังบรรทุกเครื่องบินจึงมีไม่เพียงพอที่จะรองรับปริมาณสินค้าที่เพิ่มขึ้น ส่วนปัญหาการขนส่งทางรถยนต์ผ่านแดนมาเลเซีย ไปยังสิงคโปร์ถูกจำกัด โดยข้อบังคับของมาเลเซียทำให้ขนส่งได้น้อยและไม่สะดวก เมื่อพิจารณาปัญหาการกีดกันทางการค้า จะเกิดขึ้นในหลายประเทศที่มีกำลังซื้อสูงและความต้องการของผู้บริโภคมีมาก แต่รัฐบาลเข้ามาควบคุมทางด้านโรคพืชและแมลง จึงกีดกันการนำเข้า เป็นเหตุให้ลำไยสดของไทยเข้าสู่ตลาดได้น้อยทำให้ตลาดไม่กว้างเท่าที่ควร ซึ่งตลาดเหล่านี้ได้แก่ สหรัฐฯ ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น เกาหลี เป็นต้น ด้านปัญหาการตกค้างของสารเคมีที่ใช้ถนอมคุณภาพลำไย ปัจจุบันได้มีการใช้สารซิลิเฟอไรต์ไดออกไซด์ มาใช้ในการยืดอายุการเก็บรักษาให้ยาวนานขึ้น ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาสารตกค้าง อันไม่เป็นที่ยอมรับของประเทศผู้นำเข้าส่วนใหญ่ ประเทศที่อนุญาต

ให้ใช้สารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ในการรักษาคุณภาพลำไย คือ อ่องกง และ เนเชอร์แลนด์ อนุญาตให้มีการตกค้างของสารนี้ได้ไม่เกิน 350 และ 100 พีพีเอ็ม (ppm.) ตามลำดับ จากปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น จึงจำเป็นที่ผู้ผลิต ผู้ส่งออกและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมกันพัฒนาคุณภาพตามที่ต้องการ โดยเฉพาะตรงตามกฎระเบียบของประเทศผู้นำเข้า ดังนั้น จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควรจะทำการศึกษาภาวะการผลิตลำไยเพื่อการส่งออก ตลอดจนปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นและหาแนวทางแก้ไขเพื่อที่จะผลักดันให้ลำไยเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญในการส่งออกของไทยต่อไปในอนาคต

ตารางที่ 1 ปริมาณและมูลค่าส่งออกผลไม้สดของประเทศไทย

(ปริมาณ: เมตริกตัน)

(มูลค่า: ล้านบาท)

รายการ	พ.ศ.					
	2534		2535		2536	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ส้มโอ	7,039	66.6	5,889	71.9	5,083	53.2
มะม่วง	3,236	26.1	3,947	31.6	2,940	26.1
ลำไย	7,618	162.6	12,811	297.7	21,310	398.0
ทุเรียน	7,978	151.1	15,116	274.1	18,641	379.4
เงาะ	871	7.1	1,700	10.7	1,196	8.7
ลิ้นจี่	563	18.7	1,447	59.2	1,862	72.7

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ , 2537)



ตารางที่ 2 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยสดของประเทศไทย

(ปริมาณ: เมตริกตัน)

(มูลค่า: ล้านบาท)

ประเทศ นำเข้า	พ.ศ.					
	2534		2535		2536	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ฮ่องกง	5,426	91.5	7,281	148.7	13,080	230.7
สิงคโปร์	988	37.3	1,974	49.9	3,031	48.0
แคนาดา	372	14.5	890	40.5	1,315	40.1
มาเลเซีย	478	9.7	1,780	33.0	1,088	22.0
อินโดนีเซีย	214	2.9	536	12.4	1,544	32.8
ประเทศอื่น ๆ	140	6.7	350	13.2	1,252	24.4

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ , 2537)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปเกี่ยวกับภาวะการผลิตและการตลาดลำไยเพื่อการส่งออกของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาถึงโครงสร้างการตลาด ปริมาณการส่งออก ส่วนแบ่งตลาด ลักษณะการแข่งขัน วิถีการตลาดและลู่ทางการส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ได้แก่ ออสเตรเลีย สิงคโปร์ มาเลเซียและบรูไน
3. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกลำไยของประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงสภาพทั่วไปทางการผลิตและการตลาดลำไยเพื่อการส่งออก
2. ทำให้ทราบถึงโครงสร้างการตลาด ปริมาณการส่งออก ส่วนแบ่งตลาด ลักษณะการแข่งขัน วิถีการตลาด และลู่ทางการส่งออกลำไยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ
3. เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษามาใช้ในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกลำไยพร้อมทั้ง เป็นแนวทางในการขยายตลาดการส่งออกลำไยของประเทศไทยต่อไป

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษเกี่ยวกับภาวะการตลาดส่งออกลำไยของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2534 - 2536 โดยศึกษาถึงโครงสร้างทางการตลาดลำไยของประเทศไทยซึ่งได้แก่ แหล่งผลิต วิธีการซื้อขาย วิถีการตลาด ส่วนแบ่งตลาด ลักษณะการแข่งขัน ตลอดจนศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกลำไยของประเทศไทยไปยังตลาดต่างประเทศที่สำคัญ ได้แก่ ออสเตรเลีย สิงคโปร์ มาเลเซีย และบรูไน

นิยามศัพท์

ลำไยพันธุ์หนัก หมายถึง ลำไยที่ออกดอกประมาณปลายเดือนมกราคมและเก็บเกี่ยวประมาณเดือนสิงหาคม เช่น พันธุ์เบี้ยว เบี้ยวและพันธุ์แห้ว

ลำไยพันธุ์กลาง หมายถึง ลำไยที่ออกดอกประมาณปลายเดือนธันวาคมและเก็บเกี่ยวประมาณต้นเดือนสิงหาคม เช่น พันธุ์สีชมพู พันธุ์กะโหลกใบดำและพันธุ์แดงกลม

ลำไยพันธุ์เบา หมายถึง ลำไยที่ออกดอกประมาณต้นเดือนธันวาคมและเก็บเกี่ยวได้ในเดือนกรกฎาคม ได้แก่ พันธุ์อึดอ

การตรวจเอกสาร

พิชัย สราญรมย์ (2532) ได้ศึกษาถึงความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับลำไย โดยกล่าวถึงความสำคัญและประโยชน์ ด้านคุณค่าทางอาหาร ภาวะการผลิต ปัจจัยควบคุมการเจริญเติบโตของลำไย การตลาดและการส่งออกลำไย รวมทั้งรูปแบบด้านการขายลำไยของชาวสวนซึ่งแบ่งเป็น 3 ลักษณะคือการขายเหมาทั้งสวนในลักษณะขายล่วงหน้า การขายโดยตรงในตลาดท้องถิ่นและระบบการฝากขาย ตลาดขายส่งลำไยในกรุงเทพฯ ที่สำคัญคือ ตลาดอตก. และตลาดคลองเตย ส่วนด้านการส่งออกลำไยมีตลาดที่สำคัญได้แก่ อ่องกง สิงคโปร์ และมาเลเซีย พันธุ์ลำไยที่ตลาดต่างประเทศนิยมบริโภคคือ พันธุ์อึดอซึ่งมีเนื้อค่อนข้างขาวและรสชาติดี รองลงมาได้แก่พันธุ์แห้ว เฉพาะตลาดที่สิงคโปร์และมาเลเซียผู้บริโภคนิยมบริโภคลำไยเปลือกเปียกน้ำหรือชุ่มน้ำ ซึ่งต่างกับตลาดอ่องกงที่ผู้บริโภคริชอบลำไยเปลือกแห้งไม่อมน้ำนอกจากนี้ยังได้กล่าวถึงแนวทางการแก้ไขและปัญหาในการจำหน่าย ตลอดจนราคาที่ได้รับและข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการปลูกลำไย โดยเสนอแนวทางการสร้างสวนลำไยให้ขยายตัวออกไปได้ 2 ทางคือ การขยายสวนลำไยอยู่ในจังหวัดเดิม และขยายออกไปยังจังหวัดอื่นที่มีสภาพภูมิอากาศและสภาพภูมิประเทศใกล้เคียงกัน

นิรนาม (2535) ได้กล่าวถึงความนิยมบริโภคลำไยทั้งแบบสดและแบบบรรจุกระป๋องของชาวบรูไนว่า ชอบซื้อฝากเป็นของขวัญในโอกาสต่าง ๆ เพราะคุณภาพของ

ลำไยสดจากประเทศไทยได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในตลาดบรูไน ซึ่งผู้ผลิตรายใหญ่ เช่น มาลี บีซี ได้มีการปรับปรุงคุณภาพให้ได้มาตรฐานสากลอย่างเคร่งครัดอยู่แล้ว ดังนั้นลำไยสดจึงเป็นผลไม้ที่ได้รับความนิยมบริโภคจากชาวบรูไนรองจากทุเรียนและมะม่วงสำหรับราคาขายปลีกในบรูไนประมาณกิโลกรัมละ 100-116 บาท นับว่าได้ผลตอบแทนในอัตราที่สูงมาก ส่วนในด้านการสต็อกสินค้าคงเหลือของห้างสรรพสินค้าจะมีไม่มากนัก โดยจะสั่งซื้อสินค้าให้เพียงพอต่อการบริโภคประมาณ 2-3 เดือน เมื่อสินค้าหมดก็จะสั่งซื้อสินค้าเข้ามาใหม่ เพราะถ้าสินค้ามีมากเกินไปความต้องการก็จะทำให้เกิดการเน่าเสียและราคาสินค้าจะลดลง ดังนั้นโอกาสที่จะขยายตลาดการจำหน่ายผลไม้สด โดยเฉพาะลำไยในบรูไนควรมีการเพิ่มเที่ยวบินเพื่อบรรทุกผักและผลไม้ให้มากขึ้น

นิรนาม (2535) ได้กล่าวถึงการพัฒนาการใช้สารกำมะถันบรรจุของแทนการรมควันลำไยในห้องอบ โดยการวิจัยของสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพมากในการควบคุมโรคเน่าหลังการเก็บเกี่ยวผลลำไยสด เนื่องจากการทำลายของเชื้อจุลินทรีย์และช่วยยับยั้งปฏิกิริยาการเปลี่ยนแปลงเป็นสีน้ำตาลของเปลือกหัวได้เป็นอย่างดี ลำไยจึงมีสีสวยงามและอายุการวางจำหน่ายยาวนานขึ้นทำให้ลำไยสดที่ส่งออกไปขายในตลาดต่างประเทศมีคุณภาพเป็นที่น่าพอใจ

สำนักงานเกษตรภาคเหนือ (2535) ได้ศึกษาสถานการณ์ด้านการผลิต การตลาด คุณภาพผลผลิตลำไยในปัจจุบันและในอนาคต ปัญหาในด้านการจำหน่ายลำไย ได้แก่ ชาวสวนไม่สามารถรวมตัวกันได้ ทำให้ไม่สามารถตั้งราคาผลผลิตของตนเองได้ ถ้าหากเกษตรกรสามารถรวมตัวกันได้แล้วก็จะทำให้มีอำนาจในการต่อรองราคา ต้นทุนการผลิตจะลดลงจากการซื้อปัจจัยการผลิตในปริมาณมาก เมื่อพิจารณาทางด้านราคาจะเห็นว่าลำไยจะมีราคาสูงมากในระยะต้น ๆ ที่มีผลผลิตออกสู่ตลาด จากนั้นราคาลำไยจะลดลงอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ เนื่องจากการรีบส่งออกลำไยที่ยังไม่แก่จัดทำให้เกิดผลเสียต่อราคา เพราะลำไยไม่ได้คุณภาพตามที่ตลาดต้องการ นอกจากนี้มีการปลอมปนคุณภาพสินค้า โดยในด้านบนของภาชนะบรรจุเป็นลำไยที่ได้ขนาด คุณภาพดีแต่ด้านล่างจะเป็นลำไยที่ต้อยคุณภาพ ในด้านการขนส่ง การแปรรูป การตัดเกรด เท่าที่ผ่านมาไม่มีปัญหา ส่วนใหญ่เป็นไปตามมาตรฐาน สำหรับ

คุณภาพลำไยสดที่ตลาดต่างประเทศต้องการคือ พันธุ์ดีและเป็นพันธุ์ที่ต่างประเทศนิยมบริโภคมากกว่าพันธุ์อื่น สีของลำไยต้องดี เมล็ดโต มีความสด ซึ่งการจะรักษาความสดของลำไยไว้ได้นั้นขึ้นอยู่กับ การขนส่ง เป็นสำคัญซึ่งวิธีขนส่งลำไยที่ดีที่สุดคือโดยทางเครื่องบินแต่ข้อเสียของวิธีนี้ คือ ค่าระวางค่อนข้างสูง ลำไยที่จะส่งไปต่างประเทศต้องปราศจากสารพิษ ซัลเฟอร์ไดออกไซด์ตกค้างและลำไยต้องแก่เต็มที่ เพราะจากถ้าลำไยยังไม่แก่เต็มที่คุณภาพจะลดลง

นิรนาม (2536) กล่าวว่า ผักและผลไม้ไทยมีโอกาสที่จะขยายตลาดมากขึ้นในประเทศเนเธอร์แลนด์โดยเฉพาะผักและผลไม้สดประเภทที่เป็นที่นิยมบริโภคดั่งนั้นในการคัดเลือกผลผลิตที่มีคุณภาพพิเศษ มีศักยภาพสูงในการพัฒนาตลาด ควรมุ่งเน้นการส่งเสริมการตลาดและการส่งออกอย่างสม่ำเสมอ ประเทศเนเธอร์แลนด์นับเป็นตลาดอีกแห่งหนึ่งที่รองรับผักและผลไม้ไทย เรียกได้ว่าเป็นศูนย์กลางการจำหน่ายของยุโรป เนื่องจากมีการนำเข้าจากไทยเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งการนำเข้าในปี 2535 มีมูลค่าสูงถึง 4 หมื่นล้านบาท

นิรนาม (2537) ได้กล่าวถึงการส่งเสริมการปลูกลำไยของเกษตรกรจังหวัดอุบลราชธานีว่า ในปัจจุบันมีพื้นที่ปลูกลำไยทั้งสิ้น 188 ไร่ ให้ผลผลิตแล้ว 88 ไร่ ผลผลิตเฉลี่ยไร่ละ 1,400 กิโลกรัม โดยในปีนี้สามารถสร้างรายได้ให้จังหวัดอุบลราชธานี 2.5 ล้านบาท ซึ่งลำไยสามารถปลูกได้ผลดีในจังหวัดอุบลราชธานี โดยเฉพาะในเขตพื้นที่อำเภอน้ำยืน, โพธิ์ไทร, เขมราฐ, โขงเจียมและอำเภอศรีเมืองใหม่ รสชาติและผลผลิตอยู่ในเกณฑ์ดีมากไม่แพ้ลำไยจากภาคเหนือ ลำไยของจังหวัดอุบลราชธานีจะเริ่มออกสู่ตลาดเดือนมิถุนายนไปจนถึงเดือนสิงหาคม ผลตอบแทนจากการปลูกลำไย 1 ไร่จะได้ประมาณ 20,000 - 25,000 บาทต่อปี จึงนับว่าลำไยเป็นพืชที่น่าสนใจอีกชนิดหนึ่ง

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่น่ามาใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิรายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 - 2536 ซึ่งค้นคว้าจากเอกสาร วารสาร บทความ ข้อมูลทางด้านสถิติที่ทางหน่วยงานราชการและเอกชนได้ศึกษารวบรวมไว้ เช่น กรมการค้าต่างประเทศ กรมการค้าภายใน กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด กรมส่งเสริมการเกษตร กรมศุลกากร และมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ศึกษาโครงสร้างการตลาด แหล่งผลิต วิธีการจำหน่าย วิถีการตลาด ลักษณะการแข่งขันและลู่ทางการส่งออกลำไยของประเทศไทยจะศึกษาและวิเคราะห์ผลในเชิงพรรณนา (Descriptive method) โดยนำเสนอในรูปแบบบทความ ตารางและแผนภาพประกอบคำอธิบาย
2. ศึกษาส่วนแบ่งการตลาดลำไยของประเทศไทย ไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ได้แก่ ออสเตรเลีย สิงคโปร์ มาเลเซียและบรูไน จะใช้วิธีการศึกษาโดยใช้สถิติอย่างง่ายและนำเสนอในรูปตารางเป็นอัตราส่วนหรือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยรวมทั้งแผนภาพเพื่อช่วยในการอธิบาย
3. นำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการขยายตลาดการส่งออกลำไยของประเทศไทยให้กว้างขวางและเหมาะสมกับความต้องการของตลาดต่างประเทศมากยิ่งขึ้น

บทที่ 2

ภาวะการผลิตลำไยของประเทศไทย

สถานการณ์การผลิตลำไยของประเทศไทย

ลำไยเป็นไม้ผลกิ่งเมืองร้อนตระกูลเดียวกับกับลิ้นจี่และเงาะ มีถิ่นกำเนิดทางแถบจีน พม่า อินเดียตอนใต้ แหล่งผลิตที่สำคัญได้แก่จีน ไทยได้นำพันธุ์เข้ามาปลูกนานกว่า 150 ปีมาแล้ว แหล่งเพาะปลูกใหญ่อยู่ทางภาคเหนือตอนบน ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน น่าน เชียงราย แพร่ ลำปางและพะเยาหรือประมาณร้อยละ 94 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ รองลงมาคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือประมาณร้อยละ 4.5 และภาคตะวันออกมีการผลิตประมาณร้อยละ 1.5 ลำไยเป็นผลไม้สดที่ส่งออกและทำรายได้ให้ประเทศมากเป็นอันดับสูงสุดทั้งนี้เพราะมีประเทศคู่แข่งข้าน้อยแต่ลำไยก็มีข้อจำกัดในการผลิตหลายประการ เช่น เป็นผลไม้ที่เน่าเสียง่าย เก็บรักษาผลผลิตไว้ได้ไม่นาน ต้องการสภาพภูมิอากาศหนาวเย็นในการติดดอกออกผล ลำไยจะเจริญเติบโตและออกดอกติดผลดีที่สุดที่อุณหภูมิ 20 - 25 องศาเซลเซียส ปริมาณน้ำฝน 1,200 - 1,400 มิลลิเมตร เจริญเติบโตได้ดีในดินที่มีความอุดมสมบูรณ์สูง การระบายน้ำดี ไม่ชอบดินเหนียวจัด ระยะติดผลเป็นช่วงฤดูแล้ง ต้องการการให้น้ำที่สม่ำเสมอผลผลิตจึงจะมีคุณภาพดี

พื้นที่เพาะปลูกลำไยของประเทศไทย

ในปีการเพาะปลูก 2534/35 มีเนื้อที่เพาะปลูกลำไยทั้งประเทศ 199,086 ไร่ โดยจะปลูกพันธุ์อีดอมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 65.54 พันธุ์ลิ้นจี่ร้อยละ 9.63 พันธุ์หัวร้อยละ 7.70 พันธุ์เขียวร้อยละ 6.57 และพันธุ์อื่น ๆ ร้อยละ 10.56 แหล่งที่มีพื้นที่ปลูกมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและเชียงรายคิดเป็นร้อยละ 28.76, 26.42 , 9.15 ของพื้นที่ปลูกรวมตามลำดับ ผลผลิตรวมทั้งประเทศมี 86,606 ตัน ผลผลิตส่วนใหญ่เป็นพันธุ์อีดอ คิดเป็นร้อยละ 60.74 พันธุ์ลิ้นจี่ คิดเป็นร้อยละ 12.86 ของผลผลิตรวม แหล่งที่ให้ผลผลิตมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ จังหวัดเชียงใหม่ น่านและ

เชียงราย คิดเป็นร้อยละ 37.03, 16.37 และ 11.90 ตามลำดับ ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ 690 กิโลกรัม ลำไยพันธุ์สีชมพูให้ผลผลิตเฉลี่ยได้สูงสุด 935 กิโลกรัมต่อไร่ ราคาขาย ผลผลิตกิโลกรัมละ 21.59 บาทลำไยพันธุ์เขียวเขียวมีราคาสูงสุด 24.85 บาทต่อกิโลกรัม สถานการณ์ปลูกลำไยเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2532/33 พบว่ามีแนวโน้มการปลูกลำไยเพิ่มขึ้น คิดเป็นอัตราเพิ่มร้อยละ 24.51 จังหวัดจันทบุรีมีการเพิ่มเนื้อที่ปลูกสูงสุดคิดเป็นอัตราเพิ่ม ร้อยละ 132.51 รองลงมาคือเชียงใหม่มีเนื้อที่ปลูกเพิ่มคิดเป็นร้อยละ 64.97 ผลผลิตรวม สูงกว่าปี 2532/33 จำนวน 29,542 ตันคิดเป็นอัตราเพิ่มร้อยละ 51.77 จังหวัดเชียงใหม่ ให้ผลผลิตเพิ่มมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 271.21 โดยพันธุ์อีดอมีผลผลิตเพิ่มสูงสุดร้อยละ 51.59 ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่สูงกว่าปี 2532/33 คิดเป็นร้อยละ 18.35 เกษตรกรขายผลผลิตได้สูงกว่า ปี 2532/33 คิดเป็นร้อยละ 23.09 (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 เนื้อที่เพาะปลูกและผลผลิตลำไยรวมตามรายภาค ปี 2532/33-2534/35

(พื้นที่ : พันไร่)

(ผลผลิต : พันตัน)

ภาค	พื้นที่ปลูกรวม			ผลผลิตรวม		
	ปีการผลิต 2532/33	2533/34	2534/35	2532/33	2533/34	2534/35
เหนือ	148.176	171.198	180.827	53.199	102.407	82.620
ตะวันออกเฉียงเหนือ	6.666	7.050	7.039	3.713	3.653	3.193
กลาง	-	0.035	0.035	-	0.042	0.044
ตะวันออก	4.710	4.778	10.823	0.158	0.156	0.593
ตะวันตก	0.354	0.362	0.362	0.077	0.155	0.156
รวมทั้งประเทศ	159.906	183.423	199.086	57.147	106.413	86.606

ที่มา : (กรมส่งเสริมการเกษตร , 2535)

ปริมาณผลผลิตลำไยของประเทศไทย

ปริมาณผลผลิตลำไยในแต่ละปีไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศ และความสมบูรณ์ของต้นลำไย จากข้อมูลตั้งแต่ปี 2534-2536 พบว่าในปีที่ต้นลำไยติดผลน้อย ปริมาณผลผลิตจะอยู่ในระดับ 17,000-30,000 ตัน ในปีที่ต้นลำไยติดผลมากปริมาณผลผลิตจะอยู่ระดับ 90,000-120,000 ตัน ในปี 2536 ลำไยติดผลมากเนื่องจากสภาพอากาศเหมาะสมกล่าวคือ มีอากาศหนาวเย็นต่อเนื่องตลอดช่วงฤดูหนาวและมีฝนตกสม่ำเสมอ

ตารางที่ 4 ปริมาณผลผลิตลำไยรายจังหวัด ปี พ.ศ. 2534-2536

(หน่วย : ตัน)

จังหวัด	2534	2535	2536
เชียงใหม่	14,400	46,446	43,746
ลำพูน	3,450	33,231	34,643
น่าน	2,770	4,400	9,199
เชียงราย	3,862	6,294	9,025
แพร่	1,870	4,580	6,745
ลำปาง	2,210	2,040	4,733
พะเยา	1,260	2,800	3,545
รวม	29,876	99,791	111,636

ที่มา : (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ , 2536)

พันธุ์ลำไย

ลำไยที่ปลูกในประเทศไทยสามารถแบ่งตามลักษณะการเจริญเติบโตเป็น 2 ประเภทคือ ลำไยเครือและลำไยต้น

ลำไยเครือ มีอยู่กระจัดกระจายทั่วประเทศไทย โดยเฉพาะทางภาคเหนือ แถบเทือกเขาภูพาน มีการขยายพันธุ์ลำไยประเภทนี้ออกเป็นไม้ประดับ ลักษณะการเจริญเติบโตคล้ายกับเฟื่องฟ้า ส่วนของผล ใบ ดอกเหมือนกับลำไยต้นแต่ว่ามีขนาดเล็ก เมล็ดโต ใบสั้น ไม่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจจึงมีการปลูกในแง่ของไม้ประดับหรือปลูกเพื่ออาศัยร่มเงามากกว่า

ลำไยต้น เป็นลำไยที่รู้จักกันทั่วไป แบ่งออกเป็นสองชนิดคือ

ลำไยพื้นเมือง (ลำไยกระดุกหรือลำไยผลเล็ก) มีผลเล็ก เมล็ดโต เนื้อบาง ให้ผลดก เปลือกลำต้นขรุขระมาก ต้นตรง ปัจจุบันนิยมใช้ทำต้นตอ

ลำไยกระโหลก เป็นลำไยที่นิยมบริโภคกันมากปัจจุบันมีพันธุ์ใหม่ ๆ มาก พันธุ์ที่สำคัญในปัจจุบัน ได้แก่ พันธุ์แดงกลม พันธุ์อีตอ หัว สีมพู เบี้ยวเขียวและกะโหลกใบดำ

1. พันธุ์แดงกลม หรืออีแดง มีอยู่ 2 ชนิดคือ "แดงเปลือกหนา" กับ "แดงเปลือกบาง" แดงเปลือกหนามีขนาดของใบใหญ่ รูปร่างค่อนข้างป้อมใกล้เคียงกับใบเงาะ แผ่นใบเป็นคลื่น ขอบใบเรียบ ใบมีสีเขียวแก่มีใบย่อย 3 คู่ สำหรับแดงเปลือกบาง ใบมีขนาดปานกลาง รูปร่างค่อนข้างยาว แผ่นใบเรียบ โคนใบเรียวมากกว่าปลายใบ มักมีใบย่อย 4 คู่ ผลมีขนาดเล็กกว่าพันธุ์แดงเปลือกหนา ผิวเปลือกเรียบไม่หนา เนื้อในสีขาวครีม เช่นเดียวกับแดงเปลือกหนา แต่มีน้ำมากและบางกว่าขนาดของเมล็ดโตใหญ่เช่นเดียวกับแดงเปลือกหนา ลำไยพันธุ์แดงเป็นพันธุ์ที่ให้ผลดกที่สุด มีความสม่ำเสมอในการออกผลดี ออกเป็นพวงเต็มต้น แต่มีราคาต่ำเพราะผลเล็ก เมล็ดโต เนื้อบางและแตกง่าย เก็บไว้ได้นาน ไม่ทนต่อสภาพแห้งแล้งและไม่ต้านทานต่อสภาพน้ำขังที่โคนต้น

2. พันธุ์อิตอ หรือพันธุ์ดอ เป็นพันธุ์ที่ชาวสวนลำไยในภาคเหนือนิยมปลูกกันมากที่สุดในปัจจุบันเพราะสามารถเก็บเกี่ยวผลได้เร็วกว่าพันธุ์อื่น ๆ ทำให้จำหน่ายได้ราคาสูง (ต้นฤดู) และตลาดต่างประเทศนิยม โดยจะออกดอกประมาณต้นเดือนธันวาคมและจะเริ่มเก็บเกี่ยวผลได้ประมาณเดือนมิถุนายนถึงกรกฎาคมจึงจัดเป็นลำไยพันธุ์เบา ลักษณะทั่วไปมีใบค่อนข้างใหญ่ รูปร่างยาวเรียวทั้งส่วนโคนใบและปลายใบ ริมใบเป็นคลื่น เส้นกลางใบและเส้นใบบนเห็นได้ชัด เส้นใบเรียงสลับกันส่วนมากมักมีใบย่อย 3 คู่เยื้องกันเล็กน้อย ใบเมื่ออยู่บนต้นมองดูจะห้อยลู่ลงล่าง เกิดดอกและติดผลง่ายแต่การติดผลนั้นอาจไม่สม่ำเสมอ รูปทรงผลกลมแป้นและ เบี้ยวเล็กน้อย ผิวเปลือกสีน้ำตาลเป็นกระหรือตาห่าง ๆ เนื้อในหนาไม่กรอบหรือค่อนข้างเหนียว สีขาวขุ่น รสชาติหวานปานกลาง เมล็ดมีขนาดใหญ่ปานกลาง

3. พันธุ์อี่แก้ว หรือพันธุ์แก้วเป็นลำไยพันธุ์หนัก ออกดอกราว ๆ ปลายเดือนมกราคมถึงต้นเดือนกุมภาพันธ์ ผลแก่สามารถเก็บเกี่ยวได้ราว ๆ เดือนสิงหาคมเป็นต้นไป เป็นพันธุ์ที่เจริญเติบโตดี สามารถทนต่อความแห้งแล้งได้ดี เส้นกลางใบและเส้นใบสีเขียว มองดูมีลักษณะคล้ายก้างปลา ส่วนมากมีใบย่อย 4-5 คู่ ลำไยพันธุ์นี้แบ่งออกได้ 2 ชนิดคือ "หัวยอดแดง" และ "หัวยอดเขียว" ทั้งสองพันธุ์มีลักษณะแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดคือที่ใบอ่อนหรือยอดอ่อน โดยที่หัวยอดแดงมีใบอ่อนหรือยอดอ่อนเป็นสีแดง ส่วนหัวยอดเขียวเป็นสีเขียว ใบแก่มิขนาดใหญ่ปานกลาง ปลายใบที่ แผ่นใบเป็นคลื่นเล็กน้อย เกิดดอกและติดผลค่อนข้างยากคืออาจให้ผลปีเว้นปี หรือท้องที่บางแห่งอาจให้ผลหนึ่งปีแล้วเว้นไปอีกสองปีจึงค่อยให้ผลใหม่ แต่การติดผลยังมากกว่าพันธุ์เขียวเขียว ขนาดผลปานกลางถึงใหญ่ รูปทรงของผลกลมและเบี้ยว ก้นผลบุ๋ม ผิวเปลือกสีน้ำตาลคล้ำ เปลือกหนามาก เนื้อสีขาวขุ่นแห้งและกรอบที่สุด เมล็ดมีขนาดค่อนข้างเล็ก รสชาติหอมหวานเป็นพันธุ์ที่สามารถเก็บไว้ได้นานเพราะมีเปลือกหนาและโรงงานกระป๋องต้องการมาก สามารถปลูกขึ้นได้ง่ายการเจริญเติบโตรวดเร็ว ไม่ค่อยมีแมลงรบกวน มีช่วงการเก็บผลสั้นถ้าเก็บซ้ารสจะจืด มีข้อสั้น ก้านแข็งทำให้บรรจุกาษาผลเขียวเล็กน้อยจึงปลอมขายเป็นพันธุ์เขียวเขียวซึ่งมีราคาดีกว่า

4. พันธุ์สีชมพู หรืออี่ออน เป็นพันธุ์ที่นิยมปลูกกันมากอีกพันธุ์หนึ่ง จัดเป็นลำไยพันธุ์กลางเพราะออกดอกราว ๆ เดือนมกราคมและสามารถเก็บเกี่ยวผลได้ในราว ๆ

เดือนกรกฎาคมถึงต้นเดือนสิงหาคม ใบอ่อนมีสีแดงอ่อน ๆ ส่วนใบแก่มีสีเขียวเป็นมันแผ่นใบเรียบ ปลายใบบิดเล็กน้อย ก้านใบรวมมีขนาดใหญ่และแข็งแรง ด้านบนมีสีแดงเข้มด้านล่างสีเขียวและที่โคนก้านใบรวมมีจุดประสีน้ำตาลเข้ม เส้นกลางใบและเส้นใบสีเหลืองอมเขียว มักมีใบย่อยประมาณ 4 คู่ กิ่งเปราะหักง่าย เกิดดอกติดผลง่ายปานกลาง แต่การติดผลไม่สม่ำเสมอ ขนาดของผลใหญ่ปานกลาง รูปทรงผลค่อนข้างกลมแต่เขียวเล็กน้อย ผิวเปลือกเรียบไม่ขรุขระมีสีน้ำตาลอมแดง เปลือกหนาแข็งและเปรี้ยว ส่วนเนื้อในหนาปานกลางนุ่มและกรอบ มีสีชมพูเรื่อ ๆ เมื่อผลแก่จัดสีของเนื้อจะเข้มมากขึ้น มีรสชาติหวานจัด มีกลิ่นหอม ซ่อยาว ในปีที่มีสภาพแวดล้อมเหมาะสมดีจะให้ผลผลิตสูงมากแต่มีข้อเสียคือ ต้นไม่ค่อยแข็งแรง ต้องการดินอุดมสมบูรณ์และการดูแลรักษาดี มีน้ำสม่ำเสมอและความชื้นในอากาศสูง พันธุ์นี้เป็นที่นิยมมากทั้งในประเทศและต่างประเทศ

