



ใบรับรองบัณฑิตพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษาการส่งออกส้มโอของประเทศไทย

A Study on Pomelo Exportation of Thailand

ของ

นางสาวศิริลักษณ์ เนื่องอุทัย

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน พ.ศ. 2537

อาจารย์ที่ปรึกษาบัณฑิตพิเศษ

[Signature]/...../.....
(อาจารย์วิเชษฐ์ มณีรัตน์)

กรรมการบัณฑิตพิเศษ

[Signature]/...../.....
(อาจารย์เสาวคนธ์ เลือดกาญจนะ)

หัวหน้าภาควิชา

[Signature]/...../.....
(อาจารย์นิตยา สิทธิโชค)

รพ.
๙๔๘๔๓
๒๕๓๗

14563
๘ ส.ค. 2541

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

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ



เรื่อง

การศึกษาการส่งออกส้มโอของประเทศไทย

A Study on Pomelo Exportation of Thailand



T097922

โดย

นางสาวศิริลักษณ์ เนื่องอุทัย

รพ.
๙๘๘๔ก
๒๕๓๗

เลขหมู่.....

เสนอ

เลขทะเบียน..... 97922

วัน,เดือน,ปี..... - ๐ ๐๐ ๑๙๓๗

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. ๒๕๓๗

เพาะปลูกมากที่สุด พันธุ์ที่ต่างประเทศนิยมมี 4 พันธุ์ คือ ขาวทองดี ขาวน้ำผึ้ง ขาวหอม และ พันธุ์ขาววง เป็นพันธุ์ที่ชาวจีนในมาเลเซียและฮ่องกงนิยมใช้ในเทศกาลไหว้พระจันทร์ สำหรับ เดือนที่มีการส่งออกมาก คือ เดือนสิงหาคมและกันยายน การจำหน่ายส้มโอแบ่งออกเป็นสอง ลักษณะคือการจำหน่ายตามน้ำหนักของผลเป็นกิโลกรัม และจำหน่ายเป็นผลโดยใช้เส้นรอบวง วัดตรงส่วนกลางของผลในการจัดชั้นมาตรฐาน ซึ่งการส่งออกใช้การจำหน่ายวิธีนี้ การบรรจุ หีบห่อจะบรรจุในภาชนะที่ได้มาตรฐาน ภาชนะบรรจุมี 2 ลักษณะ คือ กล่องกระดาษลูกฟูกและ ลังไม้ ซึ่งปัจจุบันนิยมใช้กล่องกระดาษ ในด้านการขนส่งสามารถกระทำได้ 3 ทางคือ ทางเรือ ทางเครื่องบินและทางรถยนต์ การส่งไปฮ่องกงและสิงคโปร์นิยมใช้วิธีขนส่งทางเรือ ส่วนการ ขนส่งไปยังตะวันออกกลางและยุโรปใช้วิธีขนส่งทางเครื่องบิน การส่งออกส้มโอของประเทศ ไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ในปี พ.ศ. 2536 มีปริมาณการส่งออก 5,083 ตัน มูลค่า 53 ล้านบาท โดยมีตลาดรับซื้อส้มโอที่สำคัญอยู่ในตลาดเอเชีย ฮ่องกงมีการนำเข้าส้มโอจากประเทศไทยคิด เป็นร้อยละ 84 ของการส่งออกทั้งหมดที่เหลือประมาณร้อยละ 16 จะเป็นตลาดเพื่อนบ้าน เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย ไต้หวัน เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการขยายตลาดไปแถบยุโรปและตะวันออก กลาง ซึ่งเดิมยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ปัจจุบันมีการส่งออกเพิ่มขึ้นเนื่องจากการประชาสัมพันธ์ และแผนการขยายตลาดทั้งภาครัฐบาลและเอกชน ในด้านคู่แข่งนั้นมีน้อย คือจีนและเวียดนาม แต่เนื่องจากผลผลิตของเราออกสู่ตลาดก่อนและมีคุณภาพดีกว่าจึงไม่ค่อยมีปัญหาในเรื่องนี้มากนัก

จากการศึกษาเรื่องนี้ได้นำมาซึ่งข้อเสนอแนะที่สำคัญคือ ควรให้ความรู้เกษตรกร ในเรื่องของวิธีการคัดเลือกพันธุ์ การปฏิบัติดูแลรักษาก่อนการเก็บเกี่ยว การให้น้ำ ให้อุณหภูมิ การเก็บเกี่ยวและการปฏิบัติภายหลังการเก็บเกี่ยว ควรมีการถ่ายทอดเทคโนโลยีใหม่ ๆ ให้ความช่วยเหลือทางด้านแหล่งน้ำแก่เกษตรกร เผยแพร่ข่าวสารทางการค้าให้แก่ผู้เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถนำไปวางแผนการผลิตและการตลาดได้อย่างถูกต้อง ส่งเสริมให้ชาวสวนรวมกลุ่มกัน เพื่อพัฒนาคุณภาพและจัดตั้งเป็นตลาดกลางส้มโอเพื่อการส่งออกในแหล่งผลิต นอกจากนี้รัฐบาล ควรให้เงินสนับสนุนค่าระวางแก่ผู้ส่งออกเพื่อลดต้นทุนทางการตลาด มีการเพิ่มระวางสินค้าใน ช่วงที่มีการส่งออกมาก และในการส่งออกควรคำนึงถึงการตัดเกรดและการบรรจุหีบห่อ เนื่องจากผู้นำเข้าในตลาดต่างประเทศเน้นคุณภาพและความสะอาดเป็นสำคัญ

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยได้ด้วยความกรุณาให้คำแนะนำและช่วยเหลือจาก อาจารย์วิเชษฐ์ มณีรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ และอาจารย์เสาวคนธ์ เลือดกาญจนะ กรรมการที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ได้สละเวลาอันมีค่ายิ่งในการช่วยเหลือให้คำแนะนำและตรวจแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ ซึ่งมีคุณค่ายิ่งต่อการปรับปรุงแก้ไขปัญหาพิเศษให้ถูกต้องยิ่งขึ้น ข้าพเจ้าขอกราบ ขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ท้ายที่สุดนี้ขอขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่และน้อง ที่เป็นกำลังใจสำคัญที่สุด ให้ความช่วยเหลือด้านต่าง ๆ ทั้งยังให้ความช่วยเหลือด้านกำลังทรัพย์ ตลอดจนเพื่อน ๆ ทุกคนที่เป็นกำลังใจ ในการศึกษาปัญหาพิเศษนี้เป็นอย่างดี

ศิริลักษณ์ เนืองอุทัย

8 พฤศจิกายน 2537

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(4)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
ขอบเขตการศึกษา	5
นิยามศัพท์	6
ตรวจสอบเอกสาร	6
วิธีการศึกษา	8
บทที่ 2 สถานการณ์ผลิตส้มโอของประเทศไทย	10
การเพาะปลูกส้มโอของไทย	10
พื้นที่เพาะปลูก	10
แหล่งผลิตส้มโอที่สำคัญ	12
พันธุ์ส้มโอ	13
ลักษณะการผลิตส้มโอของภาคต่าง ๆ ในเชิงการค้า	16
การปลูกส้มโอ	17
การปฏิบัติดูแลรักษา	18
โรคของส้มโอ	22
แมลงศัตรูพืช	24
ต้นทุนการผลิต	26
แนวโน้มการปลูกส้มโอ	26
บทที่ 3 การตลาดส้มโอของประเทศไทย	28
การตลาดส้มโอภายในประเทศและต่างประเทศ	28

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
วิธีการตลาด	28
ตลาดภายในประเทศ	31
วิธีการซื้อขาย	32
การเคลื่อนไหวของราคา	33
วิธีการชำระเงิน	33
ตลาดต่างประเทศ	34
การจัดขึ้นคณะกรรมการสมาคมส้มโอ	35
การเก็บรักษา	37
การบรรจุหีบห่อ	39
การขนส่ง	39
บทที่ 4 ภาวะการส่งออกส้มโอของไทย	42
การส่งออกและการนำเข้า	42
ส่วนแบ่งการตลาดส้มโอ	43
ประเทศคู่ค้าที่สำคัญ	47
กฎระเบียบการส่งออกส้มโอ	48
บทที่ 5 สรุปลและข้อเสนอนแนะ	50
สรุป	50
ปัญหาและข้อเสนอนแนะ	52
เอกสารอ้างอิง	57
ภาคผนวก	59

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้	3
2	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกส้มโอ ปี พ.ศ. 2525-2536	4
3	พื้นที่เพาะปลูกและปริมาณผลผลิตส้มโอระหว่าง ปี พ.ศ. 2529-2535	11
4	ปริมาณผลผลิตส้มโอของประเทศไทยรายภาค ปี พ.ศ. 2534/2535	11
5	พื้นที่เพาะปลูกและปริมาณผลผลิตส้มโอรายจังหวัด ปี พ.ศ. 2534/2535	12
6	พื้นที่เพาะปลูกส้มโอในจังหวัดต่าง ๆ	13
7	ลักษณะสีของเปลือก ผันงกลีบ และกึ่งของส้มโอนั้นธุ์ต่าง ๆ	15
8	รายได้และผลตอบแทนจากการปลูกส้มโอ	27
9	การจัดชั้นมาตรฐานของส้มโอ	36
10	การจัดเกรดโดยให้เส้นรอบวงของส้มโอบางพันธุ์	36
11	การจัดเกรดโดยใช้น้ำหนักของส้มโอบางพันธุ์	37
12	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกส้มโอของไทย ปี พ.ศ. 2533-2536	44
13	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกส้มโอของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2534-2536	45

สารบัญ

ภาพที่	หน้า	
1	วิธีการตลาดส้มโอในจังหวัดพิจิตร	29
2	วิธีการตลาดส้มโอของจังหวัดนครปฐมและจังหวัดใกล้เคียงในช่วงฤดูทูล ส่งออก	30
3	วิธีการตลาดส้มโอของจังหวัดนครปฐมและจังหวัดใกล้เคียงนอกฤดูทูล ส่งออก	31
4	ขั้นตอนปฏิบัติภายหลังการเก็บเกี่ยวส้มโอที่เหมาะสมสำหรับส่งออก ตลาดต่างประเทศ	41
5	ส่วนแบ่งการตลาดของส้มโอในประเทศไทย	46

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหา

ประเทศไทยมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมเป็นแหล่งผลิตผักและผลไม้เขตร้อนที่สำคัญประเทศหนึ่ง และความได้เปรียบในสภาพพื้นที่และภูมิอากาศทำให้ประเทศไทยมีผลิตผลจากไม้ผลชนิดต่าง ๆ ออกป้อนสู่ตลาดตลอดปี ในอดีตผลไม้สดส่วนใหญ่จะบริโภคภายในประเทศ แต่ในปัจจุบันการเพาะปลูกผลไม้สดมิได้มุ่งผลิตเพื่อการบริโภคภายในประเทศเพียงอย่างเดียว โดยได้มุ่งการผลิตเพื่อการส่งออกต่างประเทศอีกด้วย

จากการพิจารณาปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้สดของไทยมีแนวโน้มสูงขึ้น กล่าวคือ ปริมาณการส่งออกผลไม้สดได้เพิ่มจาก 48,931 ตันในปี 2532 เป็น 93,165 ตันในปี 2536 (ตารางที่ 1) ซึ่งการที่ปริมาณและมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น เนื่องจากผลไม้สดของไทยมีลักษณะเฉพาะอย่างตามชนิดของผลไม้ และมีรสดีเป็นที่นิยมของชาวต่างประเทศประกอบกับความพยายามที่จะส่งเสริมเผยแพร่ให้ชาวต่างประเทศรู้จักชนิดของผลไม้สดมากขึ้น เนื่องจากมีผู้ทางการส่งออกค่อนข้างดี ผลไม้สดส่งออกที่มีรสชาติเป็นที่นิยมและรู้จักแพร่หลายจนมีมูลค่าการส่งออกสูงขึ้นทุก ๆ ปี ได้แก่ ทุเรียน ลำไย มะม่วง ส้มโอ เป็นต้น

ส้มโอเป็นผลไม้ชนิดหนึ่งที่สามารถทำรายได้ให้กับประเทศมากขึ้นมีผู้ทางการส่งออกที่ดี ซึ่งตามสถิติการส่งออกระหว่างปี 2525-2536 จะเห็นได้ว่าในปี 2525 ประเทศไทยส่งออกส้มโอ จำนวน 2,763 ตัน มูลค่า 26.9 ล้านบาท และในปี 2536 ส่งออกเพิ่มเป็นจำนวน 5,083 ตัน มูลค่า 53 ล้านบาท (ตารางที่ 2)

รัฐบาลได้เล็งเห็นถึงความสำคัญ จึงให้การสนับสนุนและส่งเสริมอย่างจริงจัง ซึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ.2530-2534) รัฐบาลได้กำหนดแผนการพัฒนาและส่งเสริมไม้ผล โดยเน้นไปที่การเร่งรัดเพิ่มผลผลิตและปรับปรุงคุณภาพของผลไม้

สด ให้มีปริมาณมากเพียงพอแก่การขยายตลาดส่งออกทั้งในรูปของผลไม้สด และใช้เป็นวัตถุดิบ บ่อนโรงงานอุตสาหกรรมผลไม้แปรรูปเพื่อการส่งออก ที่มีศักยภาพทางด้านการตลาด ซึ่งส้มโอ ก็เป็นผลไม้ชนิดหนึ่งใน 27 ชนิดที่ได้รับการส่งเสริม

การส่งออกส้มโอมีมากในช่วงเดือนสิงหาคมถึงกันยายน โดยส่งออกถึงร้อยละ 63 ของปริมาณส่งออกทั้งหมด ซึ่งเป็นช่วงเทศกาลไหว้พระจันทร์ นอกจากนี้ส้มไต่ยังเป็นไม้ผลที่มีรูปร่างสวย สามารถเก็บรักษาได้นานโดยธรรมชาติ ทั้งนี้เพราะเป็นผลไม้ ที่มีเปลือกหนาไม่บอบช้ำง่าย ไม่เน่าเสียหรือเหี่ยวง่ายเพราะมีต่อมน้ำมันช่วยรักษาความสดของเปลือกได้นาน ตั้งแต่ครึ่งเดือนถึงหนึ่งเดือน หรือ อาจเก็บได้นานถึง 3 เดือนทำให้สะดวกต่อการขนส่ง นอกจากนี้ยังมีคุณค่าทางโภชนาการ จึงเป็นที่นิยมบริโภคกันอย่างกว้างขวางทั้งในประเทศและนอกประเทศ ตลาดนำเข้าส้มโอเพื่อการบริโภคมากที่สุดคือ ฮองกง สิงคโปร์ แคนาดา สำหรับยุโรปและตะวันออกกลางที่มีการนำเข้าส้มโอ ได้แก่ ฝรั่งเศส อังกฤษและบาร์เรน เป็นต้น ปัจจุบันได้มีแนวโน้มที่จะขยายตลาดส่งออกเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีการประชาสัมพันธ์และแผนการขยายตลาดทั้งภาครัฐบาลและเอกชน

ถึงแม้ว่าส้มโอจะเป็นพืชที่มีศักยภาพในหลาย ๆ ด้าน ได้เปรียบผลไม้อื่นในด้านการมีอายุในการเก็บรักษาที่ยาวนานกว่า และสามารถขนส่งได้ไกลกว่าผลไม้ชนิดอื่นเนื่องจากมีเปลือกหนา แต่มีปัญหาในเรื่องการส่งออก กล่าวคือ เป็นผลไม้ที่ยังไม่รู้จักแพร่หลายและมีตลาดจำกัด การเพาะปลูกน้อย มีจุดอ่อนในเรื่องโรคแคงเกอร์และมิมวน, แมลงศัตรูมาก ดังนั้นจึงสมควรที่จะมีการศึกษาในเรื่องการส่งออกของส้มโอ เพื่อให้ทราบถึงวิธีการผลิตให้ได้คุณภาพตามความต้องการของตลาด การตลาดเพื่อการส่งออกตั้งแต่การจัดขึ้นมาตรฐานของการส่งออก การบรรจุหีบห่อ ตลอดจนปัญหาการส่งออก เพื่อหาแนวทางแก้ไขและเสนอแนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อการส่งออกส้มโอ และเป็นแนวทางที่จะขยายตลาดในอนาคต

ตารางที่ 1 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้

ปี พ.ศ.	ปริมาณ (เมตริกตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
2532	48,931	572.2
2533	66,160	888.8
2534	49,985	726.1
2535	74,750	1,160.6
2536	93,165	1,419.0

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2536)

ตารางที่ 2 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกส้มโอ ปีพ.ศ. 2525-2536

ปี พ.ศ.	ปริมาณ (ก.ก)	มูลค่า (บาท)
2525	2,763,439	26,905,725
2526	2,657,245	27,345,549
2527	2,779,239	21,156,808
2528	4,505,028	40,450,873
2529	5,201,861	45,369,645
2530	6,908,000	64,388,000
2531	6,150,000	51,404,000
2532	7,077,000	63,704,000
2533	6,916,000	50,469,000
2534	7,039,000	66,624,000
2535	5,889,057	71,854,254
2536	5,083,300	53,159,390

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2536)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิตเพื่อการส่งออกส้มโอของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาโครงสร้างการตลาด วิธีการตลาด วิธีการซื้อขาย ส่วนแบ่งการตลาด และกระบวนการส่งออกส้มโอของประเทศไทย
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาหรืออุปสรรคต่าง ๆ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงสถานการณ์การผลิตและการผลิตเพื่อการส่งออกส้มโอของประเทศไทย
2. ทำให้ทราบถึงโครงสร้างการตลาด วิธีการตลาด วิธีการซื้อขาย ส่วนแบ่งการตลาดและกระบวนการส่งออกส้มโอของประเทศไทย
3. นำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในการส่งออก

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้จะมุ่งศึกษาทางด้านสถานการณ์การผลิตและโครงสร้างการตลาด วิธีการตลาดและกระบวนการส่งออกส้มโอของประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525-2536 ซึ่งจะเริ่มตั้งแต่ผลผลิตจากผู้ผลิตจนถึงระดับการส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ นอกจากนี้จะกล่าวถึงปัญหาของการส่งออกส้มโอในด้านต่าง ๆ ตลอดจนเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหการส่งออกเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการส่งออกและขยายตลาดการส่งออกส้มโอของประเทศไทย



นิยามศัพท์

ส้มปี หมายถึง ส้มโอที่ออกดอกตามฤดูกาลอยู่ในระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึง มีนาคม สามารถทำการเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ในช่วงเดือนสิงหาคมถึงกันยายน

ส้มทวาย หมายถึง ส้มโอที่ให้ผลผลิตนอกฤดูกาลนั้นจากส้มปี

ตรวจสอบเอกสาร

ฉันทนา เจริญสุข (2532) ได้กล่าวในวิทยานิพนธ์เรื่อง "การวิเคราะห์ทาง เศรษฐกิจการส่งออกผลไม้สดของไทย" ซึ่งสรุปได้ว่า ลักษณะการผลิตส้มโอจังหวัดต่าง ๆ ส่วน ใหญ่ผลิตเพื่อการค้าภายในประเทศยกเว้นแถบจังหวัดนครปฐม สมุทรสงคราม สมุทรสาคร จะมีการบำรุงรักษาต้นควบคุมให้ผลผลิตมีคุณภาพมาตรฐาน เช่น รสชาติอมเปรี้ยว ขนาดผล ทรงผล สีสผิว ปราศจากโรคพืชและศัตรูพืช สามารถออกสู่ตลาดในช่วงที่สอดคล้องกับความต้องการของ ตลาดต่างประเทศ เหตุที่การผลิตมีความแตกต่างกันเป็นเพราะความสนใจ ความสามารถในการ ปรับปรุงคุณภาพผลผลิตของเกษตรกร สภาพดินฟ้าอากาศที่เหมาะสมกับแต่ละพันธุ์ รวมทั้ง สภาพความได้เปรียบด้านสถานที่ตั้งของแหล่งผลิต ที่เอื้ออำนวยต่อการประกอบธุรกิจเพื่อการ ส่งออก การเพาะปลูกส้มโอควรปลูกในช่วงฤดูฝนคือประมาณเดือนพฤษภาคมถึงเดือนกรกฎาคม สามารถปลูกได้ในสภาพดินแทบทุกชนิด ถ้าปลูกในสภาพท้องถิ่นที่มีดินและน้ำอุดมสมบูรณ์มีอายุได้ นานถึง 20-30 ปี ส้มโอจะให้ผลผลิตเมื่ออายุประมาณ 4-5 ปี จะเก็บผลผลิตได้ประมาณ ปีละ 2 ครั้ง ในการเก็บเกี่ยวส้มโอชาวสวนควรรใช้กรรไกรตัดให้มีก้านใบติดชั่วผลยาวประมาณ 1 คืบ ระหว่างที่ทำการเก็บเกี่ยวจะระมัดระวังไม่ให้ผลหล่นลงสู่พื้นดินเพราะจะทำให้เชื้อและ หากหล่นลงสู่พื้นจะทำให้เน่าช้ำตามขั้วและเน่าเสียหายในที่สุด

นิรนาม (2533) ได้รายงานบทความเรื่อง "ส้มโอผลไม้ส่งออก" ซึ่งสรุปได้ว่า ส้มโอเป็นผลไม้ที่ดีที่สุดในหลายด้าน ทั้งความต้องการของตลาดสูงและราคาดี จึงเป็นผลไม้ที่นำ ลงทุนมากที่สุด จากความต้องการของตลาดในประเทศและต่างประเทศซึ่งมีแนวโน้มสูงขึ้นรวม ทั้งภาครัฐบาลและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ก็ให้ความสำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาและการลงทุน

ปัญหาของส้มโอขณะนี้อยู่ที่ว่าปริมาณการผลิตยังไม่เพียงพอ พื้นที่เพาะปลูกยังขยายได้ไม่ทันต่อความต้องการ วิธีการซื้อขายส้มโอโดยทั่วไปของผู้ค้าคนกลางในท้องถิ่นจะรวบรวมจากสวนที่มีคุณภาพและปริมาณพอสมควร การซื้อขายจะเป็นไปตามกติกา การจัดเกรดที่สวนของผู้ปลูก จังหวัดที่มีวิธีการซื้อขายดังกล่าวนี้ คือ นครปฐม สมุทรสาคร สมุทรสงคราม ชัยนาท และพิจิตร ในกรณีซื้อขายเพื่อส่งออก ผู้ค้าคนกลางจะรวบรวมส่งผู้ค้าท้องถิ่นที่จุดนัดหมายของผู้ส่งออกเพื่อตรวจสอบคุณภาพและปริมาณ ก่อนทำการบรรจุหีบห่อต่อไป