5. พันธุ์เขียวเขียว หรืออีเขียว เป็นลำไยพันธุ์หนึ่งที่ออกดอกติดผลช้ากว่าพันธุ์อื่น ๆ คือจะออกดอกประมาณปลายเดือนกรกฎาคมถึงต้นเดือนกุมภาพันธ์ ผลแก่สามารถเก็บเกี่ยวได้ราว ๆ เดือนกันยายนเป็นต้นไป เป็นพันธุ์ที่มีลักษณะใบยาวคล้ายกับใบมะม่วงแผ่นใบเรียบบางมีสีเขียวเข้ม มักมีใบย่อย 4 คู่ ก้านใบรวมด้านบนมีสีน้ำตาล ด้านล่างเป็นสีน้ำตาลอมเขียว ขนาดของผลใหญ่กว่าทุกพันธุ์ รูปทรงผลกลมแบนและเขียวมากอย่างเห็นได้ชัด เนื้อหนาแห้งกรอบ เมล็ดค่อนข้างเล็ก พันธุ์ที่รู้จักกันแพร่หลาย แบ่งเป็นสองชนิดคือ "เขียวเขียวก้านแข็ง" จะมีเมล็ดและผลโต เนื้อกรอบ เปลือกหนาค้ำกับพันธุ์หัวมาก ผลไม่ตก ออกผลไม่สม่ำเสมอ ก้านช่อสั้น จึงไม่ค่อยนิยมนัก และ "เขียวเขียวก้านอ่อน" มีเนื้อกรอบมาก รสหวานจัด ผลโตสม่ำเสมอ เปลือกหนา เก็บไว้ได้นาน ซ่อยาวให้ผลดกมากจะออกผลช้ากว่าพันธุ์อื่นทำให้มีราคาดี ก้านช่อยาว บรรจุกาษาชะได้สะดวก

6. พันธุ์กะโหลกใบดำ หรืออีดำ มีขนาดของใบเล็กที่สุด ใบแคบสั้น แผ่นใบเรียบสีเขียวอมดำ เส้นใบถี่ โคนใบเรียวมากกว่าปลายใบ ก้านใบรวมใหญ่และแข็ง มีใบย่อย 5 คู่มีการให้ผลสม่ำเสมอออกผลช้า รูปทรงผลค่อนข้างกลมแบนและเขียวเล็กน้อย ผิวเปลือกขรุขระสีน้ำตาลคล้ำกว่าพันธุ์อื่น เปลือกหนาและเหนียว เนื้อในหนาปานกลางรสชาติหวานจัด เมล็ดขนาดเล็ก ซ่อยาว ขนาดผลสม่ำเสมอทำให้บรรจุกาษาชะได้สะดวก

ฤดูกาลผลิตลำไยในประเทศไทย

เนื่องจากลำไยเป็นไม้ผลในเขตร้อนแต่ก็สามารถปลูกและเจริญเติบโตได้ดีในเขตร้อน อย่างไรก็ตามลำไยมีสิ่งจำเป็นประการที่เกี่ยวข้องกับการออกดอกติดผลนั้นคือ ลำไยต้องการดินที่มีความอุดมสมบูรณ์สูงถึงปานกลาง ดินมีการระบายน้ำดี เช่น ดินร่วน ดินร่วนปนทรายหรือดินเหนียว พื้นที่ดินควรมีความสูงพอสมควร ในเขตที่ไม่มีการชลประทาน ลำไยต้องการปริมาณน้ำฝนที่เหมาะสมประมาณ 1,200 - 1,400 มิลลิเมตรต่อปีและมีการกระจายของฝน 100 - 150 วันต่อปี ในช่วงเดือนมีนาคมถึงมิถุนายนจะต้องการน้ำมาก ความชื้นในอากาศในช่วงเดือนมีนาคมถึงเมษายนถ้าลดลงต่ำมากจะทำให้ดอกผลแห้งร่วงไป โดยฤดูกาลผลิตลำไยสามารถแบ่งได้เป็น 2 ช่วงคือ

1. ต้นฤดูฝน ตามปกติแล้วลำไยสามารถปลูกได้ตลอดปี แต่เพื่อการประหยัดน้ำ จึงนิยมปลูกในช่วงต้นฤดูฝนแต่มีข้อเสียคือ ช่วงนี้อากาศค่อนข้างร้อน ความชื้นสูง ทำให้มีแมลงรบกวนมาก

2. ปลายฤดูฝน ประมาณปลายเดือนกันยายนถึงเดือนตุลาคม ช่วงนี้ความชื้นในดินและอากาศมีพอเหมาะ ลำไยจะผลิใบได้ดีมากแต่จะต้องให้น้ำบ้างในระยะหลัง ช่วงนี้เหมาะสมกว่าต้นฤดูฝนเพราะไม่มีโรคและแมลงรบกวน

การเจริญเติบโตและออกดอกผลของลำไยต้องการอุณหภูมิเฉลี่ยประมาณ 20-25 องศาเซลเซียส แต่ในช่วงก่อนออกดอกต้องการอุณหภูมิต่ำประมาณ 10-12 องศาเซลเซียส เมื่อติดผลแล้วอุณหภูมิจะสูงขึ้นก็ไม่เป็นปัญหา แต่ถ้าสูงเกิน 40 องศาเซลเซียสจะทำให้ผลแห้งและแตกได้ โดยธรรมชาติลำไยจะเจริญเติบโตได้ดีในช่วงปลายฤดูฝนต่อฤดูหนาว ซึ่งเป็นช่วงที่ความชื้นในดินกำลังพอเหมาะและความชื้นในอากาศก็มีพอดี อุณหภูมิก็จะเปลี่ยนจากร้อนค่อย ๆ เย็นลงเรื่อย ๆ ทำให้ลำไยแตกใบอ่อนได้ดีมาก พร้อมทั้งการระบาดของพวกแมลงต่าง ๆ ก็ลดน้อยลงไปมากดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าฤดูกาลผลิตที่เหมาะสมในการปลูกลำไยควรอยู่ในช่วงปลายฤดูฝนหรือต้นฤดูหนาวจะดีกว่าต้นฤดูฝน

สำหรับในจังหวัด เชียงใหม่และลำพูนลำไยจะเริ่มมีช่อดอกสังเกตเห็นได้ตั้งแต่ช่วงเดือนธันวาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ ส่วนผลจะเก็บเกี่ยวได้ตั้งแต่เดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคมขึ้นอยู่กับลำไยว่าเป็นพันธุ์หนักหรือพันธุ์เบา ถ้าหากเป็นพันธุ์อึดอีดอง จะเก็บผลได้ตั้งแต่ปลายเดือนมิถุนายนถึงปลายเดือนสิงหาคมและพันธุ์อีดองจะเก็บผลได้ประมาณกลางเดือนสิงหาคมไปถึงปลายเดือนสิงหาคมหรือต้นเดือนกันยายน (จำรัส , 2530 : น.20)

วิธีการปลกลำไย

วิธีการปลกลำไยก็เช่นเดียวกับไม้ผลอื่น ๆ นั่นคือก่อนที่จะทำการปลุกต้นลำไยลงหลุมปลุกต้องเอาภาชนะออกเสียก่อน เพื่อให้รากหลังจากปลุกแล้วชอนไชอาหารได้สะดวก จากนั้นจึงค่อยนำไปวางกลางหลุมให้โคนต้นอยู่ในระดับปากหลุมแล้วเอาดินกลบให้เต็มดั้งเดิม และกดดินบริเวณโคนต้นให้แน่น ใช้ไม้หลักมาปักผูกต้นยึดเอาไว้เพื่อป้องกันต้นโยกในเวลาลมพัด รดน้ำให้ชุ่มและถ้าเป็นไปได้ควรหาววัสดุคลุมโคน เช่น หญ้าแห้ง ฟางแห้ง หรือวัสดุอื่นก็ได้ วัสดุคลุมโคนต้นไว้บริเวณปากหลุมเพื่อเป็นการรักษาความชุ่มชื้นในดินไว้ รวมทั้งเป็นการเพิ่มปุ๋ยอินทรีย์ให้แก่ดินเมื่อวัสดุคลุมโคนเหล่านั้นผุย่อยไป ในช่วงที่ปลุกใหม่ควรจะทำหลังคาให้แก่ต้นลำไยเพื่อเป็นการพรางแสงไปก่อนสักระยะหนึ่ง เมื่อเห็นว่าต้นลำไยเจริญเติบโตและตั้งตัวได้แล้วก็จึงเอาออก

การเก็บเกี่ยวลำไย

ลำไยนับแต่ออกดอกประมาณ 5 เดือนจะเริ่มแก่พอที่จะเก็บได้ ซึ่งสังเกตได้จากขนาดของผลโตเต็มที่ สีผิวของผล(เปลือก)จะมีสีคล้ำขึ้น ผิวที่เปลือกจะเรียบขึ้น ที่ผิวเปลือกด้านในมีร่องคล้ายร่างแห รสหวาน การเก็บเกี่ยวลำไยแต่ละต้นควรทยอยเก็บเป็นสองครั้งห่างกันครั้งละ 7-10 วัน ในแต่ละปีควรจดบันทึกวันออกดอก วันเก็บเกี่ยว ปริมาณผลผลิตไว้ด้วย (นิชัย , 2532 : น.208) ข้อควรระวังในการเก็บลำไยมีดังนี้

1. ไม่เก็บลำไยในวันที่ฝนตก
2. ไม่หักก้านช่อลำไยลากินไปจะทำให้ต้นโทรม

3. ไม่ควรปล่อยลำไยทิ้งไว้ให้สุกนานเกินไปจนเกิดการ "ขึ้นหัว" เพราะจะทำให้ลำไยมีรสจืด

4. ควรเก็บลำไยในตอนเช้ามืดหรือตอนบ่าย
5. เมื่อเก็บลำไยแล้วต้องนำส่งตลาดทันที
6. การเก็บลำไยควรใช้กรรไกรตัดเพื่อให้แตกข้อใหม่ได้เร็ว

วิธีการเก็บเกี่ยวลำไย

ใช้ของพาดในนุ่นหรือที่นุ่นแล้วป็นขึ้นไปตัดหรือตัดกิ่งลำไยใส่แข่งเมื่อเต็มแข่งก็จะโรย เชือกลงมาให้คนข้างล่างขนลำไยออกและหักข้อลำไยจากกิ่ง คัดขนาดผลที่เล็กและลีบออกแล้วนำมาบรรจุลงแข่งเอาใบลำไยวางรองกันแข่งไว้ วางข้อลำไยลงโดยวางเวียนเอาปลายข้อลงและวางซ้อนเรียงกันขึ้นมา เมื่อจะเต็มแข่งจึงใช้ใบลำไยปิดหน้า เอาฝาปิดแล้วใช้ไม้สองอันขัดกันไว้แข่งที่ใช้มีขนาดกว้างประมาณ 35 เซนติเมตรสูง 50 เซนติเมตรบรรจุได้ประมาณ 21-22 กิโลกรัมถ้าหากเปลี่ยนมาใช้กล่องกระดาษอาจทำให้ขนได้สะดวก ผลผลิตของลำไยแต่ละต้นประมาณ 30-100 กิโลกรัม ขึ้นอยู่กับพันธุ์ อายุ ความสมบูรณ์ของต้นและดิน ลำไยจะออกสู่ตลาดประมาณกลางเดือนกรกฎาคมถึงต้นเดือนสิงหาคม

การปฏิบัติดูแลต้นลำไยหลังการเก็บเกี่ยว

การให้น้ำ เมื่อหมดฤดูฝนถึงระยะเริ่มออกดอกควรงดการให้น้ำเด็ดขาด ในช่วงเดือนธันวาคมให้กวาดใบที่ร่วงรอบโคนต้นออกเพื่อทำให้หน้าดินแห้ง หลังจากดอกบานจึงให้น้ำและใช้ฟางหรือหญ้าแห้งคลุมโคนต้นส่วนในในระยะที่ติดผลแล้วควรให้น้ำสัปดาห์ละครั้ง

การใส่ปุ๋ย แบ่งใส่สองระยะคือ

1. เมื่อเริ่มออกดอก ให้ปุ๋ยคอก 4-10 ปั้นต่อต้น โดยหว่านรอบ ๆ ต้น
2. เมื่อติดผลแล้วให้ปุ๋ยเคมีสูตร 13-13-21 ให้ทุก 15 วันอัตรา 300 กรัมต่อต้น ใส่ให้จนถึง 1 เดือนก่อนเก็บผล ถ้ามีใบชืดและใบน้อยให้เพิ่มปุ๋ยยูเรียด้วย ครั้งละ

2 กำมือ จากนั้นให้อีกครั้งเมื่อเก็บผลแล้ว อัตรา 2 กิโลกรัมต่อต้น ควรให้ปุ๋ยก่อนให้น้ำ 1 วันก่อนให้ปุ๋ย ให้เก็บใบรวมกันไว้ เมื่อหว่านปุ๋ยแล้วจึงเกลี่ยใบกลบ

การตัดแต่งกิ่ง การตัดแต่งกิ่งจะช่วยให้ทรงพุ่มโปร่ง ดูแลได้สะดวก ป้องกัน การโคนล้มและช่วยให้ผลตก ให้ผลสม่ำเสมอทุกปี แบ่งออกเป็นสองประเภทคือ

1. การตัดแต่งกิ่งประจำปี ต้องทำทุกปีหลังการเก็บผลแล้ว มีหลักคือให้ตัด กิ่งที่ฉีกหักก่อน ถ้ากิ่งโตคาตาว่าไม่ออกดอกผลอีกแล้วก็ให้ตัดชิดโคนกิ่งเลย กิ่งต่อไปที่ตัดคือ กิ่งที่ไม่แข็งแรง กิ่งที่อยู่ในทรงพุ่มไม่เจริญออกมานอกทรงพุ่ม กิ่งที่เป็นโรคแมลง กิ่งแห้ง และกิ่งกระโดง โดยตัดให้ชิดโคนกิ่งแล้วทาแผลด้วยสีน้ำมัน ปูนขาวหรือยากันรา

2. การตัดแต่งกิ่งย่อยหรือตัดแต่งกิ่งตามความจำเป็น มีหลักคือ ถ้าต้นสมบูรณ์ ให้ตัดได้เต็มที่ แต่ถ้าต้นโทรมมากให้ตัดออกเพียงเล็กน้อย ตัดแต่งด้วยความระมัดระวังอย่า ให้กิ่งชำหรือกระตบกระเทือนกิ่งใหญ่ ควรใช้มีดตัดก่อนแล้วใช้เลื่อยตัดอีกครั้ง

การค้ำต้น เมื่ออายุลำไยได้ 4-5 ปี ควรทำการค้ำยันต้นเพื่อป้องกันการโค่น ล้ม วิธีการคือ ใช้เสา 4 เสาปัก 4 มุมและมีคานรับไปที่กิ่งใหญ่ เมื่อต้นโตก็ใช้ไม้ไผ่สีสุก หรือไม้สาบตากเป็นนวมที่ตอนปลาย หรือทำเป็นรูเอาสลักสอดไว้ไปค้ำยันไว้ที่ง่ามของกิ่ง ลำไย โดยโคนไม้ยันไว้ที่พื้น แต่วิธีนี้ไม่ค่อยมั่นคงและเปลืองไม้ค้ำมาก แก้ไขได้โดยใช้ไม้ รวกลอดเข้าไปในพุ่มโดยเลือกแนวให้สัมพันธ์กิ่งมาก ๆ ประมาณ 4-5 กิ่ง ปลายไม้ห่างจาก ริมนอกประมาณ 1 เมตรโคนไม้ทำมุม 60-70 องศากับพื้นดิน หลักมีความยาว 1.5 เมตร ตอกลงดินประมาณ 70 เซนติเมตรใช้ตะปูและลวดยึดหลักกับไม้รวกไว้และใช้ยางในรถยนต์ ตัดเป็นแถบกว้าง 1.5 นิ้ว ยาว 50 เซนติเมตร รัดไม้รวกกับกิ่งที่สัมพันธ์นั้นให้แน่น ที่โคน ไม้ก็ใช้ไม้รวกยึดระหว่างหลักต่อหลักด้วย

การบังคับให้ออกดอกติดผล มีหลายวิธีคือ

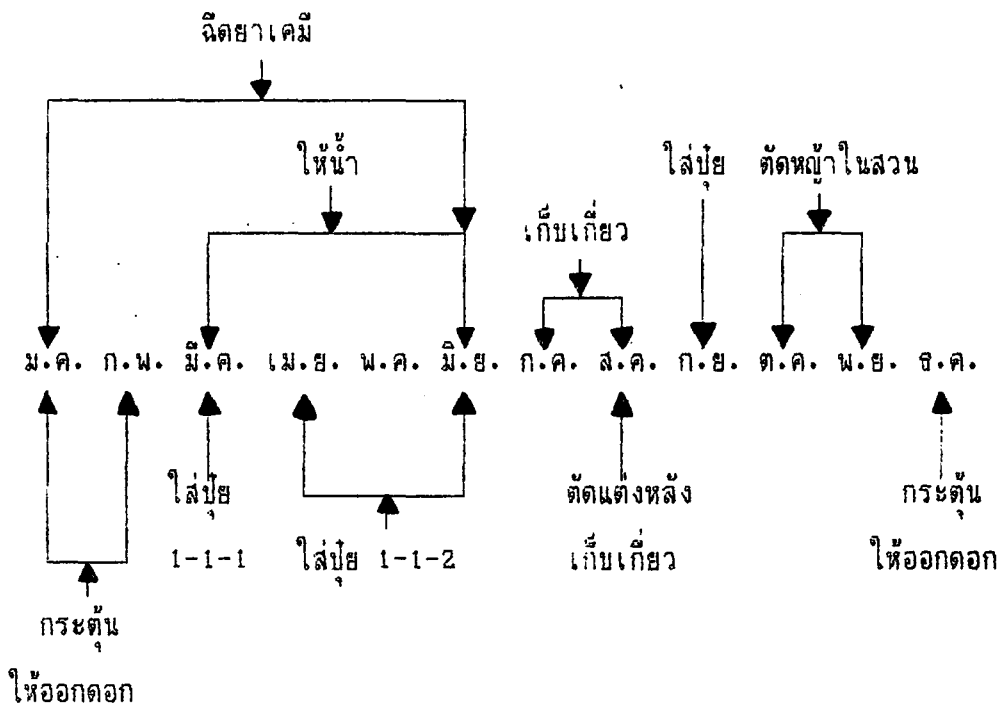
1. การทำรากดินรอบโคนต้น ภายในรัศมีของกิ่งเข้ามาประมาณ 30 - 50 เซนติเมตร เรียกว่า การตัดราก (Root Pruning) กิ่งไว้ประมาณครึ่งเดือนเพื่อให้ราก ไม้สามารถดูดอาหารได้ชั่วคราว ทำให้เกิดการสะสมคาร์โบไฮเดรตสูงขึ้นจนสมดุลกับธาตุ

ไนโตรเจนภายในต้น จึงช่วยให้สามารถออกดอกติดผลได้

2. ไม่ควรรดน้ำก่อนฤดูออกดอก เพื่อลดธาตุไนโตรเจนในต้นและสะสมธาตุคาร์โบไฮเดรตเพิ่มขึ้นจนสมดุลกัน

3. การควั่นต้น ควั่นกิ่ง โดยใช้มีด เลื่อยหรือลวด ควั่นหรือรัตรอบต้น รอบกิ่ง เรียกว่า Griding เพื่อให้รากไม่สามารถดูดธาตุไนโตรเจนและขณะเดียวกันก็สะสมธาตุคาร์โบไฮเดรตจนสมดุลกัน ทำให้ออกดอกได้

4. การรมควัน (Smoking) เนื่องจากควันไม่มีก๊าซ ethylene เป็นตัวการกระตุ้นให้ออกดอกได้



ภาพที่ 1 ระยะเวลาในการเก็บเกี่ยวและการดูแลรักษาลำไย

ที่มา : (กรมส่งเสริมการเกษตร , 2535)

14565

ต้นทุนการผลิตลำไย

การคิดต้นทุนการผลิตที่แท้จริงของผลไม้มีข้อยุ่งยาก เนื่องจากลักษณะการปลูกแต่ละสวนแตกต่างกัน สภาพความสมบูรณ์และการดูแลรักษาที่ต่างกัน ทำให้ต้นทุนผลไม้ขึ้นอยู่กับผลผลิต การกำหนดค่าใช้จ่ายสามารถประมาณต้นทุนการผลิตลำไยรวมทั้งคำนวณรายรับโดยประมาณได้ดังตารางที่ 5 ซึ่งจะเห็นว่าต้นทุนการผลิตโดยเฉลี่ยต่อปีของลำไยประมาณ 5,440 บาทต่อไร่ เมื่อพิจารณาปัจจัยการผลิตต่าง ๆ พบว่าปัจจัยการผลิตที่มีความสำคัญได้แก่ ค่าปุ๋ย ค่ายาป้องกันกำจัดศัตรูพืชและค่าน้ำมันเชื้อเพลิงและอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 70 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด เมื่อพิจารณาการประมาณรายรับและรายจ่ายการปลูกลำไยต่อไร่ (ตารางที่ 6) พบว่าในปีที่ 6 จะเริ่มถึงจุดคุ้มทุนคือในขณะที่ลำไยราคาก็โลกรัมละ 10 บาท จะมีกำไร 200 บาทต่อไร่และได้ผลผลิต 20 กิโลกรัมต่อต้น (วารสาร , 2532 : น.31)

แนวโน้มการผลิตลำไย

ลำไยเป็นผลไม้ที่นิยมบริโภคกันมากทั้งในและต่างประเทศ มีราคาดีและมีคู่แข่งชั้นน้อยในตลาดต่างประเทศ นอกจากนี้ลำไยยังเป็นที่ต้องการของโรงงานอุตสาหกรรมทั้งทำลำไยอบแห้งและลำไยกระป๋อง จากแผนพัฒนาลำไยที่กรมวิชาการเกษตรและกรมส่งเสริมการเกษตรได้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ใน ช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 พ.ศ.2535-2539 ได้กำหนดเป้าหมายการผลิตลำไยไว้ดังตารางที่ 7 จะเห็นว่าได้กำหนดให้พื้นที่เพาะปลูกลำไยเพิ่มขึ้นจาก 179,500 ไร่ในปี 2535 เป็น 238,100 ไร่ในปี 2539 ส่วนผลผลิตก็คาดว่าจะเพิ่มขึ้นจาก 90,600 ตันในปี 2535 เป็น 145,400 ตันในปี 2539 ทำให้ผลผลิตเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 504.73 กก.ต่อไร่ ในปี 2535 เป็น 610.67 กก.ต่อไร่ ในปี 2539 (ตารางที่ 7)

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ
สถานกงสุลไทยเชียงใหม่
แจ้งวัฒนะ กรุงเทพฯ

(หน่วย : บาท)

ปีที่	รายการ	จำนวนเงิน
1	ค่าเตรียมดิน	520
	ค่าพันธุ์ (16 ต้น ๆ ละ 30 บาท)	480
	ค่าจ้างปลูก หลุมละ 10 บาท	160
	ค่ากำจัดวัชพืช	500
	ค่าปุ๋ย	200
	ค่ายาป้องกันกำจัดศัตรูพืช	400
	ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงและอื่น ๆ	2,500
	รวม	4,760
2-3	ค่ากำจัดวัชพืช (ปีละ 500 บาท)	1,000
	ค่าปุ๋ย (ปีละ 500 บาท)	1,000
	ค่ายาป้องกันกำจัดศัตรูพืช (ปีละ 800 บาท)	1,600
	ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงและอื่น ๆ (ปีละ 3,000 บาท)	6,000
รวม	9,600	
4	ค่ากำจัดวัชพืช	500
	ค่าปุ๋ย	800
	ค่ายาป้องกันกำจัดศัตรูพืช	1,000
	ค่าไม้ค้ำ	1,600
	ค่าเก็บผล	500
	ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงและอื่น ๆ	3,000
	รวม	7,400
	รวม	21,760

ที่มา : (กรมส่งเสริมการเกษตร , 2532)

ตารางที่ 6 รายรับ-รายจ่ายในการปลูกกล้วยต่อไร่ (16 ต้นต่อไร่)

(หน่วย : บาท)

ปีที่	ผลผลิต (กก.ต่อต้น)	รายรับ	รายจ่าย	กำไร
1	-	-	5,000	-
2	-	-	2,000	-
3	-	-	2,000	-
4	5	800	2,500	-
5	10	1,600	2,500	-
6	20	3,200	3,000	200
7	30	4,800	3,500	1,300
8	40	6,400	4,000	2,400
9	40	6,400	4,000	2,400
10	40	6,400	4,000	2,400

ที่มา : (กรมส่งเสริมการเกษตร : 2532)

ตารางที่ 7 เป้าหมายการผลิตลำไย ปี พ.ศ. 2535-2539

เป้าหมาย	ปี พ.ศ.				
	2535	2536	2537	2538	2539
พื้นที่ (ไร่)	179,500	192,500	206,600	221,800	238,100
ผลผลิต (ตัน)	90,600	101,800	113,700	128,500	145,400
ผลผลิตเฉลี่ย (กก./ไร่)	504.73	528.83	550.34	579.35	610.67

ที่มา : (กรมส่งเสริมการเกษตร , 2535)

บทที่ 3

การตลาดลำไยของประเทศไทย

ผลผลิตลำไยที่ได้ในแต่ละปีจะถูกจัดสรรเพื่อการบริโภคออกเป็นสองส่วน คือ ส่วนหนึ่งใช้บริโภคภายในประเทศในรูปของการบริโภคสดและแห่งตลอดจนการใช้เป็นวัตถุดิบ ป้อนโรงงานผลไม้กระป๋อง อีกส่วนหนึ่งจะถูกส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศ

วิธีการตลาดลำไย

ตลาดการค้าลำไยที่เป็นอยู่ในปัจจุบันนี้อาจกล่าวได้ว่า มีลักษณะคล้ายคลึงกับสินค้าเกษตรกรรมประเภทอื่น ๆ คือผลผลิตเมื่อเริ่มจะออกสู่ตลาดจากแหล่งผลิตไปยังผู้บริโภคคนสุดท้ายจะต้องผ่านขั้นตอนการตลาดหลายขั้นตอน. ซึ่งพอจะสรุปได้เป็น 4 ขั้นตอนคือ

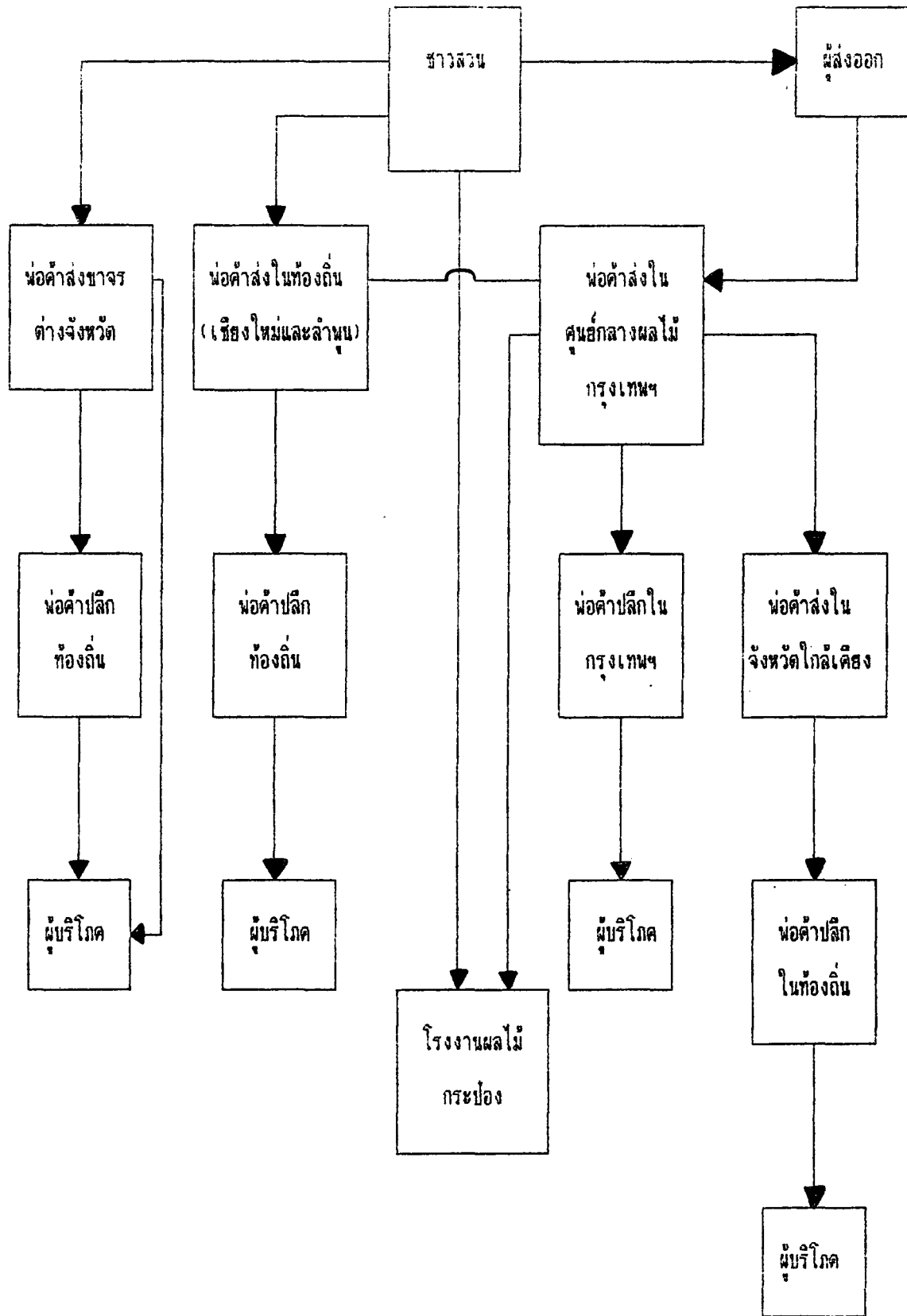
1. ตลาดระดับท้องถิ่น เป็นการซื้อขายผลผลิตลำไยระหว่างชาวสวนกับพ่อค้าประเภทต่าง ๆ อันได้แก่ พ่อค้าขายส่งชาวจรต่างจังหวัด พ่อค้าขายส่งในท้องถิ่น ตัวแทนพ่อค้าขายส่งจากศูนย์กลางผลไม้กรุงเทพฯ และพ่อค้าผู้ส่งออก ลักษณะการซื้อขายโดยส่วนใหญ่เป็นแบบเหมาสวน กล่าวคือเมื่อถึงช่วงระยะที่ต้นลำไยติดผลอ่อน พ่อค้าจะมาตกลงราคาซื้อขายจากชาวสวนในลักษณะเหมารวมทั้งสวน ตามจำนวนผลผลิตลำไยที่คาดว่าจะได้รับและพ่อค้าจะจ่ายเงินให้ชาวสวนไปส่วนหนึ่งก่อนประมาณร้อยละ 20-80 ของมูลค่าราคาที่ได้ตกลงกันไว้ ส่วนที่เหลือจะจ่ายให้หมดเมื่อถึงช่วงระยะเวลาที่พ่อค้ามาเก็บเกี่ยวลำไยผลแก่ด้วยตนเอง วิธีการเช่นนี้เป็นประโยชน์แก่ทั้งสองฝ่ายคือ ในด้านของชาวสวนไม่ต้องเสียเวลาในการเก็บเกี่ยวลำไยและนำผลผลิตไปจำหน่ายที่ตลาด ส่วนพ่อค้าจะได้รับประโยชน์ที่สามารถซื้อลำไยได้ในราคาถูก ถ้าผลผลิตในปีนั้นเก็บเกี่ยวได้มากโอกาสขาดทุนก็น้อย สำหรับชาวสวนลำไยที่ไม่ได้ขายเหมาให้แก่พ่อค้าก็จะเก็บผลผลิตลำไยและนำมาจำหน่ายด้วยตนเองตามจุดจำหน่ายทั่ว ๆ ไปที่ทางราชการได้จัดเตรียมไว้ประจำจังหวัดนั้น ๆ