ใจ 54 (2535) ได้รายงานบทความเรื่อง "แคนาดา : ตลาดส้มโอส่งออกของไทย" ซึ่งสรุปได้ว่า ส้มโอเป็นไม้ผลเศรษฐกิจที่มีการส่งออกไปขายต่างประเทศปีหนึ่งหลาย ๆ ตัน แหล่งปลูกที่สำคัญของส้มโอก็มีอยู่เกือบทุกภาคของประเทศแต่แหล่งที่ใหญ่และมีชื่อเสียงที่สุดคือ ส้มโอที่ปลูกในเขต จ.นครปฐม ซึ่งเกษตรกรในแหล่งนี้เกษตรกรชาวสวนให้ความสำคัญกับส้มโอเป็นพิเศษและเป็นแหล่งที่ปลูกส้มโอได้คุณภาพดี การขายผลผลิตนอกจากตลาดในประเทศแล้วตลาดต่างประเทศยังคงสดใสอยู่ แต่ทั้งนี้ผลผลิตจะต้องเน้นในด้านคุณภาพมากเป็นพิเศษขั้นตอนการส่งออกต้องมีระบบที่ดี สามารถเก็บได้นานก่อนที่จะถึงมือผู้บริโภค ปัจจุบันการส่งส้มโอออกต่างประเทศมีการขยายตลาดไปในแถบอเมริกา นอกเหนือจากตลาดในโซนเอเชียและยุโรป การส่งส้มโอไปขายในตลาดแคนาดา ก็เป็นตลาดที่สามารถทำรายได้ให้แก่ประเทศปีละหลายล้านบาท แต่เมื่อมองถึงการทำสวนส้มโอในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเส้นทางด้านการขายพื้นที่ปลูกหรือผลผลิตที่ออกมาสู่ตลาดในแต่ละปี จะมีปริมาณลดน้อยลงทุกปี

ฝ่ายวิชาการธนาคารนครธน (2535) ได้รายงานบทความเรื่อง "ส้มโอ : ผลไม้ไทยที่ได้รับความนิยมในตลาดต่างประเทศ" ซึ่งสรุปได้ว่า ส้มโอเป็นผลไม้ชนิดหนึ่งที่มีความนิยมจากตลาดต่างประเทศ ปีหนึ่ง ๆ ทำรายได้เงินตราต่างประเทศให้กับประเทศ 50-60 ล้านบาท อีกทั้งส้มโอเป็นผลไม้ที่มีความเหมาะสมหลายประการในการที่จะส่งเสริมเพื่อการค้า เนื่องจากเป็นผลไม้ปลูกง่ายทนทานต่อโรคและแมลง ผลส้มโอมีเปลือกหนาสามารถเก็บไว้ได้นานหลังการเก็บเกี่ยวโดยไม่เน่าเสีย ทำให้ส้มโอได้เปรียบผลไม้อื่น ๆ และเป็นผลไม้ที่มีความเหมาะสมในการขนส่งไปยังตลาดที่มีระยะทางไกล ๆ คุณสมบัติอย่างอื่นที่สำคัญรองลงมาก็คือเป็นผลไม้ที่ต่างประเทศยังมีความต้องการสูง และมีคู่แข่งน้อย พื้นที่เพาะปลูกส้มโอที่มีชื่อเสียง

ของไทยได้แก่ จังหวัดนครปฐม ราชบุรี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม นอกจากนี้ยังมีพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ การผลิตส้มโอเพื่อการค้าและการส่งออกนั้น ควรคำนึงถึงพันธุ์ซึ่งจะต้องเป็นพันธุ์ที่นิยมของตลาดนั้น ๆ พันธุ์ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดมีอยู่ 4 พันธุ์ด้วยกันได้แก่ ขาวทองดี ขาวน้ำผึ้ง ขาวหอม ส่วนขาวพวงเป็นพันธุ์ที่ชาวจีนนิยมมาใช้ในเทศกาลไหว้พระจันทร์ การผลิตส้มโอเพื่อการส่งออกยังมีตลาดที่ตี เนื่องจากความต้องการส้มโอในตลาดต่างประเทศยังสูงและมีคู่แข่งน้อย แต่อย่างไรก็ตามในการผลิตส้มโอเพื่อการส่งออกเกษตรกรจะต้องคำนึงถึงพันธุ์ที่จะนำมาปลูก นอกจากนี้จะต้องดูแลและบำรุงรักษาส้มโอให้ถูกวิธีเพื่อให้ผลผลิตที่ได้มีคุณภาพ ในการส่งออก การคัดเกรด และการบรรจุหีบห่อเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากผู้นำเข้าในตลาดต่างประเทศคำนึงถึงคุณภาพ และความสะอาด

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ข้อมูลในส่วนนี้เป็นข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการส่งออกส้มโอของประเทศไทย ลักษณะของผลผลิตที่ต่างประเทศต้องการ วิธีการซื้อขาย ปัญหาและข้อจำกัดในการส่งออก ประกอบด้วยข้อเท็จจริงและความคิดเห็นที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ส่งออก โดยคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์นั้นเป็นคำถามที่มีการเตรียมเค้าโครงไว้ล่วงหน้า

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้แก่ สภาพการผลิต โครงสร้างการตลาด วิธีการตลาด การจัดขึ้นมาตรฐาน การบรรจุหีบห่อ วิธีการขนส่ง ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในการส่งออกส้มโอของประเทศไทย เป็นต้น โดยรวบรวมจากเอกสารการเผยแพร่ของหน่วยงานราชการและเอกชน รายงานการศึกษา บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องวารสารต่าง ๆ จากห้องสมุดของสถาบันของสถาบันการศึกษาและหน่วยงานอื่น ๆ เช่น กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กรมศุลกากร กรมส่งเสริมการส่งออก และกรมส่งเสริมการเกษตร เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิต โครงสร้างการตลาด วิธีการตลาด วิธีการซื้อขาย และกระบวนการส่งออกส้มโอของประเทศไทย เป็นการนำเอาข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาทำการสรุปและวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนา (descriptive analysis) นำเสนอในรูปแบบบทความ ตาราง และแผนภาพประกอบคำบรรยาย
2. การศึกษาส่วนแบ่งการตลาดการส่งออกส้มโอของประเทศไทย ไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ เช่น ออสเตรเลีย สิงคโปร์ แคนาดาและไต้หวัน จะมีวิธีการศึกษาโดยใช้สถิติอย่างง่าย และนำเสนอในรูปแบบตาราง เป็นอัตราส่วนหรือร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแผนภาพ
3. การศึกษาปัญหา อุปสรรคต่าง ๆ และเสนอแนวทางแก้ไข จะทำการศึกษาโดยวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนา (descriptive analysis) นำเสนอในรูปแบบบทความ

สถานการณ์ผลิตส้มโอของประเทศไทย

การเพาะปลูกส้มโอของไทย

ส้มโอเป็นผลไม้ที่มีรูปร่างสวย สามารถเก็บรักษาได้นานโดยธรรมชาติทั้งนี้เพราะเป็นผลไม้ที่มีเปลือกหนาไม่ชอบน้ำขม ไม้เน่าเสียหรือเหี่ยวง่ายเพราะมีต่อมน้ำมันช่วยรักษาความสดของเปลือกได้นานตั้งแต่ครึ่งเดือนถึงหนึ่งเดือน หรืออาจเก็บได้นานถึง 3 เดือน ถ้ามีอุณหภูมิเหมาะสม ทำให้สะดวกต่อการขนส่ง นอกจากนี้ยังมีคุณค่าทางโภชนาการจึงเป็นที่นิยมบริโภคกันอย่างกว้างขวางทั้งในประเทศและต่างประเทศ

พื้นที่เพาะปลูก

พื้นที่เพาะปลูกส้มโอตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530/31-2533/34 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แต่ในปี พ.ศ. 2535 พื้นที่เพาะปลูกมีจำนวนลดลง กล่าวคือ ในปี พ.ศ. 2533/34 มีพื้นที่เพาะปลูก 90,661 ไร่ และในปีพ.ศ. 2534/35 มีพื้นที่เพาะปลูก 90,601 ไร่ ดังนั้นจึงมีพื้นที่เพาะปลูกลดลงจากเดิม 60 ไร่

ปีการเพาะปลูก 2534/35 มีพื้นที่เพาะปลูกส้มโอทั้งประเทศ 90,601 ไร่ โดยแยกปลูกพันธุ์ทองดีมากที่สุด รองลงมาคือพันธุ์ขาวม่วง แหล่งที่มีการปลูกส้มโอมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ จังหวัดนครปฐม ชุมพร และพิจิตร มีพื้นที่เพาะปลูกคิดเป็นร้อยละ 13.07 12.02 และ 4.78 ซึ่งจังหวัดนครปฐมปลูกพันธุ์ทองดีมากที่สุด และจังหวัดพิจิตรปลูกพันธุ์ท่าข่อยมากที่สุด ผลผลิตรวมทั้งประเทศ 75,637 ตัน แหล่งที่ให้ผลผลิตมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ จังหวัดนครปฐม ชุมพร และพิจิตร คิดเป็นร้อยละ 24.85 7.41 และ 6.12 ของผลผลิตรวมตามลำดับ ราคาขายผลผลิตเฉลี่ยทุกพันธุ์กิโลกรัมละ 13.36 บาท

ตารางที่ 3 พื้นที่เพาะปลูกและปริมาณผลผลิตส้มโอ ระหว่าง ปี พ.ศ. 2529-2535

ปีการเพาะปลูก	พื้นที่เพาะปลูก(ไร่)	ผลผลิต(ตัน)
2530/31	94,248	44,850
2531/32	87,631	70,476
2532/33	93,220	69,801
2533/34	90,661	67,850
2534/35	90,601	75,637

ที่มา : (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2537)

ตารางที่ 4 ปริมาณผลผลิตส้มโอของประเทศไทยรายภาค ปี พ.ศ. 2535/2536

ภาค	พื้นที่เพาะปลูก (ไร่)	ผลผลิตรวม (ตัน)	ราคาที่เกษตรกรขายได้ ที่สวน (บาท/กก.)เฉลี่ย
เหนือ	19,810	14,267	11.26
ตะวันออกเฉียงเหนือ	2,734	1,444	12.98
กลาง	10,561	8,270	20.46
ตะวันออก	11,086	10,648	12.64
ตะวันตก	18,025	24,095	19.75
ใต้	28,385	17,113	8.60
รวม	90,601	75,637	13.36

ที่มา : (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2537)

ตารางที่ 5 พื้นที่เพาะปลูกและปริมาณผลผลิตส้มโอรายจังหวัด ปี พ.ศ. 2534/2535

(หน่วย : ตัน)

จังหวัด	พื้นที่เพาะปลูกทั้งหมด (ไร่)	ผลผลิต
นครปฐม	11,845	18,795
ชุมพร	10,892	808
พิจิตร	4,330	4,630
ปราจีนบุรี	4,075	608
ชัยนาท	2,886	2,115
สมุทรสงคราม	2,802	2,498
อุทัยธานี	1,474	1,481
ราชบุรี	1,099	929
สมุทรสาคร	588	1,555
อื่น ๆ	50,610	33,419
รวม	90,601	75,637

ที่มา : (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2537)

แหล่งผลิตส้มโอที่สำคัญ

แหล่งผลิตส้มโอที่มีชื่อเสียงส่วนใหญ่อยู่ที่ภาคกลางตอนล่าง ได้แก่ จังหวัดนครปฐม ราชบุรี สมุทรสาคร และสมุทรสงคราม นอกจากนี้ยังปลูกกระจัดกระจายทั่วไปในจังหวัดอื่น ๆ ทั่วทุกภาคของประเทศ พื้นที่เพาะปลูกที่สำคัญของจังหวัดต่าง ๆ มีดังนี้ (ตารางที่ 6)

ตารางที่ ๕ พื้นที่เพาะปลูกส้มโอในจังหวัดต่าง ๆ

ภาค	จังหวัด	อำเภอ
กลางตอนบน	ชัยนาท	เมือง มโนรมย์ สรรคบุรี (เช่น ตำบลลำโรง ไทยวาด วัดละมุด ห้วยมูล)
		นครปฐม
	ราชบุรี	วัดเพลง ดำเนินสะดวก
	สมุทรสาคร	บ้านแพ้ว กระทุ่มแบน
	สมุทรสงคราม	เมือง บางคนที อัมพวา
เหนือ	พิจิตร	เมือง โนนชัยภูมิ
		เมือง โนนชัยภูมิ
ตะวันออก	ปราจีนบุรี	เมือง กบินทร์บุรี
		ท่าแซะ สวี
ใต้	สุราษฎร์ธานี	บ้านตาขุน พุนพิน
		ปากพนัง ฉวาง ลานสกา ร่อนพิบูลย์
	ตรัง	เมือง ห้วยยอด วังวิเศษ
	สงขลา	หาดใหญ่ รัตภูมิ

ที่มา : (ปราณี, 2533:150)

พันธุ์ส้มโอ

พันธุ์ส้มโอที่ปลูกในประเทศไทยมีหลายพันธุ์ ได้แก่ ขาวแป้น ขาวทองดี ขาวพวง
ขาวหอม ขาวใหญ่ ขาวน้ำผึ้ง ขาวแตงกวา ท่าซ้อย ท่าจีน ขาวทับทิม (ปัตตาเวีย) ขาวแก้ว
หอมใบเตย บางขุนนนท์ แตงทับทิม มรกต กรุ่น น้ำตาลทราย ขาวพ้อม และเขียวมะนาว

การเพาะปลูกส้มโอเพื่อการส่งออกควรมีเอกภาพของพันธุ์ ความมาตรฐานทางคุณภาพ และมีปริมาณมากพอที่จะป้อนตลาด ซึ่งพันธุ์ที่ได้รับความนิยมและปลูกมากในปัจจุบัน คือ พันธุ์ขาวทองดี และขาวพวง ซึ่งลักษณะประจำพันธุ์ของส้มโอบางพันธุ์มีดังนี้คือ

พันธุ์ขาวทองดี ผลทรงกลมแบนขนาดโตปานกลาง เส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 15 เซนติเมตร สูงประมาณ 12 เซนติเมตร ไม่มีจุก ที่หัวมีจิบเล็กน้อย ท้ายเรียบอาจเว้าเล็กน้อย ต่อม้ำมันและเอียงและอยู่ชิดกัน เปลือกบางขาวอมชมพู ผลหนึ่งมีกิโลกรัมประมาณ 16 กิโลกรัม สีของผนังกิลิปสีชมพูอ่อน กุ้งมีสีชมพูเรื่อ ๆ รสหวาน เมล็ดเล็กจำนวนมาก เป็นที่นิยมของผู้บริโภคทั้งตลาดภายในและตลาดต่างประเทศ

พันธุ์ขาวพวง เป็นพันธุ์ที่ให้ผลดก ขนาดผลโตปานกลาง ทรงผลกลม สูงเล็กน้อย มีจุกสูง มีจิบที่จุก เส้นผ่าศูนย์กลางผลประมาณ 13 เซนติเมตร สูง 15-18 เซนติเมตร ท้ายผลเว้าเล็กน้อย ผิวเรียบมีสีเขียวอมเหลือง ต่อม้ำมันค่อนข้างใหญ่ เปลือกค่อนข้างบางสีขาว ผลหนึ่งมีกิโลกรัมประมาณ 12-14 กิโลกรัม กุ้งมีสีขาวอมเหลือง รสหวานอมเปรี้ยว เมล็ดมีน้อยหรือไม่มีเลย เป็นที่นิยมของชาวต่างประเทศและชาวจีนนิยมใช้ในเทศกาลไหว้พระจันทร์

พันธุ์ขาวหอม ผลทรงกลมไม่มีจุกและจิบ ผลใหญ่ปานกลาง เปลือกบาง ผิวผลสีเขียวอมเหลือง ด้านปลายผลมีลักษณะค่อนข้างตัด เปลือกบางสีขาว สีผนังกิลิปสีขาว รสหวานอมเปรี้ยวชนิด ๆ เมล็ดมีปานกลาง พันธุ์นี้หลังจากเก็บทิ้งไว้ 3 วันจะมีกลิ่นหอม ถ้าไม่มีกลิ่นให้ตัดทิ้งไปเลย

พันธุ์ขาวน้ำผึ้ง ผลกลมค่อนข้างสูงมน ทรงเตี้ยกว่าขาวพวง เป็นส้มโอที่มีลักษณะผลใหญ่ เส้นผ่าศูนย์กลางโดยเฉลี่ยประมาณ 15-18 เซนติเมตร เนื้อมีสีเหลืองจนถึงชมพูอ่อน รสหวานและกรอบ ไม่มีเมล็ด อายุการเก็บเกี่ยวประมาณ 8 เดือน

พันธุ์ขาวแป้น ผลมีรูปทรงกลมแบนโตปานกลาง เส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 14-16 เซนติเมตร ไม่มีจุกหรือจิบ ท้ายเรียบ ผิวมีสีเขียวอมเหลือง ต่อม้ำมันค่อนข้างใหญ่อยู่ห่างกัน

ตารางที่ 7 ลักษณะสีของเนื้อ ผนังกลีบ และกึ่ง ของส้มโอพันธุ์ต่าง ๆ

พันธุ์ส้มโอ	ลักษณะของผล	สีของเปลือก	สีของผนังกลีบ	สีของกึ่ง
ขาววง	ผลค่อนข้างสูงมีจุดเห็นได้ชัด	ค่อนข้างขาว	ขาว	เหลืองอมขาว
ขาวแป้น	ผลกลมปาน ไม่มีจุดหรือจิบ	เนื้อขาว	ขาว	เหลืองอมขาว
ขาวทองดี	ผลกลมปานแบน ๆ	ชมพูอ่อน	ชมพูอ่อน	ชมพูเรื่อ ๆ
บางขุนนท์	กลมไม่มีจุดจิบหรือจุด ผลเล็ก	สีเนื้ออ่อน ๆ	ขาว	เหลืองอมขาว
ขาวจิบ	กลมสูง จุดเล็กกว่าขาววง มีรอยจิบเห็นได้ชัดเจน	สีเนื้ออ่อน ๆ	ขาว	เหลืองอมขาว
ขาวใหญ่	ผลกลมค่อนข้างใหญ่	ค่อนข้างขาว	ขาว	เหลืองอมขาว
ขาวน้ำผึ้ง	กลมค่อนข้างกลมคล้ายขาวทองดี	ชมพูเรื่อ ๆ อ่อนกว่าขาวทองดี	ขาว	ชมพูเรื่อ ๆ
มรกต	ผลค่อนข้างกลมคล้ายขาวทองดี	ชมพูอ่อนแต่เข้มกว่าขาวทองดี	ชมพูอ่อน	ชมพูเรื่อ ๆ
แดงทับทิม	เหมือนขาวทองดี	ชมพูเกือบแดง	ชมพูเข้ม	ชมพูอ่อน
ขาวหอม	คล้ายขาวใหญ่แต่มีขนาดใหญ่กว่า	ชมพูอ่อนเหมือนขาวน้ำผึ้ง	ขาว	ชมพูเรื่อ ๆ
ขาวหอม	คล้ายบางขุนนท์แต่มีขนาดใหญ่กว่า	สีเนื้อเข้ม	ขาว	เหลืองอมขาว

ที่มา : (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2529)

มีเปลือกสีขาวหนา ผลหนึ่งมี 13 กลีบ เนื้อผลมีสีเหลืองอมขาว รสหวานอมเปรี้ยว มีเมล็ดน้อย

พันธุ์ขาวใหญ่ ผลขนาดใหญ่ ทรงกลมสูง แต่ไม่เป็นจุดเด่นชัดเหมือนพันธุ์ขาววง เส้นผ่าศูนย์กลาง 14-15 เซนติเมตร ผิวเรียบสีเขียวเข้มอมเหลือง กิ่งมีสีขาวอมเหลืองขนาดของกิ่งค่อนข้างใหญ่ รสชาติหวานอมเปรี้ยว เมล็ดใหญ่แต่มีจำนวนไม่มาก

พันธุ์บางขุนนท์ ผลทรงกลม ไม่มีจุดหรือจิบ ผลเล็ก เส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 13 เซนติเมตร เปลือกหนา ผิวผลสีเหลืองอ่อน มีกลีบผลประมาณ 12 กลีบ ผนังกลีบสีขาว เนื้อผลสีเหลืองอมขาว เมล็ดมาก รสหวานปานกลาง

ลักษณะการผลิตส้มโอของภาคต่าง ๆ ในเชิงการค้า

จังหวัดต่าง ๆ ส่วนใหญ่ผลิตเพื่อการค้าภายในประเทศ ยกเว้นแถบจังหวัดนครปฐม สมุทรสงคราม สมุทรสาคร จะมีการบำรุงรักษาต้น ควบคุมให้ผลผลิตมีคุณภาพมาตรฐาน เช่น รสชาติอมเปรี้ยว ขนาดผล ทรงผล สีผิว ปราศจากโรคและศัตรูพืช สามารถออกสู่ตลาดในช่วงที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ เหตุที่การผลิตมีความแตกต่างกันเป็นเพราะความสนใจ ความสามารถในการปรับปรุงคุณภาพผลผลิตของเกษตรกร สภาพดินฟ้าอากาศที่เหมาะสมแต่ละพันธุ์ รวมทั้งสภาพความได้เปรียบทางด้านสถานที่ตั้งของแหล่งผลิตที่เอื้ออำนวยต่อการประกอบกิจกรรมธุรกิจเพื่อการส่งออก มีความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่ายการตลาด ได้ผลผลิตมีคุณภาพได้มาตรฐาน ลักษณะการผลิตของเกษตรกรในแหล่งต่าง ๆ จะสามารถจำแนกได้เป็น 3 รูปแบบดังนี้

ผลิตเพื่อส่งออกจำหน่ายต่างประเทศ เฉพาะช่วงเทศกาลไหว้พระจันทร์เท่านั้น แหล่งผลิตดังกล่าวส่วนใหญ่อยู่แถบตำบลต่าง ๆ ของจังหวัดนครปฐม เช่น ต.ห้วยพลู ต.หอมเกร็ด ต.สามพราน ต.ไร่ขิง เกษตรกรส่วนใหญ่มีพื้นที่ถือครองประมาณ 15-20 ไร่ ซึ่งเป็นสวนขนาดกลาง การปลูกเป็นสวนขนาดใหญ่ตั้งแต่ 50 ไร่ขึ้นไปมีน้อย นิยมปลูกพันธุ์ขาววงขาวทองดี และพันธุ์ขาวแป้น เกษตรกรส่วนใหญ่จะจัดสรรที่เพาะปลูกพันธุ์ทั้ง 3 ด้วยสัดส่วน

5:3:2 ลักษณะพื้นที่แถบนี้จะยกร่องและปลูกแต่มัโธ ไม่มีการปลูกพืชอื่นแซมในปีหนึ่ง ๆ จะปล่อยให้เกิดผลเพียงช่วงเดียวเท่านั้น เกษตรกรจะผลิตผลที่ออกนอกฤดูมัโธทั้ง เกษตรกรมีการพัฒนาเทคโนโลยีด้วยการบังคับให้ผล การป้องกันโรคพืชและศัตรูพืช การบำรุงรักษาอย่างดี และในแหล่งนี้เป็นศูนย์กลางการรวบรวมติดต่อซื้อขาย ตลอดจนการบรรจุหีบห่อ

ผลิตเพื่อจำหน่ายทั้งภายในและต่างประเทศตลอดปี จะผลิตมัโธให้มีปริมาณที่สม่ำเสมอตลอดปี พันธุ์ที่ผลิตเพื่อตลาดภายในโดยเฉพาะได้แก่ พันธุ์ขาวใหญ่ ขาวน้ำผึ้ง ขาวแดงกวา กรุ่น ท่าข่อย ฯลฯ พันธุ์ที่ส่งออกต่างประเทศตลอดปีได้แก่ พันธุ์ขาวแป้น จากแถบจังหวัดสมุทรสงคราม สมุทรสาคร นครปฐม นิจิตร โดยที่ผลผลิตจะออกมากในช่วงเดือนกรกฎาคมถึงสิงหาคมและในช่วงเดือนมีนาคมถึงเมษายน ส่วนในช่วงเวลาอื่นจะเป็นส้มออกนอกฤดูซึ่งมีปริมาณน้อย