2. ตลาดระดับขายส่ง ที่สำคัญคือตลาดที่เป็นศูนย์กลางการขายส่งผลไม้ในกรุงเทพฯ ได้แก่ ตลาดจันทร์ประวัติ ตลาดมหานาคและตลาดเชิงสะพานพุทธ บริเวณปากคลองตลาด พ่อค้าในตลาดขายส่งนี้จะจำหน่ายผลผลิตต่อไปให้แก่พ่อค้าปลีก

ในเขตกรุงเทพมหานคร พ่อค้าขายส่งในเขตจังหวัดใกล้เคียงกรุงเทพมหานคร พ่อค้าส่งออก และโรงงานผลไม้กระป๋อง ลักษณะการซื้อขายในตลาดระดับนี้อยู่ในรูปการเปิดประมูลหรือ เบีย โดยผู้ขายจะยกขึ้นมาประมูลเป็นแข่งถ้าผู้ใดให้ราคาสูงสุดและเป็นที่พอใจของผู้ขายก็จะตกลงขายให้ทันที นอกจากนี้ศูนย์ดังกล่าวนี้แล้วในจังหวัดที่เป็นแหล่งผลิตลำไยที่สำคัญก็ได้จัดตั้งศูนย์กลางการจำหน่ายลำไยในจังหวัดขึ้นด้วย ที่สำคัญได้แก่บริเวณสถานีรถไฟของจังหวัด เชียงใหม่ ตลาดสันป่าตอง ตลาดหนองหอยและตลาดสารภี จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนในจังหวัด ลำพูนได้แก่ ตลาดป่าเหว ตลาดริมปิง ตลาดหนองมูลและตลาดหนองตอก

3. ตลาดระดับขายปลีก ประกอบด้วยพ่อค้าขายปลีกในท้องถิ่นที่ใกล้เคียงกับ แหล่งผลิต พ่อค้าขายปลีกท้องถิ่นในแหล่งผลิต พ่อค้าขายปลีกในตลาดกรุงเทพมหานครตลอด จนพ่อค้าขายปลีกท้องถิ่นใกล้เคียงเขตกรุงเทพฯ พ่อค้าเหล่านี้จะทำการรับซื้อผลผลิตลำไย จากพ่อค้าขายส่งตามศูนย์กลางขายส่งผลไม้ประจำจังหวัดแล้วนำมาจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค อีกทอดหนึ่ง ลักษณะการซื้อขายในตลาดระดับนี้จะคิดราคาเป็นกิโลกรัมต่อบาท โดยพ่อค้า ขายปลีกจะรวมค่าบริการด้านการตลาด หรือส่วนเหลือมของราคาจากที่ตนเองรับซื้อมาจาก พ่อค้าขายส่งเข้าไว้ด้วย

4. ตลาดระดับส่งออก ประกอบด้วยผู้ส่งออกที่มาขอขึ้นทะเบียนรายชื่อเพื่อทำ การส่งออกลำไยต่อกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ พ่อค้าส่งออกเหล่านี้อาจจะ ทำการรวบรวมผลผลิตลำไยจากชาวสวนลำไยโดยตรงหรือรับซื้อต่อจากพ่อค้าในตลาดกลาง ขายส่งผลไม้ในกรุงเทพฯ ในบางกรณีพ่อค้าส่งออกบางรายเป็นเจ้าของสวนลำไยซึ่งทำหน้าที่ เป็นทั้งพ่อค้าขายส่งและพ่อค้าส่งออก การตลาดลำไยในระดับนี้ค่อนข้างมีพิธีกรรม เรื่องคุณภาพ ดังนั้นพ่อค้าส่งออกจะต้องปฏิบัติให้ถูกต้องตามขั้นตอนหรือหลักเกณฑ์การส่งออก และจำหน่าย ลำไยให้แก่ลูกค้าต่างประเทศในราคาไม่ต่ำกว่าตามระเบียบกรมการค้าต่างประเทศว่าด้วย เรื่องการอนุญาตให้ส่งลำไยสดไปนอกราชอาณาจักร



ภาพที่ 2 วิธีตลาดลำไย

ที่มา : (วารสาร , 2532 : น.38)

ความต้องการทางตลาดของลำไย

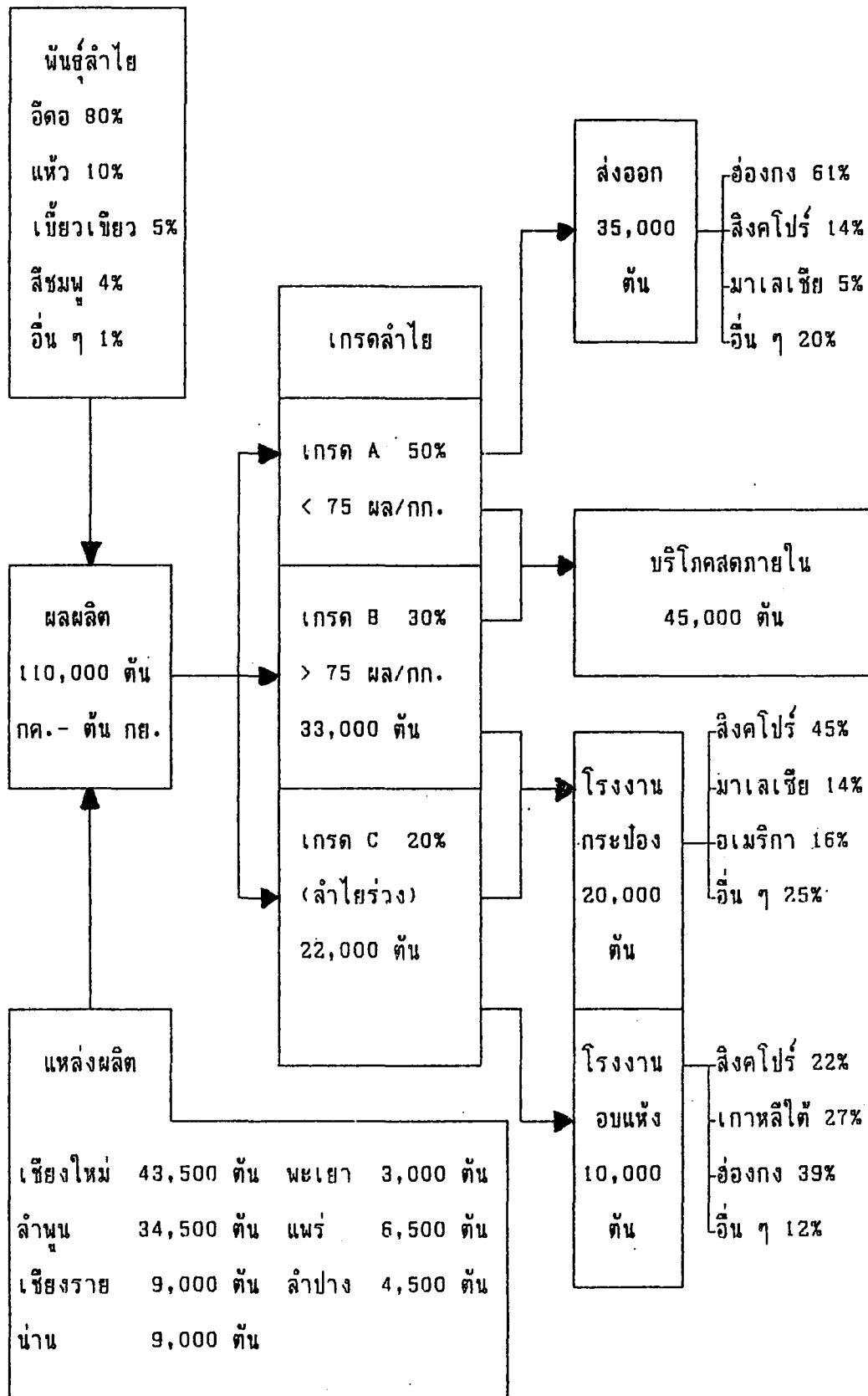
ความต้องการลำไยจะมากบ้างน้อยบ้างตามปริมาณผลผลิตซึ่งไม่แน่นอน โดยมีกลไกของราคาเป็นตัวปรับความสมดุลของอุปสงค์และอุปทาน ความต้องการลำไยแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

1. ส่งออกลำไยสด คิดเป็นร้อยละ 30 ของผลผลิตทั้งหมด ลำไยสดมีตลาดส่งออกที่ค่อนข้างแคบเนื่องจากมีข้อจำกัดหลายอย่าง ตลาดสำคัญจึงมีอยู่เฉพาะในภูมิภาคใกล้เคียงได้แก่ อ่องกง มาเลเซีย สิงคโปร์ เป็นต้นตลาดอื่นที่ไกลออกไปก็มีบ้างแต่ปริมาณการส่งออกไม่มากนักได้แก่ แคนาดา อังกฤษ เนเธอร์แลนด์ เป็นต้น สำหรับประเทศที่พัฒนาแล้วบางประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลียและญี่ปุ่น ไม่สามารถส่งลำไยสดเข้าไปจำหน่ายได้เนื่องจากมีข้อห้ามทางด้านโรคพืชและแมลง
2. บริโภคสดภายในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 40 ของผลผลิตทั้งหมด
3. แปรรูปเป็นลำไยกระป๋องและลำไยอบแห้งคิดเป็นร้อยละ 30 ของผลผลิตทั้งหมด

การตลาดลำไย

ตลาดภายในประเทศ

ตลาดบริโภคสดลำไยภายในประเทศสามารถรองรับผลผลิตได้ประมาณร้อยละ 40 ของผลผลิตทั้งหมด ในปี 2536 ตลาดสามารถรองรับผลผลิตได้ประมาณ 45,000 ตัน (ภาพที่ 3) แต่อย่างไรก็ตามหากปีใดผลผลิตลำไยมีปริมาณมากและราคาต่ำ ตลาดบริโภคสดก็สามารถรองรับผลผลิตได้ไม่จำกัด เนื่องจากลำไยเป็นผลไม้ที่มีรสชาติอร่อยและเป็นที่ยอมรับของตลาด โดยลำไยที่บริโภคภายในประเทศส่วนใหญ่เป็นลำไยเกรดเอที่เหลือจากการส่งออกและเกรดบี



ภาพที่ 3 โครงสร้างการผลิตและการตลาดลำไย

ที่มา : (กรมการค้าภายใน , 2536)

วิธีการซื้อขาย

วิธีการซื้อขายลำไยโดยทั่วไป แบ่งออกเป็น 5 วิธีคือ

1. ขายเหมา ชาวสวนส่วนใหญ่ขายเหมาสวนล่วงหน้าแก่พ่อค้า โดยพ่อค้าจะเข้าไปดูสวนลำไยเพื่อตกลงซื้อขายสวนลำไยตั้งแต่ต้นฤดูกาล เมื่อลำไยเริ่มออกช่อดอกถึงช่วงเก็บเกี่ยวผลผลิต โดยแบ่งตามลักษณะการขายดังนี้

1.1 เหมาสวน 1 ปี โดยพ่อค้าเหมาลำไยทั้งสวนต่อราคาจนเป็นที่พอใจทั้งสองฝ่าย จึงตกลงซื้อขายโดยทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร

1.2 เหมาแข่งหรือขายยาว การขายในลักษณะนี้พ่อค้าจะจ่ายเงินล่วงหน้าตามจำนวนแข่งที่ได้ตกลงซื้อขายกันไว้และมีสิทธิ์เก็บผลผลิตได้ตามจำนวนแข่งที่ได้ระบุไว้ในสัญญาจนครบจำนวน ถ้าในปีใดผลผลิตลำไยไม่มากพอ พ่อค้าจะไม่เก็บผลผลิต แต่จะให้เจ้าของสวนเก็บผลผลิตไปจำหน่ายเอง โดยถือว่าปีนั้นไม่มีการปลดเปลื้องหนี้สินตามสัญญา ให้เลื่อนเป็นปีต่อไปจนกระทั่งพ่อค้าสามารถเก็บผลผลิตได้ครบจำนวน ในปัจจุบันวิธีการซื้อขายแบบนี้ไม่เป็นที่นิยมยกเว้นชาวสวนที่มีความเดือดร้อนทางการเงินมาก

2. ฝากขาย เป็นการขายส่งให้แก่พ่อค้าในกรุงเทพมหานคร โดยผ่านห้องในแหล่งซื้อขายที่สำคัญ ได้แก่ ตลาดมหานาคและปากคลองตลาด ซึ่งจะมีห้องหรือพ่อค้าขายส่งทำหน้าที่ในการรวบรวมผลผลิตในแหล่งผลิตจัดส่งโดยผ่านบริษัทขนส่งแล้วนำไปจำหน่ายโดยวิธีเปิดประมูลชนิดวันต่อวันให้แก่พ่อค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร พ่อค้าปลีกต่างจังหวัด ผู้ส่งออกและโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ เป็นต้น

3. ขายที่ตลาดกลางขายส่งที่ตลาดดอนเมืองพัฒนา โดยเกษตรกรบางรายจะนำผลผลิตมาขายเอง ณ สถานที่ดังกล่าว

4. ขายเร่ การขายโดยวิธีนี้พ่อค้าจรหรือพ่อค้าเร่จะนำรถบรรทุก 4 ล้อและ 6 ล้อ มาหาซื้อลำไยเองจากสวนหรือตามจุดรับซื้อต่าง ๆ ในแหล่งผลิต ส่วนการชำระเงินจ่ายเป็นเงินสด

5. ขายให้พ่อค้าส่งออก โดยผู้ส่งออกจะมีตัวแทนรับซื้อในจังหวัดที่เป็นแหล่งผลิตซึ่งมีการติดต่อกันมาเป็นประจำทุกปี เป็นผู้รับซื้อจากชาวสวนและผู้รวบรวมในแหล่งผลิต

การกำหนดราคาซื้อขาย

โดยทั่วไปแล้วปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวกำหนดราคาซื้อขายลำไยได้แก่

1. ปริมาณผลผลิตที่ออกสู่ตลาดในแต่ละปี
2. พันธุ์ ขนาดและคุณภาพของลำไย
3. ปริมาณความต้องการของตลาดกรุงเทพฯ
4. ราคาและปริมาณการส่งออกในตลาดต่างประเทศ

นอกจากปัจจัยดังกล่าวข้างต้นแล้วผู้ประกอบการค้าในตลาดแต่ละระดับยังอาศัยหลักเกณฑ์อื่น ๆ เข้ามาช่วยประกอบการตัดสินใจในการกำหนดราคาซื้อขาย ดังนี้

1. ชาวสวนรายย่อย กำหนดราคาขายโดยอาศัยราคาที่มีพ่อค้าเข้ามาติดต่อรับซื้อถึงแหล่งผลิตและราคาของชาวสวนรายอื่น ๆ เป็นเกณฑ์

2. พ่อค้าขายส่งในต่างจังหวัดและพ่อค้าเร่ กำหนดราคาซื้อขายลำไยจากชาวสวนโดยพิจารณาจากราคาขายส่งในตลาดกรุงเทพฯ บวกด้วยอัตรากำไร

3. พ่อค้าขายส่งในตลาดกรุงเทพฯ กำหนดราคาซื้อขายโดยพิจารณาจากราคาซื้อขายในวันที่ผ่านมา จำนวนพ่อค้าขายส่งและพ่อค้าขายปลีกที่เข้ามาทำการรับซื้อ ประสิทธิภาพและการคาดคะเน ระยะเวลาที่ลำไยเข้าสู่ตลาดคือถ้าลำไยเข้าสู่ตลาดก่อน 9.00 น. ราคาจะสูงกว่าลำไยที่เข้าสู่ตลาดหลัง 9.00 น. เพราะพ่อค้าขายส่งต่างจังหวัดและพ่อค้าปลีกจะไปทำการซื้อในช่วงนั้น

4. ผู้ส่งออก การส่งออกส่วนมากจะเป็นการค้าในรูปแบบฝากขาย (Consignment) โดยเฉพาะที่ตลาดฮ่องกง เนื่องจากผู้นำเข้าในฮ่องกงจะไม่รับภาระเรื่องการขาดทุน ดังนั้นปริมาณลำไยที่ส่งเข้าตลาดต่างประเทศจะเป็นปัจจัยกำหนดราคาที่สำคัญ อาทิ ปริมาณลำไยที่เหมาะสมกับความต้องการของตลาดฮ่องกงในวันหนึ่ง ๆ ควรจะมีจำนวนอยู่ระหว่าง 120 - 150 เมตริกตัน หากมีการส่งออกลำไยเกินกว่าปริมาณที่กล่าวนี้อาจทำให้เกิดภาวะลำไยล้นตลาด เป็นผลเสียในด้านราคาตกต่ำ และจะกระทบถึงผู้ส่งออกฝ้ายไทย

ความเคลื่อนไหวของราคาลำไย

ในแต่ละปีราคาลำไยจะเป็นเท่าใดขึ้นอยู่กับ ปริมาณผลผลิตและความต้องการของตลาด นอกจากนี้ในช่วงปีเดียวกันราคายังเคลื่อนไหวขึ้นลงเนื่องจากอิทธิพลของฤดูกาล โดยในช่วงต้นและปลายฤดูกาลที่ผลผลิตออกสู่ตลาดน้อยราคาจะอยู่ในระดับสูง ในช่วงกลางฤดูกาลที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมาก ราคาจะอยู่ในระดับต่ำ ทั้งนี้ในช่วงเดียวกันราคาลำไยจะแตกต่างกันบ้างขึ้นอยู่กับพันธุ์และเกรดลำไยเช่น ถ้าเป็นลำไยเกรดเดียวกัน ลำไยพันธุ์อิตอจะแพงกว่าลำไยพันธุ์แห้ว และถ้าเป็นลำไยพันธุ์เดียวกัน ราคาลำไยเกรดเอจะแพงกว่าลำไยเกรดบี ส่วนลำไยที่มีราคาสูงได้แก่ พันธุ์สีชมพูและเขียวเขียว เนื่องจากเป็นพันธุ์ที่มีคุณภาพดีกว่าพันธุ์อื่น

ในปี 2536 แม้ว่าผลผลิตลำไยจะมีปริมาณมาก แต่ราคาลำไยกลับทรงตัวอยู่ในเกณฑ์ดี กล่าวคือ ราคาที่เกษตรกรขายได้ ลำไยพันธุ์อิตอ เกรดเอ(75 ผล/กก.)เฉลี่ย กิโลกรัมละ 28.30 บาท สูงกว่าราคาเฉลี่ยย้อนหลัง 3 ปี(พ.ศ.2533-2535)ซึ่งมี ราคา กิโลกรัมละ 27.45 บาท เนื่องจากความต้องการรับซื้อลำไยอยู่ในระดับสูงทั้งความต้องการบริโภคสดภายในประเทศ ซึ่งราคาไม่สูงเกินกำลังซื้อของผู้บริโภคประกอบกับความต้องการส่งออกก็อยู่ในระดับสูง สืบเนื่องจากปริมาณส่งออกตามสถิติกรมศุลกากรสูงขึ้นมากจากปริมาณ 12,500 ตัน ในปี 2535 เป็นปริมาณ 20,000 ตันในปี 2536 ในขณะที่ความต้องการรับซื้อเพื่อการแปรรูปก็อยู่ในปริมาณที่สูงและมีอย่างสม่ำเสมอตลอดฤดูกาล

ตลาดต่างประเทศ

ตามที่ทางรัฐบาลได้ให้การส่งเสริมการส่งผลไม้ชนิดต่าง ๆ ออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศนับตั้งแต่ปีพ.ศ.2521 เป็นต้นมานั้นกล่าวได้ว่าลำไยเป็นผลไม้ที่ประสบความสำเร็จในการส่งออกมากที่สุด ทั้งนี้เมื่อพิจารณาจากมูลค่าการส่งออกสินค้าหมวดผลไม้แล้ว ลำไยมีมูลค่าการส่งออกมากเป็นอันดับหนึ่งมาตลอดในช่วงระยะเวลา 7-8 ปีที่ผ่านมา ซึ่งการที่ส่งออกได้มากเนื่องจากทางราชการได้อำนวยความสะดวกแก่การส่งออกให้ เช่น

ความสะดวกด้านการตรวจสอบสินค้าก่อนส่งออก การจัดเที่ยวบินพิเศษเพื่อขนส่งลำไยจาก จังหวัดเชียงใหม่ไปฮ่องกงโดยตรง ตลอดจนเจรจาเกี่ยวกับการประเทศมาเลเซียเพื่อขอรด ขนส่งสินค้าผ่านแดนไปมาเลเซียและสิงคโปร์ได้เพิ่มขึ้น เป็นต้น ลำไยที่มีการส่งออกไปจำ- หน่ายยังตลาดต่างประเทศได้แก่ พันธุ์อึดอและเขียวเขียว

ตลาดลำไยต่างประเทศของไทย แบ่งออกได้ 3 ประเภท คือ

1. ตลาดหลัก ได้แก่ ฮ่องกง สิงคโปร์ และมาเลเซีย ในปัจจุบันได้ขยายไป สู่ประเทศบรูไนด้วย

2. ตลาดรอง ได้แก่ ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ อินโดนีเซีย เยอรมันตะวันตก สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา

3. ตลาดใหม่ ประกอบด้วยกลุ่มประเทศในตะวันออกกลาง ได้แก่ ซาอุดีอา- ระเบีย คูเวต บาร์เรน และการตาร์ นอกจากนี้มีประเทศสวีเดน เซอร์แลนด์ แคนาดา และ ออสเตรเลีย

การคัดเกรด หรือการจัดชั้นคุณภาพ โดยทั่วไปจะพิจารณาจากขนาดของผล ลำไยเป็นสำคัญซึ่งตามมาตรฐานของผลลำไยกำหนดไว้ดังนี้

1. ลำไยเกรดเอ มีคุณภาพดี ขนาดผลใหญ่คือ มีผลลำไยไม่เกิน 75 ผล ต่อ 1 กิโลกรัม

2. ลำไยเกรดบี มีคุณภาพและขนาดของผลปานกลาง คือ มีผลลำไยไม่เกิน 76 - 95 ผลต่อ 1 กิโลกรัม

3. ลำไยเกรดซี ขนาดผลค่อนข้างเล็กคือมีผลลำไย 96-95 ผลต่อ 1 กิโลกรัม

ในทางปฏิบัติแล้ว พ่อค้าระดับต่าง ๆ และ ชาวสวนรายใหญ่จะมีการคัดเกรด ลำไยให้มีขนาดของผลสม่ำเสมอ โดยอาศัยความชำนาญและประสบการณ์เป็นเกณฑ์ ส่วน ลำไยผลร่วงจะแยกจำหน่ายต่างหากโดยไม่มีการคัดเกรดและมีราคาต่ำ

การเก็บรักษา การเก็บลำไยไว้ที่อุณหภูมิห้อง (28-33 องศาเซลเซียส) โดย ไม่มีการห่อหุ้มพบว่าจะมีการสูญเสียน้ำหนักอย่างรวดเร็ว (ร้อยละ 5 ต่อวัน) เปลือกจะแห้ง

และเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาลคล้ำภายในเวลาเพียง 2 วัน การห่อด้วยแผ่นพลาสติกจะทำให้การสูญเสียน้ำจากผลมีปริมาณน้อยมากไม่ถึงร้อยละ 1 ทำให้สีของเปลือกเปลี่ยนไปจากเดิมอย่างช้า ๆ และยังคงอยู่ในสภาพที่สามารถจำหน่ายได้นานขึ้น แต่การห่อด้วยแผ่นพลาสติกเพื่อลดการสูญเสียน้ำนี้จะทำให้ความชื้นสัมพัทธ์รอบ ๆ ผลสูงมาก เป็นเหตุให้เชื้อราสามารถเจริญได้ดี ผลจึงเกิดการเน่าเสียได้ง่ายขึ้น จึงควรแช่น้ำยาเบนโนมิลเข้มข้นระหว่าง 500 - 1000 ppm ที่อุณหภูมิ 52 องศาเซลเซียส นาน 2 นาที แล้วปล่อยให้แห้งก่อนการห่อผลด้วยแผ่นพลาสติกเพื่อยืดอายุการเก็บรักษา หรือการวางจำหน่ายลำไยสดออกไปได้ประมาณ 5-7 วัน ที่อุณหภูมิปกติ ถ้าเก็บไว้ที่อุณหภูมิ 1-2 องศาเซลเซียส ความชื้นสัมพัทธ์ร้อยละ 90-95 จะเก็บรักษาได้นาน 30-45 วัน

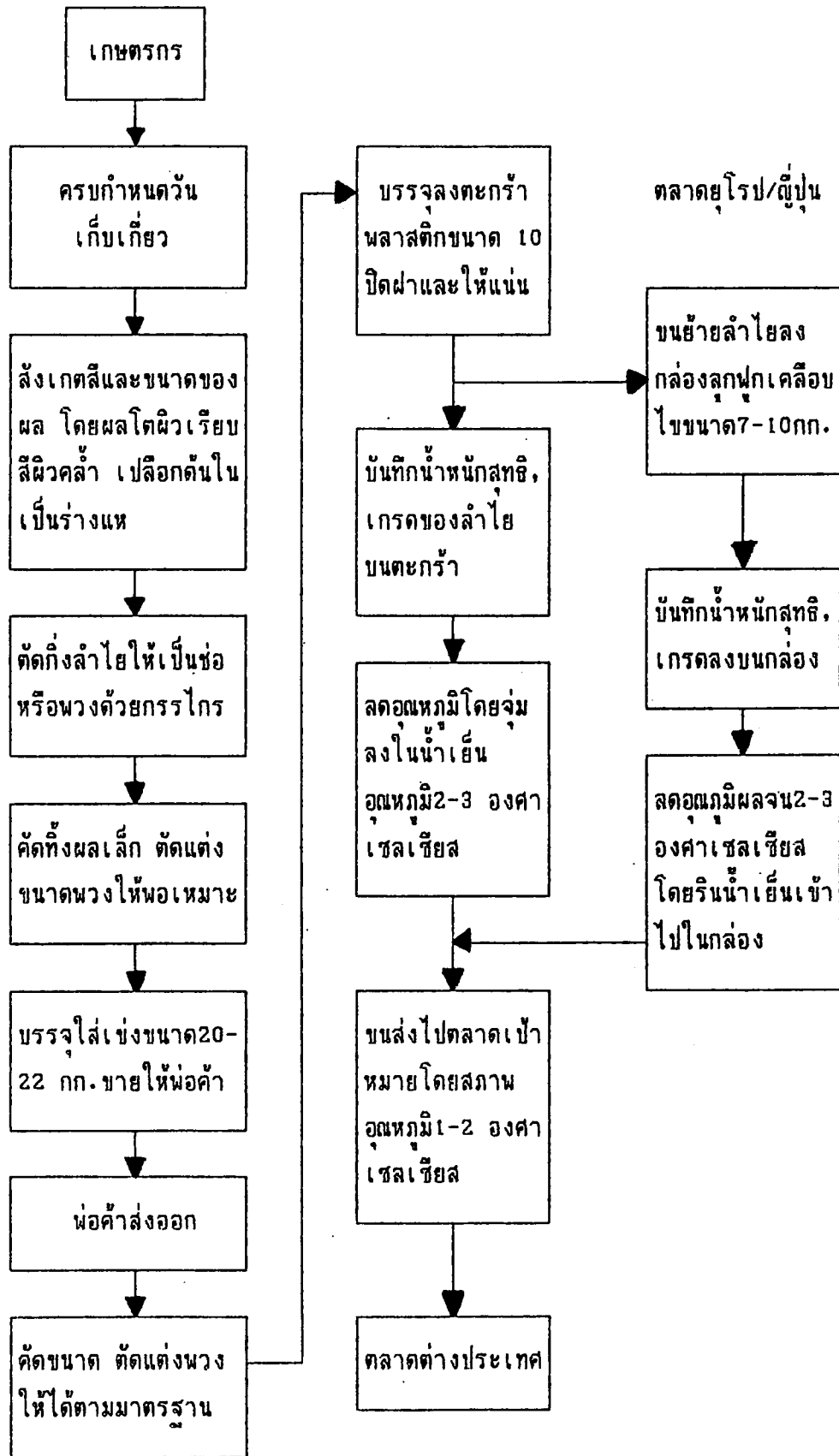
การยืดอายุการเก็บรักษาลำไยให้เก็บได้นานวัน ยิ่งขึ้นกับการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยวอีกหลายขั้นตอนคือ หลังจากเก็บเกี่ยวแล้วต้องลดอุณหภูมิ ภายในผลลำไยโดยเร็วที่สุด โดยการจุ่มน้ำเย็นอุณหภูมิ 2-3 องศาเซลเซียส ประมาณ 10 นาที เมื่อผลสะเด็ดน้ำนำไปเก็บในห้องเย็นอุณหภูมิ 1-2 องศาเซลเซียสและในขณะที่ทำการขนส่งก็ต้องอยู่ในรถห้องเย็นเช่นกัน

การใช้สารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (SO₂) ถนอมคุณภาพลำไย

สาร SO₂ เป็นสารที่มีประสิทธิภาพในการใช้ถนอมอาหารและใช้กับลำไยสดได้ค่อนข้างปลอดภัย ถ้าหากผู้ประกอบการให้กระบวนการถนอมคุณภาพลำไยที่ถูกต้อง (Good Manufacturing Practice , GMP) พร้อมทั้งควบคุมการใช้สารดังกล่าวในปริมาณที่เหมาะสม ทั้งนี้ต้องสอดคล้องกับกฎเกณฑ์การนำเข้าและปริมาณสาร SO₂ ตกค้างสูงสุดที่แต่ละประเทศผู้นำเข้าอนุญาตให้มีได้

ประโยชน์ของการใช้สาร SO₂ กับลำไยสดเพื่อการส่งออกมีดังนี้

1. การรมควันลำไยด้วย SO₂ เป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพมากในการควบคุมโรคเน่าหลังการเก็บเกี่ยวลำไย



ภาพที่ 4 ขั้นตอนการเก็บรักษาลำไย
ที่มา : (กรมวิชาการเกษตร , 2531)

2. การควบคุมลำไยด้วย SO_2 ในอัตราความเข้มข้นที่เหมาะสมจะสามารถป้องกันการเน่าเสียที่เกิดจากเชื้อราช่วยยับยั้งปฏิกิริยาการเปลี่ยนแปลงเป็นสีน้ำตาลของเปลือก

3. ลำไยที่ผ่านการรมควันด้วย SO_2 จะมีสีสรรสวยงามขึ้นและมีอายุการวางจำหน่ายนานขึ้น ดังนั้นประโยชน์ที่ได้รับคือ ช่วยให้อุตสาหกรรมการส่งออกขยายตัวมากขึ้น คุณภาพเป็นที่ต้องการของตลาด ยืดอายุการเก็บรักษาและวางจำหน่าย ต้นทุนการผลิตลดลง ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อมโดยทางตรงจะช่วยลดการสูญเสียลงเมื่อถึงตลาดปลายทางและทางอ้อมคือลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ทำให้สามารถขนส่งทางเรือได้