ผลิตเพื่อจำหน่ายภายในภาคหรือท้องถิ่น จะเป็นส้มที่มีคุณภาพไม่ดีนักรสอมเปรี้ยวติดขม ผิวไม่สวย ถูกโรคและศัตรูรบกวน รูปร่างผลไม่สวย มีราคาต่ำและค่อนข้างคงที่เกือบตลอดปี เช่น ส้มโธแถบจังหวัดต่าง ๆ ของภาคใต้ เกษตรกรไม่ได้ดูแลรักษา ปล่อยให้เติบโตโดยธรรมชาติ

การปลูкмัโธ

การเลือกพื้นที่ปลูкмัโธ ปกติแล้วมัโธสามารถปลูกและเจริญเติบโตได้ดีในดินแทบทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นดินทราย ดินร่วน ดินร่วนปนทรายหรือดินเหนียวที่ได้รับการปรับปรุงสภาพให้ระบายน้ำได้ดี ที่ที่ปลูкмัโธเจริญงอกงามดี ติดผลดก และให้ผลคุณภาพดีแล้วควรปลูกในพื้นที่ดินโปร่งร่วนซุยระบายน้ำได้ดี การเลือกปลูкмัโธ ควรเลือกที่ใกล้แหล่งน้ำหรือสามารถให้น้ำแก่ต้นส้มได้ในเวลาที่ต้องการ หากเป็นพื้นที่อนปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยปีละ 1,500-2,000 มิลลิเมตร จึงจะเพียงพอแก่การเจริญเติบโต

การเพาะปลูกส้มโอควรปลูกในฤดูฝนคือประมาณเดือนพฤษภาคมถึงเดือนกรกฎาคม เนื่องจากในช่วงนี้มีปริมาณน้ำฝนเพียงพอสำหรับการเจริญเติบโต แต่สำหรับในบางท้องที่ เช่น จังหวัดนิจิตร จะเริ่มปลูกเมื่อหมดฤดูฝน เนื่องจากมีปริมาณน้ำมากจะทำให้เกิดโรครากเน่าโคนเน่าและตายในที่สุด ลักษณะการปลูกจะขึ้นอยู่กับพื้นที่เป็นส่วนประกอบ เช่น

การปลูกแบบขอร่อง ในสภาพดินปลูกที่เป็นดินเหนียวระบายน้ำไม่ดี ให้เตรียมดินโดยการพูนดินเป็นโคก เรียกว่า ทำโชด ย่อยดินให้ละเอียด ตากแดดทิ้งไว้ประมาณ 7 วันแล้ว ขุดหลุมให้ได้ระยะปลูก 6-7 เมตร นำกิ่งพันธุ์ลงปลูกให้ได้ลักษณะกิ่งตรง จากนั้นกลบดินให้เสมอรอยตอน และใช้ไม้ปักกันลมโยก

การปลูกในที่ดอน สภาพดินควรเป็นดินร่วนมีการระบายน้ำดี นำกิ่งพันธุ์ลงปลูกในหลุมที่ขุดไว้และตากแดดนาน 7-10 วัน นำดินบนที่แยกไว้ลงก้นหลุม ส่วนดินล่างนั้นกลบนำขึ้นไว้ข้างบน กลบดินให้แน่น รดน้ำให้ชุ่ม หาไม้ปักยึดกับลำต้นและหาวัสดุพรางแสง เพื่อที่ต้นส้มโอจะได้ตั้งตัวและเจริญเติบโตเร็วขึ้น

การปฏิบัติดูแลรักษา

การขยายพันธุ์ เราสามารถขยายพันธุ์ส้มโอได้โดยวิธีการที่ใช้ในการขยายพันธุ์พืชทั่วไป ตั้งแต่การเพาะจากเมล็ด ตอน ทาบกิ่ง และติดตา แต่ที่ชาวสวนนิยมทำอยู่ในปัจจุบันคือการตอน ต้นส้มโอที่ได้จากการตอน จะมีข้อดีหลายประการ เช่น มีวิธีการทำได้ง่าย อุปกรณ์หาได้ง่าย ต้นที่ได้จากการตอนให้ผลเร็ว ต้นไม่สูง สะดวกในการเข้าไปดูแลรักษา ต้นใหม่จะให้ผลเหมือนเดิมทุกประการไม่กลายพันธุ์ แต่ต้นที่ได้จากกิ่งตอนมีจุดอ่อนเช่นกันคือ ไม่มีรากแก้วอายุไม่ยืนและอ่อนแอต่อโรค

การให้น้ำ น้ำเป็นสิ่งจำเป็นต่อการปลูกส้มโอเป็นอย่างมาก เพราะส้มโอเป็นไม้ผลที่ต้องการความชุ่มชื้นมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้นส้มที่เพิ่งปลูกใหม่ ๆ ต้องหมั่นให้น้ำอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้การเจริญเติบโตเป็นไปอย่างรวดเร็วในระยะที่ฝนไม่ตกหรือในฤดูแล้ง ต้อง

รดน้ำให้ทุกวัน วันละ 2-3 ครั้ง หรือโดยการสังเกตจากอาการของส้ม ถ้าส้มเกิดอาการเหี่ยวเฉาจะต้องรีบให้น้ำทันที อย่าให้ส้มโอบาดน้ำได้ เพราะจะทำให้โตช้าชะงักการเจริญเติบโต นอกจากนี้ยังทำให้อ่อนแอต่อโรคต่าง ๆ เช่น โรคกรีนนิ่ง จะเป็นมากในสวนส้มที่ขาดน้ำ ดังนั้นแหล่งที่ปลูกจึงควรมีน้ำอย่างเพียงพอ เพื่อที่จะสามารถให้น้ำได้ในเวลาที่ต้องการโดยเฉพาะส้มที่เจริญเติบโตเต็มที่พร้อมที่จะติดดอกออกผล น้ำก็ยังเป็นสิ่งจำเป็นมาก

การปลูกส้มโอในที่ดอนอาจใช้วิธีปักน้ำรดทีละต้น หรือ ใช้เครื่องสูบน้ำต่อด้วยสายยางนำไปรดบริเวณโคนต้น ถ้าน้ำซึมเร็วเพื่อให้เก็บน้ำได้มากขึ้น อาจปลูกพืชคลุมดินหรือใช้วัสดุต่าง ๆ เช่น ฟางข้าว แกลบ หญ้าแห้ง ช่วยคลุมดินรอบ ๆ ต้น ข้อควรระวังในการให้น้ำส้มโอในที่ดอนคืออย่ารดน้ำจนแฉะเพราะจะทำให้เกิดโรครากเน่า และโคนเน่าได้ง่าย นอกจากนี้การรดน้ำโชกเกินไปยังพาหน้าดิน รวมทั้งปุ๋ยต่าง ๆ ไหลไปตามน้ำด้วย

การใส่ปุ๋ย ส้มโอควรใส่ทั้งปุ๋ยเคมีและปุ๋ยอินทรีย์ควบคู่กันไปปุ๋ยหลักที่ใช้ใส่ในสวนส้มก็คือปุ๋ยไนโตรเจน, ฟอสฟอรัส, และโปแตสเซียม จะแตกต่างกันแล้วแต่ชนิดของดินและอายุของส้มโอกล่าวคือในระยะส้มเล็กอายุ 1-3 ปี หรือยังไม่ให้ผล ต้นจะมีการเจริญเติบโตทางกิ่งก้าน ใบ เป็นอย่างมาก จึงมีความต้องการไนโตรเจนปริมาณที่สูง ต้องการฟอสฟอรัสและโปแตสเซียมน้อย หรือหลีกเลี่ยงการให้ปุ๋ยโปแตสเซียม เพราะจะทำให้มีลักษณะกร้านและโตช้า ปุ๋ยที่ใช้ในช่วงนี้อาจเป็นสูตร 15-15-0 หรือสูตร 20-10-10 ควรใส่ปุ๋ยปีละหลาย ๆ ครั้ง ครั้งละน้อย ๆ เพื่อให้การใส่ปุ๋ยมีประสิทธิภาพ เมื่อส้มโอให้ผลแล้วหรืออายุ 4 ปีขึ้นไป ส้มโอมีความต้องการธาตุอาหารไนโตรเจน ฟอสฟอรัส และโปแตสเซียมใกล้เคียงกัน ปุ๋ยที่ใช้ในช่วงนี้จึงมีสูตรเป็น 15-15-15

อัตราการใส่ปุ๋ยเคมีจะใส่มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความอุดมสมบูรณ์ของดิน ถ้าดินมีความอุดมสมบูรณ์ต่ำจะต้องใส่ปุ๋ยมาก นอกจากนี้แล้วอัตราการใส่ปุ๋ยเคมีจะต้องพิจารณาเกี่ยวกับปริมาณการติดผลด้วย เพราะการเก็บเกี่ยวผลผลิตออกจากแปลงปลูกก็เป็นการนำธาตุอาหารออกจากแปลงด้วย

การตัดแต่งกิ่ง มีความจำเป็นเพื่อให้การติดดอกออกผลดีขึ้นและเพื่อให้ใบได้รับแสงแดดทั่วถึงกัน การปรุอาหารของใบมีประสิทธิภาพมากขึ้น ช่วยลดการระบาดของโรคแมลงและศัตรูพืชเนื่องจากได้ตัดกิ่งที่มีโรคแมลงทิ้งไป ลดกิ่งที่แย่งอาหารน้อยลงเพราะกิ่งที่ตัดทิ้งจะเป็นกิ่งที่คอยแย่งอาหารและไม่ค่อยติดดอกออกผล นอกจากนี้การตัดกิ่งทำให้ขนาดของผลสม่ำเสมอได้ขนาดตามที่ตลาดต้องการ จะเริ่มแต่งกิ่งเมื่อส้มโออายุ 1 ปี โดยตัดแต่งกิ่งล่าง ๆ ที่ไม่เป็นประโยชน์หรือกิ่งที่ไม่สามารถไว้ทรงพุ่มได้ เช่น กิ่งกระโดงหรือหน่อจากโคนต้น เพื่อที่ต้นจะได้นำอาหารไปเลี้ยงให้ต้นโตเร็วยิ่งขึ้น ส่วนต้นส้มที่ให้ผลผลิตแล้วก็จะตัดแต่งกิ่งที่เป็นโรคกิ่งฉีกหัก กิ่งกระโดงที่ขึ้นตามลำต้น

กำจัดวัชพืช การกำจัดวัชพืชในสวนส้มโอสามารถทำได้หลายวิธีตั้งแต่การถอนตากถาง ซึ่งต้องระมัดระวังอย่าให้กระทบกระเทือนรากส้ม หรือเกิดบาดแผลที่โคนต้น ในสวนใหญ่ ๆ อาจใช้เครื่องตัดหญ้า วิธีกำจัดวัชพืชอีกวิธีหนึ่งที่นิยมทำกันคือ การใช้สารเคมีฉีดพ่นในรูปของยาฆ่าหญ้าหรือยากลุมหญ้า

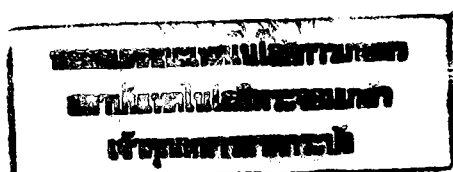
การติดดอกออกผล

ส้มโอเริ่มให้ผลเมื่ออายุประมาณ 4 ปี ในฤดูปลูกส้มโอที่ปลูกในภาคกลางจะเริ่มออกดอกในระหว่างเดือนพฤศจิกายนจนถึงเดือนมีนาคม โดยเฉพาะในเดือนมกราคมถึงเดือนกุมภาพันธ์จะออกดอกมากที่สุดเรียกว่า "ส้มปี" และจะมีออกประปรายในเดือนอื่น ๆ เรียกว่า "ส้มทะวาย" ดอกที่ออกมานี้จะบานและติดผลแก่ใช้เวลาประมาณ 8-9 เดือน ซึ่งเดือนสิงหาคมและกันยายนจะเป็นฤดูที่ส้มแก่มากที่สุด แต่การปล่อยให้ดอกติดผลเองตามธรรมชาตินี้ผลส้มจะแก่ไม่พร้อมกัน หากต้องการให้ส้มโอออกสู่ตลาดในคราวเดียวกันเพื่อความสะดวกในการปฏิบัติงานสวนต่าง ๆ จะต้องมีการบังคับให้ส้มโอออกดอกโดยการกักน้ำ ซึ่งเป็นการบังคับให้ส้มโอออกดอกเร็วขึ้นและสม่ำเสมอ โดยจะกะเวลาให้เก็บผลได้ในช่วงเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ ซึ่งเป็นระยะที่ส้มโอมีราคาดีและคุณภาพของผลดีด้วย เนื่องจากผลแก่ในช่วงอากาศแล้ง จะทำการกักน้ำไว้ประมาณ 7-10 วัน ระหว่างนี้ส้มโอจะเฉาใบซีด เมื่อเห็นว่าใบเหี่ยวแล้วจึงปล่อยน้ำเข้าไปใหม่ หลังจากนั้นจะผลัดใบและออกดอกหลังจากให้น้ำจึงถึงออกดอกประมาณ

15-60 วัน สำหรับส้มโอที่ติดผลมาก ควรเด็ดผลออกบ้างเพื่อให้ผลมีคุณภาพดีต้นไม่โทรมเร็ว และออกดอกติดผลได้ทุกปี การพิจารณาจำนวนผลที่จะไว้บนต้นจะใช้อายุของต้นเป็นหลัก เช่น อายุต้น 2-3 ปีไว้ผล 10-15 ผล อายุ 5 ปีไว้ผล 20-30 ผล ส้มโอที่ปลูกในภาคกลาง ผลผลิตจะเริ่มลดลงเมื่อส้มโออายุประมาณ 10 ปีขึ้นไป

การเก็บเกี่ยว

การเก็บเกี่ยวส้มโอภายในประเทศสำหรับส่งออกจะเริ่มเก็บเกี่ยวได้ตั้งแต่ส้มโอ อายุประมาณ 6.5 เดือนนับจากดอกบาน สำหรับพันธุ์ขาวพวง ส่วนพันธุ์อื่น ๆ จะเก็บได้เมื่อ อายุประมาณ 7 เดือน แต่ส้มที่มีอายุมากเกินไปเช่น มากกว่า 7.5 เดือน ในพันธุ์ขาวพวงจะมี คุณภาพต่ำ รสชาติไม่ดีและเก็บได้ไม่นาน ช่วงเวลาที่เก็บเกี่ยวส้มโอได้นี้ตลาดเคลื่อนไต่ตาม สภาพดินฟ้าอากาศ หากอากาศค่อนข้างร้อนส้มโอจะถึงอายุการเก็บเกี่ยวได้เร็วกว่าปกติ ส้มโอ ที่แก่สามารถเก็บเกี่ยวได้ มักพิจารณาเรื่องขนาด สีผลจะจางลงจากสีเขียวเป็นสีเขียวอม เหลือง ต่อมาน้ำมันจะแห้งและจางลง บริเวณปลายผลจะแบนและนิ่มเมื่อใช้มือกด บางครั้งก็มี การติดผลเพื่อฟังเสียง สองประการหลังนี้อาจใช้การไม่ได้ถ้าผลอยู่สูงเกินกว่าจะเอื้อมมือถึง วิธีการเก็บเกี่ยวผลส้มโอในปัจจุบันทำได้หลายแบบดังนี้คือ ใช้มือปลิดในกรณีที่ผลอยู่ในที่มือเอื้อม ถึง, ใช้จ่าปาสอย, ใช้กรรไกรตัดกิ่งตัดผลส้มโอที่อยู่เตี้ย ๆ หรือปีนต้นขึ้นไปตัดผลที่อยู่ในทรงพุ่ม ไกลลำต้น เสร็จแล้วโยนลงมาให้คนข้างล่างรับ หรือใส่ภาชนะหย่อนลงมา การเก็บด้วยวิธีนี้ ส้มโอจะมีใบและขั้วติดมาแลดูสวยงาม, การใช้กรรไกรแบบตัดแล้วหนีบ กรรไกรแบบนี้จะตัด ขั้วผลและหนีบผลติดอยู่กับกรรไกร จะต้องทำอย่างนิ่มนวลเพื่อไม่ให้ผลหลุดออกจากปากหนีบ ร่วงหล่นส่นทำให้เกิดความเสียหาย, ใช้ขอตัดแบบเชือกกระตุกต่อตาม ใช้เก็บเมื่อผลอยู่ในที่สูง เป็นแบบที่นิยมใช้กันอยู่ในปัจจุบัน วิธีการนี้ใช้คน 2 คน คนหนึ่งใช้ขอตัดขั้วผลส้มโอ อีกคนหนึ่ง คอยเอาสวิงรองรับ การเก็บเกี่ยวแบบนี้จะทำให้ได้ผลส้มโอที่มีใบและขั้วติดมาด้วยทำให้แลดู สวยงาม นอกจากนี้ยังมีวิธีใช้เครื่องเก็บแบบ กวด.1 เป็นเครื่องมือที่ประกอบด้วยกรรไกรหรือ มีดตัดกิ่ง มีถุงรองรับผลส้มโอ โดยที่มีขั้วและใบติดมากับผลด้วยทำให้ไม่ร่วงหล่น สามารถตัดผล ตามซอกมุมต่าง ๆ ของต้นส้มได้ดี



โรคของส้มโอ

1. โรคแคงเกอร์ นับว่าเป็นโรคที่สำคัญของส้มโอที่เกิดจากเชื้อแบคทีเรียพวกซานโทโมนาสซีไตร (*Xanthomonas citri*) โดยมีน้ำค้าง น้ำฝน และแมลงเป็นพาหะมักเกิดในระยะใบอ่อนและผลอ่อน อาการเริ่มแรกจะเห็นเป็นจุดดำน้ำใส ๆ ขนาดเท่าหัวเข็มหมุดสีขาวหรือสีเหลืองอ่อนกระจายอยู่ทั่วไป ตรงกลางแผลเริ่มตกละเอียดมีสีน้ำตาลอ่อน ๆ และมีวงดำน้ำใส ๆ อยู่โดยรอบ โรคนี้เห็นได้ทั้งที่ใบ กิ่ง และผล ถ้าเป็นที่ใบจะมีลักษณะคล้ายฟองน้ำ มีวงแหวนสีเหลืองล้อมรอบเมื่อแก่จะแห้งตกละเอียด แผลนี้จะพบได้ทั้งด้านหน้าและหลังใบ ถ้าเป็นมากใบจะเหลืองและร่วงหล่น

การป้องกันกำจัดควรใช้กิ่งพันธุ์ที่ปราศจากโรคมานปลูกและในระยะที่ส้มแตกใบอ่อนควรพ่นด้วยสารเคมี เช่น คอปราวิท นูวาครอน เพื่อกำจัดหนอนชอนใบที่เป็นพาหะ ในกรณีที่โรคระบาดมากแล้วอาจใช้สเตรปโตไมซินซัลเฟตผสมด้วยกลีเซอริน ฉีดพ่นทุก ๆ 10-15 วัน นอกจากนั้นการตัดแต่งกิ่งที่เป็นโรคไปเผาทำลายก็จะช่วยลดการแพร่ระบาดของเชื้อโรคได้

2. โรครากเน่าและโคนเน่า เกิดจากเชื้อราไฟทอฟธอรา ระบาดได้รวดเร็วและรุนแรงมากในช่วงฤดูฝน อาการโคนเน่ามักจะเกิดบริเวณโคนต้นในระดับผิวดิน โดยระยะแรกเปลือกจะเป็นจุด ๆ แล้วเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาล และเน่า เมื่อทิ้งไว้ 2-3 วันจะเห็นเส้นใยราฟูขาวขึ้นมา อาการเน่าจะลุกลามไปเรื่อย ๆ รอบต้น อาจพบยางไหลบริเวณแผลที่เน่าด้วย ส่วนอาการที่รากก็เหมือนกับที่โคนต้น ในระยะนี้เส้นกลางใบจะเปลี่ยนเป็นสีเหลือง ใบร่วงหล่นกิ่งแห้งตาย ผลเริ่มเปลี่ยนเป็นสีเหลืองแล้วร่วงหล่น และต้นส้มก็จะตายในที่สุด

การป้องกันกำจัดจะต้องปรับปรุงดินให้ร่วนซุยอากาศถ่ายเทระบายน้ำได้ดี ระวังอย่าให้รากหรือโคนต้นเป็นแผล ถ้าพบอาการเป็นแผลหรือยางไหลให้รีบฉีดยาป้องกันเชื้อราออกไปเผาทำลาย แล้วทาแผลด้วยสารฆ่าเชื้อรา เช่น อาลีเอท ริโคมินหรือใช้ปูนแดงละลายน้ำขึ้น ๆ ทาแทนก็ได้

3. โรคยางไหล สาเหตุของโรคนี้เกิดจากเชื้อรา Botryodiplodia spp. และ Dipodia matalensis มักจะทำลายในระยะต้นส้มอ่อนแอ อาการเริ่มแรกจะเป็นวงสีน้ำตาลต่อมาแผลขยายใหญ่ขึ้นและมียางไหลออกมา ซึ่งโรคนี้นักจะเป็นกับต้นส้มที่โตแล้วเท่านั้น ถ้าเป็นมากใบจะเหลืองเล็ก และหลุดร่วง ผลเล็ก ต้นทรุดโทรมและตายในที่สุด

การป้องกันกำจัด จะต้องคัดเลือกกิ่งพันธุ์จากต้นที่สมบูรณ์เมื่อปลูกแล้วจะต้องมีการดูแลรักษาที่ดีอย่าให้น้ำขังหรือท่วมบริเวณโคนต้นเป็นเวลานาน หากพบเปลือกเป็นแผลให้ฉีกเปลือกไม้ที่เป็นแผลออกให้หมด แล้วทาแผลด้วยอาลิเอท ต้นส้มที่ตายแล้วให้เผาทำลายเสีย

4. โรคใบแก้ว สาเหตุมาจากการขาดธาตุสังกะสีจึงทำให้ส้มโอแสดงอาการขาดธาตุอาหารเช่น ใบเหลืองซีด เส้นใบยังคงมีสีเขียว หรือใบด่างเป็นหย่อม ๆ อาจมีอาการเส้นใบแตกทำให้ส้มโอแสดงอาการทรุดโทรมและตายได้

การป้องกันกำจัดทำการแก้ไขได้โดยใช้เกลือของธาตุสังกะสีละลายน้ำในปริมาณที่อ่อน ๆ ฉีดพ่นทางใบ นอกจากนี้สามารถป้องกันโรคได้โดยเลือกกิ่งพันธุ์ที่ปราศจากโรคมาปลูก และควรมีการดูแลรักษาที่ดี ไม่ว่าในเรื่องการป้องกันกำจัดแมลง การให้น้ำ การให้ปุ๋ยหรือธาตุอาหาร รวมไปถึงการไว้ลูกของส้มโออย่าให้มากเกินไปเกินกำลังของต้นจะรับได้

5. โรคราสีชมพู จะเกิดกับสวนส้มที่มีอากาศค่อนข้างชื้นและมีการปฏิบัติไม่ถูกต้องปล่อยให้ทรงพุ่มรกทึบอากาศถ่ายเทไม่สะดวก สาเหตุของโรคเกิดจากเชื้อราครอร์ติเดียม ทำให้กิ่งและต้นที่เป็นโรคมียาไหลเหลืองเหี่ยวและร่วงง่าย บริเวณเปลือกของกิ่งและลำต้นเห็นสีชมพูของเชื้อรา การดูแลสวนส้มให้ถูกต้องจะป้องกันโรคนี้ได้ ควรตัดแต่งกิ่งให้ทรงพุ่มโปร่ง บำรุงรักษาให้ต้นสมบูรณ์แข็งแรง นอกจากนี้การตัดกิ่งที่เป็นโรคไปเผาทำลาย ก็เป็นการลดการแพร่ระบาดของเชื้อราลงได้

นอกจากนี้แล้วส้มโอยังมีโรคอื่น ๆ เช่นโรคใบจุดสนิม โรคแอนแทรคโนส โรคใบจุด โรคเมลานิส โรคคราดำ เจ้าของสวนจะต้องเอาใจใส่ดูแลอย่างใกล้ชิด

แมลงศัตรูพืช

1. มวนเขี้ยวส้ม ระบาดมากที่สุดในช่วงต้นฤดูฝน โดยตัวอ่อนและตัวแก่จะใช้ปากที่เป็นวงยาวแทงเข้าไปในผลและดูดกินน้ำเลี้ยงจากผลส้ม โดยเฉพาะผลที่ยังอ่อนอยู่ ผลส้มที่ถูกทำลายจะร่วงหล่นก่อนกำหนด นอกจากนี้ยังดูดกินน้ำเลี้ยงจากกิ่งและยอดอ่อนทำให้เกิดรอยแผล เป็นทางให้เชื้อโรคเข้าทำลายได้ง่ายขึ้น

การป้องกันกำจัดต้องคอยตรวจดูตามใบและกิ่งของส้ม หากพบไข่หรือตัวอ่อนก็ให้จับมาทำลาย ถ้าระบาดเป็นจำนวนมากให้ทำการฉีดพ่นด้วยสารเคมี เช่น อีโตรีน

2. หนอนชอนใบส้ม หนอนผีเสื้อชนิดนี้พบระบาดมากในช่วงที่ส้มโอแตกใบอ่อนโดยจะกัดเนื้อเยื่อใบให้ขาดออก และกินน้ำเลี้ยงที่ไหลซึมออกมา มูลของตัวหนอนทำให้ใบบิดเบี้ยวแห้ง และร่วงเหลือแต่กิ่ง หากระบาดรุนแรงจะทำให้ต้นส้มชะงักการเจริญเติบโต โดยเฉพาะส้มที่ปลูกใหม่ นอกจากนี้ยังเป็นพาหะนำโรคแคงเกอร์อีกด้วย

การป้องกันกำจัดทำได้ด้วยสารเคมีในระยะที่ส้มแตกใบอ่อน โดยใช้วาครอนไซคอนหรือทามารอน ฉีดพ่น 7-10 วันต่อครั้ง นอกจากนี้ต้องคอยตัดยอดอ่อนที่ถูกหนอนทำลายไปเผาทิ้ง

3. หนอนกินใบ เป็นหนอนผีเสื้อกลางวันชนิดหนึ่ง ตัวหนอนจะกัดกินใบอ่อนจนถึงแกนทำให้ใบร่วง โดยเฉพาะต้นส้มที่ยังเล็กจะได้รับความเสียหายเร็วมาก นอกจากนี้หนอนกินใบยังกัดกินผลส้มอ่อนและกิ่งที่มีผล ทำให้ผลร่วงหล่นได้ง่าย

การป้องกันกำจัดหากพบระบาดในระยะเริ่มต้นให้จับตัวหนอน และใบที่พบตามกิ่งและใบอ่อนทำลายเสีย หากระบาดมากให้พ่นด้วยโมโนโครโทฟอส

4. เพลี้ยไฟส้ม เป็นแมลงขนาดเล็ก ทั้งตัวอ่อนและตัวแก่จะเข้าทำลายส้มโอใน ระยะใบอ่อน ระยะออกดอก และระยะผลอ่อน โดยจะดูดกินน้ำเลี้ยงจากละอองเกสรตัวผู้และ จากส่วนต่าง ๆ ของดอก ทำให้ส้มโอไม่ติดผลหรือดอกร่วง ส่วนส้มโอที่ติดผลแล้วเพลี้ยไฟจะ เข้าทำลายบริเวณขั้วผลและบนผิวส้มโอ ทำให้ผลแคะแกรน รูปร่างบิดเบี้ยวไม่เจริญเติบโต และมีรอยสีน้ำตาลบนผิวผลส้มโอ

การป้องกันกำจัด ต้องหมั่นตรวจดูตามใบอ่อน ดอกและผลอ่อน โดยเฉพาะในช่วง อากาศร้อน เมื่อพบว่ามีการระบาดให้พ่นด้วยสารเคมีไดเมทโฮเอท หรือ คาร์บาริล ประมาณ 7-10 วันต่อครั้ง นอกจากนี้การเด็ดผลส้มโอที่ถูกแมลงทำลายทิ้งไปจะเป็นการช่วยให้ส้มโอโต เร็วขึ้น

5. หนอนม่วงใบส้ม ตัวหนอนจะทำลายส้มโอโดยกัดกินใบและยอดอ่อน เมื่อกัดกิน ใบแล้วตัวหนอนจะถักเส้นใยทำให้ใบม่วงห่อเข้าหากันเพื่อทำเป็นที่อยู่ ซึ่งจะทำให้ส้มมีผลผลิต น้อยลง

การป้องกันกำจัด หากพบยอดอ่อน ใบอ่อนมีอาการใบห่อ ๆ ให้ตัดไปเผาทำลาย เสีย ถ้ามีการระบาดมาก ให้พ่นด้วยสารฆ่าแมลง เช่น ทามารอน

6. หนอนเจาะกิ่งส้ม ตัวหนอนเมื่อฟักออกจากไข่จะเจาะเข้าไปในกิ่งหรือลำต้น บางครั้งพบว่ามียางไหลออกมาจากรูที่หนอนเจาะ กิ่งส้มที่ถูกเจาะจะแห้ง ใบเหี่ยวเฉาเป็นแถบ ถ้าระบาดมากต้นส้มจะไม่เจริญเติบโตและอาจตายได้

การป้องกันกำจัดต้องตรวจดูกิ่งและลำต้นส้ม ถ้ามพบตัวหนอนหรือตัวแก่ให้รีบทำลาย โดยเปิดรูที่หนอนเจาะแล้วใช้ลวดเขี่ยตัวหนอนออกมา หรือ ใช้ยาฆ่าแมลงฉีดเข้าไปในรูที่หนอน เจาะแล้วเอาดินเหนียวอุดรูไว้

ต้นทุนการผลิต

การปลูกส้มโอจะ เริ่มให้ผลผลิตเมื่อส้มโอมีอายุได้ 4-5 ปีโดยในช่วงปีที่ 3 เกษตรกรจะยังไม่ได้รับผลตอบแทนใด ๆ ทั้งสิ้นแต่พอขึ้นปีที่ 4 เป็นต้นมา เกษตรกรจะเริ่มได้รับผลตอบแทนเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จากตารางจะเห็นว่าปีที่ 1 และปีที่ 4 เกษตรกรจะต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงกว่าปีอื่น ๆ โดยเฉพาะปีที่ 1 เกษตรกรเสียค่าใช้จ่ายสูงสุด ประมาณ 11,568 บาทต่อไร่ ส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายในการปลูก ตลอดจนค่ากำจัดวัชพืชในเกณฑ์ค่อนข้างสูง แต่อย่างไรก็ตาม พอขึ้นปีที่ 3 ค่ากำจัดวัชพืชได้ลดลง สำหรับปีที่ 4 เกษตรกรเสียค่าใช้จ่ายประมาณ 11,000 บาท/ไร่ ซึ่งปีนี้เป็นปีที่ส้มโอให้ผลผลิต เกษตรกรต้อง เสียค่าใช้จ่ายในการเก็บผลผลิต และค่าตัดกิ่งเพิ่ม ปีที่6 เกษตรกรเริ่มได้ผลกำไรหลังจากหักค่าใช้จ่ายปีก่อนแล้ว ซึ่งเกษตรกรจะได้รับกำไรประมาณไร่ละ 22,463 บาท

แนวโน้มการปลูกส้มโอ

ในพื้นที่ภาคกลางและภาคเหนือ เกษตรกรเริ่มหันมาสนใจในการปลูกส้มโอเพิ่มขึ้น เนื่องจากส้มโอให้ผลผลิตตอบแทนได้เกือบตลอดปีเมื่อเปรียบเทียบกับ การปลูกข้าว ซึ่งเกษตรกรได้รับผลตอบแทนปีละหนึ่งครั้ง และผลตอบแทนที่ได้รับไม่คุ้มกับการลงทุนเพราะราคาข้าวเปลือกที่เกษตรกรขายได้มีราคาถูกลง เกษตรกรจึงหันมาสนใจในการปลูกส้มโอเพิ่ม เช่น ที่จังหวัดนิจิตร และชัยนาท ภาคใต้ส่วนใหญ่ไม่ได้มีการปลูกเพิ่มขึ้นหรือลดพื้นที่การเพาะปลูกก็ตาม แต่คาดว่าจะไม่มีผลต่อเศรษฐกิจเท่าไร เนื่องจากส่วนใหญ่ปลูกเพียงเล็กน้อยไม่เกิน 5-10 ต้น และเป็นพันธุ์พื้นเมือง ประกอบกับปลูกมานานหลายปี จึงไม่ได้เอาใจใส่เท่าที่ควร

ตารางที่ 8 รายได้และผลตอบแทนจากการปลูกส้มโอ

(ระยะปลูก 6X6 เมตรหรือประมาณไร่ละ 45 ต้น)

(หน่วย : บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6
ค่าใช้จ่าย						
- ค่าขกร่องสวน	2,500	-	-	-	-	-
- ค่าขุดหลุมปลูก	450	-	-	-	-	-
- ค่าพันธุ์ 45 ต้น ๆ ละ 25 บาท	1,125	-	-	-	-	-
- ค่ากำจัดวัชพืช	2,500	2,500	2,000	1,500	1,000	1,000
- ค่าปุ๋ยรวมทั้งค่าแรง	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
- ค่ายากำจัดวัชพืช	500	600	700	800	800	800
- ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง และอื่น ๆ	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
- ค่าเก็บผล	-	-	-	300	300	300
- ค่าตัดแต่งกิ่ง	-	-	-	200	200	200
- ค่าดอกเบี๋ย	1,511	900	840	855	795	795
- ค่าใช้ดอกเบี๋ย	-	1,783	3,034	4,455	4,081	1,558
ค่าใช้จ่ายปีก่อน						
รวมค่าใช้จ่าย	11,586	8,638	9,474	11,010	10,176	7,653
รวมรายจ่ายถึงปีที่	11,586	20,224	29,698	40,708	37,384	18,037
รายได้	-	-	-	13,500	27,000	40,500
กำไร (-ขาดทุน)	-11,586	-20,224	-29,698	-27,208	-10,384	22,463

ที่มา : (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสมุทรสงคราม, 2536:9)

บทที่ 3

การตลาดส้มโอของประเทศไทย

การตลาดส้มโอภายในประเทศและต่างประเทศ

วิธีการตลาด

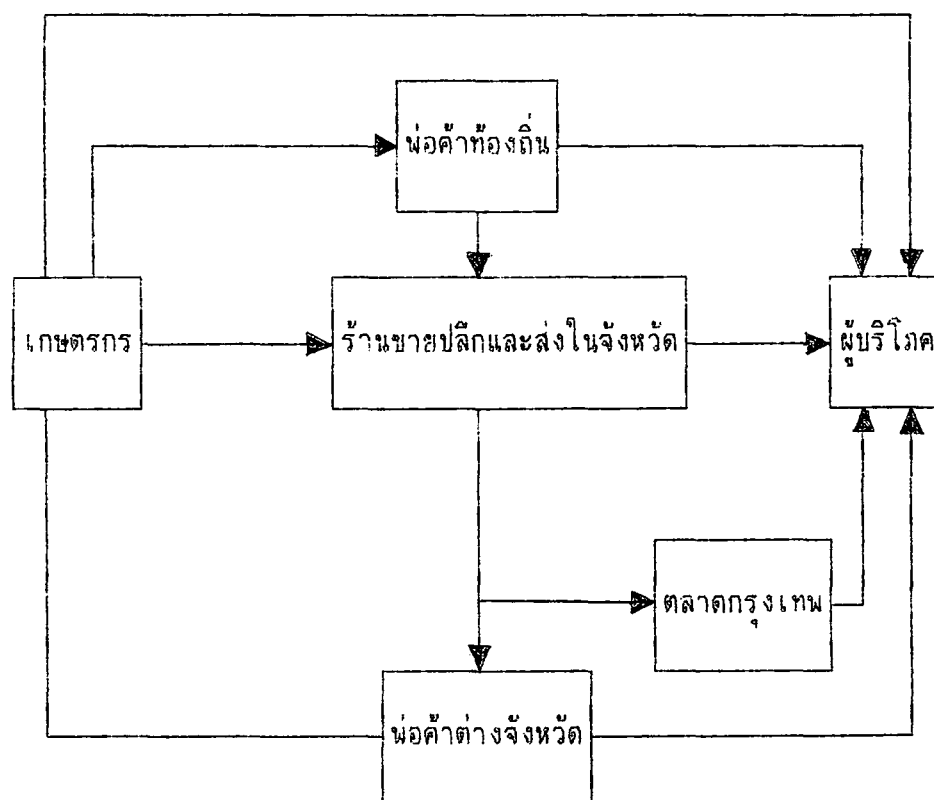
วิธีการตลาดของส้มโออาจแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ วิธีการตลาดในแหล่งผลิตที่มีการส่งออกและวิธีการตลาดในแหล่งผลิตเพื่อการบริโภคภายในประเทศ กล่าวคือ

1. วิธีการตลาดในแหล่งผลิตเพื่อการบริโภคภายในประเทศ แหล่งผลิตที่สำคัญได้แก่ จังหวัดนิจิตรในเขตอำเภอเมืองและอำเภอโพธิ์ประทับช้าง ทั้งสองแหล่งนี้ปลูกส้มโอพันธุ์ท่าข่อย ซึ่งมีคุณภาพดีของจังหวัด แต่ยังไม่เป็นที่นิยมบริโภคของต่างประเทศจึงไม่มีการส่งออก โดยทั่วไปพ่อค้าคนกลางในท้องถิ่นเข้ารับซื้อผลผลิตส้มโอโดยตรงกับเกษตรกร แล้วนำออกจำหน่ายโดยผ่านร้านค้าปลีกและชายฝั่งของจังหวัดส่วนหนึ่ง หรือมีการเรขายโดยใช้รถยนต์ให้กับผู้บริโภคโดยตรงในจังหวัดต่าง ๆ รวมทั้งในกรุงเทพฯ และแหล่งผลิตในภาคใต้ส่วนใหญ่ใช้บริโภคภายในประเทศ โดยพ่อค้าคนกลางมารับซื้อส้มโอจากเกษตรกรและนำออกจำหน่ายให้กับผู้บริโภค บางส่วนส่งขึ้นมายขายในตลาดกลางผลไม้กรุงเทพฯ แต่มีจำนวนไม่มากนัก

(ภาพที่ 1)

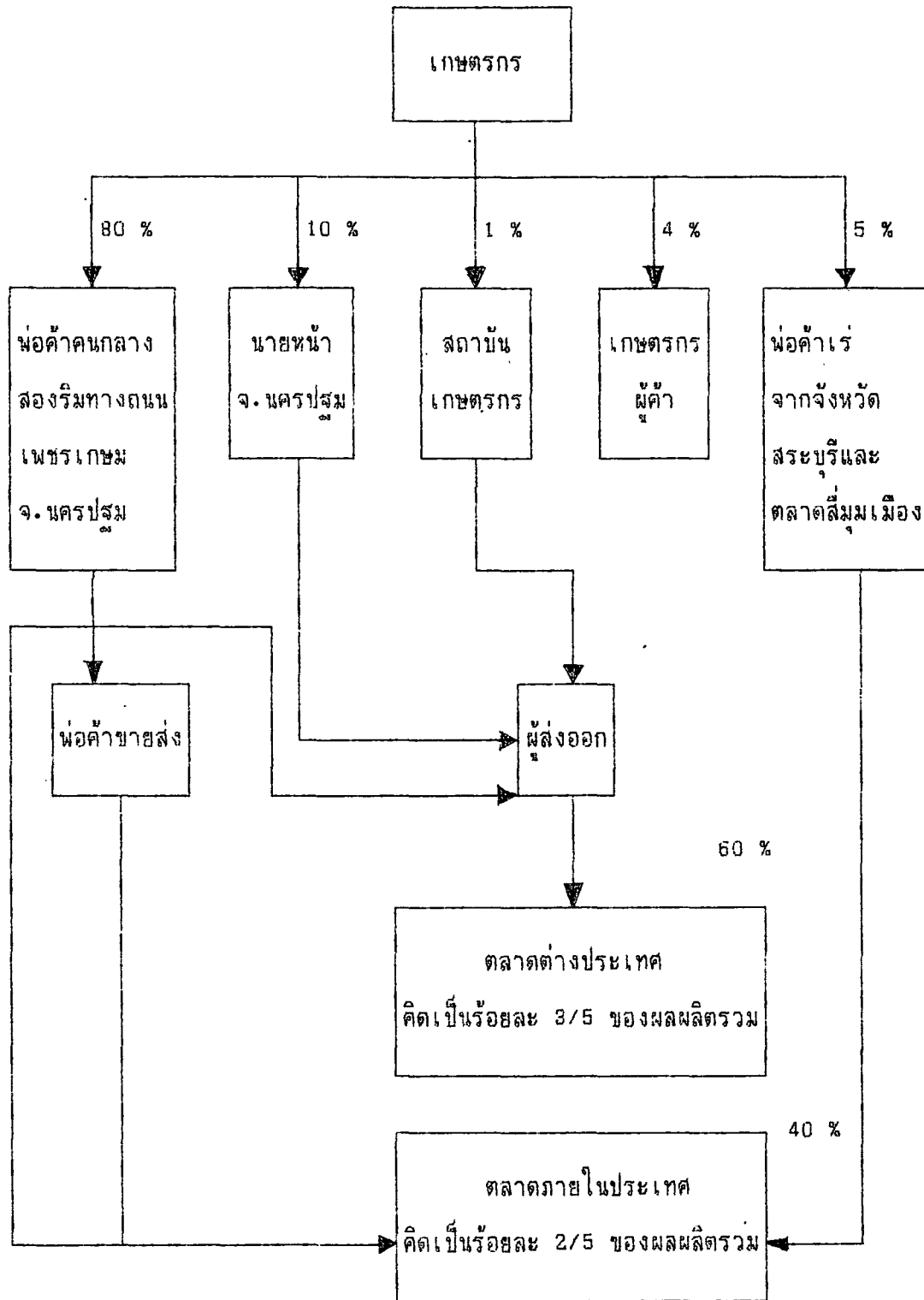
2. วิธีการตลาดในแหล่งผลิตที่มีการส่งออก มีแหล่งผลิตที่สำคัญคือจังหวัดนครปฐม ในเขตอำเภอสามปราชญ์และอำเภอนครชัยศรี และจังหวัดราชบุรี ลักษณะของวิธีการตลาดของแหล่งผลิตดังกล่าวจะแบ่งออกเป็น 2 ระยะคือระยะที่เป็นฤดูกาลส่งออกจะอยู่ในช่วงเวลากลางเดือนกรกฎาคมถึงปลายเดือนสิงหาคม ซึ่งเป็นช่วงฤดูส้มปีของจังหวัดนครปฐม และราชบุรี ปริมาณผลผลิตจะออกสู่ตลาดเป็นจำนวนมาก (ภาพที่ 2) เห็นได้ว่าปริมาณผลผลิตส่วนใหญ่ผ่านพ่อค้าคนกลางประมาณร้อยละ 80 นอกจากนี้จะผ่านนายหน้าในจังหวัดนครปฐมประมาณร้อยละ 10 โดยพ่อค้าเหล่านี้จะมีการส่งจำหน่ายให้กับพ่อค้าส่งออก ส้มโอในแหล่งผลิต

นี้คาดว่าปริมาณที่ส่งจำหน่ายต่างประเทศประมาณร้อยละ 60 และอีกร้อยละ 40 เป็นปริมาณที่บริโภคภายในประเทศ และระยะในช่วงนอกฤดูกาล ผลผลิตส้มโอส่วนใหญ่จะเป็นการบริโภคภายในประเทศ โดยมีพ่อค้าเร่จากต่างจังหวัดเข้ามารับซื้อและนำไปจำหน่ายในจังหวัดต่าง ๆ การส่งออกจะมีการติดต่อกันไปแต่มีปริมาณผลผลิตน้อย ในช่วงนี้จะมีการส่งออกประมาณร้อยละ 25 (ภาพที่ 3)

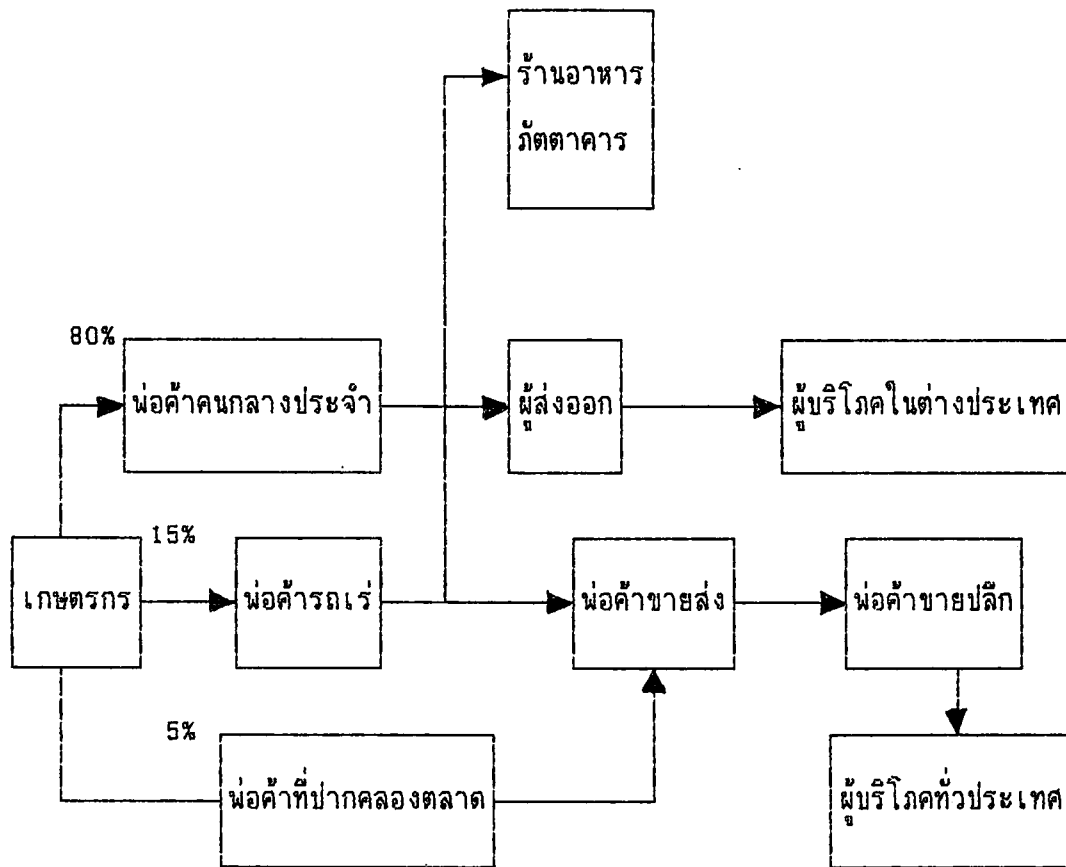


ภาพที่ 1 วิธีการตลาดส้มโอในจังหวัดนิจิตร

ที่มา : (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครปฐม, 2535:33)