ข้อพึงระวังในการใช้สาร SO_2 : ก๊าซ SO_2 เป็นก๊าซที่เป็นพิษต่อระบบทางเดินหายใจของมนุษย์กล่าวคือ ความเข้มข้นตั้งแต่ 8 ส่วนในล้านส่วน(ppm.) จะทำให้เกิดอาการระคายเคืองต่อระบบทางเดินหายใจ ความเข้มข้นตั้งแต่ 20 ppm. จะทำให้ตาเกิดอาการระคายเคือง ลักษณะการเป็นพิษจะรุนแรงมากขึ้นเมื่อความเข้มข้นของ SO_2 เพิ่มขึ้น ดังนั้นถ้าพ่อค้าขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ใช้ปริมาณสารไม่เหมาะสมตามหลักวิชาการ จะเกิดผลเสียกล่าวคือ ถ้าใช้ปริมาณสารน้อยเกินไปจะทำให้ผลลำไยเกิดความเสียหาย ผิวของลำไยอาจเกิดรอยต่าง ไม่สามารถถนอมเก็บรักษาได้ ถ้าใช้มากเกินไปจะทำให้ปริมาณสารตกค้างมีมากเกินไป เกิดความไม่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคโดยเฉพาะผู้แพ้ต่อสารนี้และทำให้มีผลกระทบต่อตลาดการส่งออกโดยรวมได้

<u>ประเทศ</u>	<u>ปริมาณ SO_2 ในลำไยที่ยอมให้ตกค้าง</u> (ppm.)
ฮ่องกง	350 (ที่เปลือก)
เนเธอร์แลนด์	100 (ที่เปลือก)
มาเลเซีย	0 (ในเนื้อ)
สิงคโปร์	0 (ในเนื้อ)
สหราชอาณาจักร	0 (ในเนื้อ)

การใช้สาร SO_2 รมควันลำไยสดเพื่อการส่งออกได้ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในประเทศไทยช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา แม้ว่า SO_2 จะช่วยยืดอายุและถนอมคุณภาพลำไยก็ตาม แต่ก็มีปัญหาตามมาคือมีการใช้ปริมาณ SO_2 ในปริมาณสูงทำให้ตกค้างในลำไยเกินกว่าอัตราที่ประเทศผู้นำเข้ากำหนดเป็นเหตุให้เคยมีการระงับการนำเข้าลำไยเป็นบางช่วงและกลายมาเป็นอุปสรรคในการส่งออกอยู่ในขณะนี้ ทั้งนี้เนื่องจาก SO_2 เป็นสารเคมีที่มีฤทธิ์เป็นกรด สามารถกัดกร่อนสิ่งต่าง ๆ ได้จึงเป็นอันตรายต่อผู้บริโภคที่รับประทานลำไยที่มีปริมาณ SO_2 ปนเปื้อนอันจะทำให้ประสิทธิภาพการใช้โปรตีนและไขมันในร่างกายลดลงดังนั้นวิธีการตรวจหาปริมาณ SO_2 ในลำไยก่อนการส่งออกจึงเป็นสิ่งที่จำเป็น ปัจจุบันมีหลายหน่วยงานที่สามารถให้บริการ เช่น กองวิเคราะห์สินค้ามาตรฐาน กรมการค้าต่างประเทศ เป็นต้น

การแปรรูป

ลำไยเป็นผลไม้ที่มีอายุการเก็บรักษาสั้นและร่วงจากก้านช่อได้ง่าย คือ มีอายุการเก็บเป็นช่อสวยงามได้เพียง 2 วันเท่านั้น ผลลำไยก็จะร่วงหลุดจากช่อ ทำให้ขายได้ราคาไม่ดีเท่าที่ควร แม้ว่าการบริโภคส่วนใหญ่จะเป็นการบริโภคลำไยผลสดก็ตาม แต่ก็มี การแปรรูปลำไยเป็น 3 ลักษณะคือ ลำไยกระป๋อง ลำไยตากแห้งและลำไยแช่แข็งเพื่อเก็บไว้บริโภคได้นานขึ้นและเป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ

ลำไยกระป๋อง ปริมาณการใช้เพื่อแปรรูปมากบ้างน้อยบ้าง ตามปริมาณผลผลิตในปีมีปริมาณน้อยจะมีการใช้ลำไยสดประมาณ 10,000 ตัน ส่วนในปีที่ผลผลิตมีปริมาณมากจะมีการใช้ลำไยสดประมาณ 20,000 ตัน เกรดลำไยที่ใช้เดิมใช้ลำไยร่วงแต่ปัจจุบันลำไยร่วงถูกนำไปใช้ผลิตลำไยอบแห้งเป็นจำนวนมาก การผลิตลำไยกระป๋องจึงหันมาใช้ลำไยเกรดดีมาก โดยบางส่วนเป็นลำไยเกรดเอ และลำไยร่วง

อัตราการผลิตลำไยกระป๋อง : ลำไยสด = 2 : 1

ผลผลิตลำไยกระป๋องร้อยละ 80 ส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศส่วนที่เหลือร้อยละ 20 จะจำหน่ายภายในประเทศ จุดสำคัญของการทำลำไยกระป๋องคือการฆ่า

เชื้อจุลินทรีย์โดยแช่ในน้ำเดือดหรือวางในหม้อความดัน เพื่อทำลายจุลินทรีย์ที่จะทำให้ลำไย กระทบเสียเมื่อวางขายในท้องตลาด ดังนั้นหลักการเทคนิคและวิธีที่โรงงานอุตสาหกรรม อาหารกระทบนำมาใช้ในการฆ่าเชื้อจุลินทรีย์ที่อยู่ในกระทบคือ การกำหนดอุณหภูมิและ เวลา เพราะถ้าผู้ผลิตกำหนดอุณหภูมิและเวลาผิดพลาดก็จะเกิดความเสียหาย เป็นต้นว่าถ้า อุณหภูมิและเวลาที่กำหนดต่ำกว่าจุดที่เหมาะสม ลำไยที่บรรจุภายในกระทบก็จะสุกเกินไป เนื้อเปื่อย นิ่มและแตก เป็นเหตุให้เกิดความเสียหายอย่างมากต่อผู้ผลิต

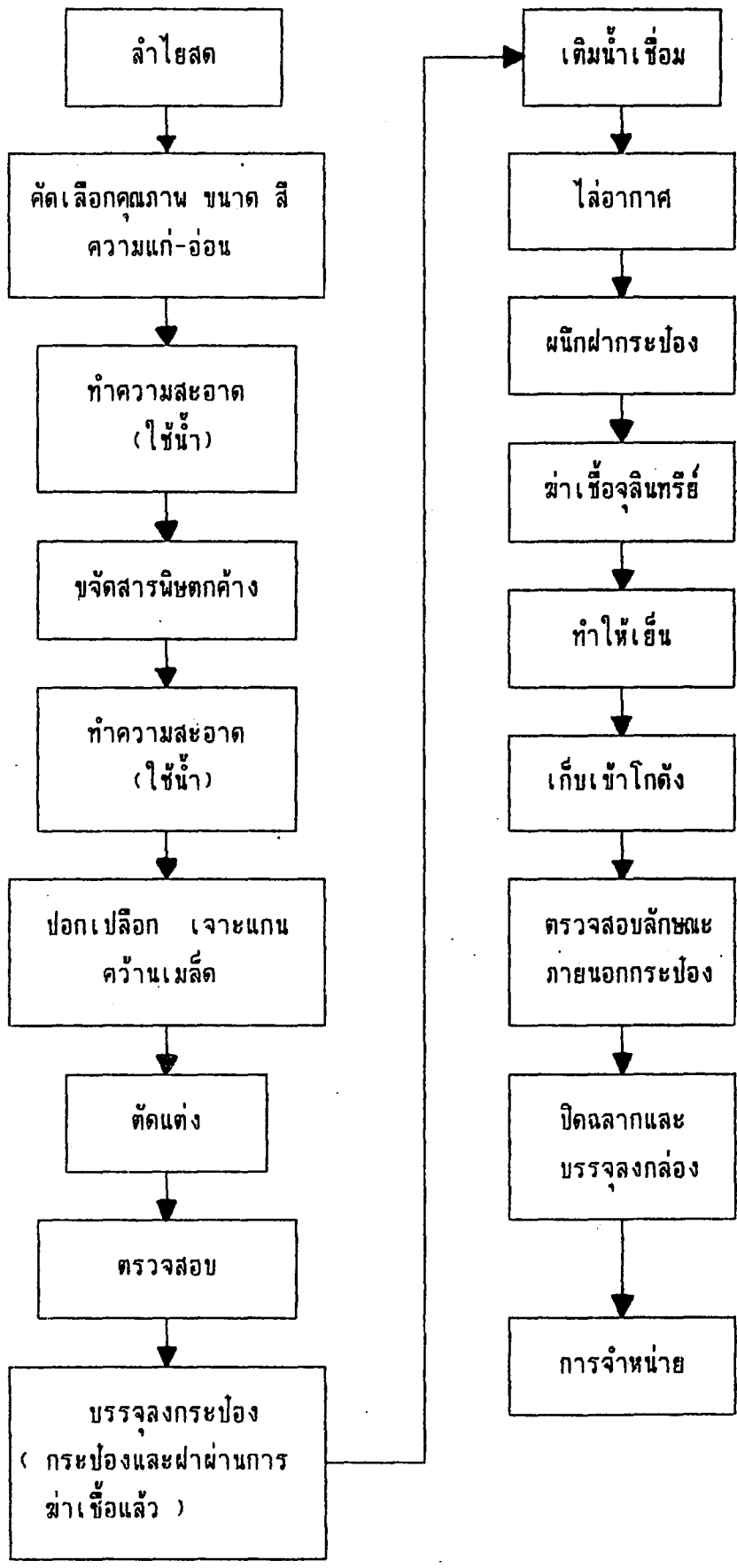
ลำไยอบแห้ง ปริมาณการใช้ลำไยเพื่อแปรรูปเป็นลำไยอบแห้ง มีประมาณ 10,000 ตัน เกรดลำไยที่ใช้เป็นลำไยร่วง

อัตราการแปรสภาพ ลำไยสด : ลำไยอบแห้ง(เฉพาะเนื้อ) = 10 : 1

ลำไยสด : ลำไยอบแห้ง(ทั้งเปลือก) = 5 : 1

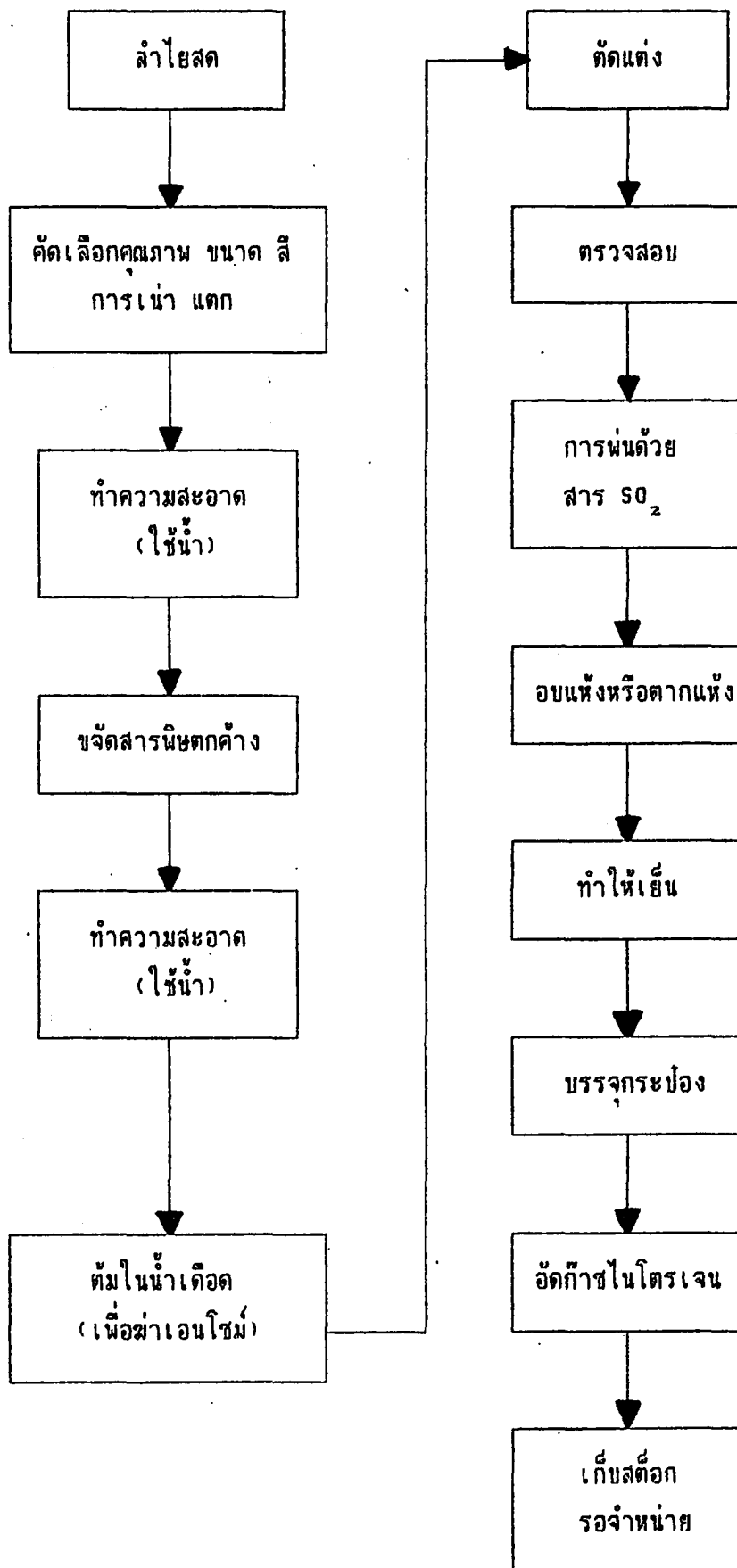
ผลผลิตลำไยอบแห้งร้อยละ 80 ส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศส่วน ที่เหลือร้อยละ 20 จำหน่ายภายในประเทศ การผลิตลำไยอบแห้งเป็นวิธีการแปรรูปด้วยวิธี การทำให้แห้งโดยการดึงเอาน้ำออกจากลำไยสดให้เหลือเพียงร้อยละ 10 แล้วผสมน้ำตาล เพียงเล็กน้อยเพื่อให้สามารถอยู่คงทนยาวนานขึ้น ผลไม้แปรรูปในลักษณะอบแห้งจะมีคุณค่า ทางวิตามินสูง ใช้แทนสินค้าประเภทน้ำตาลที่มีความหวาน 100% เป็นสินค้าที่เหมาะสม สำหรับประเทศที่ไม่มีผลไม้เมืองร้อนตลาดลำไยอบแห้งมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มมากขึ้น

การทำลำไยอบแห้งคือ การนำเอาลำไยไปตากแดดหรืออบในตู้ความร้อนเพื่อ ระเหยน้ำที่เป็นส่วนประกอบจำนวนมากในอาหารออกไปให้มากเพียงพอที่อาหารนั้นสามารถ เก็บอยู่ได้โดยไม่เสียเนื่องจากจุลินทรีย์ช่วงระยะเวลาหนึ่ง ลักษณะสำคัญของลำไยอบแห้ง คือ เนื้อนิ่ม ไม่แข็งกระด้าง เมื่อลำไยอบแห้งมีความชื้นสูงจำเป็นต้องมีการรมด้วยควัน กำมะถัน ซึ่งสารซัลเฟอร์ไดออกไซด์เป็นสารที่มีคุณสมบัติช่วยหยุดยั้งปฏิกิริยาของ เอนไซม์ที่มีชื่อว่า Polyphenol Oxidase ที่จะมีปฏิกิริยากับออกซิเจนในเนื้อลำไยทำให้เกิดสีน้ำตาล (browning) นอกจากนี้ยังช่วยป้องกันการขึ้นราโดยก๊าซกำมะถันจะทำลายเชื้อราและแบค- ทีเรีย รวมทั้งช่วยรักษาคุณค่าทางอาหารของลำไยเช่น ลดการสูญเสียวิตามินเอและวิตามินซี



ใช้อุณหภูมิ
100-105
องศาเซลเซียส
10-30 นาที

ภาพที่ 5 ขบวนการผลิตลำใยกระป๋อง
ที่มา : (กรมพาณิชย์สัมพันธ์ , 2532)



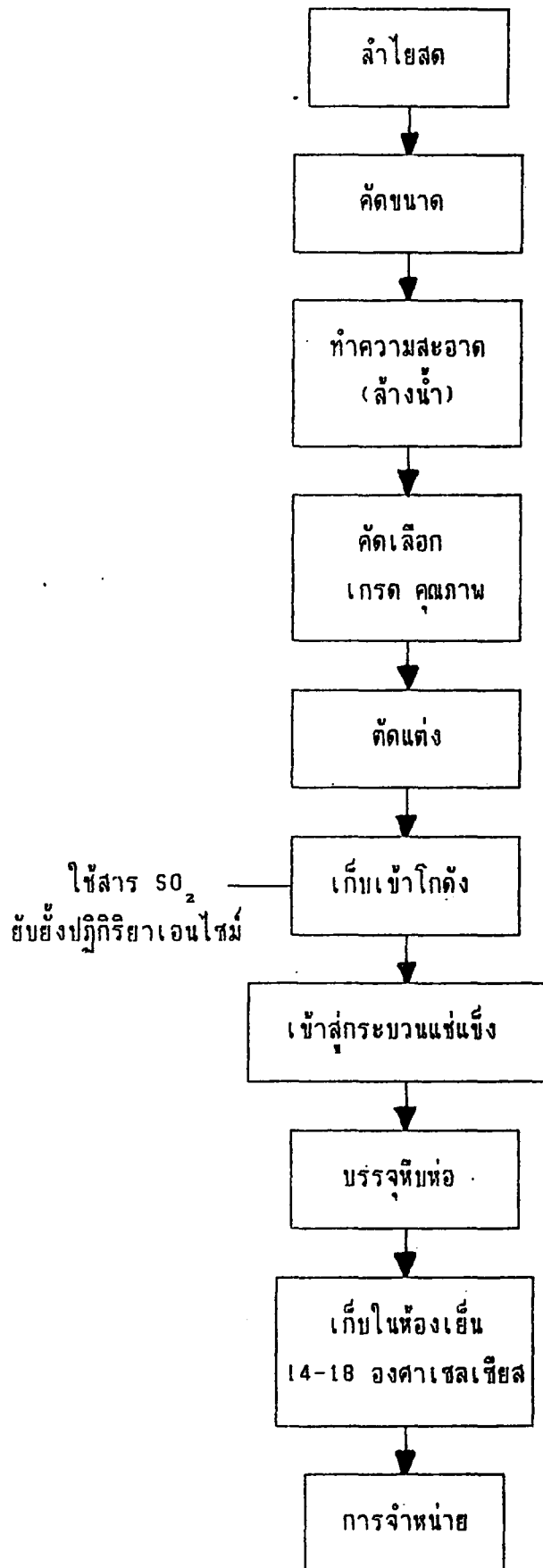
ภาพที่ 6 ขบวนการผลิตลำไยอบแห้ง
ที่มา : (กรมพาณิชย์สัมพันธ์ , 2532)

ลำไยแช่แข็ง เป็นกรรมวิธีการแปรรูปที่คงสภาพของผลผลิตเดิมไว้เกือบจะเหมือนสภาพเดิมทั้งหมด มีการตัด ตกแต่งก่อนเข้ากระบวนการแช่เย็นเพื่อยืดอายุการเก็บรักษาไม่ให้เกิดการเน่าเสียด้วยวิธีการแช่แข็งไว้ในห้องที่มีอุณหภูมิเย็นจัด ซึ่งวิธีการนี้จะสามารถยืดอายุของลำไยได้เป็นเวลานานหลายเดือน แต่มีข้อเสียตรงที่คุณภาพจะแย่งเพราะมีการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างเนื้อเยื่อต่าง ๆ ในผลไม้ (texture) และเนื้อจะหยาบขึ้น ถ้าหากอุณหภูมิไม่เพียงพอก็จะทำให้เนื้อผลไม้นุ่ม อย่างไรก็ตามผู้ผลิตได้มีการพัฒนาระบบการผลิตแบบ IQF (Individual Quick Freeze) ซึ่งเป็นกรรมวิธีที่จะรักษาสภาพเดิมของลำไยสดได้ดียิ่งกว่าเดิม ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ลำไยแช่แข็งจะมีลักษณะคล้ายของสดมากกว่าลำไยกระป๋อง โดยทุกขั้นตอนของการแช่แข็งมีการควบคุมให้มีการปนเปื้อนจากจุลินทรีย์น้อยที่สุด เริ่มตั้งแต่การเตรียมผลลำไยสด การล้างและตัดแต่ง ในขั้นตอนการบรรจุลงในภาชนะบรรจุรวมทั้งหลังการแช่แข็งก็ยังพบจุลินทรีย์อยู่ไม่น้อย อย่างไรก็ตามช่วงเวลาการแช่แข็งจะช่วยลดปริมาณจุลินทรีย์ลงได้เรื่อย ๆ การแช่แข็งลำไยนั้นไม่ต้องผ่านขั้นตอนการลวก แต่จะมีขั้นตอนที่สำคัญคือ การแช่แข็งซึ่งสามารถทำลายไข่ของแมลงวันผลไม้ได้จึงเป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้ประเทศไทยสามารถส่งออกลำไยแช่แข็งรวมทั้งผลไม้แช่แข็งชนิดอื่นเข้าไปยังอเมริกาและญี่ปุ่นได้

การบรรจุหีบห่อ

เนื่องจากการซื้อขายลำไยจะพิจารณาขนาดและพันธุ์ของลำไยเป็นสำคัญดังนั้นในการบรรจุหีบห่อจึงจำเป็นต้องคัดแยกผลไม้ให้มีขนาดสม่ำเสมอและเป็นพันธุ์เดียวกันทั้งเชิงเพื่อสะดวกในการซื้อขาย วัสดุที่ใช้ในการบรรจุลำไยเพื่อจำหน่ายนั้นได้แก่ เชิงหรือชะลอม ตะกร้าพลาสติกและกล่องกระดาษ ซึ่งได้มีการกำหนดมาตรฐานการบรรจุหีบห่อได้ดังนี้

การบรรจุลงเชิง น้ำหนักรวมทั้งเชิงประมาณ 25 กิโลกรัม โดยเป็นน้ำหนักสุทธิของลำไย 22 กิโลกรัมและเป็นน้ำหนักเชิงและใบลำไย 3 กิโลกรัม ซึ่งเชิงไม้ไผ่เป็นภาชนะบรรจุพื้นฐานที่นิยมใช้ภายในประเทศและใช้ส่งออกด้วย ถึงแม้จะมีราคาถูก โปร่ง สามารถระบายอากาศและบรรจุได้ทีละมาก ๆ ก็ตามแต่ก็มีข้อเสียหลายประการเช่น รูปทรงยากลำบากต่อการขนถ่าย ไม่เอื้ออำนวยต่อการใช้เนื้อที่ ระวังสินค้าและการเก็บมีความ



ภาพที่ 7 ขบวนการผลิตล้ำไฮแช่แข็ง
ที่มา : (กรมพาณิชย์สัมพันธ์ , 2532)

แข็งแรงน้อยโดย เฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเรียงซ้อนกันแล้วจะทำให้ผลไม้ถูกกดทับและเสียหายสูง ตลาดต่างประเทศที่ยังยอมรับการใช้แข่งคือ อ่องกง สิงคโปร์ เป็นต้น แต่บางประเทศเช่น ประเทศในแถบยุโรป มักจะไม่ยอมรับการบรรจุลำไยลงแข่ง

การบรรจุลงตะกร้าพลาสติก ภาชนะพลาสติกที่ใช้ในการขนส่งลำไยมีทั้ง ชนิดที่ทำจากพลาสติกแบบหล่อแข็งและแบบโพลี ความนิยมในการใช้ตะกร้าพลาสติกในการ บรรจุลำไยเพื่อการส่งออกยังมีน้อยเมื่อเทียบกับการบรรจุลำไยโดยใช้กล่องกระดาษลูกฟูก ข้อดีของตะกร้าพลาสติกคือ มีความแข็งแรง ทนทานต่อการวางซ้อนได้ดี ทนทานต่อความ ชื้นและเปียกน้ำได้ ผิวภายในเรียบไม่ทำลายผลผลิตผลและสามารถทำความสะอาดได้ง่ายแต่ เนื่องจากตะกร้าพลาสติกมีราคาสูง จึงเหมาะสำหรับการนำกลับไปใช้งานหลาย ๆ ครั้ง มากกว่าเพื่อการส่งออกเช่น การบรรจุผลผลิตในไร่และการจำหน่ายผลผลิตในตลาดภายใน ประเทศ ในปัจจุบันได้มีการบรรจุลำไยลงตะกร้าพลาสติกเพื่อส่งออกจำหน่ายยังต่าง ประเทศโดยมีน้ำหนักรวมทั้งตะกร้าประมาณ 12.5 กิโลกรัม ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมของลูกค้า ชาวต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศสิงคโปร์ เพราะสามารถตรวจสอบคุณภาพได้ง่าย สะดวกต่อการซื้อขาย และมองดูสวยงามน่าซื้ออีกด้วย

การบรรจุลงกล่อง น้ำหนักรวมทั้งกล่องประมาณ 16 กิโลกรัม โดยเป็น น้ำหนักสุทธิของลำไย 15 กิโลกรัมและเป็นน้ำหนักกล่อง 1 กิโลกรัม โดยปกติไม่นิยมบรรจุ ลำไยใส่กล่องเพราะกล่องมีราคาแพงกว่าราคาแข่งมาก ซึ่งผู้บริโภคนิยมบริโภคลำไยใน ต่างประเทศ ได้แก่ อ่องกง สิงคโปร์ มาเลเซีย จะนิยมรับซื้อลำไยที่บรรจุลงแข่งหรือ ซะลอมขนาดเล็กกระทัดรัด น้ำหนักประมาณ 2 - 3 กิโลกรัม มากกว่าที่จะรับซื้อลำไยที่ บรรจุใว้ภาชนะที่มีรูปแบบและขนาดน้ำหนักอื่น ๆ เพราะเป็นขนาดที่เพียงพอต่อการบริโภค ภายในครอบครัวซึ่งสามารถรับประทานได้ในช่วงเวลาอันสั้น

การขนส่ง

เนื่องจากลำไยเป็นผลไม้ที่จำเป็นต้องระบายออกสู่มือผู้บริโภคให้เร็วที่สุดหลัง จากการเก็บเกี่ยวแล้ว ดังนั้นการระบายสินค้าลำไยจึงจำเป็นต้องมีระบบการขนส่งที่มีประ- สິทธิภาพซึ่งการขนส่งผลผลิตลำไยของไทยแบ่งได้ดังนี้

1. การขนส่งลำไยเพื่อจำหน่ายในตลาดภายในประเทศ วิธีการขนส่งที่ชาวสวนรายย่อยนิยมใช้ คือ ใช้รถจักรยานยนต์บรรทุกลำไยนำมาขายที่ตลาดท้องถิ่น ส่วนพ่อค้าขายส่งต่างจังหวัด พ่อค้าเร่และตัวแทนหรือนายหน้าต่าง ๆ นิยมใช้รถยนต์บรรทุกสี่ล้อหรือหกล้อ เข้าไปรับซื้อลำไยจากแหล่งผลิตแล้วนำไปจำหน่ายผู้บริโภคหรือส่งต่อไปให้กับพ่อค้าในระดับอื่นต่อไป

2. การขนส่งลำไยเพื่อจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศ กระทำได้ 3 ทางคือ

2.1 ทางบก โดยทางรถยนต์หรือรถไฟออกด่านภาคใต้ไปยังประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ ลำไยที่ส่งออกต้องแช่เย็นเพื่อรักษาความสด วิธีที่นิยมกันมากคือ ใช้รถยนต์บรรทุกหกล้อหรือสิบล้อแล้วใช้น้ำแข็งประมาณ 30-32 ถังต่อรถบรรทุกสิบล้อ 1 คัน เพื่อให้ลำไยคงความสดไม่เน่าเสีย ซึ่งเมื่อถึงอำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จะใส่น้ำแข็งเพิ่มเติมเพื่อส่งต่อไปยังประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ นอกจากนั้นยังมีการขนส่งลำไยโดยตรงจากแหล่งผลิตผ่านแดนมาเลเซียไปยังประเทศสิงคโปร์ โดยใช้รถห้องเย็นขององค์การอุตสาหกรรมห้องเย็นซึ่งบรรจุได้ครั้งละ 280 ข่ง

2.2 ทางเรือ ใช้ท่าเรือคลองเตยเป็นท่าขนส่ง โดยขนส่งลำไยจากจังหวัดเชียงใหม่และลำพูนมายังท่าเรือคลองเตย กรุงเทพฯ โดยใช้รถบรรทุกหกล้อหรือสิบล้อ การขนส่งทางเรือนี้เพิ่งเริ่มการทดลองขนส่งโดยใช้คอนเทนเนอร์ห้องเย็น ซึ่งจะส่งออกไปยังประเทศสิงคโปร์

2.3 ทางอากาศ โดยใช้ท่าอากาศยานเชียงใหม่ เพื่อส่งลำไยไปยังประเทศฮ่องกงโดยตรงแต่ส่วนใหญ่จะขนส่งทางท่าอากาศยานดอนเมือง กรุงเทพฯ มากกว่าเพราะมีสายการบินและเที่ยวบินมากกว่า

บทที่ 4

ภาวะการส่งออกลำไยของประเทศไทย

ลำไยส่งออกต่างประเทศ แบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ ลำไยสด ลำไยกระป๋อง ลำไยอบแห้งและลำไยแช่แข็ง จากสถิติกรมเศรษฐกิจพาณิชย์ ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2534-2536 ประเทศไทยส่งออกลำไยสดเฉลี่ยปีละ 13,913 ตัน คิดเป็นร้อยละ 64 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด(ตารางที่ 8) มูลค่าการส่งออก 286 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 41 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ลำไยกระป๋องเฉลี่ยปีละ 6,812 ตัน คิดเป็นร้อยละ 31 ของปริมาณส่งออกรวม มูลค่า 283 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 40 ของมูลค่าส่งออกรวม ลำไยอบแห้งเฉลี่ยปีละ 780 ตัน คิดเป็นร้อยละ 4 ของปริมาณการส่งออกรวม มูลค่า 104 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 15 ของมูลค่าส่งออกรวม ลำไยแช่แข็งเฉลี่ยปีละ 389 ตัน คิดเป็นร้อยละ 2 ของปริมาณส่งออกรวม มูลค่า 27 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 4 ของมูลค่าส่งออกทั้งหมดของประเทศไทย(ภาพที่ 8)

นอกจากนี้ยังมีการส่งออกลำไยสดอีกจำนวนไม่น้อยที่ไม่ผ่านพิธีการศุลกากรของไทยซึ่งเป็นลำไยที่ขนส่งทางรถยนต์ผ่านชายแดนภาคใต้ไปมาเลเซียและสิงคโปร์ นอกจากนี้ยังมีลำไยอีกส่วนหนึ่งซึ่งค้าขายที่ชายแดนพม่า ลาว ที่ยังไม่มีสถิติที่แสดงอย่างแน่ชัดแต่ก็เป็นตัวเลขจำนวนไม่น้อย ตลาดส่งออกออกลำไยของไทยส่วนใหญ่อยู่ในทวีปเอเชียแถบฮ่องกง สิงคโปร์ และมาเลเซีย คิดเป็นปริมาณการส่งออกร้อยละ 80 ส่วนสหรัฐอเมริกา ยุโรป และ แคนาดา คิดเป็นปริมาณส่งออกร้อยละ 20 ของปริมาณส่งออกของประเทศไทย

ราคาส่งออกลำไยส่วนใหญ่เป็นไปตามระเบียบกรมการค้าต่างประเทศว่าด้วยการกำหนดราคามูลลำไยสดส่งออกไปนอกราชอาณาจักร ซึ่งกำหนดราคาลำไยสดขั้นต่ำไว้ไม่ต่ำกว่ากิโลกรัมละ 29 บาทแต่ก็ยังมีกรณีการหลีกเลี่ยงให้มีการส่งออกโดยเสรีและก่อให้เกิดปัญหาด้านการตัดราคาส่งออกกันเองและส่งผลให้ราคาลำไยในประเทศต้องมีราคาตกต่ำด้วย

ตารางที่ 8 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยของประเทศไทยจำแนกตามประเภทเฉลี่ย
ปี พ.ศ. 2534-2536

(ปริมาณ : ตัน)

(มูลค่า : ล้านบาท)

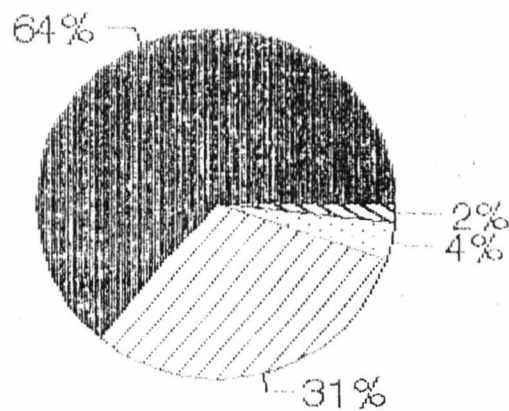
ประเภท	ปริมาณ	มูลค่า
ลำไยสด	13,913	286
(%)	(64)	(41)
ลำไยกระป๋อง	6,812	283
(%)	(31)	(40)
ลำไยอบแห้ง	780	104
(%)	(4)	(15)
ลำไยแช่แข็ง	389	27
(%)	(2)	(4)
รวม	21,894	700
(%)	(100)	(100)

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ , 2536)

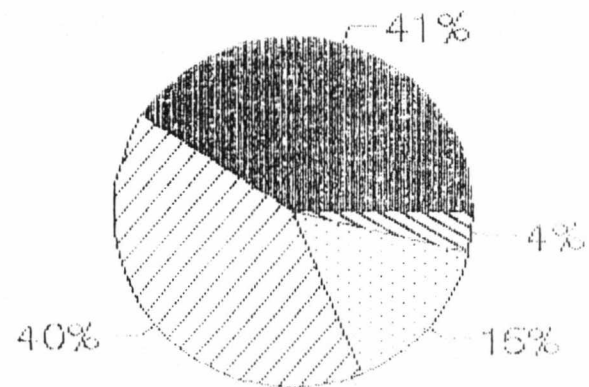
การส่งออกลำไยไปจำหน่ายยังต่างประเทศแยกตามประเภทที่ส่งออกได้ดังนี้

การส่งออกลำไยสด

ประมาณการว่าลำไยสดร้อยละ 30 จะส่งออกจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศ
คิดเป็นปริมาณส่งออก 35,000 ตัน แต่จากสถิติของกรมศุลกากรปรากฏว่าในปี 2536 มีการ



Quantities of Longan Exporting



Values of Longan Exporting



ภาพที่ 8 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยของประเทศไทยจำแนกตามประเภทโดยเฉลี่ย ปี พ.ศ. 2536

ส่งออกเพียง 21,310 ตัน(ตารางที่ 9) สาเหตุที่ปริมาณส่งออกแตกต่างกันเนื่องจากลำไยที่ส่งออกส่วนหนึ่งไม่ผ่านพิธีการศุลกากรของประเทศไทย ทำให้ปริมาณส่งออกตามสถิติกรมศุลกากรต่ำกว่าความเป็นจริง แต่เมื่อเทียบกับปริมาณการส่งออกลำไยสดใน ปี 2535 และ 2534 จะเห็นว่ามิแนวโน้มการส่งออกที่เพิ่มขึ้น

ช่วงเวลาส่งออกมากอยู่ระหว่างเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม ซึ่งเป็นช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลผลิต โดยคิดเป็นสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 95 ของการส่งออกทั้งปี

ปริมาณการนำเข้าของแต่ละประเทศในแต่ละปีจะขึ้นอยู่กับผลผลิตลำไยสดของประเทศไทยคือ ถ้าหากปีใดผลผลิตมีมากปริมาณการนำเข้าจะมีมากขึ้นด้วย ลำไยสดของประเทศไทยนอกจากจะมีคุณภาพเป็นที่นิยมของตลาดดังกล่าวแล้วยังเป็นผลไม้ที่ในปัจจุบันยังไม่มีคู่แข่งโดยตรง แม้ว่าจะมีลำไยจากจีนและไต้หวันส่งเข้าไปจำหน่ายบ้างแต่ก็นับว่ามีปริมาณน้อยมากและคุณภาพยังสู้ลำไยของไทยไม่ได้

ส่วนแบ่งตลาดส่งออกลำไยสด

ตลาดส่งออกลำไยสดที่สำคัญคือ อ่องกง สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซียและแคนาดา ส่วนแบ่งการตลาด ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยสด จากประเทศไทยไปยังประเทศต่าง ๆ ในปี 2536 คิดเป็นค่าร้อยละได้ดัง ภาานที่ 9 โดยประเทศไทยได้มีการส่งออกลำไยสดไปยังอ่องกงเป็นปริมาณมากที่สุดคือ ร้อยละ 61 รองลงมาได้แก่ สิงคโปร์ คือมีปริมาณการส่งออกลำไยสดจากประเทศไทยร้อยละ 14 เนื่องจาก อ่องกง สิงคโปร์และมาเลเซีย เป็นตลาดประจำสำหรับการนำเข้าลำไยจากประเทศไทยและมีแนวโน้มที่สามารถจะขยายตลาดไปยังประเทศแถบยุโรปเช่น แคนาดา ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์และอังกฤษ จึงน่าจะพิจารณาในแง่ของปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการส่งออกลำไยสดของประเทศไทยไปยังประเทศต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. การคัดมาตรฐาน คุณภาพ ชนิด และขนาดของลำไยให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด

2. การบรรจุหีบห่อ เพื่อดึงดูดใจลูกค้ามากขึ้น

3. การขนส่ง โดยเพิ่มการระวางบรรทุกทางเครื่องบินให้ทันตามคำสั่งซื้อ ถ้าเป็นการขนส่งไปฮ่องกง ส่วนมากเป็นการขนส่งทางอากาศซึ่งสามารถระบายได้ 2 จุด คือ ท่าอากาศยานเชียงใหม่และท่าอากาศยานดอนเมือง กรุงเทพฯ ส่วนการขนส่งไปยัง ประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์มักจะ เป็นการขนส่ง โดยทางรถยนต์แค่เส้นผ่านทางด้านภาคใต้

การส่งออกลำไยกระป๋อง

จากสถิติกรมเศรษฐกิจพาณิชย์ปรากฏว่าปริมาณส่งออกลำไยกระป๋องในปีพ.ศ. 2536 มีปริมาณ 8,391 ตันมูลค่า 388.4 ล้านบาท(ตารางที่ 10) โดยเพิ่มขึ้นจากปี 2535 418 ตัน ทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น 96.7 ล้านบาท

ช่วงเวลาส่งออกมากอยู่ระหว่างเดือนสิงหาคม - ตุลาคม ของทุกปี โดย คิดเป็นสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 60 ของการส่งออกทั้งปี

ส่วนแบ่งตลาดส่งออกลำไยกระป๋อง

ตลาดส่งออกลำไยกระป๋องสำคัญได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย อเมริกา ฮ่องกง และมีการส่งออกลำไยกระป๋องอีกส่วนหนึ่งไปยังประเทศในแถบยุโรป ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย และประเทศอื่น ๆ ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยกระป๋องจากประเทศไทยไปยังประเทศต่าง ๆ ในปี พ.ศ.2536 คิดเป็นค่าร้อยละได้ดัง ภาพที่ 10 โดยมีปริมาณการส่งออกลำไยกระป๋องจากประเทศไทยไปยังสิงคโปร์มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 42 รองลงมาคือ มาเลเซีย โดยมีปริมาณการนำเข้าลำไยกระป๋องจากประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 22 สหรัฐอเมริกา เป็นอีกประเทศหนึ่งที่ประเทศไทยได้ทำการส่งออกลำไยกระป๋องไปเป็นปริมาณมาก โดยคิดเป็นร้อยละ 14 ของปริมาณการส่งออกลำไยกระป๋องทั้งหมด

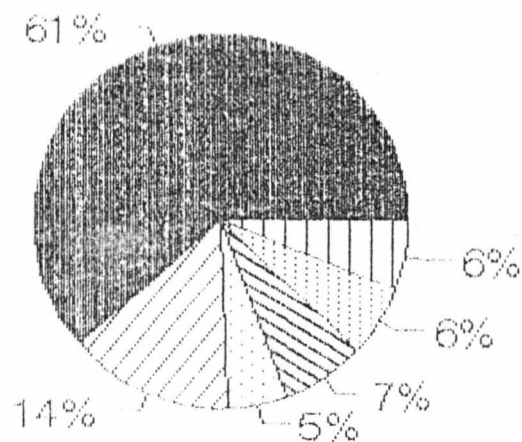
ตารางที่ 9 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกกล้วยสดของประเทศไทย ปี พ.ศ.2534-2536

(ปริมาณ : ตัน)

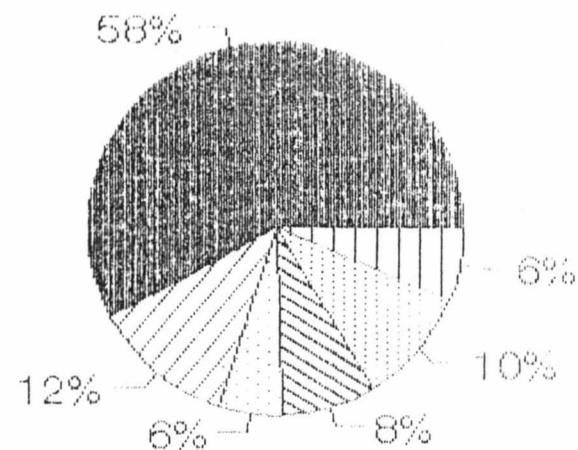
(มูลค่า : ล้านบาท)

ประเทศ	2534		2535		2536	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ฮ่องกง	5,426	91.5	7,280	148.6	13,080	230.7
(%)	(71)	(56)	(57)	(50)	(61)	(58)
สิงคโปร์	988	37.5	1,974	49.8	3,031	48.0
(%)	(13)	(23)	(15)	(17)	(14)	(12)
มาเลเซีย	478	9.7	1,780	32.9	1,088	22.0
(%)	(6)	(6)	(14)	(11)	(5)	(6)
อินโดนีเซีย	213	2.9	536	12.4	1,544	32.8
(%)	(3)	(2)	(4)	(4)	(7)	(8)
แคนาดา	371	14.5	890	40.5	1,315	40.1
(%)	(5)	(9)	(7)	(14)	(6)	(10)
อื่น ๆ	142	6.7	351	13.5	1,252	24.4
(%)	(2)	(4)	(3)	(5)	(6)	(6)
รวม	7,618	162.6	12,811	298.7	21,310	398.0
(%)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ , 2536)



Quantities of Longan Exporting



Values of Longan Exporting

HONG KONG	SINGAPORE	MALAYSIA
INDONESIA	CANADA	OTHERS

ภาพที่ 9 ส่วนแบ่งการตลาดตามปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยสดของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2536

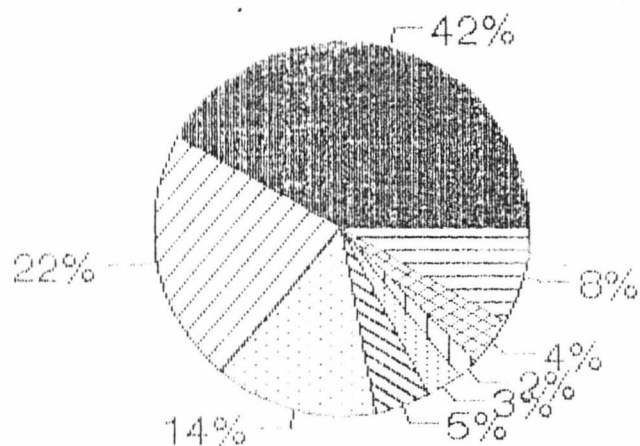
ตารางที่ 10 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผ้าใยกรองของประเทศไทยปี.ศ. 2534-2536

(ปริมาณ : ตัน)

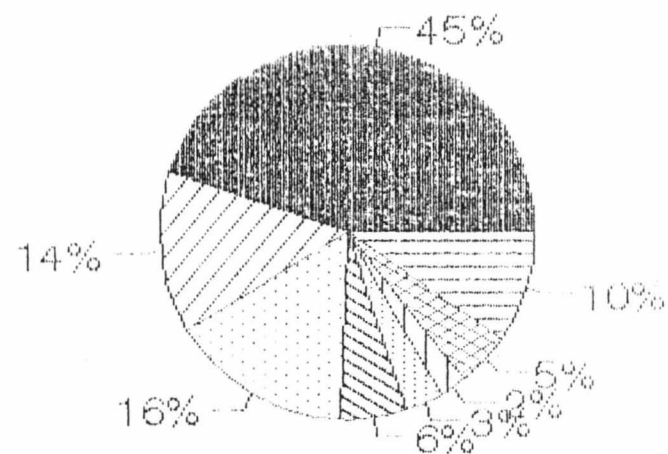
(มูลค่า : ล้านบาท)

ประเทศ	2534		2535		2536	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
สิงคโปร์	1,758	83.2	3,477	137.3	3,512	151.7
(%)	(43)	(50)	(44)	(47)	(42)	(45)
มาเลเซีย	939	20.0	2,378	52.7	1,843	46.9
(%)	(23)	(12)	(30)	(18)	(22)	(14)
อเมริกา	558	26.4	745	34.3	1,179	53.3
(%)	(14)	(16)	(9)	(12)	(14)	(16)
ยุโรป	274	13.0	458	23.2	411	19.4
(%)	(7)	(8)	(6)	(8)	(5)	(6)
ฮ่องกง	71	3.1	58	2.9	238	11.1
(%)	(2)	(2)	(1)	(1)	(3)	(3)
ญี่ปุ่น	68	3.8	136	7.3	155	7.9
(%)	(2)	(2)	(2)	(3)	(2)	(2)
อินโดนีเซีย	174	7.1	308	13.9	362	15.5
(%)	(4)	(4)	(4)	(5)	(4)	(5)
อื่น ๆ	231	10.8	413	20.1	691	32.6
(%)	(6)	(6)	(5)	(7)	(3)	(10)
รวม	4,073	157.4	7,973	291.7	9,391	388.4
(%)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ , 2536)



Quantities of Longan Exporting



Values of Longan Exporting



ภาพที่ 10 ส่วนแบ่งการตลาดตามปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยกระป๋องของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2536

การส่งออกลำไยอบแห้ง

ตลาดลำไยอบแห้งของประเทศไทยแบ่งออกได้เป็น 2 ตลาดคือ ตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ ซึ่งมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 40 และ 60 ตามลำดับ

ตลาดภายในประเทศ แบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ได้แก่

1. ตลาดนักท่องเที่ยว เป็นตลาดที่ไม่ใหญ่นัก แต่ก็มียอดขายมากพอสมควร ได้แก่ เมืองต่าง ๆ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเช่น เชียงใหม่ เชียงรายและภูเก็ต ซึ่งตลาดนักท่องเที่ยวนี้จะต้องเน้นเรื่องการบรรจุหีบห่อให้มีความสวยงามและสะดวกเป็นพิเศษ

2. ตลาดพ่อค้าแม่ค้า แหล่งรับซื้อและกระจายสินค้าที่ใหญ่ที่สุดของตลาดนี้อยู่ที่กรุงเทพฯ ส่วนใหญ่เป็นตลาดที่พ่อค้าแม่ค้าทำการซื้อขายลำไยแห้งเพื่อนำไปแปรรูปแล้วนำไปจำหน่ายอีกต่อหนึ่ง เช่น การนำไปทำเป็นน้ำลำไย การนำไปผสมกับเครื่องยา

ตลาดต่างประเทศ ตลาดต่างประเทศของลำไยแห้งเป็นตลาดที่กว้างเพราะลำไยแห้งเป็นสินค้าที่สามารถขายได้ตลอดปีไม่ว่าจะเป็นในฤดูหนาวหรือฤดูร้อนเช่นประเทศในแถบยุโรป เชื่อกันว่าการกินลำไยแห้งจะช่วยให้ร่างกายอบอุ่น สามารถต้านทานอากาศหนาวได้ ส่วนในประเทศแถบร้อนก็เชื่อว่าการกินลำไยแห้งในฤดูร้อนจะช่วยคลายความร้อนและแก้กระหายน้ำได้ ดังจะสังเกตเห็นได้ว่าในประเทศไทยเองน้ำลำไยจะขายดีในฤดูร้อนช่วงเดือนมีนาคม-พฤษภาคม โดยช่วงเวลาส่งออกมากอยู่ระหว่างเดือนสิงหาคม - ตุลาคมของทุกปี คิดเป็นสัดส่วนการส่งออก ร้อยละ 60 ของการส่งออกทั้งปี

ปริมาณส่งออกส่งออกลำไยอบแห้งในช่วงปีพ.ศ. 2536 (ตารางที่ 11) มีจำนวน 879.43 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2535 ซึ่งมีจำนวน 679.74 ตัน โดยการส่งออกไปฮ่องกงเพิ่มขึ้นมากที่สุดคือจาปริมาณการส่งออกลำไยอบแห้งในปี พ.ศ. 2535 มีจำนวน 52 ตันเพิ่มขึ้นเป็น 303 ตันในปี พ.ศ. 2536

ตารางที่ 11 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผ้าใยอบแห้งของประเทศไทยปี พ.ศ.2534-2536

(ปริมาณ : ตัน)

(มูลค่า : ล้านบาท)

ประเทศ	2534		2535		2536	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
สิงคโปร์	149.47	25.58	320.69	51.31	187.97	21.27
(%)	(19)	(24)	(47)	(46)	(21)	(22)
อเมริกา	7.96	1.57	12.95	2.84	19.01	4.61
(%)	(1)	(1)	(2)	(3)	(2)	(5)
ฮ่องกง	226.11	33.71	51.91	10.26	303.10	37.13
(%)	(29)	(32)	(8)	(9)	(34)	(39)
เกาหลีใต้	280.41	36.73	240.22	41.35	255.86	25.60
(%)	(36)	(35)	(35)	(37)	(29)	(27)
มาเลเซีย	103.24	5.52	38.00	3.43	12.96	0.75
(%)	(13)	(5)	(6)	(3)	(1)	(1)
อื่น ๆ	7.72	1.16	12.18	2.08	100.53	6.66
(%)	(1)	(1)	(2)	(2)	(11)	(7)
รวม	779.56	105.22	679.74	112.15	879.43	96.02
(%)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ , 2536)

ส่วนแบ่งการตลาดลำไยอบแห้ง

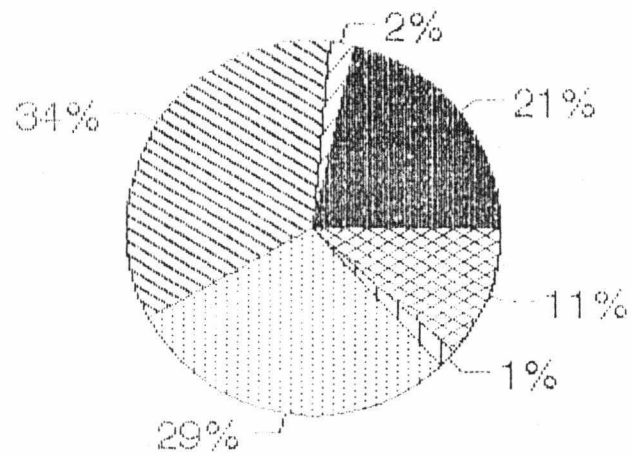
ตลาดส่งออกลำไยอบแห้งที่สำคัญได้แก่ เกาหลีใต้ อีซิ่งกิง สิงคโปร์ อเมริกา และมาเลเซีย ในแต่ละแห่งจะมีความต้องการสินค้าที่มีลักษณะหรือคุณภาพที่แตกต่างกันออกไป ตามรสนิยมของผู้บริโภคในประเทศนั้น ๆ เช่น เกาหลีใต้นิยมลำไยแห้งสีคล้ำออกสีเทาดำ เนื้อแห้ง สิงคโปร์และอีซิ่งกิงจะนิยมลำไยแห้งสีออกแดง ๆ ส่วนประเทศสหรัฐอเมริกา ยุโรป ญี่ปุ่น ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงนิยมลำไยแห้งมีสีออกน้ำตาล รสหวานตามธรรมชาติ ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยอบแห้งในปี พ.ศ. 2536 จากประเทศไทยไปยังประเทศต่าง ๆ (ภาพที่ 11) จะเห็นว่าประเทศไทยส่งออกลำไยอบแห้งไปยังอีซิ่งกิงเป็นปริมาณมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด รองลงมาประเทศไทยส่งออกลำไยอบแห้งไปยังเกาหลีใต้ โดยคิดเป็นร้อยละ 29 จากปริมาณการส่งออกทั้งหมด และตลาดที่สำคัญอีกตลาดหนึ่งคือสิงคโปร์ ปริมาณการส่งออกลำไยอบแห้งจากประเทศไทยไปยังสิงคโปร์ คิดเป็นร้อยละ 21 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด

การส่งออกลำไยแช่แข็ง

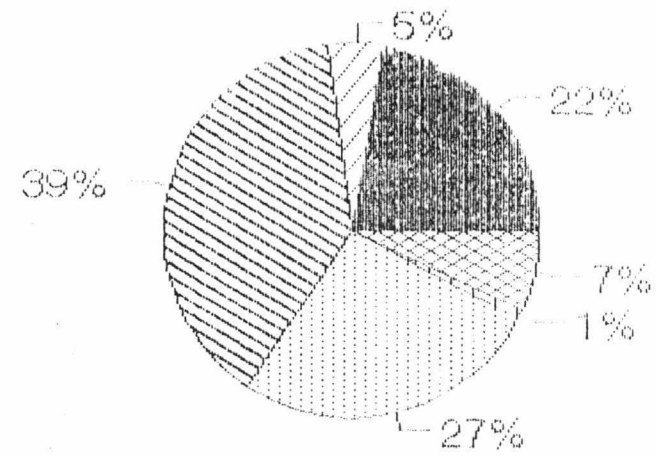
ปริมาณส่งออกลำไยแช่แข็งในช่วงปี พ.ศ. 2536 (ตารางที่ 12) มีปริมาณ 159.21 ตัน ซึ่งการส่งออกลำไยแช่แข็งในปี พ.ศ. 2536 ลดลงจากปี พ.ศ. 2535 อย่างมาก โดยการส่งออกลำไยแช่แข็งลดลงถึง 540 ตัน ทำให้มูลค่าการส่งออกลดลง 45 ล้านบาท เนื่องจากผู้บริโภคในต่างประเทศส่วนใหญ่นิยมบริโภค ลำไยสด ลำไยกระป๋องและลำไยอบแห้งมากกว่า ช่วงเวลาส่งออกมากอยู่ระหว่างเดือนพฤษภาคม-ตุลาคม คิดเป็นสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 65 ของการส่งออกทั้งปี

ส่วนแบ่งตลาดลำไยแช่แข็ง

ตลาดส่งออกลำไยแช่แข็งที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น สามารถวิเคราะห์ ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยแช่แข็งในปี พ.ศ. 2536 (ภาพที่ 12) โดย



Quantities of Longan Exporting



Values of Longan Exporting



ภาพที่ 11 ส่วนแบ่งการตลาดตามปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยอบแห้งของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2536

ปริมาณการส่งออกลำไยแช่แข็งจากประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกาจะมีมากที่สุดโดยคิดเป็นร้อยละ 79 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด รองลงมาได้แก่ญี่ปุ่น โดยประเทศไทยส่งออกลำไยแช่แข็งไปยังญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 9 ของปริมาณการส่งออกลำไยแช่แข็งทั้งหมด

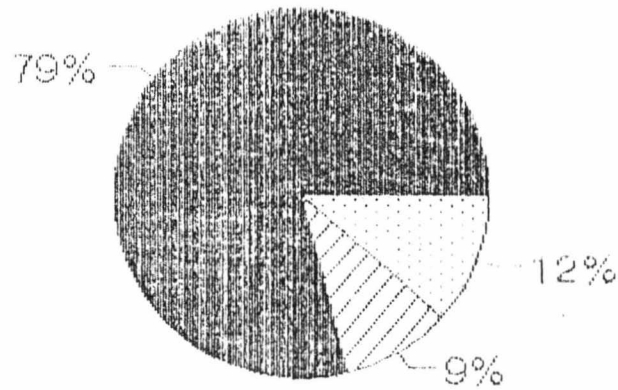
ตารางที่ 12 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยแช่แข็งของประเทศไทยปี พ.ศ. 2534-2536

(ปริมาณ : ตัน)

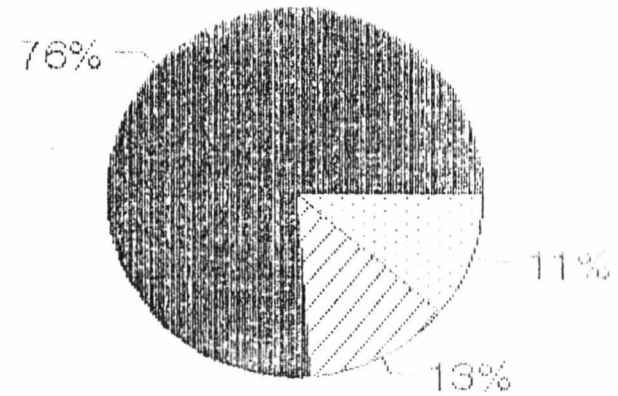
(มูลค่า : ล้านบาท)

ประเทศ	2534		2535		2536	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
อเมริกา	282.4	16.45	682.52	54.36	125.41	7.51
(%)	(92)	(96)	(98)	(98)	(79)	(76)
ญี่ปุ่น	4.8	0.31	15.80	0.84	15.00	1.26
(%)	(1)	(1)	(2)	(2)	(9)	(13)
อื่น ๆ	19.8	0.42	1.15	0.09	18.64	1.09
(%)	(7)	(3)	(0)	(0)	(12)	(11)
รวม	307.0	17.18	699.47	55.29	159.21	9.88
(%)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ , 2536)



Quantities of Longan Exporting



Values of Longan Exporting



ภาพที่ 12 ส่วนแบ่งการตลาดตามปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยแช่แข็งของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2536

สู่ทางการส่งออกลำไยของประเทศไทย

ในการพิจารณาสู่ทางการส่งออกลำไยของประเทศไทยจะวิเคราะห์สู่ทางการส่งออกลำไยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญได้แก่ ออสเตรเลีย สิงคโปร์ มาเลเซีย บรูไน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา ดังนี้

ฮ่องกง

ฮ่องกงตั้งอยู่ตอนใต้ของมณฑลกวางตุ้ง ประเทศจีน มีพื้นที่ประมาณ 1,070 ตารางกิโลเมตร มีประชากรประมาณ 5.7 ล้านคน มีพื้นที่เพื่อการเกษตรกรรมน้อยมาก จึงมีความจำเป็นต้องนำเข้าสินค้าประเภทอาหารเพื่อการบริโภค และเพื่อการส่งออกต่อไปยังประเทศอื่น ๆ ในเชิงธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประชากรฮ่องกงมีรสนิยมชอบการบริโภคผลไม้สด ในจำนวนนี้ร้อยละ 80 ชอบบริโภคที่บ้านพักและอีกร้อยละ 20 ชอบบริโภคตามภัตตาคาร ร้านอาหาร ฯลฯ ผลไม้ไทยที่เป็นที่รู้จักแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับของฮ่องกงคือ ลำไย ทุเรียน ซึ่งลำไยมีลู่ทางและแนวโน้มเข้าไปมีส่วนร่วมแบ่งการตลาดเพิ่มมากขึ้น

การนำเข้าลำไยจากประเทศไทยสู่ฮ่องกงมีเป็นประจำทุกปีตามฤดูกาลผลิตและปริมาณการนำเข้าในแต่ละปีนั้นจะขึ้นอยู่กับผลผลิตของลำไยในประเทศไทย คือ หากปีใดมีผลผลิตออกมามากปริมาณการนำเข้าฮ่องกงจะมีมากขึ้นด้วย ลำไยของประเทศไทยนอกจากจะมีคุณภาพเป็นที่นิยมของชาวฮ่องกงแล้ว ลำไยยังเป็นผลไม้สดที่ในปัจจุบันยังไม่มีคู่แข่งชั้นโดยตรงแม้ว่าจะมีลำไยจากจีนและไต้หวันส่งเข้าไปจำหน่ายในฮ่องกงแต่ก็ยังไม่สามารถเป็นส่วนน้อยและคุณภาพของลำไยก็สู้ของประเทศไทยไม่ได้ ดังนั้นภาวะการค้าลำไยของประเทศไทยในฮ่องกงแต่ละปี จึงมีการแข่งขันทางอ้อมกับผลไม้จากต่างประเทศที่ออกมาในช่วงเวลานั้นคือ ลิ้นจี่จากประเทศจีนและเชอร์รี่จากสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

ฮ่องกงเป็นตลาดรับลำไยสำคัญที่สุดของไทย คิดเป็นปริมาณส่งออกจากไทยประมาณปีละ 7,000 - 13,000 ตัน หรือประมาณร้อยละ 60 ของปริมาณส่งออกลำไยสด

ของไทย ลำไยที่ส่งไปฮ่องกงร้อยละ 60 จะส่งออกต่อไปยังมาเก๊าและจีน ซึ่งในปัจจุบัน
 ปรากฏว่ามีรายได้สูงทำให้กำลังซื้อสูงด้วย ราคาขายปลีกลำไยสดขนาดผลเล็กถึงปานกลาง
 กิโลกรัมละ 150 - 180 บาท (กรกฎาคม 2536)

การค้าลำไยระหว่างผู้ค้าในไทยกับในฮ่องกง จะอยู่ในรูป Consignment
 หรือการฝากขาย ซึ่งวิธีการนี้ผู้รับฝากขายจะไม่รับภาระเรื่องการขาดทุน โดยผู้ค้าในไทย
 ไม่สามารถต่อรองราคาได้และผู้ค้าในฮ่องกงไม่รับภาระขาดทุน ดังนั้นเพื่อผลประโยชน์ของ
 ผู้ส่งออกฝ่ายไทย จึงควรมีการจัดระเบียบการส่งออกให้รัดกุม โดยมีการควบคุมปริมาณการ
 ส่งออกลำไยไปฮ่องกงในแต่ละวัน ให้มีความพอดีตามความต้องการของตลาดและร่วมมือกัน
 รักษาระดับราคาส่งออกให้อยู่ในระดับเดียวกันและที่สำคัญคือ ไม่ตัดราคาขายแข่งขันกันเอง
 เพราะวิธีการนี้ผลเสียจะตกอยู่กับผู้ส่งออกและผู้ผลิตของประเทศไทยโดยรวม และเป็นเหตุ
 ให้ไม่สามารถจำหน่ายได้ราคาดีเท่าที่ควร

เมื่อฮ่องกงเป็นตลาดประจำสำหรับการนำเข้าลำไยจากประเทศไทยแล้วสู่ทาง
 การขยายตลาดลำไยในฮ่องกง จึงนำพิจารณาในแง่ของปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการส่ง-
 ออกลำไยของประเทศไทยไปยังฮ่องกงดังนี้

คุณภาพ ในปี พ.ศ. 2531 ลำไยของประเทศไทยมีปัญหาเกี่ยวกับเรื่องคุณภาพ
 จนเป็นข่าวในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นของฮ่องกงว่า ลำไยของประเทศไทยมีสารพิษเจือปน คือ
 เมื่อชาวฮ่องกงบริโภคลำไยเข้าไปได้เกิดอาการระคายเคืองในช่องปาก ซึ่งข่าวดังกล่าว
 มีผลกระทบต่อส่งออกลำไยของประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยผู้นำเข้าในฮ่องกงระงับ
 การนำเข้าไปชั่วคราว เป็นผลทำให้การส่งออกลำไยชะงัก ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ส่ง-
 ออกและชื่อเสียงในแง่คุณภาพลำไยของประเทศไทย ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับ
 การใช้สารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ เพื่อรักษาความสดของลำไย โดยทางฮ่องกงอนุญาตให้มี
 สารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ ได้ไม่เกิน 350 ส่วนในล้านส่วน (ppm.) ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ไม่ก่อให้เกิด
 เกิดอันตรายแก่ผู้บริโภค