ภาพที่ 2 วิธีการตลาดสี่มุมของจังหวัดนครปฐมและจังหวัดใกล้เคียง ในช่วงฤดูกาลส่งออก
ที่มา : (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครปฐม, 2535: 17)



ภาพที่ 3 วิธีการตลาดส้มโอจังหวัดนครปฐม และจังหวัดใกล้เคียงนอกช่วงฤดูกาล

ที่มา : (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครปฐม, 2535: 18)

ตลาดภายในประเทศ

การจำหน่ายส้มโอนั้นเป็นการจำหน่ายเมื่อผลส้มโอแก่ ไม่มีการจำหน่ายแบบ "ตกเขียว" โดยชาวสวนส่วนใหญ่จะจำหน่ายให้แก่พ่อค้าคนกลางในท้องถิ่นและนำไปจำหน่ายเองในตลาดเล็กน้อย วิธีการจำหน่ายจะคัดแยกขนาดส้มโอโดยแบ่งเป็นผลใหญ่ ผลกลางและผลเล็ก แล้วกำหนดราคาตามขนาด ส่วนพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อจะนำส้มโอไปขายต่อให้กับพ่อค้าขายส่งในตลาดกรุงเทพฯ ซึ่งศูนย์กลางขายส่งหรือตลาดกลางที่สำคัญในกรุงเทพฯ คือตลาดมหานาค ปากคลองตลาดและตลาดสี่มุมเมือง ซึ่งพ่อค้าเหล่านี้จะส่งไปจำหน่ายต่อให้กับพ่อค้าขายส่งในจังหวัด พ่อค้าขายปลีก และพ่อค้าส่งออก

วิธีการซื้อขาย

การซื้อขายในระดับไร่นาพบว่าสวนส้มโอที่มีคุณภาพดีมีปริมาณมากพอควร พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น นายหน้าจะเข้าไปหาชาวสวนเพื่อติดต่อสำรวจคุณภาพมาตรฐาน ปริมาณผลผลิต เพื่อตกลงซื้อขายกันในสวน เช่น ส้มโอแถบจังหวัดนครปฐม สมุทรสาคร สมุทรสงคราม ชัยนาท และพิจิตร เมื่อผลแก่จัดประมาณร้อยละ 85-90 และได้เวลานัดหมายการส่งมอบ เกษตรกรจะตัดส้มโอที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ทำการคัดขนาด จำแนกพันธุ์แล้วส่งให้พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น เพื่อทำการตรวจสอบคุณภาพ และปริมาณอีกครั้ง ก่อนทำการบรรจุหีบห่อเพื่อขนส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศ สำหรับการจำหน่ายส้มโอนั้นมี 2 ลักษณะด้วยกัน คือ จำหน่ายเป็นผลและจำหน่ายตามน้ำหนัก กล่าวคือ

1. การจำหน่ายเป็นผล วิธีนี้เป็นที่ยอมรับและมีการปฏิบัติกันมาเป็นเวลานานเมื่อก่อนจะใช้สายตากะประมาณเอาซึ่งแน่นอน ส่วนส้มโอที่ส่งยกจะมีการวัดขนาดที่แน่นอนตายตัว โดยวัดจากเส้นรอบวงส่วนกลางของผลบริเวณที่ป่องมากที่สุด มีหน่วยเป็นนิ้วฟุตโดยใช้วงแหวน (มี 3 เบอร์ คือ เส้นผ่านศูนย์กลาง 17 นิ้ว 16 นิ้ว และ 15 นิ้ว) ทั้งนี้เพราะมีสาเหตุมาจากขนาดของภาชนะบรรจุ และความสม่ำเสมอของผลส้ม ในการที่จะตั้งราคาจำหน่ายในแต่ละพันธุ์ การจัดขนาดจะแตกต่างกันบ้าง เล็กน้อย เนื่องจากแต่ละพันธุ์ของส้มโอโดยเฉลี่ยแล้วมีขนาดต่างกัน แม้กระทั่งพันธุ์เดียวกันแต่ปลูกและจำหน่ายในสถานที่ต่างกัน การจัดเกรดก็ต่างกัน

2. การจำหน่ายเป็นน้ำหนัก การจำหน่ายโดยวิธีนี้กำหนดน้ำหนักเป็นกิโลกรัม ส้มแต่ละผลราคาเท่าไร ขึ้นอยู่กับน้ำหนักของส้มผลนั้น วิธีนี้เป็นการจำหน่ายของสวนส้มที่มีการบำรุงรักษาดี และปลูกพันธุ์ดี การจำหน่ายโดยวิธีนี้ นอกจากจะก่อให้เกิดความคล่องตัวในการจำหน่ายแล้ว ยังสามารถลดเวลาในการตัดเกรดของส้มโอลงอีกด้วย ในส่วนของผู้ที่บริโภคก็นับว่ามีความยุติธรรม ทำให้ปัจจุบันวิธีนี้จึงเป็นที่นิยมของผู้ซื้อเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดราคาในการซื้อขายส้มโอนอกจากจะขึ้นอยู่กับปริมาณผลผลิต ส้มโอและปริมาณความต้องการของผู้ซื้อแล้ว ยังขึ้นอยู่กับ

1. พันธุ์ที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภค คือ คุณภาพของเนื้อส้มโอมีรสชาติอย่างไร เช่น ระดับความเปรี้ยว ความหวาน ความขม ความนุ่ม และความน่าชอบของเนื้อส้มโอ เช่น ตลาด

ต่างประเทศชอบพันธุ์ขาวม่วง ซึ่งมีรสเปรี้ยวมากกว่ารสหวานรองลงมาได้แก่ พันธุ์ทองดี และขาวแป้น ส่วนตลาดในประเทศชอบรสหวาน ไม่ขม เนื้อไม่เหนียว ปอกง่าย ไม่เลอะ

2. รูปร่างลักษณะผลและสีผิวของผล ผลที่ดีควรมีลักษณะกลมไม่เบี้ยวและไม่มีแผล เพราะถูกรบกวนจากโรคพืชและศัตรูพืช สีสวยสม่ำเสมอทั่วผล
3. ความแก่ของส้มโอควรมีความแก่ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 85-90 โดยดูจากต่อมน้ำมัน ความยืดหยุ่นของเปลือกบริเวณแก่นผลส้มโอ เพราะส้มแก่จัดจะมีรสหวานไม่ขมเหมือนส้มอ่อน
4. แหล่งกำเนิดของผลผลิต หากเป็นผลผลิตที่ปลูกในที่ที่มีชื่อเสียงจะสามารถจำหน่ายได้ราคาดี
5. ตลาดของผลไม้ชนิดอื่นที่ออกสู่ตลาดในช่วงเวลาเดียวกัน

การเคลื่อนไหวของราคา

ราคาที่ชาวสวนขายให้กับพ่อค้าหรือผู้บริโภคในช่วงฤดูกลาง (ส้มปี) กับนอกฤดูกลาง (ส้มทะวาย) จะขายในราคาเดียวกันหรือแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ราคาของส้มโอจะสูง 2 ช่วง คือ ช่วงเดือนสิงหาคม-กันยายน ซึ่งเป็นช่วงเทศกาลของส้มโอและตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศที่ต้องการ เนื่องจากว่าตรงกับเทศกาลไหว้พระจันทร์ โดยเฉพาะพันธุ์ขาวน้ำผึ้ง ราคาขายผลขนาดกลาง ประมาณ 30-34 บาท/ผล ซึ่งตลาดต่างประเทศต้องการมากและจะมีราคาต่ำสุดในช่วงเดือนพฤษภาคมโดยที่ราคาจะลดลงเป็นครึ่งหนึ่งของราคาที่ขายในช่วงส่งออก ส่วนพันธุ์ที่ขายได้ราคาดีและเป็นที่นิยมของผู้บริโภค เช่นกัน คือพันธุ์ทองดี ราคาขายขนาดกลาง 30 บาท/ผล ส่วนพันธุ์ขาวแป้นและพันธุ์ขาวม่วง พันธุ์ขาวแป้นจะมีราคาที่สูงกว่าเล็กน้อย

วิธีการชำระเงิน

ในการซื้อขายระหว่างเกษตรกรกับพ่อค้าท้องถิ่น หรือ ผู้ซื้อใด ๆ ในแหล่งผลิตต่าง ๆ ของประเทศ ส่วนใหญ่จะชำระเป็นเงินสด แต่สำหรับการซื้อขายแถบจังหวัดนครปฐม เนื่องการส่งออกจะมีการชำระเงินเป็นเงินสดและการผ่อนชำระ พ่อค้าคนกลางในท้องถิ่นที่รับใบสั่งซื้อจากผู้ส่งออก จะหาซื้อผลผลิตจากเกษตรกรจำนวนมาก ๆ ผู้ส่งออกบางรายจะให้เงิน

แก่พ่อค้าคนกลางมาสำรองจ่ายค่าสินค้าเกษตรบางส่วน ฉะนั้นทั้งเกษตรกรพ่อค้าคนกลาง และผู้ส่งออกต้องมีความเชื่อใจซึ่งกันและกัน ในการจัดหาสินค้าให้แก่ผู้ซื้อและการชำระเงินค่าสินค้าแก่ผู้ขาย ประเพณีการค้าระหว่างเกษตรกรและพ่อค้าคนกลางนั้น เกษตรกรขายสินค้าให้พ่อค้าคนกลางจะไม่ได้รับเงินเต็มจำนวนร้อยละ 100 แต่จะได้รับชำระเป็นบางส่วน เมื่อเกษตรกรนำสินค้ามาส่งให้ครบถ้วนพ่อค้าคนกลางเห็นผลผลิตจะจ่ายเงินทันทีเป็นจำนวนร้อยละ 60 ของข้อมูลสินค้าที่ส่งมอบ ส่วนอีกร้อยละ 40 จะจ่ายหลังจากงวดแรกประมาณ 5 วัน คือ วันที่มีการย้ายสินค้าจากแหล่งผลิตส่งให้ผู้ส่งออก

และในกรณีที่เกษตรกรขายสินค้าโดยผ่านนายหน้านั้น เกษตรกรสามารถรับเงินค่าสินค้าได้เต็มมูลค่าร้อยละ 100 จากผู้ส่งออก และขณะเดียวกันนายหน้าจะได้รับผลตอบแทนจากผู้ส่งออกประมาณผลละ 0.50-1.50 บาท

ตลาดต่างประเทศ

ลัมโอจัดเป็นผลไม้ของไทยอีกชนิดหนึ่งที่มีความนิยมนำจากตลาดต่างประเทศ เนื่องจากมีคุณภาพตรงตามที่ตลาดต้องการและมีคู่แข่งในตลาดน้อย ได้เปรียบผลไม้อื่นหลายชนิด ในการส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ทั้งในด้านการขนส่ง และการเก็บรักษาไว้ได้นาน ในการผลิตลัมโอเพื่อการส่งออกจะต้องคำนึงถึงพันธุ์ที่เป็นที่นิยม การบำรุงรักษาที่ดี การบรรจุหีบห่อ โดยตลาดในต่างประเทศ เน้นถึงคุณภาพและการขนส่งเป็นสำคัญ

ตลาดคู่ค้า

เนื่องจากลัมโอเป็นผลไม้ที่มีรูปร่างสวย นิยมใช้ประกอบพิธีทางศาสนาจีนมีเปลือกหนา สามารถเก็บรักษาได้นานไม่เหี่ยวง่ายเช่นผลไม้อื่นชนิดอื่น ขนส่งสะดวกประกอบกับกระทรวงพาณิชย์ได้ช่วยส่งเสริมตลาดต่างประเทศ กล่าวคือ ได้พยายามเพิ่มปริมาณและมูลค่าการส่งออกไปยังต่างประเทศ รวมทั้งพยายามขยายตลาดคู่ค้ารายใหม่ แถบทวีปอเมริกาและยุโรป เป็นต้น ตลาดรับซื้อลัมโอที่สำคัญของไทยน่าจะแบ่งออกได้ดังนี้คือ

ตลาดเอเชีย-เป็นตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย มีประเทศที่นำเข้าที่สำคัญได้แก่ฮ่องกง

สิงคโปร์ มาเลเซีย ไต้หวัน

ตลาดยุโรป -เป็นตลาดส่งออกที่สำคัญรองลงมาประเทศที่นำเข้าได้แก่ อังกฤษ ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ เยอรมนี

ตลาดตะวันออกกลาง -ประเทศที่นำเข้า ได้แก่ บาห์เรน ซาอุดีอาระเบีย

ตลาดอื่น ๆ - เช่น แคนาดา ออสเตรเลีย ฯลฯ

การจัดชั้นคุณภาพมาตรฐานส้มโอ

โดยปรกติแล้วคุณภาพของส้มโอที่ดีต้องมีลักษณะดังนี้ ขนาดใหญ่ตรงตามพันธุ์ สีเปลือกสวย ไม่มีตำหนิเนาะโรคนิช แมลงและศัตรูพืชใด ๆ เนื้อส้มโอไม่มีลักษณะเป็นข้าวสาร เปลือกบาง ผิวไม่ขรุขระผิดปกติ ความหวานสูง มีรสชาติไม่จืดชืดหรือเปรี้ยวเกินไป เมล็ดน้อย เนื้อไม่และ ไม่มีรสขมหรือขื่น มีช่วงกลางผลไม่กว้าง อย่างไรก็ตามเกษตรกรจะพยายามดูแลรักษาตั้งแต่เป็นดอกจนกระทั่งเก็บเกี่ยว เพื่อให้ได้ส้มโอมีคุณภาพดีจำหน่ายได้ราคาดี ในการเก็บเกี่ยวนั้น เกษตรกรควรตัดด้วยกรรไกรให้มีก้านใบติดขั้วผลยาวประมาณ 1 คืบระหว่างที่ทำการเก็บเกี่ยวจะระมัดระวังไม่ให้หล่นสู่พื้น เพราะจะทำให้ช้ำและหากหล่นลงน้ำจะทำให้น้ำซึมตามขั้วและเน่าเสียหายในที่สุด หลังจากเก็บเกี่ยวมาแล้ว ต้องนำมาคัดแยกผลดีและผลเสียมีตำหนิออกจากกันแล้วนำมาจัดเกรดตามน้ำหนักหรือความยาวของเส้นรอบวงผล ในกรณีการจัดเกรดตามความยาวของเส้นรอบวงนี้จะขายตามขนาดของผล เช่น ส้มโอที่ส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศ จะจัดเกรดตามความยาวของเส้นรอบวงผลส้ม โอได้แก่ ส้มโอพันธุ์ขาววงขาวทองดีและพันธุ์ขาวแป้น ซึ่งปลูกแถบนครปฐม สมุทรสงคราม สมุทรสาคร สำหรับส้มโอพันธุ์อื่น ๆ ในแถบจังหวัดอื่น ๆ จะจัดเกรดตามน้ำหนัก และดีราคาขายตามน้ำหนัก เป็นต้น ในการจัดเกรดดังที่ได้กล่าวมาแล้ว จะพบว่าส่วนใหญ่จะแบ่งเป็น 3 ขนาด คือ ขนาดใหญ่ กลาง และเล็ก (ตารางที่ 9) โดยผลผลิตทางจังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นแหล่งผลิตเพื่อส่งออกที่สำคัญมีการจัดชั้นคุณภาพที่เข้มงวด และแตกต่างจากแหล่งผลิตอื่น ผลการจำแนกนี้สามารถประมาณได้ว่าเป็นเกรด 1 ประมาณร้อยละ 60-70 เป็นเกรด 2 ประมาณร้อยละ 20-25 และเกรด 3 ประมาณร้อยละ 10-15 ของปริมาณผลผลิตรวม

ตารางที่ 9 การจัดชั้นมาตรฐานของส้มโอ

พันธุ์(แหล่งกำเนิด)/ขนาด	ใหญ่	กลาง	เล็ก
ขาวม่วง (นครปฐม)	16 นิ้วขึ้นไป	15-16 นิ้ว	14-15 นิ้ว
ทองดี (นครปฐม)	17 นิ้วขึ้นไป	16-17 นิ้ว	-
ขาวแป้น (นครปฐม)	17 นิ้วขึ้นไป	16-17 นิ้ว	-
ท่าข่อย (นิจิตร)	3.5 กก.	2.5 กก.	1.2-1.3 กก.
ขาวแตงกวา	2 กก.	1-1.5 กก.	ต่ำกว่า 1 กก.

ที่มา : (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครปฐม, 2535:28)

ตารางที่ 10 การจัดชั้นเกรดโดยใช้เส้นรอบวงของส้มโอบางพันธุ์

(หน่วย : นิ้ว)

พันธุ์	จำนวนเกรด	ขนาดใหญ่หรือ	ขนาดกลางหรือ	ขนาดเล็กหรือ
		เบอร์ 1	เบอร์ 2	เบอร์ 3
ขาวม่วง	3	16 ขึ้นไป	15	14-15
ทองดี	3	17 ขึ้นไป	16-17	15-16
ขาวแป้น	2	17 ขึ้นไป	16-17	-

ที่มา : (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครปฐม, 2535:29)

ตารางที่ 11 การจัดเกรดโดยใช้น้ำหนักของส้มโอบางพันธุ์

(หน่วย : กก.)

พันธุ์	จำนวนเกรด	ขนาดใหญ่หรือ เบอร์ 1	ขนาดกลางหรือ เบอร์ 2	ขนาดเล็กหรือ เบอร์ 3
ขาวใหญ่	3 หรือ 2	2 ขึ้นไป	1.5-2	1-1.5
	2	1.5 ขึ้นไป	1.5 ลงมา	-
ขาวน้ำผึ้ง	เช่นเดียวกับขาวใหญ่			
ขาวแตงกวา	3	ใหญ่ 2-3	1.5-1.8	1-1.5
กรุ่น	เช่นเดียวกับขาวแตงกวา			
ท่าข่อย	3	2.5-3	1.5-2.5	1-1.5

ที่มา : (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครปฐม, 2535:29)

การเก็บรักษา

ส้มโอเป็นผลไม้ที่มีคุณสมบัติสามารถเก็บรักษาได้นานโดยธรรมชาติทั้งนี้เพราะเป็นผลไม้ที่มีเปลือกหนา ไม่บอบช้ำง่าย ไม่เน่าเสียหรือเหี่ยวง่าย เพราะมีต่อมน้ำมันช่วยรักษาความสดของเปลือกได้นาน หากเก็บส้มโอเมื่อมีอายุการเก็บที่เหมาะสมแล้ว เช่น เก็บในระดับความแก่จัดประมาณร้อยละ 85-90 และเก็บไว้ในที่ร่มมีอากาศถ่ายเทดี จะสามารถเก็บไว้ได้นานตั้งแต่ครึ่งเดือนถึงหนึ่งเดือน หรืออาจสามารถเก็บได้นานถึง 3 เดือน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพการเก็บรักษา แต่ถ้าเกษตรกรยังไม่ตัดเก็บจากต้นจะสามารถปล่อยส้มโอให้คาต้นไว้ได้ประมาณ 40 วัน แต่ถ้าปล่อยไว้กับต้นนานกว่านี้จะทำให้เนื้อของส้มโอแข็งเป็นข้าวสาร รสจืด ไม่เป็นที่นิยมของผู้บริโภค

ส้มโอของไทยถูกส่งไปขายยังต่างประเทศ โดยเฉพาะในประเทศที่อยู่ไกลออกไป เช่น ประเทศในยุโรป การขนส่งโดยทางเรือต้องใช้เวลาเดินทางอย่างน้อย 30 วัน ดังนั้นในระหว่างการขนส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศโดยทางเรือ ผู้ส่งออกจะต้องควบคุมระดับอุณหภูมิในตู้คอนเทนเนอร์ที่บรรจุส้มโอให้อยู่ในระดับ 10-13 องศาเซลเซียส เพื่อรักษาความสด ความสวยของผิวให้คงตามจนกระทั่งถึงประเทศปลายทาง นอกจากนี้จะขึ้นอยู่กับระดับอุณหภูมิแล้ว การบรรจุหีบห่อที่ดีแล้วยังมีเทคนิคเสริมอีกเช่น ไม่บรรจุผลผลิตเต็มกำลังความจุของตู้คอนเทนเนอร์ ไม่ควรปิดตู้คอนเทนเนอร์สนิท แต่ควรเปิดท้ายตู้คอนเทนเนอร์ไว้ โดยเอาตาข่ายคลุม ระหว่างการขนส่งนั้น ตู้คอนเทนเนอร์ควรอยู่ด้านบนของตู้คอนเทนเนอร์อื่น ๆ ในเรือบรรทุก เพื่อเพิ่มการหมุนเวียนของอากาศไม่ร้อนอบ ทำให้ส้มโอตายนิ่ง

การยืดอายุการเก็บรักษาส้มโอ หลังการเก็บเกี่ยวส้มโอจะมีคุณภาพดีอยู่ได้นาน 2-3 เดือน แต่สีของผิวจะเปลี่ยนเป็นสีเหลือง และคุณภาพของเนื้อภายในเริ่มลดลง ถ้าต้องการเก็บรักษาไว้นานยิ่งขึ้น จำเป็นต้องมีวิธีการต่าง ๆ เพิ่มเติมดังนี้

1. การใช้สารเคลือบผิว บนผิวของส้มโอมีสารประเภทไขมัน หรือนวลอยู่ตามธรรมชาติ ช่วยลดการสูญเสียน้ำออกจากผลและยังมีส่วนช่วยในการป้องกันโรคด้วย ในระหว่างการเก็บเกี่ยวและการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว นวลนี้จะหลุดหายไป โดยเฉพาะเมื่อมีการล้างทำความสะอาด จึงจำเป็นต้องใช้สารเคลือบผิวเข้ามาทดแทน สารเหล่านี้นอกจากจะช่วยลดการคายน้ำออกจากผลแล้วยังช่วยให้ผลส้มมีความมันเงาดึงดูดใจผู้ซื้อด้วย สารเคลือบผิวที่มีจำหน่ายในประเทศ เช่น citurs shine และ stafresh ล้วนใช้ได้ผลดี ทั้งนี้จำเป็นต้องใช้เครื่องมือช่วยในการเคลือบผิวด้วย มิฉะนั้นแล้วจะต้องใช้แรงงานคนจำนวนมาก และอาจเคลือบผิวส้มโอได้ไม่สม่ำเสมอ ทำให้สีนวลเปลี่ยนสีและอาจเป็นผลเสียได้

2. การใช้พลาสติกห่อหุ้มผล การสูญเสียน้ำออกจากส้มโออาจป้องกันได้ด้วย การเก็บรักษาในที่ ๆ มีความชื้นสูง และใช้สารเคลือบผิวเข้าช่วย อย่างไรก็ตามการสูญเสียน้ำออกจากผลก็ยังคงมีอยู่ค่อนข้างสูง ทั้งนี้เพราะสารที่เคลือบอยู่บนผิวส้มนั้นมิได้จับตัวเป็นผืนเดียวกันตลอด แต่จะมีรอยแยกเปิดให้น้ำเส็ดลอดออกไปได้ นักวิทยาศาสตร์พบว่า การใช้พลาสติกห่อหุ้มผลส้มจะช่วยลดการคายน้ำได้ดีกว่า แต่จะต้องเป็นการห่อหุ้มเฉพาะผลจึงจะได้ผลดี ถ้าใช้พลาสติกห่อหุ้มผลส้มจำนวนมากจะทำให้เกิดการหายใจแบบไม่ใช้ออกซิเจนกับผลส้ม และทำ

ให้รสชาติผิดปกติไป เชื่อว่าการใช้นาสติกร่วมกับการใช้ห้องเย็นและสารเคมีต่าง ๆ จะช่วยเก็บรักษาส้มโอได้นานถึง 6 เดือน อย่างไรก็ตามการห่อผลส้มโอด้วยนาสติกนี้จะต้องใช้เวลาและแรงงานค่อนข้างสูง เครื่องจักรที่ทำงานดังกล่าวให้ได้ก็ยังไม่มีการใช้ในประเทศไทย

การบรรจุหีบห่อ

ส้มโอที่จำหน่ายตลาดภายในประเทศ มักไม่คำนึงถึงมาตรฐานภาชนะบรรจุเท่าไรนัก มักจะคำนึงถึงความจุที่สามารถรวมผลผลิตให้อยู่ในภาชนะเดียวกันเท่าที่จะมากได้ โดยไม่คำนึงอุปสรรคต่อการเคลื่อนย้ายขนส่งมากนัก ราคาข่อมเยาหาซื้อได้ง่าย เช่น ข่งไม้ไผ่ ตั้งแต่ขนาดบรรจุ 15-50 กก. เป็นต้น

แต่ในกรณีส้มโอที่ส่งไปขายต่อตลาดต่างประเทศนั้น ได้มีการคิดค้นรูปทรงลักษณะภาชนะบรรจุที่ได้มาตรฐานขึ้น ผลผลิตที่บรรจุอยู่ในหีบห่อไม่บอบช้ำง่าย ผิวสดสวยนานสามารถรองรับน้ำหนักกดทับได้ดี แข็งแรงกินเนื้อที่ระวางขนส่งน้อย ภาชนะที่บรรจุมี 2 ลักษณะ คือ เป็นกล่องกระดาษ และลังไม้ ขนาดภาชนะบรรจุลังไม้มี 3 ขนาด คือ ขนาดความจุ 12 ผลต่อลัง 16 ผลต่อลัง และ 20 ผลต่อลัง กรณีบรรจุใส่กล่องกระดาษมี 2 ขนาด คือ 6 และ 12 ผลต่อกล่อง ผู้ส่งออกจะทำการบรรจุหีบห่อในแหล่งผลิต เช่น ที่จุดนัดหมายส่งมอบ เช่น บริเวณวัดไร่ขิง วัดทรงคนอง เป็นต้น หลังจากการบรรจุหีบห่อแล้วจะติดสติ๊กเกอร์ที่ผลและภาชนะบรรจุ แสตตรา (BRAND) ของบริษัทหรือสวนผู้ปลูก เช่น บริษัทตั้งอะเก้ จะให้เป็นรูปสามดาว ผลผลิตที่รวบรวมโดยกลุ่มชาวสวนส้มโอ นครชัยศรี (สามพราน) จะใช้สติ๊กเกอร์เป็นตราพระปฐมเจดีย์ รับรองคุณภาพ เป็นต้น

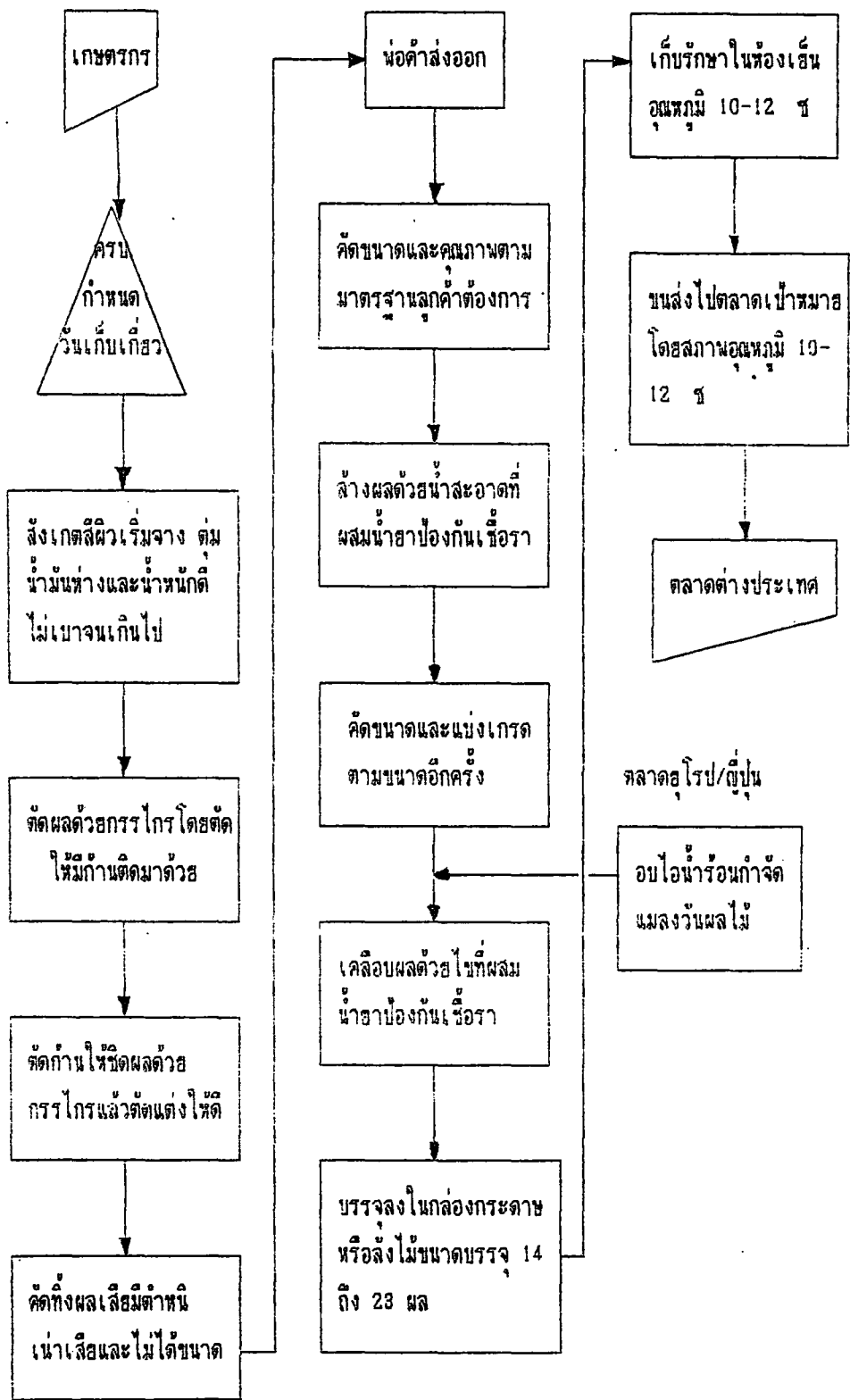
การขนส่ง

การขนส่งส้มโอจากสวนไปยังตลาดขายส่ง ส่วนใหญ่นักรวบรวมท้องถิ่นจะใช้รถบรรทุกปีคอป 4 ล้อ เป็นส่วนใหญ่ ยกเว้นกรณีสวนบริเวณสองข้างทางของกลุ่มแม่บ้านนครชัยศรีจะขนส่งโดยทางเรือ ต่อจากนั้นจะมีรถบรรทุก 10 ล้อ บริการรับฝากขนส่งไปให้แม่ค้าในตลาด

ขายส่งในกรุงเทพฯ เช่น ตลาดมหานาค ปากคลองตลาด ตามที่ผู้ส่งแจ้งความประสงค์ไว้ โดยเสียค่าบริการ ชั่งละ 20 บาท (ชั่งหนักประมาณ 70-75 กก.)

ส่วนการขนส่งไปสู่ตลาดต่างประเทศมีทั้งทางเรือทางเครื่องบิน และทางรถยนต์ ผลผลิตที่ส่งไปประเทศแถบเอเชียส่วนใหญ่ใช้ทางเรือ เพราะปริมาณการสั่งซื้อสามารถเก็บรักษาโดยธรรมชาติได้นาน และระยะเวลาการเดินทางประมาณ 7-10 วัน ซึ่งไม่นานนักส่งออกจะกำหนดวันส่งออกส้มโอไปยังประเทศสิงคโปร์และฮ่องกง ไม่ให้ตรงกับวันอาทิตย์ เพราะเป็นวันหยุดสินค้าจะต้องค้างที่เรือ นอกจากนี้ยังมีการส่งออกทางเครื่องบินและรถยนต์ การขนส่งทางอากาศ ส่วนใหญ่จะเป็นการขนส่งไปยังตะวันออกกลางและยุโรป เช่น ฝรั่งเศส แคนาดา เป็นต้น ซึ่งเสียค่าใช้จ่ายสูง และส่งออกครั้งละปริมาณน้อย และผู้ส่งออกยังประสบกับปัญหาการจองเครื่องบินที่จะบรรทุก จึงไม่นิยมทางอากาศ ส่วนการขนส่งทางรถยนต์จะกระทำกับตลาดที่มีชายแดนติดต่อกัน เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ เป็นต้น แต่จากสถิติส่งออกพบว่ามีการส่งออกในปริมาณน้อยมาก ส่วนใหญ่เป็นการส่งออกส้มเขียวหวาน

ส่วนลักษณะการบรรจุเนื้อเคลื่อนย้ายไปต่างประเทศ โดยทางเรือั้นในทางปฏิบัติ ก็จะมีเทคนิคต่าง ๆ เข้ามาปะปนบ้างเล็กน้อย ดังหัวข้อการเก็บรักษาปกติ เมื่อบรรจุใส่ลังเรียบร้อยแล้วต้องนำไปใส่ตู้คอนเทนเนอร์ที่ทำเรือหรือทำอากาศยานอีกชั้นหนึ่ง ตู้คอนเทนเนอร์นี้บรรจุจะมี 2 ขนาด คือ ขนาดเล็ก 20 ฟุต จะสามารถบรรจุส้มโอได้ประมาณ 400 ลัง หรือ 4,800-8,000 ผล ตู้ขนาดใหญ่ขนาด 40 ฟุต จะบรรจุได้ 800 ลังหรือ 9,600-16,000 ผล แต่ในทางปฏิบัติการส่งออกมักจะเป็นตู้ขนาด 20 ฟุต ปริมาณผลผลิตต่อตู้คอนเทนเนอร์ 20 ฟุต ประมาณ 6,500-6,800 ผล



ภาพที่ 4 ขั้นตอนการปฏิบัติภายหลังการเก็บเกี่ยวส้มโอที่เหมาะสมสำหรับส่งออกตลาดต่างประเทศ

ที่มา : (ฉันทนา, 2532:335)

บทที่ 4

ภาวะการส่งออกส้มโอของไทย

การส่งออกและการนำเข้า

ส้มโอเป็นผลไม้ชนิดหนึ่งที่ทำรายได้ให้กับประเทศไทยมากขึ้น มีลู่ทางการส่งออกที่ดี และเป็นสินค้าใหม่ที่มีลู่ทางการส่งออกตามแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 การส่งออกส้มโอเท่าที่ผ่านมา จัดได้ว่าประสบความสำเร็จ มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการค้า กว้างขวางมากขึ้น มีการพัฒนาลักษณะการบรรจุหีบห่อ จัดขึ้นคุณภาพส้มโอที่ส่งออกได้มาตรฐานมากขึ้น ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ปริมาณและมูลค่าการส่งออกของส้มโอเพิ่มขึ้น ตามลำดับ ในปี 2525 ปริมาณการส่งออกเพิ่มจาก 2,763 ตัน เป็น 5,083 ตัน ในปี 2536 (ตารางที่ 3)

สำหรับเดือนที่มีการส่งออกมากคือ เดือนสิงหาคมและกันยายน โดยมีการส่งออกมากถึงร้อยละ 63 ส่วนเดือนที่มีการส่งออกรองลงมาคือ เดือนธันวาคม และช่วงเทศกาลปีใหม่ ประมาณร้อยละ 5 ของปริมาณการส่งออกทั้งปี

ส่วนพันธุ์ที่ต่างประเทศนิยมมี 4 พันธุ์ คือ ขาวทองดี ขาวน้ำผึ้ง ขาวหอมและพันธุ์ขาวม่วง ซึ่งเป็นพันธุ์ที่ชาวจีนในมาเลเซียและฮ่องกง นิยมใช้ในงานเทศกาลไหว้พระจันทร์ โดยส้มโอนั้นพันธุ์ขาวม่วงนี้จะมีจุดสังเกตเห็นได้ง่ายในการซื้อ มีรูปร่างสวย พันธุ์ที่ส่งไปได้ห้วน และฮ่องกงตลอดปี คิดเป็นร้อยละ 50 ของปริมาณส่งออกรวมตลอดปี คือ พันธุ์ขาวทองดี

แนวโน้มตลาด



การส่งออกส้มโอในปีหนึ่ง ๆ พบว่าพันธุ์ขาวม่วงและขาวทองดีได้รับความนิยมจากตลาดเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากคุณภาพดี และขนาดใหญ่กว่าพันธุ์ขาวม่วง ถึงแม้ว่าความนิยมของตลาดภายในประเทศจะลดลง แต่ตลาดต่างประเทศก็ยังคงเป็นที่ต้องการอยู่บ้าง ตลาดรับซื้อส้มโอที่สำคัญของไทย ได้แก่ ตลาดฮ่องกง รองลงมาจะเป็นตลาดเพื่อนบ้านเช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย

ไต้หวัน เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการขยายไปสู่ประเทศแถบอเมริกา และยุโรป ซึ่งเดิมยังไม่เป็นที่นิยมและรู้จักมากนัก ปัจจุบันมีการส่งออกเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีการประชาสัมพันธ์และแผนการขยายตลาดทั้งภาครัฐบาลและเอกชน นอกจากนี้รัฐบาลยังส่งเสริมการส่งออกส้มโอ โดยการยกเว้นภาษีขาออกสำหรับส้มโอ เช่นเดียวกับผลไม้สดอื่น ๆ พร้อมทั้งได้ตั้งอัตราภาษีขาเข้าไว้สูงถึงร้อยละ 60 เพื่อป้องกันการนำเข้าอีกด้วย

การแข่งขันกับประเทศผู้ส่งออกรายอื่นโดยเฉพาะในประเทศฮ่องกงและสิงคโปร์ ซึ่งเป็นตลาดต่างประเทศที่สำคัญของไทยนั้น ในตลาดฮ่องกงจะมีการแข่งขันพอสมควร โดยเฉพาะส้มโอที่มาจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เนื่องจากอยู่ใกล้ฮ่องกง การขนส่งเสียค่าใช้จ่ายต่ำทำให้จำหน่ายได้ในราคาต่ำ ในขณะที่ส้มโอของไทยนอกจากจะมีระยะทางไกลทำให้เสียค่าใช้จ่ายสูงแล้ว ประกอบกับผลผลิตที่มีคุณภาพดีเหมาะสมในการส่งออกมีน้อยทำให้ราคาส่งออกอยู่ในเกณฑ์สูง จึงทำให้ราคาจำหน่ายในฮ่องกงสูงกว่าส้มโอจากประเทศจีนมาก แต่โอกาสที่จะขยายตลาดส้มโอไทยในตลาดฮ่องกงมีได้อีกมาก เนื่องจากมีรสชาติดีเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคในฮ่องกง ขณะที่ส้มโอจากจีนมีคุณภาพต่ำและรสเปรี้ยวมาก นอกจากนี้ยังมีประเทศเวียดนาม แต่เนื่องจากผลผลิตจากประเทศไทยให้ผลผลิตก่อนและมีคุณภาพดีกว่าจึงยังไม่เป็นปัญหามากนัก

ส่วนแบ่งการตลาดส่งออกส้มโอ

ตลาดส่งออกส้มโอที่สำคัญของไทยคือ ฮ่องกง สิงคโปร์ ไต้หวัน และแคนาดา ส่วนแบ่งการตลาดปริมาณการส่งออกส้มโอจากประเทศไทยไปยังประเทศต่าง ๆ ในปี 2536 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 84 รองลงมาได้แก่ประเทศสิงคโปร์ มีปริมาณการส่งออกส้มโอร้อยละ 7 ซึ่งประเทศทั้งสองเป็นตลาดประจำที่สำคัญของไทยในแถบเอเชีย ส่วนตลาดรองที่อยู่ในยุโรปไทยส่งออกส้มโอไปประเทศแคนาดา มีปริมาณร้อยละ 3 (ภาพที่ 5)

ตารางที่ 12 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกธัญพืชของไทย ปี 2533 - 2536

(ปริมาณ : กิโลกรัม)

(มูลค่า : บาท)

ประเทศ	ปี 2533		ปี 2534		ปี 2535		ปี 2536	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
แคนาดา	407,140	5,684,027	354,627	6,277,194	316,328	9,014,486	170,440	3,082,898
เดนมาร์ก	48,284	1,436,956	42,002	1,189,728	36	5,100	-	-
ฝรั่งเศส	6,000	225,678	9,800	323,190	3,000	99,021	3,750	144,785
สหราชอาณาจักร(อังกฤษ)	29,589	514,520	21,570	604,496	21,060	552,110	33,760	1,045,178
ฮ่องกง	5,022,108	40,210,544	6,268,112	54,333,033	5,058,097	58,425,257	4,269,425	42,764,038
ลาว	1,372	31,140	6,142	105,193	7,380	130,394	14,737	204,111
มาเลเซีย	255,900	950,302	48,000	176,196	132,000	529,773	5,922	31,615
สิงคโปร์	92,026	563,672	216,630	2,303,047	281,390	2,754,121	339,587	2,535,201
ไต้หวัน	25,000	447,016	39,672	438,038	68,040	1,309,896	194,856	2,491,261
อินโดนีเซีย	-	-	-	-	-	-	12,240	110,220
กัมพูชา	-	-	-	-	-	-	58,556	746,637
อื่น ๆ	28,821	404,991	32,360	873,568	1,726	52,444	27	3,446
รวม	5,916,240	50,468,846	7,038,915	66,523,683	5,889,057	71,854,254	5,083,300	53,159,370

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2536)

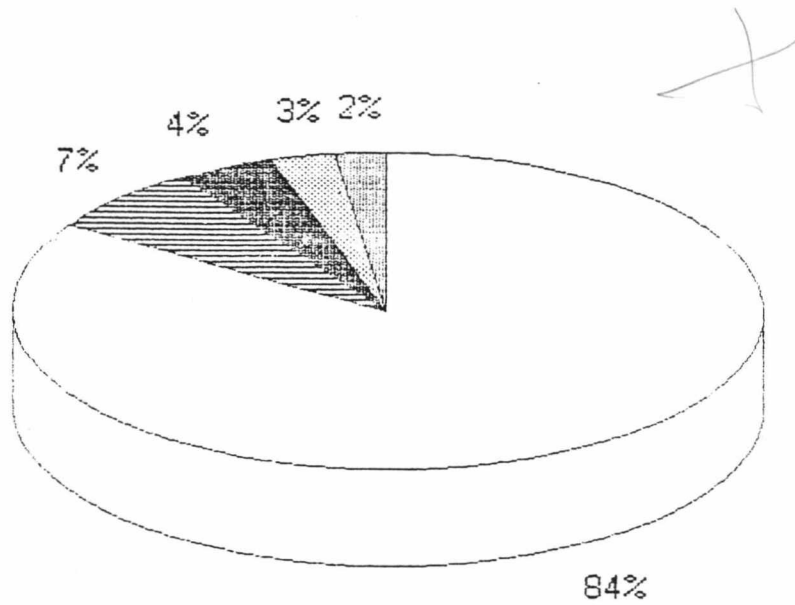
ตารางที่ 13 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้ของประเทศไทยปี พ.ศ. 2534-2536

(ปริมาณ : ตัน)

(มูลค่า : ล้านบาท)

ประเทศ	2534		2535		2536	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ฮ่องกง	6,268	54.3	5,058	58.4	4,269	42.7
(%)	(89)	(82)	(86)	(81)	(84)	(80.3)
สิงคโปร์	216	2.3	281	2.7	339	2.5
(%)	(3)	(3.4)	(5)	(4)	(7)	(4.7)
ไต้หวัน	39	0.4	68	1.3	194	2.5
(%)	(0.5)	(0.6)	(1)	(2)	(4)	(4.7)
แคนาดา	354	6.2	316	8.0	170	3.0
(%)	(5)	(9)	(5)	(11)	(3)	(5.6)
อื่น ๆ	162	3.4	186	1.5	111	2.5
(%)	(2.5)	(5)	(3)	(2)	(2)	(4.7)
รวม	7,039	66.6	5,889	71.9	5,083	53.2
(%)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2536)



- | | |
|-----------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ส่งออก | <input type="checkbox"/> แคนาดา |
| <input type="checkbox"/> สิงคโปร์ | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ |
| <input type="checkbox"/> ไต้หวัน | |

ภาพที่ 5 ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกส้มโอของประเทศไทย

ที่มา : (จากข้อมูลในตารางที่ 13)

ประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

ประเทศฮ่องกง เป็นประเทศคู่ค้าของไทยที่มีการนำเข้าส้มโอมากที่สุด สาเหตุก็เนื่องมาจากส้มโอของไทยมีรสชาติดี และเป็นผลไม้ที่รู้จักกันเคยของชาวฮ่องกงอยู่แล้ว ชาวฮ่องกงนิยมนำส้มโอมาใช้ประกอบพิธีทางศาสนาจีน โดยเฉพาะช่วงเทศกาลไหว้พระจันทร์จะมีการส่งออกส้มโอไปยังประเทศฮ่องกงเป็นจำนวนมาก เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกส้มโอระหว่างปี พ.ศ. 2533-2536 จะทราบว่ามูลค่าการส่งออกส้มโอของไทยไปยังฮ่องกงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยในปี พ.ศ. 2534 มีมูลค่าการส่งออก 54,333,033 บาท ต่อมาในปี พ.ศ. 2535 มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเป็น 58,425,257 บาท จากนั้นในปี พ.ศ. 2536 กลับมีการส่งออกลดลงเหลือเพียง 42,764,038 บาท สาเหตุที่การส่งออกลดลงคาดว่าเนื่องมาจากปริมาณการส่งออกลดลง จึงทำให้ปริมาณส้มโอที่ส่งออกไปยังฮ่องกงมีปริมาณการนำเข้าลดลงไปด้วย ประกอบกับการค้าผลไม้ในประเทศฮ่องกงนิยมการซื้อขายแบบฝากขาย ผู้ส่งออกต้องรับผิดชอบในสินค้าที่เหลือ และในตลาดนี้ยังมีคู่แข่งคือประเทศจีน ซึ่งส้มโอของประเทศจีนมีราคาต่ำกว่าของไทย ถึงอย่างไรก็ตามส้มโอของไทยก็ยังคงเป็นที่ต้องการของชาวฮ่องกงเนื่องจากรสชาติดี มีคุณภาพ ฮ่องกงเป็นตลาดคู่ค้าที่สำคัญจึงควรที่จะได้รับการเอาใจใส่เป็นพิเศษ เพื่อมิให้สูญเสียตลาดในส่วนนี้

ประเทศสิงคโปร์ เป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญเป็นอันดับสองรองจากฮ่องกง ปริมาณการนำเข้าส้มโอจากไทยของสิงคโปร์ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คือ ในปี พ.ศ. 2533 มีปริมาณการส่งออก 92,026 กิโลกรัม มูลค่า 563,672 บาท ต่อมาในปี พ.ศ. 2536 มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเป็น 339,587 กิโลกรัม มูลค่า 2,535,201 บาท ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 73 สังเกตเห็นได้ว่าปริมาณการส่งออกส้มโอไปฮ่องกงมีปริมาณเพิ่มขึ้นถึงแม้ว่าปริมาณการส่งออกทั้งหมดของประเทศจะลดน้อยลง ดังนั้นตลาดฮ่องกงควรมีการส่งเสริมและให้ความสำคัญเพื่อขยายตลาดได้ต่อไป