การคัดมาตรฐาน ชนิดและขนาดของลำไย การที่จะทำให้ลำไยของประเทศไทยมีราคาจำหน่ายที่ดีในตลาดฮ่องกงควรมีการคัดเกรดและขนาดให้ได้มาตรฐานตามความต้องการของผู้นำเข้า การส่งลำไยประเภทละไปฮ่องกง นอกจากจะทำให้จำหน่ายไม่ได้ราคาแล้วยังเป็นเหตุให้ผู้นำเข้านำมาอ้างเกี่ยวกับการกีดกันการค้าด้วย

การบรรจุหีบห่อ ในปัจจุบันการส่งออกลำไยไปยังฮ่องกงได้มีการพัฒนาในด้านการบรรจุหีบห่อที่ดีขึ้นคือ จากเดิมที่ใช้บรรจุในเชิงไม้ มาเป็นการบรรจุในลังพลาสติกและกล่องกระดาษซึ่งสามารถป้องกันการกระทบกระแทกในระหว่างการขนส่งได้ดีขึ้นและยังเป็นการสะดวกกับผู้นำเข้าและผู้ขายส่งในด้านการซื้อขายและการขนส่ง การพัฒนาการบรรจุภัณฑ์นับว่ามีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการเสนอขายสินค้า จึงควรมีการปรับปรุงและพัฒนาให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคในฮ่องกงซึ่งโดยปกติแล้วผู้บริโภคชาวฮ่องกงจะซื้อลำไยจากร้านขายปลีกในปริมาณ 1 ปอนด์หรือ 2 ปอนด์ ดังนั้นน่าจะมีการพัฒนาการบรรจุหีบห่อลำไยในกล่องกระดาษที่แข็งแรงพอควรโดยมีน้ำหนักกล่องประมาณ 1-2 กิโลกรัมเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคหันมานิยมซื้อเป็นของฝากและของกำนัลมากขึ้น

การขนส่ง การส่งออกลำไยของประเทศไทยไปฮ่องกงส่วนใหญ่จะใช้วิธีการขนส่งทางอากาศ ซึ่งในอดีตที่ผ่านมามักจะมีปัญหาในเรื่องระวางบรรทุกเครื่องบินไม่เพียงพอจะก่อให้เกิดความเสียหายในด้านความล่าช้าและไม่เป็นไปตามความต้องการของผู้สั่งซื้อ ดังนั้นจึงควรมีการเพิ่มระวางบรรทุกเครื่องบินให้เพิ่มมากขึ้น

สิงคโปร์

โดยทั่วไปสิงคโปร์นับได้ว่าเป็นตลาดเล็ก เมื่อคำนึงถึงจำนวนผู้บริโภคมีประมาณ 3 ล้านคน แต่เนื่องจากสิงคโปร์มีเนื้อที่จำกัดเพียง 625 ตารางกิโลเมตร (ใกล้เคียงกับเนื้อที่เกาะภูเก็ต) เนื้อที่ส่วนใหญ่ถูกใช้เพื่อการพาณิชย์ อุตสาหกรรมและที่อยู่อาศัย ด้านการเพาะปลูกผักและผลไม้จึงมีน้อยมาก อาหารแทบทั้งหมดจำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้สิงคโปร์เป็นตลาดที่ควรให้ความสำคัญ โดยเฉพาะลำไยเพราะมี

คนเชื้อสายจีนอยู่เป็นจำนวนมากและลำไยเป็นผลไม้ที่คนจีนนิยมบริโภคมากเป็นพิเศษ นอกจากนั้นสิงคโปร์มีอำนาจซื้อสูงและสิงคโปร์เป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูง เพราะมีลักษณะเป็นเขตปลอดภาษี (FREE PORT) สินค้าเข้าส่วนใหญ่ไม่ต้องเสียภาษีขาเข้าและไม่มีข้อจำกัดการนำเข้ามากนัก กิจกรรมซื้อ-ขายไป (RE-EXPORT) จึงเป็นหัวใจสำคัญของเศรษฐกิจสิงคโปร์

ภาวะการตลาดลำไยในสิงคโปร์ ลำไยเป็นผลไม้ที่ผู้บริโภคในสิงคโปร์รู้จักกันดี โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคเชื้อสายจีน ทั้ง ๆ ที่ฤดูกาลลำไยค่อนข้างสั้นประมาณ 2-3 เดือนในแต่ละปี แต่สิงคโปร์มีอัตราการบริโภคลำไยค่อนข้างสูงกล่าวคือ มีการนำเข้าลำไยในแต่ละปีประมาณ 6,500 ตัน หรืออัตราการบริโภคประมาณ 2.5 กิโลกรัมต่อคนต่อ 2-3 เดือนและลำไยสดที่นำเข้าประมาณร้อยละ 95 จะนำเข้าจากประเทศไทยส่วนที่เหลือจะนำเข้าจากไต้หวัน จีนและมาเลเซีย โดยปกติการนำเข้าจากประเทศไทยกระทำโดยผู้นำเข้าผลไม้สิงคโปร์ทำการซื้อขายในรูปแบบขายเป็นส่วนใหญ่ ผู้ส่งออกของประเทศไทยจะต้องส่งสินค้าไปให้ผู้นำเข้าสิงคโปร์ก่อนแล้วฝ่ายสิงคโปร์จะชำระเงินค่าสินค้าไปให้ภายหลังซึ่งตามรูปแบบนี้ฝ่ายผู้ส่งออกไทยเป็นฝ่ายที่เสียเปรียบทุกด้าน ผู้นำเข้าของสิงคโปร์เมื่อได้รับสินค้าแล้วส่วนหนึ่งก็จะนำไปขายยังตลาดปาเซีย บันจาง (PASIR PANJANG) อีกส่วนหนึ่งขายให้แก่ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกที่มาซื้อและขนไปเอง ผู้นำเข้าบางรายจะดำเนินการเองทุกขั้นตอนจนสินค้าถึงร้านขายปลีก ซึ่งจะได้กำไรจากสินค้าและค่าขนส่ง

สิงคโปร์เป็นทั้งตลาดรองรับลำไยสดและลำไยอบแห้งของประเทศไทยและยังเป็นแหล่งระบายลำไยไปยังประเทศใกล้เคียงเช่น บรูไน ในแต่ละปีสิงคโปร์นำเข้าลำไยสดจากประเทศไทยปีละประมาณ 2,000-3,000 ตัน โดยราคาขายปลีกลำไยสดตามซูเปอร์มาเก็ตประมาณกิโลกรัมละ 80 - 90 บาท มีการนำเข้าลำไยกระป๋องจากประเทศไทยประมาณปีละ 2,000-3,500 ตัน นำเข้าลำไยอบแห้งจากประเทศไทยประมาณปีละ 100-300 ตัน ส่วนใหญ่นำเข้าจากจีนและไต้หวัน มีทั้งลำไยแห้งที่แกะเปลือกและไม่แกะเปลือกมักจะบรรจุในถุงพลาสติกขนาด 100 กรัม และขายตามร้านขายยาจีน ราคาขายประมาณกิโลกรัมละ 450-600 บาท โดยราคาลำไยจากจีนจะต่ำกว่าของไทยประมาณ 10%

เป็นที่น่าสังเกตว่าถ้าหากปีใดที่ประเทศไทยผลิตลำไยได้มากและมีการนำเข้า
 สิงคโปร์สูง ราคานำเข้าและราคาขายปลีกเฉลี่ยจะต่ำลง การส่งออกอย่างสม่ำเสมอให้
 ไปตามความต้องการของตลาดย่อมจะช่วยพยุงราคาให้มีเสถียรภาพ ดังนั้นราคาไม่ได้เป็น
 ปัจจัยเพียงอย่างเดียวที่ผู้บริโภคมักจะซื้อ มากหรือน้อย การที่ผู้ผลิตสนใจความต้องการของ
 ตลาดที่จะรับได้ย่อมเป็นการทำลายราคาและคุณค่าของสินค้า เนื่องจากตลาดมีขอบเขตจำกัด
 ในปีที่มีการผลิตได้มาก ก็ควรจะได้ออกวางแผนอย่างรัดกุมว่า ควรจะส่งออกเท่าไรและควรจะ
 แปรรูปเป็นลำไยกระป๋องและอบแห้งเท่าไรเพื่อจะได้รับผลตอบแทนสูงสุด

กฎระเบียบการนำเข้าของประเทศสิงคโปร์ ถึงแม้ว่ารัฐบาลสิงคโปร์จะเปิด
 โอกาสให้มีการแข่งขันกันอย่างเต็มที่ โดยไม่มีข้อจำกัดและภาษีขาเข้า แต่รัฐบาลก็จะต้อง
 ดูแลอย่างใกล้ชิดเกี่ยวกับคุณภาพสินค้า โดยเฉพาะเกี่ยวกับสารพิษตกค้างในผักและผลไม้โดย
 มีกรมควบคุมอาหาร (FOODS CONTROL DEPARTMENT) กระทรวงควบคุมสภาพแวดล้อม
 เป็นผู้ควบคุมตรวจสอบตามพ.ร.บ. FOOD ACT ซึ่งกำหนดให้ผู้นำเข้าอาหารต้องจดทะเบียน
 เป็นพิเศษทุก ๆ ปี และผู้นำเข้าผลไม้สดก็ต้องจดทะเบียนลักษณะดังกล่าวเช่นกัน

สิงคโปร์ไม่เรียกเก็บภาษีนำเข้าสินค้าลำไยทั้งสดและแปรรูปแต่เข้มงวดเรื่อง
 สารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ตกค้าง และออกกฎหมายบังคับเรื่อง Chemical Preservation
 โดยอนุญาตให้สารตกค้างบนเปลือกลำไยได้ 200 - 300 ppm. (Part Per Million)
 สำหรับเนื้อลำไยจะมีสารตกค้างไม่ได้ จากการห้ามใช้สารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ในการถนอม
 ลำไยย่อมทำให้การขนส่งทางเรือมีข้อจำกัด และถ้าจำเป็นต้องขนส่งทางอากาศก็จะทำให้
 ต้นทุนสูงขึ้น ส่งผลให้ราคาขายปลีกลำไยสูงขึ้นตามไปด้วย ดังนั้นจึงควรปรับปรุงการบรรจุ
 หีบห่อให้ดีขึ้นควรตัดกิ่งก้านและใบออก ให้เหลือเฉพาะผลลำไย ควรทดลองบรรจุเป็นแบบ
 CONSUMERS ' PACK ตั้งแต่ต้นทาง

มาตรการส่งเสริมการส่งออกผักและผลไม้สดไปสิงคโปร์ระยะสั้น เนื่องจาก
 การส่งออกผักและผลไม้สดของไทยไปสิงคโปร์เพิ่มขึ้นทุกปีโดยเฉพาะผลไม้สด เช่น ลำไย
 ทุเรียน คณะกรรมการรัฐมนตรีเศรษฐกิจได้เล็งเห็นความสำคัญของการส่งออกผักและผลไม้

สดไปยังตลาดสิงคโปร์ จึงได้มอบหมายให้คณะกรรมการพัฒนาการส่งออกพิจารณามาตรการ เพื่อเร่งรัดการส่งออก

สำหรับมาตรการระยะสั้นสำหรับตลาดสิงคโปร์ที่ดำเนินการไปแล้วคือ มีการร่วมมือกับภาคเอกชนในสิงคโปร์ซึ่งมีอำนาจซื้อและมีตลาดรองรับอยู่แล้วในการรับซื้อผักและผลไม้จากประเทศไทย ทั้งนี้รวมไปถึงการจัดส่งผักผลไม้ร่วมกัน ให้สถานเอกอัครราชทูตไทยในสิงคโปร์มีบทบาทในการส่งเสริมการส่งออกผักและผลไม้ไปยังสิงคโปร์มากยิ่งขึ้นโดยดำเนินการในลักษณะของการจัดงาน เพื่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผักและผลไม้ชนิดต่าง ๆ ให้มีสู่ทางการส่งออกที่แจ่มใสต่อไปในอนาคต

ในปัจจุบันประชาชนชาวสิงคโปร์มีมาตรฐานความเป็นอยู่สูงขึ้น มีความห่วงใยเรื่องสุขภาพมากขึ้น คุณภาพสินค้าจึงเป็นเรื่องที่สำคัญที่ใช้โฆษณาแข่งขันกันในขณะที่ เมื่อมีกฎหมายห้ามมิสารเคมีตกค้างในเนื้อลำไยสด ผู้ส่งออกของประเทศไทยก็ควรจะปฏิบัติตามกฎหมายของสิงคโปร์อย่างเคร่งครัดเพื่อรักษาตลาดนี้ไว้

ตลาดลำไยในสิงคโปร์ย่อมมีจุดอิ่มตัวและรับได้อย่างจำกัด ดังนั้นจึงควรมีการประสานการส่งออกอย่างสม่ำเสมอให้เป็นไปตามความต้องการของตลาด จะทำให้ได้ราคาที่มีเสถียรภาพ ควรจะมีการสำรวจผลผลิตที่แน่นอนในแต่ละปีและมีการวางแผนแยกสัดส่วนในการบริโภคภายในประเทศ การส่งออก การแปรรูปเป็นลำไยกระป๋องและลำไยอบแห้ง และควรขยายตลาดไปทั่วโลก (GLOBAL) แทนที่จะเป็นแบบมุ่งตลาดเดิม (REGIONAL) อย่างที่เป็นอยู่ในขณะนี้

มาเลเซีย

มาเลเซียเป็นตลาดลำไยสดที่สำคัญของไทย โดยนำเข้ามาจากไทยร้อยละ 98 (ประมาณปีละ 1,200 ตัน) ที่เหลือนำเข้าจากไต้หวันและจีน นอกจากนั้นมาเลเซียยังส่งออกต่อไปยังประเทศใกล้เคียงเช่น อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์และสิงคโปร์ การนำเข้าลำไย

กระป๋องจากไทยประมาณปีละ 1,700 ตัน ส่วนการจัดเก็บภาษีนำเข้าลำไย มาเลเซียจะเรียกเก็บในอัตราร้อยละ 5 หรือร้อยละ 661.40 เหรียญมาเลเซีย (6,614 บาท) สำหรับประเทศสมาชิกอาเซียนได้รับส่วนลดภาษีพิเศษ (PTA) ในอัตราร้อยละ 30

การใช้สารซิลิเฟอไรต์ออกไซด์ มาเลเซียไม่อนุญาตให้มีการใช้ในผลไม้สดทั้งไม่ให้มีสารตกค้างบนเปลือก และเนื้อผลไม้ เมื่อนำลำไยเข้าสู่มาเลเซียจะต้องผ่านการตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่กระทรวงสาธารณสุขและกระทรวงเกษตรของมาเลเซีย

บรูไน

ลำไยสด บรูไนเป็นตลาดผลไม้ที่น่าสนใจ แม้ว่าในปัจจุบันประเทศไทยยังส่งออกไปบรูไนไม่มากนัก ตลาดบรูไนสามารถรองรับลำไยสดได้ปีละ 400-600 ตันปริมาณส่วนใหญ่นำเข้าผ่านสิงคโปร์เพราะราคาต่ำและสะดวกต่อการคมนาคมขนส่ง ราคาจำหน่ายปลีกลำไยสดประมาณกิโลกรัมละ 155 บาท (กรกฎาคม 2536) ด้านข้อกำหนดการนำเข้าลำไยสดคือต้องมีใบรับรองจากกระทรวงเกษตรของประเทศไทย ในด้านคุณภาพและจำนวนสารตกค้างตามมาตรฐานที่กำหนดมาแสดงและต้องขออนุญาตนำเข้าจาก Department of Agriculture ของบรูไนก่อน ปัญหาการส่งออกลำไยสดไปยังบรูไนคือ ปัญหาการขนส่งทางอากาศมีระวางไม่เพียงพอและการขนส่งทางเรือยังไม่มีสายการบินเรือจากกรุงเทพฯ ไปยังบรูไนโดยตรงจึงต้องกระทำผ่านสิงคโปร์ ทำให้ลำไยไปตกค้างที่สิงคโปร์หลายวันส่งผลให้ช่วงการจำหน่ายในบรูไนสั้นลง

ลำไยกระป๋อง บรูไนเคยนำเข้าจากไทยและไต้หวัน แต่ในปัจจุบันนำเข้าจากประเทศไทยเท่านั้นเพราะลำไยกระป๋องของไต้หวันราคาสูงกว่าไทย แต่ปริมาณส่งออกลำไยกระป๋องจากประเทศไทยไปยังบรูไนในปัจจุบันยังมีปริมาณน้อยแต่ก็มีแนวโน้มที่สูงขึ้น

ลำไยอบแห้ง ส่วนใหญ่บรูไนนำเข้าจากไต้หวันและบางส่วนนำเข้าจากสิงคโปร์ ซึ่งอาจจะเป็นสินค้าของไต้หวันหรือของประเทศไทยก็ได้ การนำเข้าไม่มีข้อกำหนดพิเศษ

สามารถนำเข้าได้ตามระเบียบศุลกากร ถ้าหากประเทศไทยจะส่งลำไยอบแห้งไปยังบรูไน
ราคาไม่ควรสูงกว่าราคาที่บรูไนสามารถหาซื้อได้ที่สิงคโปร์

เกาหลีใต้

เกาหลีใต้ไม่อนุญาตให้นำเข้าลำไยสด จึงมีการนำเข้าเพียงลำไยอบแห้งซึ่ง
ต้องขออนุญาตจากสมาคมผู้ส่งออกยาของเกาหลีก่อนโดยรัฐเรียกเก็บภาษีนำเข้าใน ปีพ.ศ.
2536 ร้อยละ 9 และปี พ.ศ. 2537 ร้อยละ 8 ส่วนลำไยสดและลำไยกระป๋องชาวเกาหลี
ไม่นิยมบริโภค ในปี 2535 เกาหลีใต้นำเข้าลำไยอบแห้งประมาณ 500-700 ตัน โดย
ประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 40 ของปริมาณการนำเข้าทั้งหมด ส่วนที่เหลือจะ
นำเข้าจากจีน ไต้หวันและอินโดนีเซียแต่ในปีพ.ศ. 2536 เวียดนามกลับมีส่วนแบ่งการตลาด
ในเกาหลีใต้สูงถึงร้อยละ 50 ของการนำเข้าทั้งหมด เนื่องจากราคาลำไยอบแห้งของ
เวียดนามต่ำกว่าของประเทศอื่น ๆ รวมทั้งประเทศไทยด้วย

ญี่ปุ่น

ญี่ปุ่นห้ามนำเข้าผลไม้สดเมืองร้อนบางชนิด เพื่อป้องกันการแพร่เชื้อโรค และ
แมลงผลไม้ ซึ่งรวมถึงลำไยและลิ้นจี่ด้วย แต่อาจมีการผ่อนผันอนุญาตให้นำเข้าจากแหล่ง
ผลิตใดแหล่งผลิตหนึ่ง หากพิสูจน์ให้เห็นว่ามีกรรมวิธีกำจัดแมลงและเชื้อโรคได้ผล 100 %
เช่น ลิ้นจี่สดจากไต้หวันและมะม่วงพันธุ์หนึ่งกลางวันจากไทย ทั้งนี้ต้องผ่านการตรวจสอบ
ตามกฎหมายญี่ปุ่นซึ่งเข้มงวดมาก ญี่ปุ่นจึงต้องนำเข้าผลไม้ในรูปแบบแช่แข็งหรือแปรรูป ในช่วง
ที่ผ่านมาการนำเข้าลำไยมีไม่มากนัก เนื่องจากผู้บริโภคไม่คุ้นเคยกับการบริโภคลำไยเหมือน
กับผลไม้เมืองร้อนบางชนิด เช่น มะม่วง ทุเรียน แต่ปริมาณการนำเข้าลำไยกระป๋องจาก
ประเทศไทยไปญี่ปุ่นมีแนวโน้มที่สูงขึ้น ทำให้ญี่ปุ่นเป็นตลาดที่น่าสนใจตลาดหนึ่งในการขยาย
การส่งออกลำไยให้มากขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา

สหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกามีกฎหมายเกี่ยวกับการกักกันพืช (Plant Quarantine Laws) ที่เข้มงวดเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคพืช พืชที่อาจติดไปกับผักและผลไม้สด จึงห้ามนำเข้าในลักษณะสด ต้องผ่านการแปรรูป แช่แข็ง อบแห้ง ตาก ตองหรือบรรจุกระป๋อง จึงจะอนุญาตให้นำเข้าได้ ผักและผลไม้แปรรูปที่นำเข้าสหรัฐอเมริกาต้องมีคุณภาพตามมาตรฐานของ FDA (Food and Drug Administration) กำหนดไว้และยังมีข้อกำหนดเกี่ยวกับสารเคมีที่ผสมอยู่ในผักและผลไม้แปรรูป เช่น ผลไม้กระป๋องต้องมีสาร Erythorbic acid หรือ Ascorbic ไม่เกิน 150 PPM. (Parts Per Million) หรือผลไม้อบแห้งต้องมีสารกำมะถันได้ไม่เกิน 10 PPM. เป็นต้น จากสถิติการส่งออกลำไยแช่แข็งของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2534-2536 จะเห็นว่าสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดใหญ่ที่สุดที่รองรับลำไยแช่แข็งของประเทศไทย แต่ปริมาณการนำเข้าลำไยแช่แข็งจากประเทศไทยลดลงจากปี พ.ศ. 2535 ซึ่งมีปริมาณการนำเข้า 682.52 ตัน มูลค่า 54.36 ล้านบาท (ตารางที่ 12) ลดลงเป็น 125.41 ตัน มูลค่า 7.51 ล้านบาท ซึ่งควรจะมีนโยบายในการแก้ไขปัญหาความร่วมมือกันกับผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย เนื่องจากสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดที่สำคัญและมีกำลังซื้อสูง

ตารางที่ 13 ข้อมูลการนำเข้าลำไยของฮ่องกง สิงคโปร์

รายการ	ฮ่องกง	สิงคโปร์
1. ประเภทลำไย ที่นำเข้า	ลำไยสด ลำไยอบแห้ง	ลำไยสด ลำไยกระป๋อง ลำไยอบแห้ง
2. ปริมาณนำเข้า จากไทย	ลำไยสด 7,000-13,000 ตัน ลำไยอบแห้ง 50-100 ตัน	ลำไยสด 2,000-4,000 ตัน ลำไยกระป๋อง 3,000-3,500 ตัน ลำไยอบแห้ง 100-350 ตัน
3. นำเข้าจาก	ลำไยสดจากไทย 90%	ลำไยสดจากไทย 80 % มาเลเซีย 20 % ลำไยกระป๋องจากไทย 87 % ไต้หวัน 8 % จีน 5%
4. Re-export ไป	ร้อยละ 60 ของปริมาณการ นำเข้าจะส่งออกไป มาเก๊า จีน ฟิลิปปินส์	ประเทศใกล้เคียง เช่น บรูไน
5. ระเบียบ การนำเข้า	ไม่จำกัดการนำเข้า	ไม่จำกัดการนำเข้า
6. ภาษีนำเข้า	ไม่เรียกเก็บภาษีนำเข้า	ไม่เรียกเก็บภาษีนำเข้า
7. การใช้สาร ซัลเฟอร์- ไดออกไซด์ (So ₂)	อนุญาตให้มีสารตกค้างบน เปลือกได้ไม่เกิน 350 ppm. (part per million)	อนุญาตให้มีสารตกค้างบนเปลือก ได้ 200-300 ppm. สำหรับ เนื้อลำไยจะมีสารตกค้างไม่ได้

ที่มา : (กรมการค้าระหว่างประเทศ , 2536)

ตารางที่ 14 ข้อมูลการนำเข้าลำไยของมาเลเซีย บรูไน

รายการ	มาเลเซีย	บรูไน
1. ประเภทลำไย ที่นำเข้า	ลำไยสด ลำไยอบแห้ง	ลำไยสด ลำไยอบแห้ง ลำไยกระป๋อง
2. ปริมาณนำเข้า จากไทย	ลำไยสด 1,000-2,300 ตัน	ลำไยสด 400-600 ตัน ลำไยกระป๋อง 60 ตัน
3. นำเข้าจาก	ลำไยสดจากไทย 90% นอกจากนี้จากไต้หวัน จีน	ลำไยสดนำเข้าจากไทย สิงคโปร์ ลำไยกระป๋องจากไทย ลำไยอบแห้งจากไต้หวัน และสิงคโปร์
4. Re-export	สิงคโปร์ อินโดนีเซีย บรูไน	ไม่มี
5. ระเบียบ การนำเข้า	การนำเข้าต้องผ่านการตรวจสอบ จากกระทรวงสาธารณสุขและกระทรวง เกษตรของมาเลเซียโดยวิธีสุ่มตัวอย่าง	ไม่จำกัดการนำเข้า
6. ภาษีนำเข้า	เรียกเก็บภาษีนำเข้าร้อยละ 5 ของ ราคานำเข้า หรือตันละ 661.40 เหรียญมาเลเซีย (6,614 บาท/ตัน) สมาชิกอาเซียนได้รับส่วนลดพิเศษ (PTA) 30 %	ไม่เรียกเก็บภาษีนำเข้า
7. การใช้สาร SO_2	ไม่อนุญาตให้มีสารตกค้างบนเปลือก และเนื้อลำไย	ต้องมีใบรับรองของ กระทรวงเกษตรฯ ของ ไทยในด้านสารตกค้าง

ที่มา : (กรมการค้าต่างประเทศ , 2536)

นโยบายและมาตรการของรัฐบาลในการส่งออกลำไยของประเทศไทย

การจัดระเบียบการส่งออกผลลำไยสด

ตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ ว่าด้วยการส่งสินค้าออกไปนอกราชอาณาจักร (ฉบับที่ 55) พ.ศ. 2534 ลงวันที่ 16 กรกฎาคม 2534 ได้กำหนดหลักเกณฑ์จัดระเบียบการส่งผลลำไยสดออกไปนอกราชอาณาจักรไว้ เพื่อให้การส่งผลลำไยสดออกไปนอกราชอาณาจักร เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและเป็นผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศ กรมการค้าต่างประเทศโดยความเห็นชอบของกระทรวงพาณิชย์ จึงออกระเบียบไว้ดังนี้

1. ให้ผู้ประสงค์จะส่งผลลำไยสดออกไปนอกราชอาณาจักร ยื่นความจำนงขอเป็นผู้ส่งออกผลลำไยสดต่อกองการค้าสินค้าทั่วไป กรมการค้าต่างประเทศตามแบบพิมพ์พร้อมเอกสารที่กำหนด ในกรณีผู้ยื่นความจำนงมิใช่เป็นนิติบุคคลจะต้องเป็นผู้ที่ได้จดทะเบียนพาณิชย์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นผู้ประกอบการค้าส่งออกผลไม้สดหรือสินค้าเกษตรกรรม

2. ส่งออกไม่ต่ำกว่าราคารับซื้อที่กำหนด แต่ในทางปฏิบัติไม่มีการกำหนดไว้ เนื่องจากไม่มีการตัดราคากันเอง

3. ผู้ส่งออกจะต้องติดแถบการระบุชื่อผู้ส่งออกและชั้น (Grade) ของลำไยที่บรรจุในภาชนะนั้นทุกหีบห่อ โดยให้แถบกาวนั้นมีขนาดที่เหมาะสมและเห็นได้ชัดเจน

4. รายงานการส่งออกลำไยตามช่วงเวลาและหลักเกณฑ์ที่กำหนด โดยผู้ส่งออกจะต้องรายงานการส่งออกผลลำไยสดให้กรมการค้าต่างประเทศทราบภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันที่ส่งออกแต่ละครั้งตามแบบพิมพ์ที่กำหนด พร้อมทั้งหลักฐานการส่งออกดังต่อไปนี้

4.1 ใบกำกับสินค้า (Invoice) ที่ผ่านพิธีศุลกากรซึ่งระบุปริมาณ ชนิด ราคาต่อกิโลกรัม จำนวนแข่งหรือกล่อง มูลค่า ชื่อผู้ซื้อ และเมืองตราส่ง

4.2 ใบตราส่งสินค้า (Bill of lading หรือ Airway Bill) หรือเอกสารอื่น ๆ ที่คล้ายคลึงกัน

4.3 เอกสารอื่นที่กรมการค้าต่างประเทศเห็นสมควร

ในกรณีส่งผลลำไยสดคราวละตั้งแต่ 1,000 กิโลกรัมขึ้นไปจะต้องทำหลักฐานประกอบการส่งออก ได้แก่ ใบกำกับสินค้าและใบตราส่งสินค้าแยกออกต่างหากจากสินค้าอื่น

บทยกเว้น การส่งออกผลลำไยสดเพื่อเป็นตัวอย่างหรือของขวัญซึ่งมีปริมาณ ครั้งละไม่เกิน 25 กิโลกรัม สามารถส่งออกไปได้โดยไม่ต้องปฏิบัติตามมาตรการที่กำหนด ไว้ในระเบียบนี้

บทกำหนดโทษ ผู้ส่งออกที่ฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามระเบียบดังกล่าวข้างต้น ประการใดประการหนึ่ง กรมการค้าต่างประเทศจะพิจารณาเพิกถอนรายชื่อจากการเป็นผู้- ส่งออกผลลำไยสดหรือพิจารณาลงโทษตามแต่จะเห็นสมควร ซึ่งอาจรวมถึงการเพิกถอนหรือ ไม่รับแจ้งความจำนงของเป็นผู้ส่งออกในปีต่อไปด้วยก็ได้

ในกรณีส่งออกทางด้านศุลกากรส่วนภูมิภาค การใด ๆ ที่ผู้ส่งออกจะต้องแจ้ง แสดงหลักฐาน ยื่นเรื่องราวส่งรายงานหรือปฏิบัติการอื่นใดต่อกรมการค้าต่างประเทศตาม ระเบียบนี้ ผู้ส่งออกอาจจะทำการติดต่อดำเนินการดังกล่าวต่อสำนักงานการค้าต่างประเทศ ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ สำนักงานการค้าต่างประเทศภาคใต้หรือสำนักงานพาณิชย์จังหวัด นราธิวาส โดยมาตรการควบคุมการนำเข้าและส่งออกลำไยได้แสดงดังตารางที่ 15 และ ตารางที่ 16

การให้บริการด้านห้องเย็นขององค์การอุตสาหกรรมห้องเย็นในการส่งออกลำไย

องค์การอุตสาหกรรมห้องเย็นเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งมีหน้าที่บริการด้านห้องเย็นแก่ประชาชน เกษตรกร ชาวประมงและผู้ประกอบธุรกิจ หรือ อุตสาหกรรมอื่นใดที่มีความจำเป็นเกี่ยวกับห้องเย็น โรงน้ำแข็งและรถตู้เย็น

1. โรงงานห้องเย็นขององค์การอุตสาหกรรมห้องเย็นที่ให้บริการสำหรับการ เก็บพืชผักผลไม้ ตั้งอยู่ในท้องที่จังหวัด เชียงใหม่ ขอนแก่น นครราชสีมา สมุทรปราการ ระยอง ชุมพร ภูเก็ตและปัตตานี
2. รถตู้เย็นที่ให้บริการขนส่งสินค้าแช่แข็งพืชผักผลไม้ภายในประเทศมีจำนวน 11 คันและขนส่งสินค้าผ่านแดนมาเลเซียไปยังประเทศสิงคโปร์มีจำนวน 25 คัน