ประเทศไต้หวัน มีการนำเข้าส้มโอจากประเทศไทยอย่างสม่ำเสมอเช่นเดียวกัน และเมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกส้มโอของไทยระหว่างปี พ.ศ. 2533-2536 จะพบว่า การส่งออกส้มโอของประเทศไทยไปยังประเทศไต้หวันมีมูลค่าสูงขึ้นทุกปีในปี พ.ศ. 2535 มีมูลค่าการส่งออก 1,309,896 บาท เพิ่มขึ้นเป็น 2,491,261 บาท ในปีพ.ศ. 2536 จากตัวเลขดังกล่าวทำให้ทราบว่า ประเทศไต้หวันเป็นประเทศคู่ค้าที่นับวันจะมีความสำคัญมากขึ้นกับประเทศไทยเนื่องจากการขยายตลาดอย่างต่อเนื่อง

ประเทศแคนาดา เริ่มการนำเข้าส้มโอจากประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2528 ซึ่งปริมาณการนำเข้าส้มโอจากประเทศไทยของแคนาดา มีแนวโน้มสูงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกส้มโอของไทยระหว่างปี พ.ศ. 2533-2536 พบว่ามูลค่าการส่งออกส้มโอไปยังประเทศแคนาดา มีมูลค่าลดลงในปี พ.ศ. 2536 กล่าวคือ ในปี พ.ศ. 2535 มีมูลค่าการส่งออก 9,014,486 บาท และในปี พ.ศ. 2536 มีมูลค่าเพียง 3,082,898 บาท ซึ่งมีอัตราการลดลงถึงร้อยละ 66 เมื่อพิจารณาทางด้านกฎเกณฑ์ทางสาธารณสุขการนำเข้าส้มโอจะต้องผ่านการตรวจสอบโรคและแมลง ดังนั้นส้มโอที่นำเข้าแคนาดาจะต้องเป็นส้มโอที่มีคุณภาพดี ผู้ส่งออกควรเน้นในเรื่องคุณภาพและการบรรจุหีบห่อ เพื่อให้มีการส่งออกได้เพิ่มมากขึ้นได้ส้มโอที่มีคุณภาพเพียงพอแก่ความต้องการ

กฎระเบียบการส่งออกส้มโอ

การส่งออกส้มโอของไทยนั้น การติดต่อส่วนใหญ่จะใช้โทรศัทพ์และโทรนิมน์ โดยสั่งซื้อวันต่อวันหรือ 3-4 วันต่อครั้ง สำหรับการขนส่งทางอากาศและสั่งล่วงหน้า 10 วันสำหรับการขนส่งทางเรือ ซึ่งสามารถทำการส่งมอบได้ภายใน 2 วันสำหรับทางอากาศ และทางเรือ 4-5 วัน ราคาส่งออกเป็นราคา C.I.F ส่วนใหญ่ส้มโอจะนิยมขนส่งทางเรือเนื่องจากเป็นสินค้าที่มีลักษณะน้ำหนักต่อหน่วยมากและไม่เน่าเสียง่าย สำหรับวิธีการซื้อขายตลาดทางแถบเอเชีย เช่น ฮองกง และสิงคโปร์ นิยมทำการซื้อแบบฝากขาย (consignment) ตลาดยุโรป ตะวันออกกลางและอเมริกา นิยมวิธีการเปิด L/C ซึ่งส่วนใหญ่จะเปิดเป็นวงเงินไม่ระบุจำนวนและราคา

การส่งออกส้มโอมิ้ขั้นตอนพิธีการทางศุลกากรขาออกเช่นเดียวกับการส่งออกสินค้าทั่วไปแต่เนื่องจากบางประเทศมีกฎหมายอารักขาพืชเพื่อป้องกันโรคแมลงที่ติดมากับผลไม้ จึงได้กำหนดกฎระเบียบในการนำเข้าต้องมีใบรับรองปลอดศัตรูพืชจากประเทศส่งออก ดังนั้นก่อนผ่านพิธีการศุลกากร ผู้ส่งออกจะต้องนำสินค้าไปให้ฝ่ายตรวจพืช กองควบคุมพืชและวัสดุการเกษตร กรมวิชาการเกษตรทำการตรวจสอบเพื่อออกใบรับรองปลอดศัตรูพืช (phytosanitary certificate) โดยปกติการส่งไปประเทศในกลุ่มเอเชียและยุโรป ไม่ต้องมีเอกสารดังกล่าว

ในเรื่องพิธีการศุลกากรนั้นการส่งออกส้มโอ ในกลุ่มเอเชียประเทศฮ่องกงและสิงคโปร์ ไม่ต้องเสียอัตราภาษีศุลกากรสำหรับการนำเข้า สำหรับทางด้านกฎระเบียบกฎเกณฑ์ทางสาธารณสุขและศุลกากรนั้นการนำเข้าส้มโอจากไทยไม่จำเป็นต้องมีใบรับรองศัตรูพืช (phytosanitary) ส่วนประเทศมาเลเซียนั้นเปิดให้นำเข้าส้มโอได้โดยเสรีมีการกำหนดภาษีขาเข้า และต้องมีใบรับรองการตรวจพืช ที่ออกให้โดยกระทรวงมาเลเซีย

การส่งออกส้มโอไปยังประเทศแคนาดานั้น ประเทศไทยได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) ไม่ต้องเสียอากรขาเข้า ส่วนกฎเกณฑ์ทางสาธารณสุข ส้มโอที่นำเข้าแคนาดาจะต้องผ่านการตรวจสอบจาก 2 หน่วยงานคือ Food and Drug Inspectors และ Plant Quarantine Inspectors ซึ่งหน่วยงานแรกจะตรวจสอบหาสารพิษ เช่น ยาฆ่าแมลงตกค้าง ส่วนหน่วยงานหลังจะตรวจสอบโรคและแมลง นอกจากนี้ส้มโอที่นำเข้าแคนาดาจะบรรจุหีบห่อในกล่องกระดาษลูกฟูก

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ส้มโอเป็นพืชตระกูลส้มชนิดหนึ่งที่กำลังได้รับความสนใจจากเกษตรกร และมีการขยายพื้นที่ปลูกออกไปอย่างกว้างขวาง เนื่องจากเป็นพืชที่ทนแล้งได้ดีในการส่งออกเพิ่มมากขึ้นทุกปี ส้มโอไทยหลายพันธุ์ เช่น พันธุ์ขาวม่วง, ขาวทองดี เป็นที่รู้จักและนิยมกันอย่างแพร่หลายในตลาดเอเซีย เช่น ฮองกง สิงคโปร์ มาเลเซีย และไต้หวัน รวมทั้งตลาดยุโรปและแคนาดา เนื่องจากปัจจุบันมีการคัดเลือกพันธุ์ที่มีคุณภาพ เนื้อและรสชาติดีจึงทำให้มีผู้นิยมบริโภคส้มโอกันมาก นอกจากความนิยมและเรื่องของการตลาดแล้ว ส้มโอยังเป็นไม้ผลที่ปลูกและขยายพันธุ์ได้ง่าย เป็นพืชที่ทนทานแข็งแรงต่อสภาพแวดล้อม มีเปลือกหนาสามารถเก็บรักษาไว้ได้นานหลังการเก็บเกี่ยว นอกจากนี้ยังเป็นผลไม้ที่ต่างประเทศต้องการและมีคู่แข่งน้อย

การเพาะปลูกส้มโอของไทยมีการเพาะปลูกกระจายอยู่ทุกภาคของประเทศ พื้นที่เพาะปลูกส้มโอที่มีชื่อเสียงของไทยได้แก่ จังหวัดนครปฐม ราชบุรี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม นอกจากนี้ยังมีพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ พื้นที่ที่มีการเพาะปลูกมากที่สุดคือจังหวัดนครปฐม ลักษณะการผลิตที่ผลิตเพื่อจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ การผลิตส้มโอเพื่อการค้าและการส่งออกนั้น ควรคำนึงถึงพันธุ์ซึ่งจะต้องเป็นพันธุ์ที่นิยมของตลาดที่ทำการส่งออก พันธุ์ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดมีอยู่ 4 พันธุ์ได้แก่ ขาวทองดี ขาวน้ำผึ้ง ขาวหอม และขาวม่วง การเก็บเกี่ยวปีแรกเกษตรกรจะปล่อยให้ต้นส้มโอติดผลไว้ประมาณ 10-12 ผลต่อต้นต่อปี ปีต่อ ๆ ไปค่อย ๆ เพิ่มปริมาณการผลิตให้ผลแต่ละต้นมากขึ้น โดยทั่วไปส้มโอจะเริ่มให้ผลผลิตเมื่ออายุ 4 ปี และจะให้ผลผลิตมากที่สุดในช่วง 8-14 ปี หลังจากนั้นผลผลิตจะลดลงเรื่อย ๆ

ด้านการค้าและการส่งออกส้มโอนั้น ควรคำนึงถึงพันธุ์ที่เป็นที่นิยมของตลาดนั้น ๆ โดยพันธุ์ที่ตลาดต้องการมีอยู่ 4 พันธุ์ด้วยกันได้แก่ พันธุ์ขาวทองดี ขาวน้ำผึ้ง ขาวหอมและพันธุ์

ขาวม่วง เป็นพันธุ์ที่ชาวจีนในมาเลเซีย และฮ่องกงนิยมนำมาใช้ในงานเทศกาลไหว้พระจันทร์ การจำหน่ายส้มโอมีลักษณะการจำหน่ายแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การจำหน่ายเป็นผลและการกำหนดน้ำหนักเป็นกิโลกรัม สำหรับส้มโอเพื่อการส่งออกจำหน่ายเป็นผล การจำหน่ายวิธีนี้ใช้วิธีวัดเส้นรอบวงวัดตรงส่วนกลางของผล แบ่งออกเป็น 4 ขนาด คือ ขนาดใหญ่ที่มีเส้นรอบผล 16 นิ้วขึ้นไป ขนาดกลางมีความยาวรอบผล 15-16 นิ้ว และขนาดเล็กมีความยาวรอบผล 14-15 นิ้ว ราคาส้มโอที่จำหน่ายรอบผลปกติเกษตรกรจะจำหน่ายได้ราคาประมาณผลละ 10-20 บาท ขึ้นอยู่กับพันธุ์ของส้มโอเช่นเดียวกัน

ขั้นตอนการส่งออกจะเริ่มตั้งแต่การเก็บเกี่ยว (ความแก่ 85-90%) เป็นระยะที่ดีที่สุด ระยะเวลาเก็บเกี่ยวชาวสวนจะใช้การดูสีผิวของผลส้ม ส้มโอที่ได้อายุจะมีสีออกเหลือง นอกจากนั้นยังอาศัยการสังเกตตุ่มน้ำมันบริเวณก้นของผล ถ้าหากที่ได้อายุเก็บเกี่ยวตุ่มน้ำมันจะค่อนข้างห่างกัน จะทำการเก็บเกี่ยวโดยใช้มือหรือไม้สอยหนีบลงมา โดยให้มีก้านติดมาด้วย แล้วลำเลียงต่อไปยังสถานที่คัดบรรจุ ตัดก้านผลออกให้ชิด และก่อนที่จะบรรจุกล่อง ต้องผ่านขั้นตอนการทำความสะอาด มีการคัดขนาดและเคลือบไข (wax) ที่ผิวส้มโอเพราะสามารถช่วยยืดอายุการเก็บรักษาคุณภาพได้นานเพิ่มขึ้นการเคลือบผิวส้มโอนี้จะมีการผสมยากันเชื้อราเข้าไปด้วย เพื่อป้องกันมิให้เชื้อโรคเข้าไปทำลายผลได้ ในการบรรจุหีบห่อจะบรรจุในภาชนะที่ได้มาตรฐาน ภาชนะบรรจุมี 2 ลักษณะคือ กล่องกระดาษและลังไม้ ขนาดภาชนะบรรจุลังไม้มี 3 ขนาดคือ ขนาดความจุ 12 ผลต่อลัง 16 ผลต่อลัง และ 20 ผลต่อลัง กรณีบรรจุใส่กล่องมีสองขนาดคือ 6 และ 12 ผลต่อกล่อง ในด้านการขนส่งสามารถกระทำได้ 3 ทางคือ ทางเรือ เครื่องบินและรถยนต์ ซึ่งวิธีนี้มีการส่งออกปริมาณน้อย การส่งไปฮ่องกงและสิงคโปร์จะใช้วิธีขนส่งทางเรือ ใช้เวลา 7-10 วัน ส่วนการขนส่งไปยังตะวันออกกลางและยุโรปใช้วิธีขนส่งทางเครื่องบิน

การส่งออกส้มโอของไทยตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2525 มีปริมาณการส่งออก 2,763 ตัน มูลค่า 26.9 ล้านบาท และในปี 2536 ส่งออกเพิ่มเป็น 5,083 ตัน มูลค่า 53 ล้านบาท จะเห็นได้ว่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ตลาดเอเชียเป็นตลาดรับซื้อส้มโอที่สำคัญของไทย มีประเทศนำเข้าที่สำคัญได้แก่ ฮ่องกง สิงคโปร์ มาเลเซีย ไต้หวัน โดยประเทศฮ่องกงมีการนำเข้าส้มโอ

จากประเทศไทยมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 84 ประเทศสิงคโปร์นำเข้ารองลงมาคิดเป็นร้อยละ 7 นอกจากนี้ยังมีตลาดที่สำคัญรองลงมาคือตลาดยุโรปและตะวันออกกลาง ได้แก่ อังกฤษ ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ แคนาดาและบราซิล เป็นต้น

การผลิตส้มโอเพื่อการส่งออกยังมีตลาดที่ดี เนื่องจากความต้องการส้มโอในตลาดต่างประเทศยังมีสูง มีคู่แข่งน้อยคือจีนและเวียดนามแต่เนื่องจากผลผลิตของเราออกสู่ตลาดก่อน และมีคุณภาพดีกว่า จึงไม่ค่อยมีปัญหาในเรื่องนี้มากนัก ประเทศไทยได้เปรียบประเทศจีนในด้านคุณภาพแต่เสียเปรียบในเรื่องราคา เนื่องจากอยู่ไกลกว่าเสียค่าขนส่งสูงราคาจำหน่ายจึงสูงไปด้วย อย่างไรก็ตาม ในการผลิตส้มโอเพื่อการส่งออกเกษตรกรจะต้องคำนึงถึงพันธุ์ที่เป็นที่นิยมของตลาดต่างประเทศ นอกจากนี้จะต้องดูแล และบำรุงรักษาส้มโอให้ถูกวิธี เพื่อให้ผลผลิตที่ได้มีคุณภาพ ในการส่งออกการคัดเกรดและการบรรจุหีบห่อที่ได้มาตรฐานเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เนื่องจากผู้นำเข้าในตลาดต่างประเทศคำนึงถึงคุณภาพและความสะอาดเป็นสิ่งสำคัญ

ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ในการส่งออกส้มโอสามารถสรุปปัญหาทางด้านการผลิตและการตลาดได้ดังนี้

ปัญหาการผลิต

1. เกษตรกรที่ปลูกส้มโอเป็นเกษตรกรรายย่อย, เกษตรกรเหล่านี้ขาดความรู้ในการปลูก การบำรุงรักษาที่ถูกต้อง การเก็บเกี่ยว และเทคโนโลยีใหม่ ๆ เนื่องจากยังไม่มี การถ่ายทอดเทคโนโลยีอย่างจริงจัง ผลผลิตจึงมีคุณภาพต่ำเป็นอุปสรรคต่อการส่งออก
2. การเลือกใช้ปัจจัยการผลิตยังไม่มีประสิทธิภาพ ทั้งทางด้านพันธุ์ที่ให้ผลผลิตต่ำ และปัจจัยการผลิตอื่น ๆ ก็ต้องซื้อในราคาสูง กล่าวคือ ปุ๋ยและสารเคมีที่ใช้ในการกำจัดโรคและแมลงศัตรูพืชมีราคาค่อนข้างสูง มีผลทำให้ต้นทุนการผลิตอยู่ในเกณฑ์สูง อันส่งผลให้ราคาส้มโอของไทยมีระดับสูง ไม่สามารถสู้คู่แข่งได้

3. การใช้ที่ดินให้เต็มประสิทธิภาพ ปกติส้มโอจะเป็นผลไม้น้ำหนักมากกว่าให้ผลก็อย่างเข้าปีที่ 4 ซึ่งเป็นเวลานานกว่าส้มโอจะทำรายได้ให้แก่เจ้าของ เกษตรกรทดลองปลูกพืชล้มลุกชนิดต่าง ๆ แซม เช่น พืชตระกูลถั่ว ถั่วฝักยาว บางแห่งก็ได้ปลูก เกษตรกรไม่ทราบว่าควรปฏิบัติอย่างไรจึงจะดีที่สุด ควรจะปลูกระยะห่างเท่าไรจึงจะเหมาะสม เช่น 6x6 หรือ 8x8 เมตรต่อไร่ เป็นต้น

4. ในการขยายพันธุ์ โดยการตอนกิ่งนั้น เกษตรกรยังขาดความรู้ในการคัดเลือกกิ่งพันธุ์ที่จะนำมาขยายพันธุ์ที่ถูกต้อง เกษตรกรทั่วไปเวลาซื้อมักจะคำนึงแต่ว่าเป็นพันธุ์อะไรไม่มีการสืบประวัติว่าต้นตอต้นนั้นมีความสามารถในการใช้ผลอย่างไร ต้นตอมีเชื้อโรคอยู่หรือไม่ เช่น โรคกรีนนิ่ง โรคทริสเทซ่า ซึ่งถ้ากิ่งจากต้นชนิดนี้ขยายพันธุ์ออกไปเท่ากับเป็นการกระจายโรคให้กว้างออกไป เป็นอุปสรรคต่อการส่งออก โดยเฉพาะประเทศที่มีความเข้มงวดด้านการกักกันโรคพืช เป็นต้น

5. การขาดแคลนน้ำในบางปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในฤดูแล้ง ทำให้ต้นส้มโอขาดความสมบูรณ์ ซึ่งมีผลกระทบต่อคุณภาพของผลผลิตส้มโอด้วย และปัญหาสภาพแวดล้อม เป็นพิษกล่าวคือ แถบจังหวัดนครปฐม ได้รับความเดือดร้อน เรื่องน้ำเสียจากโรงงานที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำทำให้เกิดโรคพืชต่อส้มโอ เกิดโรคโคนเน่า เป็นต้น

ปัญหาการตลาด

1. การซื้อส้มโอในตลาดกลางมิได้มุ่งเน้นเพื่อการส่งออก ส้มโอที่ค้าขายกันจึงไม่มีคุณภาพเพื่อการส่งออก และบ่อยครั้งที่ผู้ส่งออกต้องมีต้นทุนการตลาดสูงขึ้นเมื่อต้องคัดส้มโอที่ไม่ได้คุณภาพทิ้งไป ในส่วนนี้ยอมทำให้ราคาส้มโอของไทยสูงกว่าที่ควรจะเป็น

2. เกษตรกรขาดการรวมกลุ่ม ขาดอำนาจการต่อรองในการขาย และการซื้อขายส้มโอของพ่อค้ากับเกษตรกร ไม่ได้ตกลงทำสัญญากัน ผลทำให้เกิดการผิดสัญญากันอยู่เสมอ ในบางโอกาสพ่อค้าก็ตรารับซื้อจากเกษตรกร และบางครั้งเกษตรกรก็ขายให้กับพ่อค้ารายอื่นที่ให้ราคาสูงหรือไม่ก็เสนอราคาขายสูงกว่าที่ตกลงไว้ การที่เกษตรกรนำผลผลิตไปขายให้กับพ่อค้ารายอื่น มีผลให้การส่งออกไม่เป็นไปตามที่วางแผนไว้

3. คุณภาพของส้มโอมีคุณภาพต่ำ ทั้งนี้เนื่องจากการเก็บเกี่ยวส้มโอที่ยังไม่แก่จัด เป็นผลเสียต่อการตลาดภายในและต่างประเทศเป็นอย่างมาก

4. ขาดการส่งเสริมการขายอุปสงค์ภายในประเทศ ทั้งนี้ ผู้บริโภคภายในประเทศมีความรู้สึกว่าคุณภาพส้มโอมีราคาแพงและลำบากในการบริโภค จึงควรมีการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ทางด้านนี้

5. ในช่วงเดือนเมษายนถึงสิงหาคม จะเป็นช่วงฤดูกาลของผลไม้สดที่นิยมส่งออกเป็นจำนวนมาก ทำให้การขนส่งทางเครื่องบินเกิดการขาดแคลนระวางบรรทุก จึงต้องมีการขนส่งโดยใช้เครื่องบินไม่ประจำแบบเหมาลำ (charter flight) ภาวะการขาดแคลนดังกล่าวทำให้ผู้ส่งออกต้องจ่ายอัตราค่าระวางสูงขึ้น

6. การบรรจุหีบห่อยังไม่ได้คุณภาพและมาตรฐานเท่าที่ควร ผู้ส่งออกบางรายไม่คำนึงถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการขนส่งได้เท่าที่ควร เนื่องจากมีการใช้ภาชนะบรรจุไม่เหมาะสม มีการบรรจุแน่นเกินไป ทำให้สินค้าเกิดการเน่าเสียบอบช้ำเมื่อไปถึงปลายทาง

ข้อเสนอแนะ

จากปัญหาและอุปสรรคการส่งออก แนวทางแก้ไขปัญหานี้ต้องอาศัยความร่วมมือจากภาครัฐบาลและเอกชนเข้ามาช่วยเหลือ ตลอดจนความร่วมมือจากเกษตรกร ซึ่งสามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาการส่งออกได้ดังนี้

การผลิต

1. ในการผลิตส้มโอเพื่อการส่งออกนั้น เรื่องคุณภาพ ปริมาณที่เพียงพอและจังหวะที่ตรงกับความต้องการของตลาด เป็นเรื่องที่สำคัญ ในการผลิตส้มโอเพื่อการส่งออก ควรคำนึงถึงการปฏิบัติก่อนการเก็บเกี่ยว, การเก็บเกี่ยว และการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว ควรมีการอบรมเกษตรกรให้ทราบถึงวิธีการคัดเลือกต้นพันธุ์ที่ปราศจากศัตรูพืชและโรค ควรชี้แนะให้ทราบถึงโทษของการขยายพันธุ์ที่เป็นโรค การปฏิบัติดูแลรักษาส้มโอให้ได้ขนาดและคุณภาพดี การให้น้ำ การให้ปุ๋ย ถ่ายทอดเทคโนโลยีการปลูก เก็บเกี่ยว และการปฏิบัติภายหลังการเก็บเกี่ยว

ตามหลักวิชาการให้เกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้องได้รู้กันอย่างทั่วถึง โดยส่งเสริมให้นำไปปฏิบัติกันอย่างจริงจัง การถ่ายทอดเทคโนโลยีนั้นสามารถทำได้โดยจัดทำแปลงสาธิต อบรมสัมมนา หรือผ่านสื่อสารมวลชนต่าง ๆ เพื่อให้ได้สัมโอที่มีคุณภาพเหมาะแก่การส่งออก