ตารางที่ 15 มาตรการควบคุมการนำเข้าและการส่งออกลำไยสด

ประเภท	การควบคุม/ อัตราภาษี	การนำเข้า	การส่งออก
ลำไยสด (พิกัดศุลกากร 0810.900-102)	การควบคุม	ไม่มีการควบคุม	จัดระเบียบการส่งออกโดย ประกาศกระทรวงพาณิชย์ (ฉบับที่ 55) พ.ศ. 2534 ลวท 16 กค. 2534 ดังนี้ 1. ให้ผู้ส่งออกยื่นความจำนง ขอเป็นผู้ส่งออกไว้ต่อกรม การค้าต่างประเทศ โดย ผู้ส่งออกต้องจดทะเบียน พาณิชย์แน่นอน 2. ส่งออกไม่ต่ำกว่าราคารับขั้นต่ำ 3. ติดแท็กการระบุชื่อผู้ส่งออก และเกรด 4. รายงานการส่งออกลำไย ตามช่วงเวลาและหลักเกณฑ์ ที่กำหนด
	ภาษ้นำเข้า	ร้อยละ 60 ของ ราคานำเข้าหรือ กก.ละ 50 บาท	ไม่เรียกเก็บภาษี

ที่มา : (กรมการค้าต่างประเทศ , 2534)

ตารางที่ 16 มาตรการควบคุมการนำเข้าและส่งออกลำไยแห้ง ลำไยกระป๋อง ลำไยแช่แข็ง

ประเภท	การควบคุม/ อัตราภาษี	การนำเข้า	การส่งออก
ลำไยแห้ง (พิกัดศุลกากร 0813.400-104)	การควบคุม	ควบคุมโดยประกาศกระทรวงพาณิชย์ฉบับที่ 15 (พ.ศ. 2525) ลง 9 มี.ค. 2525 ให้ลำไยแห้งเป็นสินค้าที่ต้องขออนุญาตให้นำเข้าในทางปฏิบัติยังไม่มี การอนุญาตให้นำเข้า	ไม่มีการควบคุม
ลำไยกระป๋อง (พิกัดศุลกากร 2008.990-130)	การควบคุม ภาษีนำเข้า	ไม่มีการควบคุม	ไม่มีการควบคุม
		ร้อยละ 60 ของราคานำเข้า หรือ กก. ละ 50 บาท	ไม่เรียกเก็บ ภาษี
ลำไยแช่แข็ง (พิกัดศุลกากร 0811.900-304)	การควบคุม ภาษีนำเข้า	ไม่มีการควบคุม	ไม่มีการควบคุม
		ร้อยละ 60 ของราคานำเข้า หรือ กก. ละ 50 บาท	ไม่เรียกเก็บ ภาษี

ที่มา : (กรมการค้าต่างประเทศ , 2534)

ปัญหาและมาตรการแก้ไข/ส่งเสริมการส่งออกปี 2537 ผลไม้สดแช่เย็นจนแข็ง

ตารางที่ 17 ปัญหาและมาตรการแก้ไข/ส่งเสริมการส่งออกปี 2537 ผลไม้สดแช่เย็นจนแข็ง

ปัญหา	มาตรการแก้ไข/ ส่งเสริมการส่งเสริม	หน่วยงาน รับผิดชอบ
1. ผลผลิตมีคุณภาพตกต่ำ และปริมาณผลิตรายต่อ ตลาดไม่สม่ำเสมอ	1. ปรับปรุงระบบการผลิตโดยส่งเสริม ให้มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ และคิดค้นหาพันธุ์เพื่อขยายเวลาการ เก็บเกี่ยวผลไม้	กระทรวงเกษตร และสหกรณ์
2. การเข้มงวดในการ ตรวจสอบคุณภาพผล- ผลิตของประเทศ ผู้นำเข้า	2. รวมกลุ่มเกษตรกรให้ความรู้เกี่ยวกับ การปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว	
	3. อบรม แนะนำให้เกษตรกรรู้จักวิธีการ ใช้สารเคมีที่ถูกต้องและในปริมาณที่ ตลาดต่างประเทศกำหนด	
	4. ควรมีการตรวจสอบปริมาณสารตกค้าง ในผลผลิต ณ จุดส่งออกอย่างเคร่งครัด	

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ , 2537)

บทบาทของกระทรวงพาณิชย์ในการพัฒนาตลาดผักผลไม้สดเพื่อการส่งออก

ปัจจุบันผักผลไม้สดได้มีความสำคัญมากขึ้น ในฐานะสินค้าส่งออกที่สามารถนำ
เงินตราต่างประเทศเข้าปีละนับพันล้านบาทและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปีรัฐบาลได้ให้ความสำคัญ
สำคัญแก่ผักผลไม้สด โดยจัดเป็นสินค้าในแผนพัฒนาระบบการผลิต การตลาดและการสร้าง
งานซึ่งเป็นแผนหนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 พ.ศ. 2535-2539

เพื่อเร่งรัดการส่งออกให้มีปริมาณและมูลค่าเพิ่มขึ้นตลอดจนขยายตลาดต่างประเทศให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

กรมพาณิชย์สัมพันธ์ กระทรวงพาณิชย์ ในฐานะที่เป็นหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรงต่อการส่งเสริมการส่งออก ก็ได้มีการกำหนดสินค้าเป้าหมายของกรม 4 28 รายการ (รวมทั้งลำไยสดด้วย) และพิจารณาโดยมีหลักเกณฑ์ในการจัดลำดับความสำคัญ 5 ประการคือ

1. เป็นสินค้าที่ต้องรีบแก้ไขหรือต้องศึกษาเพื่อการพัฒนาสำหรับการส่งออก
2. มีความพร้อมด้าน SUPPLY และการจัดการส่งออก
3. มีโอกาสขยายตลาด (POTENTIAL) สูง
4. เป็นสินค้าเป้าหมายที่ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาและส่งเสริม
5. ใช้วัตถุดิบในประเทศไทยซึ่งเป็นจุดได้เปรียบในการแข่งขัน

กิจกรรมของกรมพาณิชย์สัมพันธ์ในด้านการส่งเสริมการส่งออกและพัฒนาตลาดประกอบด้วยกิจกรรมหลักคือ

1. การจัดจ้างบริษัทเอกชนทำการวิจัยระบบการพัฒนาและการตลาด รวมทั้งพัฒนาระบบข้อมูลคอมพิวเตอร์ เพื่อเก็บข้อมูลด้านการผลิตผักผลไม้สดเพื่อการส่งเสริมการส่งออกเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพข้อมูลทางด้านอุปสงค์ อุปทานและการตลาดเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง กรมพาณิชย์สัมพันธ์ได้จัดทำโครงการต่าง ๆ โดยการจ้างบริษัทเอกชนเช่น โครงการศึกษาการใช้วิทยาการที่เหมาะสมสำหรับผักผลไม้สดเพื่อการส่งออก โครงการศึกษาเรื่องการผลิตผักผลไม้สดเพื่อการส่งออกและโครงการพัฒนาระบบการส่งออกผักผลไม้สด

2. กิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับผู้นำเข้าและห้างสรรพสินค้า (IN-STORE PROMOTION) เนื่องจากสินค้าผักผลไม้ไทยยังไม่เป็นที่รู้จักดีในตลาดต่างประเทศโดยเฉพาะในแถบยุโรป ญี่ปุ่นและอเมริกาเหนือ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องนำผักผลไม้สดจากประเทศไทยไปแสดงและสาธิตวิธีรับประทาน เพื่อเชิญชวนให้ผู้บริโภคในตลาดดังกล่าวได้เกิดความต้องการจะทดลองบริโภคผักผลไม้สดจากประเทศไทยมากขึ้น

การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของกรมพาณิชย์สัมพันธ์แบ่งได้ 3 ลักษณะคือ

2.1 กรมพาณิชย์สัมพันธ์ได้ร่วมกับห้างสรรพสินค้าที่ติดต่อผ่านทางศูนย์พาณิชย์-
กรรมหรือที่ปรึกษาการพาณิชย์เช่นการจัด IN-STORE PROMOTION ร่วมกับ GREEN FOOD
ประเทศเนเธอร์แลนด์และจัดร่วมกับห้าง T.PORT ประเทศเยอรมัน

2.2 กรมพาณิชย์สัมพันธ์ดำเนินการส่งเสริมการขาย โดยได้รับเงินสนับสนุน
จากองค์การต่างประเทศเช่น CBI ประเทศเนเธอร์แลนด์และ IMPOD ประเทศเดนมาร์ก

2.3 กรมพาณิชย์สัมพันธ์ดำเนินการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้าและ
ผู้นำเข้าต่างประเทศโดยตรงเช่น การจัด IN-STORE PROMOTION ร่วมกับห้าง JUSCO
ในประเทศญี่ปุ่น

3. การจัดคณะผู้แทนการค้า แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

3.1 คณะผู้แทนไปต่างประเทศ(OUT-GOING MISSION) ซึ่งสามารถแบ่ง
ย่อยออกเป็น 2 ประเภทคือ

3.1.1 คณะผู้แทนการค้า (TRADE MISSION) มีจุดประสงค์ที่จะ
เดินทางไปเพื่อเจรจากับผู้นำเข้าเป็นหลักเช่น คณะผู้แทนการค้าผักผลไม้สดเยือนตลาดยุโรป
และญี่ปุ่น

3.1.2 คณะเดินทางสำรวจตลาด(STUDY MISSION)มีจุดประสงค์
หลักในการเดินทางเพื่อศึกษาสภาพตลาด พบหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า ศึกษาการ
ขายส่งและขายปลีก ศึกษาความต้องการของตลาดเพื่อจะได้นำข้อมูลมาปรับปรุงสินค้าและ
การบรรจุหีบห่อให้เป็นที่ไปตามที่ตลาดต้องการ

3.2 คณะผู้แทนจากต่างประเทศ(IN-COMING MISSION) แบ่งเป็น 3
ลักษณะคือ

3.2.1 คณะผู้แทนการค้า (TRADE MISSION) ซึ่งจะเดินทางเข้า
มาเพื่อพบผู้ส่งออกของประเทศไทยและทำการเจรจาซื้อขาย เช่น คณะผู้แทนการค้า SII
ของประเทศสวีเดน เป็นต้น

3.2.2 คณะเดินทางสำรวจ(STUDY MISSION)ซึ่งจะเดินทางเข้า
มาเพื่อศึกษาระบบการผลิต การปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว ฯลฯ ของผู้ส่งออกและเกษตรกร

ของประเทศไทยเช่น คณะสำรวจจากประเทศเนเธอร์แลนด์ เป็นต้น

3.2.3 คณะสื่อมวลชนที่เดินทางเข้ามาทำข่าว ทั้งในรูปนิตยสาร โทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ เพื่อเผยแพร่เกี่ยวกับผักผลไม้ของประเทศไทยในตลาดต่างประเทศ เช่น คณะนักข่าวของนิตยสาร VAKBLAD และ ETEN & DRINKAR ประเทศเนเธอร์แลนด์ และคณะกรรมการโทรทัศน์แห่งเบลเยียม(BRT)ซึ่งเดินทางเข้ามาทำสารคดีเกี่ยวกับผักผลไม้เมืองร้อนในประเทศไทย

4. การจัดเตรียมเอกสารและสื่อส่งเสริมการขาย การเดินทางไปเผยแพร่ผักผลไม้ไทยให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายในต่างประเทศ โดยเฉพาะในกิจกรรมการส่งเสริมการขายแบบ IN-STORE PROMOTION เอกสารและสื่อที่ใช้ส่งเสริมการขายนับเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้เข้าร่วมงานและในขณะเดียวกันก็ให้ความรู้เกี่ยวกับผักและผลไม้สดของประเทศไทยด้วย แบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

4.1 โปสเตอร์รูปผักผลไม้ ซึ่งในขณะนี้มี 9 ภาพ ได้แก่ ทุเรียน ลำไย มังคุด เงาะ กล้วยไข่ มะม่วง มะละกอ ส้มโอและถั่วชนิดต่าง ๆ

4.2 แผ่นแขวน (MOBILE) รูปกระเช้าผลไม้ไทย

4.3 วิดีโอให้ความรู้ที่จะอธิบายเกี่ยวกับผลไม้ไทยขณะนี้มี 2 รายการคือ FRESH FROM THAILAND และ THAILAND'S EXOTIC FRUITS โดยเฉพาะชุด FRESH FROM THAILAND ได้จัดทำเป็น 7 ภาษาคือ อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน ญี่ปุ่น จีน อาหรับ และไทย

5. การฝึกอบรม เพื่อเพิ่มพูนความรู้ให้กับเกษตรกรและผู้ส่งออก ทั้งในด้านการผลิต การปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยวและการตลาด กรมพาณิชย์สัมพันธ์ได้จัดกิจกรรมทางด้านฝึกอบรมเป็น 2 ลักษณะคือ

5.1 การจัดสัมมนาโต๊ะกลมร่วมกับผู้นำเข้า หรือผู้เชี่ยวชาญที่เดินทางมาจากต่างประเทศเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ส่งออกไทย

5.2 การจัดอบรมให้ความรู้ทางด้านการผลิต การปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว และการบรรจุหีบห่อ โดยจัดอบรมทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด

บทบาทของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาในการควบคุมการใช้สารซัลเฟอร์ไดออกไซด์

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา(อย.) เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการคุ้มครองและดูแลผู้บริโภคทางด้านอาหาร โดยมีกฎหมายเป็นเครื่องมือในการดำเนินการกฎหมายเกี่ยวกับควบคุมอาหารคือพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 ได้ให้อำนาจแก่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขในการควบคุมดูแล ทั้งนี้เพื่อความปลอดภัย ประโยชน์ และความเป็นธรรมของผู้บริโภคในการเลือกและการบริโภคอาหาร

ในการคุ้มครองวันผลไม้สดโดยเฉพาะลำไยด้วยสารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ เพื่อช่วยยับยั้งการเจริญเติบโตของเชื้อรา ทำให้อายุการเก็บรักษายาวนานขึ้น เป็นการใช้วัตถุเจือปนอาหารที่แตกต่างไปจากวัตถุประสงค์ ชนิดของอาหารและปริมาณสูงสุดที่ให้ใช้ได้ ซึ่งผู้ใช้วัตถุเจือปนอาหารและกรรมวิธีการรมควันดังกล่าวตามกฎหมาย ต้องทำการขออนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเสียก่อนจึงจะสามารถดำเนินการได้ โดยทำเป็นหนังสือขออนุญาตใช้ อาจยื่นผ่านสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ในจังหวัดที่สถานที่ผลิตตั้งอยู่ หรือยื่นโดยตรงที่สำนักงานคณะกรรมการสำนักงานอาหารและยา ก็ได้ โดยแจ้งรายละเอียด ดังนี้

1. ชนิดของอาหารที่จะรมควัน
2. วัตถุประสงค์การใช้ซัลเฟอร์ไดออกไซด์
3. แหล่งผลิตพืช
4. รายละเอียดห้องที่ใช้รมควันและผังโดยรอบของห้องรมควัน
5. กรรมวิธีรมควันของสถานที่ผลิต
6. ปริมาณซัลเฟอร์ไดออกไซด์ที่ตกค้างในเนื้อผลไม้

ส่วนในการนี้ เป็นสถานที่ผลิตที่เข้าข่ายโรงงานต้องขออนุญาตผลิตให้ถูกต้อง

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ในบรรดาผลไม้ที่ทำการส่งออกทั้งหมด ลำไยเป็นผลไม้ที่มีความสำคัญในเชิงเศรษฐกิจมากที่สุดชนิดหนึ่ง เพราะเมื่อพิจารณาจากมูลค่าการส่งออกจะเห็นว่ามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี โดยลำไยมีแหล่งเพาะปลูกที่สำคัญอยู่ในภาคเหนือและมีมากที่สุดที่จังหวัดเชียงใหม่และลำพูน การผลิตจะออกสู่ตลาดมากในช่วงเดือนกรกฎาคมถึงเดือนกันยายนและจะให้ผลผลิตมากปีเว้นปี โดยปีใดมีผลผลิตออกมากในปีต่อไปผลผลิตจะลดน้อยลง เนื่องจากการให้ผลผลิตมาก ๆ จะทำให้ต้นลำไยทรุดโทรมและจำเป็นต้องพักตัวในปีต่อไปผลผลิตจึงน้อยลง นอกจากลำไยจะมีความสำคัญในฐานะที่เป็นสินค้าส่งออกที่นำรายได้เข้าประเทศในปีหนึ่ง ๆ เป็นจำนวนมากแล้วลำไยยังเป็นพืชเศรษฐกิจที่ก่อให้เกิดรายได้และผลกำไรจำนวนมากกาลแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับตลาดลำไยนับตั้งแต่ ชาวสวนลำไย ไปจนถึงกรรมการและผู้ใช้แรงงาน ผู้ประกอบการขนส่ง ผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายภาชนะบรรจุลำไย พ่อค้าคนกลางในตลาดท้องถิ่น ตลาดกรุงเทพฯ ตลาดต่างจังหวัดและพ่อค้าส่งออก ฯลฯ ดังนั้นในฤดูกาลผลิตใดที่ลำไยมีราคาสูงและไม่มีปัญหาในด้านการตลาด การค้าลำไยดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพแล้ว สินค้าลำไยย่อมก่อให้เกิดรายได้และผลกำไรแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างทั่วถึงกันส่งผลให้เศรษฐกิจโดยส่วนรวมของประเทศพัฒนาไปด้วย

ตลาดบริโภคสดลำไยภายในประเทศสามารถรองรับผลผลิตได้ประมาณร้อยละ 40 ของผลผลิตทั้งหมด ในปี 2536 ตลาดสามารถรองรับผลผลิตได้ประมาณ 45,000 ตัน แต่อย่างไรก็ตามหากปีใดผลผลิตลำไยมีปริมาณมากและราคาต่ำ ตลาดบริโภคสดก็สามารถรองรับผลผลิตได้ไม่จำกัด เนื่องจากลำไยเป็นผลไม้ที่มีรสชาติอร่อยและเป็นที่ยอมรับของตลาด โดยลำไยที่บริโภคภายในประเทศส่วนใหญ่เป็นลำไยเกรดเอที่เหลือจากการส่งออกและลำไยเกรดบี ตลาดลำไยต่างประเทศของไทยแบ่งออกได้ 3 ประเภทคือ ตลาดหลักได้แก่ ฮองกง สิงคโปร์และมาเลเซีย ในปัจจุบันได้ขยายไปสู่ประเทศบรูไนด้วย ตลาดรองได้แก่ ฝรั่งเศส

เนเธอร์แลนด์ อินโดนีเซีย เยอรมันตะวันตก สหราชอาณาจักรและสหรัฐอเมริกา ตลาดใหม่ ประกอบด้วยกลุ่มประเทศในตะวันออกกลาง ได้แก่ ซาอุดีอาระเบีย คูเวต บาร์เรน และการตาร์ นอกจากนี้มีประเทศสวีเดน เซอร์แลนด์ แคนาดาและออสเตรเลีย

ลำไยที่ส่งออกไปต่างประเทศ แบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ ลำไยสด ลำไยกระป๋อง ลำไยอบแห้งและลำไยแช่แข็ง จากสถิติกรมเศรษฐกิจพาณิชย์ ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2534-2536 ประเทศไทยส่งออกลำไยสดเฉลี่ยปีละ 13,913 ตัน คิดเป็นร้อยละ 64 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด มูลค่าการส่งออก 286 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 41 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ลำไยกระป๋องเฉลี่ยปีละ 6,812 ตันคิดเป็นร้อยละ 31 ของปริมาณส่งออกรวม มูลค่า 283 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 40 ของมูลค่าส่งออกรวม ลำไยอบแห้งเฉลี่ยปีละ 780 ตัน คิดเป็นร้อยละ 4 ของปริมาณการส่งออกรวม มูลค่า 104 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 15 ของมูลค่าส่งออกรวม ลำไยแช่แข็งเฉลี่ยปีละ 389 ตัน คิดเป็นร้อยละ 2 ของปริมาณส่งออกรวม มูลค่า 27 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 4 ของมูลค่าส่งออกทั้งหมดของประเทศไทย ลำไยสดมีตลาดส่งออกที่ค่อนข้างแคบเนื่องจากมีข้อจำกัดหลายอย่างเช่น ง่ายเสียหาย การถูกกีดกันการนำเข้าจากเหตุผลทางด้านโรคพืชและแมลงและปัญหาการตกค้างของสารเคมี เป็นต้น ตลาดที่สำคัญจึงมีอยู่เฉพาะในแถบเอเชียใต้แก่ ฮองกง มาเลเซีย และสิงคโปร์ ตลาดอื่นที่ไกลออกไปก็มีบ้างแต่ปริมาณการส่งออกไม่มากนักได้แก่ แคนาดา อังกฤษ เนเธอร์แลนด์ สำหรับประเทศที่พัฒนาแล้วบางประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย ไม่สามารถนำเข้าลำไยสดไปจำหน่ายได้ เนื่องจากมีข้อห้ามทางด้านโรคพืชและแมลง

ลักษณะการแข่งขันของตลาดลำไยมีน้อยมากโดยประเทศคู่แข่งที่ทำกาส่งออกลำไยสดคือ จีน ไต้หวันและเวียดนาม แต่ลำไยสดจากประเทศไทยมีข้อได้เปรียบในด้านคุณภาพที่ดีกว่าและฤดูกาลที่ออกสู่ตลาดก่อน ซึ่งลำไยจากจีนคุณภาพไม่ดี เนื้อบาง เมล็ดโต ในขณะที่ไต้หวันมีผลผลิตลำไยสดลงเนื่องจากต้นทุนการผลิตสูง ส่วนคู่แข่งชั้นในตลาดส่งออกลำไยกระป๋องของประเทศไทยมีเพียงประเทศเดียวคือ ไต้หวันซึ่งลำไยกระป๋องของไต้หวันมีราคาสูงกว่าของประเทศไทย ด้านคู่แข่งชั้นในตลาดลำไยอบแห้งที่สำคัญของประเทศไทย

คือ ไต้หวัน เวียดนามและจีน ถึงแม้ว่าผลผลิตที่ออกสู่ตลาดของต่างประเทศจะไม่ตรงกับลำไยของประเทศไทย แต่ในด้านปริมาณลำไยอบแห้งของจีนที่ออกสู่ตลาดในปริมาณที่มากย่อมมีผลกระทบต่อราคาลำไยในปีที่มีผลผลิตน้อย เช่น ในปี.ศ.2532 จีนและเวียดนามมีผลผลิตออกสู่ตลาดมาก ส่วนประเทศไทยมีผลผลิตออกสู่ตลาดน้อยทำให้ลำไยอบแห้งที่มาจากประเทศไทยมีราคาแพงและมีมูลค่าการส่งออกต่ำ แต่อย่างไรก็ตามตลาดลำไยอบแห้งยังคงสดใสและเป็นที่ยอมรับว่าลำไยแห้งของประเทศไทยมีคุณภาพดี ราคาไม่สูงนัก

ปัญหาและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาสภาวะการส่งออกลำไยของประเทศไทย สามารถสรุปประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นเป็น 2 ส่วน คือ

1. ปัญหาการผลิต

1.1 ขาดเทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสม เกษตรขาดความรู้ในการเก็บเกี่ยวที่ถูกต้องรวมทั้งการดำเนินงานก่อนการเก็บเกี่ยวเช่น การดูแลรักษา การใช้ปุ๋ย การให้น้ำ การใช้ยาปราบศัตรูพืชและการใช้กรรมวิธีภายหลังการเก็บเกี่ยวเพื่อยืดอายุความสด การป้องกันการเน่าเสียเช่น การคัดเลือกขนาดและคุณภาพ (grading) การรมควันลำไยด้วยสารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ ส่วนใหญ่ยังกระทำไม่ได้ถึงเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด สอนลำไยในภาคเหนือส่วนใหญ่ร้อยละ 70 มีขนาดเล็ก ปลูกกระจัดกระจายและใช้เทคโนโลยีการผลิตแบบดั้งเดิม

1.2 โรคและแมลงรบกวน ทำให้ลูกค้าต่างประเทศตั้งข้อรังเกียจเนื่องจากโรคและแมลงจะไปทำลายความเสียหายให้กับเกษตรกรของประเทศเหล่านั้น ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกาและออสเตรเลีย ซึ่งประเทศเหล่านี้เข้มงวดมากในการกักกันพืชในเขตร้อน

1.3 ผลผลิตที่ได้ไม่สม่ำเสมอและลำไยมักจะติดผลปีเว้นปี ไม่สามารถคาดคะเนผลผลิตลำไยล่วงหน้าได้ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการรักษาตลาดลำไยในต่างประเทศ ทั้งนี้เป็นผลจากสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติที่ไม่อาจควบคุมได้ เนื่องจากการผลิตลำไยขึ้น

อยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศและการผลิตส่วนใหญ่มีลักษณะการปลูกกระจัดกระจาย ทำให้ยากแก่การคาดคะเนปริมาณผลผลิตในแต่ละปีได้แน่นอน ทำให้ผู้ส่งออกไม่สามารถวางแผนการจำหน่ายล่วงหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ในช่วงเดือนเมษายน - พฤษภาคมเป็นช่วงที่ต้นลำไยกำลังเกิดผลซึ่งช่วงนี้ลมพายุจัด เป็นผลให้กิ่งต้นลำไยฉีกหักและผลผลิตได้รับความเสียหาย ทำให้ปริมาณผลผลิตลำไยในแต่ละปีไม่สม่ำเสมอลำไยมักมีการติดผลปีเว้นปี

1.4 อายุการเก็บเกี่ยวที่ไม่เหมาะสม เนื่องจากในช่วงต้นฤดูการเก็บเกี่ยวผลผลิตจะมีลำไยออกสู่ตลาดน้อยและราคาลำไยในช่วงต้นฤดูจะสูง ทำให้เกษตรกรรีบเก็บเกี่ยวผลลำไยที่ยังไม่แก่เต็มที่ออกมาจำหน่าย ก่อให้เกิดความไม่เชื่อถือในตลาดต่างประเทศ ทำให้ราคารับซื้อลำไยในช่วงกลางและปลายฤดูต่ำลง

1.5 สารนิหตค่างของยาฆ่าแมลง เป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงอย่างมาก โดยเฉพาะประเทศทางยุโรปและประเทศอื่น ๆ ที่มีการพัฒนาแล้ว เกษตรกรควรมีความระมัดระวังในการใช้ยาฆ่าแมลงคือ ไม่นำผลผลิตออกขายก่อนกำหนด ไม่ฉีดยาฆ่าแมลงก่อนการเก็บเกี่ยวหรือฉีดยาฆ่าแมลงในขณะที่ผลผลิตแก่เต็มที่จนสามารถเก็บเกี่ยวได้

1.6 เกษตรกรที่อยู่นอกเขตพื้นที่ส่งเสริมยังเลือกพันธุ์ไม่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ มีการขยายพื้นที่ปลูกมากขึ้นทุกปี บางส่วนปลูกในพื้นที่ที่ไม่เหมาะสมทำให้ผลผลิตไม่มีคุณภาพ

1.7 เกษตรกรที่ขยายพันธุ์เพื่อจำหน่ายส่วนมากไม่ได้ทำเป็นอาชีพหลักจะทำเป็นอาชีพเสริม ส่วนมากยังเลือกกิ่งที่จะทำการขยายพันธุ์ไม่เหมาะสม ทำให้ต้นพันธุ์ที่ได้มีปัญหาด้านการปลูกตามมาภายหลัง

1.8 แรงงานหายากและราคาสูงเนื่องจากมีการโยกย้ายสู่ภาคอุตสาหกรรม

1.9 ขาดการรวมกลุ่ม เพื่อดำเนินการค้า การจัดหาปัจจัยการผลิตและการจำหน่ายผลผลิต

2. ปัญหาด้านการตลาด

2.1 วิธีการซื้อขายระหว่างชาวสวนลำไยกับพ่อค้าคนกลางทำให้ชาวสวนลำไยได้รับความเสียหายและถูกเอารัดเอาเปรียบหลายประการดังนี้

การขายแบบขายเหมา โดยการซื้อขายแบบนี้ชาวสวนลำไยจะขายลำไยทั้งหมดในปีนั้นให้พ่อค้าคนกลาง โดยพ่อค้าคนกลางเป็นผู้เก็บลำไยจากตนเองซึ่งพ่อค้าคนกลางมักขาดความระมัดระวังในการเก็บ ทำให้กิ่งลำไยหักและเลือกเก็บเฉพาะลำไยที่ผลใหญ่ไปจำหน่ายก่อน เมื่อเห็นว่ามิกำไรแล้วจะทิ้งลำไยไว้บนต้นโดยไม่มีการหักกิ่ง ทำให้ลำไยไม่แตกกิ่งใหม่ที่จะออกดอกในฤดูกาลผลิตต่อไป นอกจากนี้ยังมีปัญหาเกี่ยวกับการชำระเงินค่าลำไยซึ่งมักจะมีการวางเงินมัดจำค่าลำไยไว้จำนวนหนึ่งแล้วจ่ายส่วนที่เหลือเมื่อมาเก็บลำไยครั้งต่อไปหรือเมื่อเก็บผลลำไยหมดแล้ว หากผู้ซื้อเกิดการขาดทุนขึ้นก็อาจไม่จ่ายค่าลำไยในครั้งหลัง ๆ ให้ชาวสวนลำไยหรืออาจจ่ายให้ในฤดูกาลผลิตต่อไป ซึ่งเป็นการผูกมัดให้ชาวสวนลำไยจำเป็นต้องขายให้ผู้ซื้อรายนั้นในปีต่อไปด้วย

การขายแบบสัญญาระยะยาว การซื้อขายแบบนี้มักเปิดโอกาสให้พ่อค้าเอาเปรียบชาวสวนลำไยได้หลายประการ โดยชาวสวนลำไยไม่มีโอกาสโต้แย้ง เนื่องจากหากผิดสัญญาชาวสวนลำไยอาจถูกยึดเอกสารแสดงกรรมสิทธิ์ในที่ดิน ซึ่งมอบให้แก่พ่อค้าไว้เป็นหลักประกัน ประกอบกับมีเงื่อนไขในสัญญาอยู่หลายประการที่เปิดโอกาสให้พ่อค้าเอาเปรียบชาวสวนลำไยได้

การขายแบบฝากขาย การขายแบบนี้ชาวสวนลำไยที่ส่งลำไยของตนไปฝากขายโดยให้พ่อค้าขายส่งในตลาดกรุงเทพฯจัดการขายให้แทน ชาวสวนลำไยต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายการตลาดที่เกิดขึ้นทั้งหมด รวมทั้งต้องยอมรับราคาลำไยที่จำหน่ายได้ตามตัวลำไยที่พ่อค้าในตลาดกรุงเทพฯแจ้งให้ทราบ โดยไม่มีโอกาสเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดราคาผลิตผลของตนเองเลย และต้องรับภาระความเสี่ยงภัยที่อาจเกิดขึ้นจากความเสียหายของลำไยที่ส่งไปจำหน่ายอีกด้วย

ส่วนวิธีการซื้อขายในตลาดต่างประเทศของผู้ส่งออก ส่วนใหญ่ยังเป็นวิธีการซื้อขายแบบระบบขายฝาก ทำให้ผู้ส่งออกต้องเสี่ยงต่อภาวะราคาที่เปลี่ยนแปลงและเสียเปรียบในเชิงการค้า

2.2 การคัดเลือกคุณภาพ มีปัญหาเกี่ยวกับขนาดที่ไม่ได้มาตรฐานหรือมีการปลอมปน ทำให้ราคาลำไยตกต่ำและขาดความนิยมจากผู้ซื้อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งลำไยที่ชาวสวนลำไยนำไปจำหน่ายให้แก่พ่อค้าส่งออกในตลาดท้องถิ่น ซึ่งหากมีการตรวจสอบแล้วพบว่าลำไยมีขนาดที่ได้มาตรฐานก็จะถูกตรึงราคาซื้อขายหรือบางครั้งอาจไม่รับซื้อ ปัญหาด้าน

คุณภาพของลำไยนั้น ถ้าหากไม่มีการกำหนดเกณฑ์คุณภาพที่เหมาะสมแล้ว จะเป็นเหตุให้ผู้บริโภคชาวต่างประเทศไม่ได้รับลำไยที่มีคุณภาพมาตรฐานที่น่าเชื่อถือ ทำให้ในระยะต่อไปอาจขาดความเชื่อถือในคุณภาพของลำไยจากประเทศไทยได้ การขาดการควบคุมคุณภาพของสินค้าเนื่องจากพ่อค้าบางรายส่งลำไยที่ด้อยคุณภาพ เช่น ในช่วงต้นฤดูมีการส่งออกลำไยที่ยังไม่แก่เต็มที่ให้ผู้บริโภคต่างประเทศไม่เชื่อถือและกดราคาลำไยต่ำลงในการรับซื้องวดต่อไป

2.3 การบรรจุหีบห่อ ความเสียหายที่เกิดขึ้นระหว่างการขนส่งที่มีสาเหตุมาจากการบรรจุหีบห่อไม่เหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศอันได้แก่ การสูญเสียน้ำหนัก ผลร่วง ผลแตกและผลเน่าระหว่างการขนส่งเนื่องจากมีสื่อมวลชนหวาน แผลงวันผลไม้และเชื้อรา ซึ่งเกิดขึ้นในอัตราที่สูงมากประมาณร้อยละ 25 เมื่อทำการหีบห่อโดยใช้เชงไม้ไผ่ซึ่งนิยมกันมากกว่าวิธีอื่น ในขณะที่การหีบห่อโดยใช้กล่องกระดาษจะทำให้เกิดความเสียหายระหว่างการขนส่งเพียงไม่เกินร้อยละ 5 เท่านั้น

ปัจจุบันการบรรจุหีบห่อในปัจจุบันยังไม่เหมาะสม ทำให้เสื่อมคุณภาพและเน่าเสียรวมทั้งภาชนะบรรจุ เช่น เชง ตะกร้าพลาสติก ไม่เป็นที่ดึงดูดใจของลูกค้า

2.4 การขนส่ง เนื่องจากลำไยเป็นสินค้าที่เสื่อมคุณภาพได้ง่ายจึงจำเป็นต้องส่งให้ถึงมือผู้บริโภคโดยเร็ว ถ้าหากพาหนะที่ใช้ในการขนส่งไม่เพียงพอ เช่น ทางเครื่องบิน ทางเรือและรถห้องเย็น จะทำให้ปริมาณลำไยมีเหลือมากล้นตลาดและราคาต่ำ นอกจากนั้นการขนถ่ายลำไยหลายครั้งก่อนจะถึงตลาดต่างประเทศ จะทำให้ผลลำไยชำและเน่าเสียง่าย การขนส่งทางเครื่องบินมีปัญหาเรื่องระวางสำหรับการขนส่งคือ มีจำนวนจำกัดซึ่งในฤดูที่มีลำไยมากนั้นจะมีสินค้าประเภทอื่นที่ต้องใช้ระวางในการขนส่งทางเครื่องบิน เช่นเดียวกันเช่น สิ่งทอ ดอกกล้วยไม้ ดังนั้นนอกจากลำไยจะต้องแข่งขันกับผลไม้อื่น ๆ แล้ว ยังต้องแข่งขันกับสินค้าอุตสาหกรรม เพื่อแย่งเนื้อที่ในการขนส่งทางเครื่องบิน ซึ่งถ้าลำไยส่งออกช้าจะเกิดความเสียหายแก่ผู้ซื้อในต่างประเทศ นอกจากนั้นการขนถ่ายลำไยหลายครั้งก่อนจะถึงตลาดต่างประเทศจะทำให้ผลลำไยชำและเน่าเสียได้ง่าย ค่าระวางในการขนส่งสูงซึ่งต้องขนส่งทีละเป็นจำนวนมากเมื่อขนส่งไปถึงผู้ซื้อในต่างประเทศแล้วทำให้ถูกกดราคา

2.4 ผู้ส่งออก เนื่องจากผู้ส่งออกมีหลายประเภท ประเภทหนึ่งจะส่งออก

ลำไยเป็นอาชีพหลัก นำเชื้อติดแต่มีบางรายที่ไม่ได้ประกอบอาชีพส่งออกผลไม้เป็นอาชีพหลัก โดยเฉพาะการส่งออกลำไย ซึ่งเมื่อถึงฤดูลำไยก็จะส่งออกโดยไม่คำนึงถึงคุณภาพ ก่อให้เกิดปัญหาขึ้นมา นอกจากนี้ยังมีปัญหาการตัดราคากันเองในกลุ่มพ่อค้าที่ส่งออกในตลาดต่างประเทศ โดยไม่คำนึงถึงผลเสียที่จะส่งผลกระทบต่อราคาจำหน่ายลำไยของชาวสวนลำไยภายในประเทศ ทั้งนี้เนื่องจากการค้าลำไยเป็นการค้าแบบเสรี สาเหตุอีกประการหนึ่งที่ก่อให้เกิดการตัดราคาก็คือ การลักลอบนำลำไยส่งไปขายในตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดประเทศมาเลเซีย

2.5 การใช้สารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ ปัจจุบันได้มีการใช้สารซัลเฟอร์ไดออกไซด์มาใช้ในการยืดอายุและถนอมคุณภาพลำไยสดสำหรับการส่งออก ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาสารตกค้างอันไม่เป็นที่ยอมรับของประเทศผู้นำเข้า และกำลังเป็นปัญหาสำคัญเพิ่มมากขึ้น โดยตลาดมาเลเซียจะไม่อนุญาตให้นำเข้าหากมีสารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ตกค้างในผลลำไยและมีเพียงบางประเทศเท่านั้นที่อนุญาตให้ใช้สารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ ได้แก่ ออสเตรเลียและเนเธอร์แลนด์จะอนุญาตให้มีการตกค้างของสารนี้ได้ไม่เกิน 350 และ 100 มิลลิกรัมตามลำดับ

2.6 ด้านการกีดกันทางการค้า ในหลายประเทศที่มีกำลังซื้อสูงและความต้องการของผู้บริโภคมีมาก แต่รัฐบาลของประเทศนั้นมีนโยบายที่จะคุ้มครองการผลิตภายในประเทศของตน จึงกีดกันการนำเข้าโดยอ้างเหตุผลทางด้านโรคนิชและแมลง สำหรับปัญหาที่สำคัญที่สุดคือ การรณรงค์สารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ซึ่งประเทศที่นำเข้าจะมีมาตรการในการช่วยเหลือไม่ให้ผู้บริโภคได้รับอันตรายจากการบริโภคสินค้าเป็นเหตุให้ลำไยสดของไทยเข้าสู่ตลาดเหล่านี้ไม่ได้ตลาดจึงไม่กว้างเท่าที่ควร ประเทศเหล่านี้ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ออสเตรเลียและเกาหลี เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

เมื่อนิยามถึงปัญหาด้านการผลิต สามารถหาแนวทางในการพัฒนาการผลิตในด้านต่าง ๆ หน่วยงานของรัฐบาลเช่น กรมส่งเสริมการเกษตร กรมวิชาการเกษตรและสำนักงานเกษตรจังหวัด ควรเข้ามาให้ความช่วยเหลือดังต่อไปนี้

1. แนวทางการถ่ายทอดเทคโนโลยี

1.1 ถ่ายทอดเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น พันธุ์ การอารักขาพืช วิทยาการหลังการเก็บเกี่ยวให้แก่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรและเกษตรกร

1.2 กำหนดพื้นที่ปลูกให้สอดคล้องความต้องการของตลาด

1.3 จัดทำเอกสาร คำแนะนำและโสตทัศนอุปกรณ์เพื่อเผยแพร่แก่เกษตรกร

2. แนวทางการประสานงานภาคเอกชน จัดให้มีการติดต่อประสานงานระหว่างเกษตรกรกับพ่อค้าคนกลางหรือพ่อค้าส่งออก เพื่อให้เกษตรกรสามารถซื้อปัจจัยการผลิตและขายผลผลิตในราคายุติธรรม

3. แนวทางการส่งเสริม

3.1 ส่งเสริมการสร้างสวนใหม่ เน้นส่งเสริมการปลูกในพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ สามารถพัฒนาแหล่งน้ำให้เพียงพอ ส่งเสริมการใช้พันธุ์ดี เช่น พันธุ์อีดอ พันธุ์แก้ว และพันธุ์สีชมพู เป็นต้น ปลูกทดแทนพันธุ์พื้นเมืองเดิม

3.2 ส่งเสริมการปรับปรุงสวนเก่า เน้นการปรับปรุงบำรุงดินเพื่อปรับปรุงคุณภาพผลผลิต ให้มีการตัดแต่งกิ่งและสนับสนุนการป้องกันกำจัดศัตรูพืช

3.3 ส่งเสริมการปรับปรุงคุณภาพผลผลิต เน้นการคัดเกรดและการบรรจุหีบห่อที่ตรงกับความต้องการของตลาดและเกี่ยวเกี่ยวผลผลิตเมื่อสุกแก่เต็มที่รวมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับการรมควันลำไยด้วยสารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ที่ถูกต้องวิธีให้แก่เกษตรกร

ส่วนข้อเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาด้านการตลาด มีดังนี้

1. รัฐบาลควรจัดให้มีตลาดกลางสำหรับลำไยตามจังหวัดที่เป็นแหล่งผลิตสำคัญ และในแหล่งที่เป็นศูนย์กลางการค้าลำไยเช่น เชียงใหม่ ลำพูนและกรุงเทพฯ ซึ่งชาวสวนลำไยสามารถจะนำผลผลิตของตนมาประมูลขายให้กับพ่อค้าขายส่งและพ่อค้าส่งออก เพื่อนำไปจำหน่ายให้ผู้บริโภคทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยในตลาดกลางลำไยนี้ควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับผู้ซื้อและผู้ขาย นอกจากนั้นจะต้องมีมาตรการที่จะควบคุมดูแลให้การประมูลขายเป็นธรรมแก่ผู้ผลิต เพื่อให้เป็นการแข่งขันกันอย่างแท้จริง ไม่ใช่เป็นการผูกขาดโดยพ่อค้าเพียงไม่กี่รายและควรมีมาตรการที่จะป้องกันการหลอกลวงเพื่อความ เป็นธรรมแก่ผู้ซื้อด้วย

2. เกษตรกรชาวสวนลำไยควรจรรวมตัวกันเพื่อก่อตั้งเป็นกลุ่มชาวสวนลำไย หรือสหกรณ์ชาวสวนลำไย เพื่อดำเนินธุรกิจในการนำลำไยของสมาชิกมาจำหน่ายเองหรือขายตรงให้กับพ่อค้าส่งออก โรงงานอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง ซึ่งจะช่วยให้ชาวสวนลำไยขายได้ราคาดีขึ้น
3. รัฐบาลควรจัดหาตลาดต่างประเทศโดยช่วยติดต่อหรือเผยแพร่ลำไยให้เป็นที่รู้จักในตลาดต่างประเทศให้มากขึ้นและเผยแพร่ข้อมูลของความต้องการในแต่ละประเทศให้ผู้ส่งออกทราบเพื่อที่จะได้พัฒนาปริมาณและคุณภาพของลำไยให้ตรงกับที่ตลาดต้องการ
4. ส่งเสริมให้มีอุตสาหกรรมแปรรูปลำไยในท้องถิ่นเพื่อรองรับลำไยที่มีคุณภาพต่ำ
5. สนับสนุนให้มีห้องเย็น เพื่อเก็บรักษาลำไยเพื่อการแปรรูปและการส่งออก ในกรณีที่ผลผลิตลำไยล้นตลาด
6. สนับสนุนให้มีการใช้ลำไยเป็นส่วนประกอบในผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปอื่น เช่น ไอศกรีม ลูกอม เป็นต้น
7. ให้ความรู้แก่เกษตรกรอย่างต่อเนื่อง ในด้านวิชาการหลังการเก็บเกี่ยว เช่น การแปรรูป การบรรจุหีบห่อและการถนอมลำไยด้วยการรมควันกำมะถัน เพื่อให้ผลผลิตลำไยที่ถึงมือผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับ นำเชื่อกิต্ত ทำให้ตลาดการส่งออกลำไยมีศักยภาพที่มั่นคง

จากการศึกษาภาวะการตลาดส่งออกลำไยของประเทศไทย มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสู่ทางการส่งออกลำไยของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ได้แก่ ฮองกง สิงคโปร์ มาเลเซียและบรูไน ฮองกงเป็นตลาดที่สำคัญที่สุดที่รองรับลำไยจากประเทศไทย ดังนั้นผู้ส่งออกควรจะคำนึงคุณภาพลำไยที่ส่งไปยังฮองกงให้อยู่ในระดับมาตรฐานตามที่ตลาดต้องการรวมถึงการพัฒนาด้านการบรรจุหีบห่อให้เป็นที่ดึงดูดใจผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ในด้านการขนส่งก็ควรจะมีระวางบรรทุกเครื่องบินที่เพียงพอ เพื่อให้ลำไยไปถึงลูกค้าชาวฮองกงได้ทันเวลาที่กำหนดและไม่ก่อให้เกิดปัญหาการเน่าเสีย ตลาดสิงคโปร์ถึงแม้จะมีขนาดเล็กแต่ชาวสิงคโปร์นิยมบริโภคลำไยมาก มีกำลังซื้อสูง ถึงแม้ว่าสิงคโปร์ไม่เรียกเก็บภาษีนำเข้าสินค้าลำไยทั้งสดและแปรรูปแต่เข้มงวดเรื่องสารซัลเฟอร์ไดออกไซด์มาก ทำให้ผู้ส่งออกต้องควบคุมคุณภาพลำไยให้ตรงตามกฎข้อบังคับของสิงคโปร์และควรปรับปรุงการบรรจุหีบห่อให้ดีขึ้นคือ

ควรมีลักษณะที่ดึงดูดใจผู้บริโภคมากกว่านี้ มาเลเซียเป็นตลาดลำไยสดที่สำคัญอีกประเทศหนึ่ง ซึ่งมีการนำเข้าลำไยจากประเทศไทยร้อยละ 98 โดยมาเลเซียไม่อนุญาตให้มีสารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ตกค้างซึ่งผู้ส่งออกจะต้องควบคุมให้ได้ตามที่ตลาดต้องการ เพื่อรักษาตลาดนี้ไว้ ส่วนบรูไนเป็นตลาดที่น่าสนใจ เนื่องจากความนิยมในการบริโภคลำไยของชาวบรูไนทั้งในรูปลำไยสดและลำไยกระป๋อง ปัญหาการส่งออกลำไยสดไปยังบรูไนคือการขนส่งทางอากาศ มีระวางไม่เพียงพอและการขนส่งทางเรือยังไม่มีสายการบินเรือจากกรุงเทพฯ ไปยังบรูไน โดยตรงทำให้ลำไยไปตกค้างที่สิงคโปร์หลายวันทำให้ช่วงการจำหน่ายในบรูไนสั้นลง ดังนั้นรัฐบาลจึงควรให้ความช่วยเหลือและร่วมกันหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา เช่น บริษัทการบินไทย จำกัด ในการเพิ่มระวางบรรทุกเครื่องบินไปยังบรูไนในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมาก เพื่อเป็นการขยายตลาดส่งออกลำไยสดให้กว้างมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กนกมณฑล ศรศรีวิชัย . 2532 . การเก็บรักษาผลผลิตการเกษตรหลังการเก็บเกี่ยว : เทคโนโลยีและสรีรวิทยา . กรุงเทพมหานคร : รัตนพลรัตน์ตั้ง .
- กรมการค้าต่างประเทศ . 2534 . มาตรการการนำเข้าและส่งออกลำไยสด ลำไยกระป๋อง ลำไยอบแห้งและลำไยแช่แข็ง . (อัดสำเนา) .
- กรมพาณิชย์สัมพันธ์ . 2532 . รายงานการสัมมนาเรื่องสู่ทางการค้าลำไยไปตลาดต่างประเทศ . (อัดสำเนา)
- _____ . 2532 . เอกสารประกอบการอภิปรายโต๊ะกลมเรื่อง ผลไม้แปรรูป : โอกาสและแนวทางพัฒนา . (อัดสำเนา)
- กรมวิชาการเกษตร . 2535 . แผนพัฒนาพืช (เล่มที่ 2) ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 พ.ศ. 2535-2539 . (อัดสำเนา)
- กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ . 2537 . เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง เป้าหมายการส่งออก การนำเข้าและตลาดการค้าในปี 2537 . (อัดสำเนา)
- กรมส่งเสริมการเกษตร . 2535 . แนวทางพัฒนาการเกษตรระดับภาค . (อัดสำเนา)
- _____ . 2535 . ระบบการจัดเก็บและรายงานข้อมูลการเกษตร การใช้เทคโนโลยีของเกษตรกร ปีเพาะปลูก 2533/34 . (อัดสำเนา)
- _____ . 2535 . สรุปผลการใช้เทคโนโลยีของเกษตรกรช่วงแผน 6 . (อัดสำเนา)

กรมส่งเสริมการส่งออก . 2537 . ผัก ผลไม้สดและแปรรูปไทย : โอกาสขยายตลาด
ส่งออกยังคงแจ่มใส . (อัครสำเนา)

จำรัส มีบุญ . 2530 . การศึกษาการส่งออกลำไยของประเทศไทย . กรุงเทพมหานคร :
ปัญหาพิเศษปริญญาตรี , สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง .

นิรนาม . 2535ก . "วท.พัฒนาการใช้สารกำมะถันบรรจุของแทนการรมควันลำไยใน
ห้องอบ" . ผู้ส่งออก . ปีที่ 5 (ปีที่ 5) (กุมภาพันธ์-สิงหาคม 2535) : น.9-12 .

_____ . 2535ข . "การตรวจหาซัลเฟอร์ไดออกไซด์ในลำไยสด" . ข่าวพาณิชย์ .
(25-31 สิงหาคม 2535) : น.12 .

_____ . 2535ค . "ผู้บริโภคควรดูในนิยามลำไยทั้งสด-กระป๋องขายดี" . ผู้ส่งออก . ปีที่ 5
(ปีที่ 5) (กันยายน-ธันวาคม 2535) : น.37-39 .

_____ . 2536 . "ผัก ผลไม้ไทยไฟเขียวตลอด" . ผู้ส่งออก . ปีที่ 6 (ปีที่ 6) (กันยายน-ธันวาคม
2536) : น.27-30 .

_____ . 2537 . "ลำไยอุบลฯ ปีนี้ได้ผลดีเกินคาด" . เดลินิวส์ . (24 กันยายน 2537)
: น.11 .

นิชัย สราญรมย์ . 3532 . ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับลำไยเพื่อการศึกษาในระดับปริญญา .
กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .

วราภรณ์ เขื่อนเพชร . 2532 . ผลกระทบของอัตราแลกเปลี่ยนที่มีต่ออุปสงค์และอุปทาน
ส่งออกลำไยของไทย . กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท , มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์ .

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย . 2535 . การฝึกอบรมกรรม
ควันซ์เลเซอร์ไดออกไซด์กับลำใยสดหลังการเก็บเกี่ยวเพื่อการส่งออก . (อัดสำเนา)

สมพัฒน์วรรณ สิทธิสังข์ . 2527 . การตลาดลำใยและลู่ทางการใช้สหกรณ์ในกระบวนการ
การตลาดของผู้ผลิตลำใยในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน . กรุงเทพมหานคร :
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท , มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .

สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ . 2537 . ข้อมูลลำใยจังหวัดเชียงใหม่ . (อัดสำเนา)

สำนักงานเกษตรภาคเหนือ . 2535 . แนวทางการปรับปรุงคุณภาพผลผลิตและตลาดลำใย
ภาคเหนือ ปี 2535 . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตร
และสหกรณ์ .

สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ . 2527 . ไม้ผลที่น่าสนใจ . กรุงเทพมหานคร
: โรงพิมพ์สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ .

สำนักงานปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและการพลังงาน . 2532 . เอกสาร
ประกอบการสัมมนาเรื่องเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยวผักและผลไม้เพื่อการส่งออก .
(อัดสำเนา)

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร . 2535 . เป้าหมายการผลิตสินค้าเกษตรที่สำคัญ
ปี 2535 . กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ .

การคำนวณ

ภาคผนวก ก.

ราคาลำไยพันธุ์อีดอ เกรดเอ

ตารางภาคผนวกที่ 1 ราคาลำไยพันธุ์อีดอเกรดเอ ที่เกษตรกรขายได้ เดือนกรกฎาคม - สิงหาคม ปี พ.ศ. 2534 - 2536

(หน่วย : บาท)

ปี พ.ศ.	กรกฎาคม				สิงหาคม					เฉลี่ย
	สป.1	สป.2	สป.3	สป.4	สป.1	สป.2	สป.3	สป.4	สป.5	
2531	17.0	13.0	9.0	8.5	9.0	8.5	9.0	9.5	10.0	10.39
2532	47.0	37.5	35.8	28.4	29.0	29.0	29.0	29.0	29.0	34.45
2533	17.7	15.1	13.9	15.5	13.1	14.9	16.9	17.5	17.5	15.57
2534	43.5	41.0	36.5	40.0	36.5	36.5	36.5	36.5	36.5	39.00
2535	40.0	34.6	24.0	26.0	27.5	28.5	28.5	30.0	30.0	29.38
2536	40.0	35.0	28.0	26.5	25.0	24.0	23.0	25.0	25.0	28.31

ราคาเฉลี่ย 3 ปี (พ.ศ.2533-2535) = 27.45

ราคาเฉลี่ย 3 ปี (พ.ศ.2534-2536) = 31.64

ที่มา : (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด , 2536)

ภาคผนวก ข.

รายชื่อบริษัทส่งออกลำไยสดและลำไยแช่แข็ง

1. AI TRADING (THAILAND) CO.,LTD.
บริษัท เอไอ เทรดดิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด
174/4-6 ถ.สีลม กทม. 10500
โทร. 233-9659, 234-4299, 234-7657
2. BANGKOK TRADING AND EXPORT CO.,LTD.
บริษัท กรุงเทพมหานครการค้าและส่งออก จำกัด
59 มหรณพ เสาชิงช้า กทม. 10200
โทร. 433-5859
3. BOONMA CARGO CO.,LTD.
บริษัท บุญมาคาร์โก้ จำกัด
1958 ถ.รามคำแหง หัวหมาก บางกะปิ กทม.10240
โทร. 314-2980-1
4. C.P. INTERTRADE CO.,LTD.
บริษัท ซี.พี. อินเตอร์เทรด จำกัด
ซี.พี. เทาวเวอร์ ชั้นที่ 19 313 ถ.สีลม กทม. 10500
โทร. 231-0231-50
5. CHUA HAH HENG LEE CO.,LTD.
บริษัท ฉั่วฮะเฮงหลี จำกัด
200-202 ตลาดมหานาค ถ.กรุงเกษม ป้อมปราบ กทม. 10100
โทร. 281-0174, 281-4416
6. FIRST WORLD IMPORT & EXPORT CO.,LTD.
บริษัท เฟิร์สเวิลด์ อิมพอร์ต เอ็กซ์พอร์ต จำกัด
ชั้นที่ 12 ไทวาทาวเวอร์ 21 ถ.สาทรใต้ ยานนาวา กทม. 10120
โทร. 240-9156-8

7. GOOD WORLD CO.,LTD.

บริษัท กู้ดเวิลด์ จำกัด
1004/38-39 ถ.รัชดาภิเษก แขวงนาว่า กทม. 10120
โทร. 294-0178

8. I.V.PONG SUPPLY LTD.,PART.

ห้างหุ้นส่วนจำกัด ไอ.วี. พงษ์ สัพพลาย
199/27-30 ซ.แลนโก ถ.วิภาวดีรังสิต อนุสาวรีย์ กทม. 10400
โทร. 279-3241

9. JUBILEE INTERNATIONAL BUSINESS MANPOWER RECRUITING AGENCY CO.

บริษัท จัดหางาน จูบิลี่อินเตอร์เนชั่นแนลบิสซิเนส จำกัด
179/5 ถ.สาทรใต้ ลุมพินี กทม. 10330
โทร. 252-1270, 252-5312, 252-2459, 250-1210

10. KRATING LTD.,PART.

ห้างหุ้นส่วนจำกัด กระทั่ง
210 ถ.กรุงเกษม มหานคร ไหล่มาพราย กทม. 10100
โทร. 202-9359, 818-1963

11. L.S.P. TRADING CO.,LTD.

บริษัท แอล.พี.เอส. เทรดดิ้ง จำกัด
584/39 หมู่บ้าน อยู่เจริญ ถ.อโศกดินแดง กทม. 10310
โทร. 247-6173, 246-5953, 245-7475

12. P. PROSPER LTD.,PART.

ห้างหุ้นส่วนจำกัด พี พรอสเปอร์
149/32-33 แองโกล พลาซ่า ถ.สุรวงศ์ กทม. 10500
โทร. 236-0037, 236-8643-4

13. PISITICHAJ INTERNATIONAL CO.,LTD.

บริษัท พิสิทธิชัย อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
197/4 ถ.สุรวงศ์ บางรัก กทม. 10500
โทร.233-2010, 235-9038

14. SIAM AGRO-INDUSTRY (PINEAPPLE) CO., LTD.

บริษัท สยามอุตสาหกรรมการเกษตร (สับปะรด) จำกัด
21/196 ถ.บางนา-ตราด พระโขนง กทม. 10260
โทร. 396-1692, 398-0142

15. SIAM FOOD PRODUCTS CO., LTD.

บริษัท อาหารสยาม จำกัด
235/9 ถ.อโศก พระโขนง กทม. 10110
โทร. 258-0120-3

16. SIAM WINGS CO., LTD.

บริษัท สยามวิงค์ จำกัด
173, 173/1-3 ถ.สุรวงศ์ บางรัก กทม. 10500
โทร. 233-9480-5

17. THAI SEREE INTERNATIONAL LTD., PART.

บริษัท ไทยเสรีห้องเย็น จำกัด
250 หมู่ 6 ถ.ท้ายบ้าน อ.เมือง จ.สมุทรปราการ
โทร. 387-2461-71

18. THAI WORD IMPORT & EXPORT CO., LTD.

บริษัท ไทยเวิร์ด อิมพอร์ตแอนด์เอ็กซ์พอร์ต จำกัด
1004/38-39 ถ.รัชดาภิเษก สานนาวา กทม. 10120
โทร. 294-0178-81

19. U. YONG LTD., PART.

ห้างหุ้นส่วนจำกัด อยู่ยง
1244-1250 ถ.ทรงวาด กทม. 10100
โทร. 224-0065

20. V.P.K. TRADING LTD., PART.

ห้างหุ้นส่วนจำกัด วี.พี.เค. เทรดดิ้ง
2/13 ถ.สุขุมวิท(57) พระโขนง กทม. 10110
โทร. 391-1859

รายชื่อบริษัทส่งออกลำไยกระป๋อง

1. AI TRADING (THAILAND) CO.,LTD.

บริษัท เอไอ เทรดดิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด

2. BRIGHT TIME INTERTRADE LTD.,PART.

ห้างหุ้นส่วนจำกัด ไบรท์ไทม์ อินเตอร์เทรด

896 หมู่บ้าน พรเทพ ถ.พัฒนาการ สวนหลวง พระโขนง กทม. 10250

โทร. 321-5137

3. C.P. INTERTRADE CO.,LTD.

บริษัท ซี.พี.อินเตอร์เทรด จำกัด

4. CHAIPRASIT PRODUCTS CO.,LTD.

บริษัท หัยประสิทธิ์พิชผล จำกัด

102 ถ.สวนหลวง ปทุมวัน กทม. 10500

โทร. 214-0483

5. CHAYAKET TRADING LTD.,PART.

ห้างหุ้นส่วนจำกัด ฉายะเทรดดิ้ง

17/18-19 ซ.จตุทิศ ถ.เพชรบุรี กทม. 10400

โทร. 252-4945, 254-5025

6. EASTERN PACKER CO.,LTD.

บริษัท เอื้อเกษมอุตสาหกรรม จำกัด

1944 ถ.รามคำแหง หัวหมาก บางกะปิ กทม.10240

โทร. 314-2681-2

7. FIRST WORLD IMPORT & EXPORT CO.,LTD.

บริษัท เฟิร์สเวิลด์ อิมพอร์ต เอ็กซ์พอร์ต จำกัด

8. FOOD SPECIALIZE CO.,LTD.

บริษัท ฟู้ดสเปเชียลไลซ์ จำกัด

1048/5-6 ถ.ใหม่ กทม. 10500

โทร. 236-5724, 236-5550

9. HONG KONG INTERNATIONAL MOVERS CO.,LTD.

บริษัท ฮ่องกงอินเตอร์เนชันแนล มูวเออร์ จำกัด

45 ซ.ทองหล่อ 23 ต.สุขุมวิท 55 กทม. 10110

โทร. 390-1158, 391-4802, 391-5385, 392-7242

10. ISIS TRADING CO.,LTD.

บริษัท ไอซิส เทรดดิ้ง จำกัด

4057-9 ต.สุขุมวิท กทม. 10260

โทร. 393-7108, 393-7110, 393-9270

11. JACK HUA CO.,LTD.

บริษัท แจ็กฮัว จำกัด

1731/4-5 ต.เจริญกรุง 65 ยานนาวา กทม. 10120

โทร. 211-2554, 211-9948

12. JUBILEE INTERNATIONAL BUSINESS MANPOWER RECRUITING AGENCY CO.,LTD.

บริษัท จัดหางาน จูบิลี่อินเตอร์เนชั่นแนล บิสซิเนส จำกัด

139/5 ต.สายไฟ ลุมพินี กทม. 10330

โทร. 252-1270, 252-5312, 252-2459, 250-1210

13. MALEE SAMPRAN FACTORY CO.,LTD.

บริษัท มาลีสามพราน (โรงงาน) จำกัด

50/3 ซ.หลังสวน ต.เพลินจิต กทม. 10500

โทร. 252-7657, 252-3541, 252-9448

14. ORIENTAL FOOD CO.,LTD.

บริษัท โอเรียลเฟ้อด์ จำกัด

21/4 ต.สุขุมวิท 18 กทม. 10110

โทร. 258-6594, 259-3474

15. PAN ASIA(1981) CO.,LTD.

บริษัท แพนเอเชีย(1981) จำกัด

1193 ต.พหลโยธิน วัฒนา กทม. 10400

โทร. 279-8880-5

16. PATIB CO., LTD.

บริษัท แพ้ททิบ จำกัด

53-55 ถ.ติศสมัศร สวณนลล กทม. 10110

โทร. 221-1783, 221-3069, 221-6022, 223-6556

17. SIAM WINGS CO., LTD.

บริษัท สยามวงล้ จำกัด

18. T.A.S. TRADING CO., LTD.

บริษัท ที.เอ.เอส. เทรตดลิ่ง จำกัด

670/404 ถ.จรัลลนทวงค์ บางกอกนลลย กทม. 10700

โทร. 424-3000-3

19. THAI SHING YE LTD., PART.

ห้างห้ลลส่วนจำกัด ไทยชนเอลยอิมพอร์ตเอลล์พอร์ต

922 ถ.รัชดาภลเชก ยานนาวา กทม. 10120

โทร. 289-2894, 289-2606, 291-3810-8

20. THAI WORLD IMPORT & EXPORT CO., LTD.

บริษัท ไทยเวลลด์ อลมพอร์ตเอลล์พอร์ต จำกัด

21. THE COMMERCIAL COMPANY OF SIAM LTD.

บริษัท พาณลชยการแห่งประเทศไทย จำกัด

38 ถ.โอเรลยลเตลล อเวณลว กทม. 10500

โทร. 233-2346, 233-0833

22. U.M.C. INTERNATIONAL CORP., LTD.

บริษัท ยู.เอ็ม.ซี. อินเตอร้เนชั่นแนลคอร์ปอเรชั่น จำกัด

205 ถ.ราชวงค์ กทม. 10100

โทร. 223-0470-9, 223-0901-4, 223-2160-2, 223-2169