2. ส่งเสริมการวิจัยพันธุ์ให้ได้พันธุ์ที่มีคุณภาพดี กล่าวคือ สามารถต้านทานโรคทนต่อสภาพดินฟ้าอากาศที่ผิดปกติ เช่น แห้งแล้ง ให้ผลผลิตต่อตันสูง ทั้งนี้ควรสนับสนุนให้เอกชนลงทุนวิจัยและผลิตพันธุ์ที่มีคุณภาพดี เพื่อให้เกษตรกรมีพันธุ์สัมโอที่ดีในการขยายพันธุ์

3. นำเอาหลักวิชาการการผลิตเข้าช่วยเหลือแนะนำเกษตรกร เช่น ศึกษานพันธุ์ที่เหมาะสมกับแร่ธาตุในดินแต่ละแห่ง การศึกษาการใช้ปัจจัยการผลิต เช่น การใช้ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง ซึ่งมีราคาแพงให้ใช้ในสัดส่วนและประเภทที่เหมาะสม เพื่อมิให้เกิดการสูญเสียเปล่า

4. ให้ความช่วยเหลือทางด้านแหล่งน้ำแก่เกษตรกรอาจเป็นในรูปของชลประทานขนาดเล็ก กลางหรือการนำแหล่งน้ำใต้ดินมาใช้ประโยชน์ เพื่อขจัดปัญหาการขาดแคลนน้ำและลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลง

การตลาด

1. ปรับปรุงตลาดกลางขายส่งท้องถิ่นทั้งทางด้านสถานที่ซื้อขาย ทางเข้าออก สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกต่อการซื้อขาย และจัดตั้งเป็นตลาดกลางสัมโอ เพื่อการส่งออกในแหล่งผลิต เพื่อให้การซื้อขายเป็นไปตามกลไกของราคาอย่างแท้จริง รวมทั้งจัดทำระบบข่าวสารการค้าให้กระจายไปยังผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถนำไปวางแผนการผลิตและการตลาดได้อย่างถูกต้องแม่นยำ เพื่อให้ผลผลิตออกไปสู่ตลาดในปริมาณที่เหมาะสมกับความต้องการของตลาด

2. การซื้อขายควรมีการทำสัญญาซื้อขาย ตกลงกันเป็นที่แน่นอนระหว่างผู้ซื้อกับเกษตรกร เพื่อป้องกันการที่เกษตรกรนำผลผลิตไปขายให้กับพ่อค้ารายอื่น และปัญหาพ่อค้ากดราคารับซื้อจากเกษตรกร

3. ควรส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มเกษตรกร เพื่อพัฒนาคุณภาพมาตรฐานสัมโอ และเป็นการเพิ่มอำนาจต่อรองในการซื้อขายให้มากยิ่งขึ้น

4. ทางด้านปัญหาการวางสินค้านั้น รัฐบาลควรให้เงินสนับสนุนการวางสินค้าแก่ผู้ส่งออก เพื่อให้มีต้นทุนการตลาดต่ำ สามารถสู้ประเทศคู่แข่งได้ นอกจากนี้ผู้ส่งออกควรมีการรวมตัวกันในการส่งออก เพื่อให้สามารถขนส่งได้เต็มตู้คอนเทนเนอร์ ต้นทุนต่อหน่วยของการขนส่งก็จะต่ำลง

5. ควรมีการเพิ่มระวางสินค้าในช่วงที่มีการส่งออกมาก การเพิ่มระวางสินค้านี้จะทำให้เพิ่มความสามารถในการส่งออกได้มากขึ้น ลดปัญหาการขาดแคลนระวางบรรทุก และสามารถส่งสินค้าได้ทันเวลาตามที่กำหนดตกลงกันได้

6. สัมโที่ส่งออกควรเลือกใช้ภาชนะบรรจุให้เหมาะสม สะดวก มีคุณภาพดี และได้มาตรฐาน

เอกสารอ้างอิง

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ . 2536 . สถิติการส่งออกส้มโอ ปี พ.ศ. 2525-2536 .
กระทรวงพาณิชย์ . (อัครสำเนา)

_____ . 2536 . สถิติการส่งออกส้มโอของประเทศไทยแยกตามรายประเทศผู้นำเข้า
ที่สำคัญ ปี พ.ศ. 2533-2536 . กระทรวงพาณิชย์ . (อัครสำเนา)

กรมส่งเสริมการเกษตร . 2537 . รายงานสภาพการเพาะปลูกไม้ผลประจำปีการเพาะปลูก
2535 พืชส้มโอ . กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ . (อัครสำเนา)

ใจี 54 . 2535 . "แคนาดา : ตลาดส้มโอส่งออกของไทย" . เคหการเกษตร .
16 (11) : น. 35-39 .

ฉันทนา เจิมเจริญสุข . 2532 . การวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจการส่งออกผลไม้สดของไทย .
กรุงเทพมหานคร : วิทยาลัยปริญาโท , มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .

ทัศนียา โชติวนิช . 2537 . ผู้จัดการทั่วไปห้างหุ้นส่วนพืชไทยพานิช . สัมภาษณ์ ,
10 กันยายน 2537 .

ธวัช บุญยทวี . 2532 . ส้มโอเพื่อการส่งออก . กรุงเทพมหานคร : ชมรมไม้ผลแห่ง
ประเทศไทย .

นิรนาม . 2533 . "ส้มโอไม้ผลนำลงทุน" . เกษตรวันนี้ . 10(111) : น. 19-22 .

_____ . 2536 ก . "ส้มโอ" . เคหการเกษตร . 17(11) : น. 35-37 .

นิรนาม . 2536 ข . "เทอดไทยพืชผลบริษัทส่งออกผลไม้สามพราน" . เคหการเกษตร .
17(11) : น. 55-59 .

_____ . 2537 . "โชนึ่งไม้ผล ทางเลือกใหม่เพิ่มรายได้เกษตรกร . ผู้ส่งออก .
7(162) : น. 62-63 .

ปราณี จิตกรณกิจศิลป์ . 2533 . "ศักยภาพการผลิตและการส่งออกส้มโอ" . วารสาร
พัฒนบริหารศาสตร์ . (กรกฎาคม-กันยายน 2533) : น. 148-166 .

ฝ่ายวิชาการธนาคารนครธน . 2535 . "ส้มโอ : ผลไม้ไทยที่ได้รับความนิยมในตลาดต่าง
ประเทศ" . สยามรัฐสุดสัปดาห์ . 1(พฤศจิกายน 2535) : น. 35 .

สุนันท์วดี โมราตบ . 2533 . การพัฒนาการส่งออกผักและผลไม้สดของประเทศไทย .
กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท , มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครปฐม . 2535 . รายงานการศึกษาเรื่องส้มโอ . นครปฐม :
(ไม่ระบุสำนักพิมพ์) .

_____ . 2536 . ข้อมูลการตลาดนครปฐมปี 2535 . นครปฐม : (ไม่ระบุสำนักพิมพ์) .

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสมุทรสงคราม . 2536 . รายงานการศึกษาเรื่องส้มโอ . สมุทรสงคราม :
(ไม่ระบุสำนักพิมพ์) .

อรสา บัวตะมะ . 2534 . "การพัฒนาการส่งออกส้มโอของประเทศไทย" . วารสารพระจอม
เกล้า . (กันยายน-ธันวาคม 2534) : น. 34-43 .

חברת

ภาคผนวก ก.

แบบสัมภาษณ์

1. ชื่อบริษัทและลักษณะการประกอบธุรกิจ
2. ลูกค้าของผู้ส่งออกมีประเทศใดบ้าง
3. มีวิธีการในการติดต่อลูกค้าและวิธีการตกลงซื้อขายอย่างไร
4. ลักษณะของผลผลิตที่ลูกค้าต้องการ และพันธุ์ส้มโอที่เป็นที่นิยม
5. มาตรฐานของผลผลิตของบริษัทแต่ละประเทศแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร
6. ผู้ส่งออกมีวิธีการรวบรวมผลผลิตและทำการคัดเลือกผลผลิตอย่างไร
7. ผู้ส่งออกมีวิธีการซื้อขายและการขนส่งสินค้าจากผู้ผลิตอย่างไร
8. ผู้ส่งออกมีขั้นตอนการบรรจุหีบห่ออย่างไร
9. มีขั้นตอนการขนส่งและใช้ระยะเวลาในการดำเนินการส่งออกนานเท่าใด
10. ผู้ส่งออกใช้วิธีการขนส่งวิธีไหนและอัตราค่าขนส่งเป็นอย่างไร
11. มีการแข่งขันระหว่างผู้ส่งออกภายในประเทศหรือไม่อย่างไร
12. มีการแข่งขันกับผู้ส่งออกต่างประเทศหรือไม่ ถ้ามีประเทศไทยมีข้อได้เปรียบเสียเปรียบอย่างไร
13. ในการส่งออกส้มโอผู้ส่งออกพบปัญหาหรือข้อจำกัดอย่างไรบ้างและมีวิธีแก้ไขอย่างไร
14. ในความคิดของผู้ส่งออกเกี่ยวกับสถานการณ์ตลาดส้มโอปัจจุบันเป็นอย่างไร มีแนวโน้มการขยายการส่งออกในอนาคตเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด
15. ผู้ส่งออกคิดว่าการพัฒนาส้มโอเพื่อการส่งออกควรมีการปรับปรุงอย่างไร

ภาคผนวก ข.

การรวมตัวเป็นสถาบันเกษตรกรเพื่อช่วยด้านการตลาด

เกษตรกรผู้ปลูกส้มโอส่วนใหญ่จะต่างผลิตและต่างทยอยผลผลิตไม่มีการรวมกลุ่มกันระหว่างเกษตรกร ในการพัฒนาเทคนิคการผลิต การใช้ปัจจัยการผลิตที่ถูกต้อง ไม่เกิดการสูญเสียเปล่า การรวมตัวกันเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการตลาดที่เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม เหตุที่เกษตรกรไม่ค่อยมีการรวมตัวกัน อาจกล่าวได้ว่ามีสาเหตุมาจาก ลักษณะการผลิตของเกษตรกรส่วนใหญ่ทั่วประเทศจะเป็นขนาดเล็ก เนื่องจากไม่ได้ยึดการปลูกส้มโอเป็นอาชีพหลัก ส่วนใหญ่ปลูกเป็นพืชเสริมคละกับพืชอื่น ๆ เพื่อจำหน่ายในท้องถิ่นตนเป็นส่วนใหญ่ ยกเว้นการเพาะปลูกแถบลุ่มแม่น้ำนครชัยศรี ซึ่งได้แก่ จังหวัดนครปฐม สมุทรสงคราม สมุทรสาคร ที่มีปลูกเป็นอาชีพหลัก ปริมาณที่มีคุณภาพมากพอสามารถส่งไปจำหน่ายภาคต่าง ๆ ทั้งภายในและต่างประเทศ ฉะนั้นเมื่อราคาส้มโอมีการเปลี่ยนแปลง จะมีผลกระทบต่อเกษตรกรที่ยึดการปลูกส้มโอเป็นอาชีพ ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นให้เกษตรกรแถบนี้มีความสนใจ จะเกิดการรวมตัวจัดตั้งเป็นกลุ่มชาวสวนส้มโอนครชัยศรี (สามพราน) (Nakornchaisri Pomeio Farmers Group Nakornprathom Thailand) ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2526 นอกจากนี้ยังมีอีกกลุ่มหนึ่งที่กำลังเริ่มก่อตั้งขึ้น รูปแบบเดียวกับกลุ่มชาวสวนส้มโอ นครชัยศรี คือ กลุ่มชาวสวนส้มโอทรงคนอง เพื่อทำการปรับปรุงคุณภาพ มาตรฐาน ส้มโอ เพื่อการส่งออกและประสิทธิภาพการตลาดให้สถาบันเกษตรกรมีบทบาทด้านการตลาดเพิ่มมากขึ้น เช่นแต่เดิมผู้จัดหาผลผลิตให้แก่ผู้ส่งออก ได้แก่ นายหน้า พ่อค้าคนกลาง ประจำในเขตอำเภอ นครชัยศรีและสวนสามพราน จ.นครปฐม และสำหรับในปีที่ผ่านมา กลุ่มชาวสวนส้มโอ นครชัยศรี (สามพราน) ได้เข้ามามีบทบาทเปลี่ยนแปลงวิธีการซื้อขายจากเดิม ซื้อ 100 ผล เกษตรกรจะตัดแถมให้ 6 ผล เปลี่ยนมาไม่มีการแถมและให้ราคาสูงกว่าราคาที่พ่อค้าคนกลาง รับซื้อโดยทั่วไป ผลละ 1 บาท

กลุ่มชาวสวนส้มโอ นครชัยศรี

กลุ่มชาวสวนส้มโอ นครชัยศรี (สามพราน) เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2526 โดยเริ่มติดตั้งขายส้มโอ ขยายพันธุ์และรสชาติที่ต่างประเทศต้องการให้ผู้ส่งออก ปีที่ 2 (2527) ตั้งคณะกรรมการคัดส้มโอที่ได้มาตรฐาน และเริ่มติดสติ๊กเกอร์ เป็นรูปตราเจดีย์ รับรองคุณภาพ ปี 2528 ขยายตลาด ปริมาณการขายได้ขยายเพิ่มขึ้นตามลำดับจากเริ่มแรก 150,000 ผล เป็น 200,000 ผล และปี 2528 300,000 ผล ให้แก่บริษัทผู้ส่งออก T.C. Aifa และ หจก. มิตรชาวสวน คิดเป็นร้อยละ 4 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด ในช่วงต้นปีปัจจุบันมีสมาชิกถาวร 10 คน ซึ่งเป็นผู้เริ่มก่อตั้งสมาชิกชั่วคราวประมาณ 40 คน สมาชิกทั้งหมด 50 คน มีพื้นที่เพาะปลูกที่ให้ผลผลิตแล้วประมาณ 3,000 ไร่ สมาชิกถาวรสามารถป้อนผลผลิตให้แก่กลุ่มได้ประมาณ 3 ใน 4 ของปริมาณผลผลิตทั้งหมดที่กลุ่มรวบรวมได้

การดำเนินงาน

1. หน้าที่ของสมาชิก

- สมาชิกชั่วคราว จะทำหน้าที่รวบรวมผลผลิตที่มีคุณภาพ จัดส่งให้แก่กลุ่มตามปริมาณที่ได้รับ การจัดสรรส่งมอบแก่กลุ่มเพื่อตรวจสอบและบรรจุหีบ ที่ตึกศูนย์การค้าศรีสัมพันธ์ จ.นครปฐม
- สมาชิกถาวร จะทำหน้าที่รับผิดชอบเรื่อง การตกลงซื้อผลผลิต ในด้านต่าง ๆ เช่น ปริมาณ ราคา เงื่อนไขการชำระเงินและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตรวจสอบ คุณภาพ มาตรฐานส้มโอ บรรจุหีบห่อ แล้วส่งมอบให้แก่ผู้ส่งออก

2. การคัดเลือกสมาชิก ได้วางหลักเกณฑ์ไว้ดังนี้

คุณสมบัติสมาชิกชั่วคราว

- (1) ต้องเป็นชาวสวนส้มโอที่แท้จริง
- (2) สมาชิกจะขายผลผลิตเองไม่ได้ ต้องรวบรวมส่งให้กลุ่มเป็นผู้ขายให้
- (3) ในการคัดคุณภาพมาตรฐานส้มโอ ที่จะส่งมอบให้ต้องใช้มาตรฐานที่กลุ่มเป็นผู้กำหนด เช่น สีสวย ผิวไม่มีบาดแผล ทรงกลม ไม่เปรี้ยว มีระดับความแก่ ประมาณร้อยละ 85-90 ฯลฯ เป็นต้น

- (4) สัมโถงที่ส่งไปต่างประเทศ ถ้าไม่ให้ผลผลิตเสียหายเกินกว่า 2 ผลต่อลังและห้ามเกิน 2 ครั้งของการส่งมอบ

และคุณลักษณะของสมาชิกถาวร

- (1) ต้องมีความจริงจัง ในการร่วมแนะนำ และหาแนวทางปรับปรุงแก้ไขปัญหาการผลิต ปัญหาการตลาด เช่น แนะนำเทคนิคการผลิตให้ผลผลิตมีรสชาติเดียวกัน คือ ออมเปรี้ยวเล็กน้อย ตามรสชาติของผู้บริโภคในต่างประเทศ การร่วมกันหาแนวทางขยายตลาด และรักษาลูกค้า (ผู้ส่งออก)
- (2) ร่วมลงทุนในขั้นแรกประมาณ 20,000-30,000 บาทต่อคน และในกรณีที่การดำเนินงานขาดทุน ต้องร่วมกันรับผิดชอบ
- (3) เมื่อกลุ่มต้องการเงินทุนหมุนเวียนเพื่อแก้ฐานะทางการเงินสมาชิกถาวร 10 คน ต้องเป็นผู้หาเงินทุนมาร่วม

3. การพิจารณาทกลงซื้อขาย

การพิจารณาทกลงซื้อขายผลผลิต เป็นหน้าที่ของคณะกรรมการสมาชิกถาวร และในกรณีที่ราคาเสนอขายให้แก่ผู้ส่งออกไม่สามารถตกลงกันได้ เช่น ราคาเสนอขายแก่ผู้ส่งออกสูงกว่าราคารับซื้อของผู้ส่งออก สมาชิกถาวรจะจัดประชุมขอความเห็นชอบของที่ประชุม และมอบให้เลขานุการ และผู้จัดการเป็นผู้ตัดสินใจหาระดับราคาที่เหมาะสม

4. การปันผลกำไรขาดทุน

- หากเกิดการขาดทุนสมาชิกถาวรทั้ง 10 คน จะเป็นผู้ร่วมกันรับผิดชอบ
- การดำเนินงานเกิดกำไรจากการดำเนินงาน จะจัดสรรให้แก่สมาชิกตามปริมาณผลผลิตที่ส่งมอบให้แก่กลุ่ม

การขายผลผลิตให้ได้ราคาดีนั้นมีการเน้นในเรื่องต่อไปนี้

1. สมาชิกต้องมีความซื่อสัตย์ ความจริงจัง ในการปฏิบัติหน้าที่ของตนเอง
2. สินค้าที่ส่งมอบจะต้องมีคุณภาพ ได้มาตรฐาน
3. ควรมีการแบ่งแยกสินค้าที่ขายออกเป็น 2 ราคา เพื่อให้สินค้าแต่ละตัวมีการแข่งขันกันเอง และจากกฎบัตรกรรมการตลาดตั้งกล่าว จะช่วยรักษาเสถียรภาพรายได้ของเกษตรกร หรือกลุ่มเกษตรกร ดังกล่าวได้

โซนนิ่งไม้ผล ทางเลือกใหม่เพิ่มรายได้เกษตรกร

นายอนันต์ ดาไลตม อธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตร เปิดเผยว่าไม้ผลเป็นกิจกรรมที่ได้ผลตอบแทนสูง มีผลตอบแทนระยะยาว แต่ในเบื้องต้นจะลงทุนค่อนข้างสูง ซึ่งน่าจะเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับเกษตรกร ดังนั้น กรมส่งเสริมฯ จึงเห็นว่าควรส่งเสริมให้ปลูกรวมทั้งจัดโซนนิ่งเพื่อป้องกันปัญหาการปลูกในพื้นที่ที่ไม่เหมาะสมส่งผลให้ราคาตกต่ำและสันตลาลาด และนายนิพนธ์พร้อมพันธุ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เห็นด้วยกับแนวคิดนี้จึงได้ให้งบประมาณเบื้องต้นปีนี้ 60 ล้านบาท เพื่อหาถึงพันธุ์ให้แก่เกษตรกรดำเนินการ จะเริ่มดำเนินการจดทะเบียนเกษตรกรผู้สนใจในเดือนพฤษภาคม ปี พ.ศ. 2537 โดยไม้ผล 5 ประเภทมีส้มโอรวมอยู่ด้วย ส้มโอนั้นส่งเสริมให้ปลูกในจังหวัดอ่างทอง สิงห์บุรี ชัยนาท อุทัยธานี นิจิตร ภาคเหนือตอนล่าง และภาคใต้บางจังหวัด ซึ่งส้มโอนี้เป็นผลไม้ที่ราคาสูง ตลาดส่งออกหลายประเทศ

ภาคผนวก ค.

การบรรจุหีบห่อ

การบรรจุหีบห่อเป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยปกป้องผลผลิตไม่ให้ชอกช้ำจากการเคลื่อนย้าย การขนส่งจากโรงบรรจุหีบห่อไปสู่ตลาด ภาชนะบรรจุมีหลายประเภทหลายขนาด โดยทั่วไปประเทศแถบยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น ส่วนใหญ่ใช้กล่องและตะกร้าพลาสติกบรรจุ แต่ประเทศฮ่องกง สิงคโปร์ ซาอุดีอาระเบีย ส่วนใหญ่จะใช้เชิง กล่อง หรือตะกร้าพลาสติก

กล่องกระดาษลูกฟูกเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมและใช้กันอย่างกว้างขวางมาก เพราะมีคุณสมบัติหลายประการ เช่น

1. ผิวเรียบและมีแรงยึดหยุ่นกันกระแทก
2. การออกแบบและการผลิตไม่ค่อขุ่นยาก
3. สามารถพิมพ์และทำเครื่องหมายได้ง่าย
4. นำหนักเบาขนย้ายได้ง่าย
5. เมื่อใช้แล้วสามารถนำมาเข้าขบวนการผลิตใหม่ได้

ถึงแม้ว่ากล่องกระดาษจะมีข้อเสียบ้างบางประการ เช่น ทนความชื้นไม่ค่อยดีหรือราคาแพงอยู่ แต่ก็เหมาะสมที่สุดในขณะนี้ การบรรจุหีบห่อจะมีขนาด และออกแบบอย่างไรก็ได้ แต่ต้องยึดหลักการขยายขนาดมาตรฐานที่จะวางกล่องบนแท่นรองรับสินค้า (pallets) คือ 1,000*2,000 มิลลิเมตร และ 300*1,200 มิลลิเมตรได้พอเหมาะ ตัวอย่างกล่องกระดาษลูกฟูกบรรจุส้มโอของศูนย์บรรจุหีบห่อไทยมีดังนี้

1. กล่องกระดาษลูกฟูกบรรจุส้มโอส่งออกทางอากาศ (แบบ คบท.1)

มีคุณลักษณะดังนี้

วัสดุ	: แผ่นกระดาษลูกฟูก
แบบของกล่อง	: International case code 0320
ชนิดแผ่นกระดาษลูกฟูก	: ฝากล่อง 1 ชั้น (single wall) ตัวกล่อง 2 ชั้น (double wall)
ชนิดของลอน	: ฝากล่อง ลอนซี ตัวกล่อง ลอนบี-ซี (ตัวอย่าง: ฝากล่อง WL 170/CA 125/KA 230 ตัวกล่อง KA 230/3CA 125/KA 230)
มิติภายนอก	: 450*350*200 มม.
มิติภายใน	: 435*330*180 มม.
ปริมาตร	: 27 ล.
น้ำหนัก	: 975 ก.
ช่องระบายอากาศ	: ร้อยละ 4 ของพื้นที่กล่องด้านข้าง
ความต้านแรงดันทะลุ	: ฝากล่อง 11.6 กก./ตร.ซม. ตัวกล่อง 18.9 กก./ตร.ซม.
การดูดซึมน้ำของแผ่นกระดาษของตัวกล่อง	: 100 ก./ตร.ม.
ในเวลา 30 นาที	
การต้านแรงกดของกล่อง	: 650 กก.แรง
การวางเรียงซ้อนกล่อง	: ไม่เกิน 8 ชั้น
ข้อความในการพิมพ์	: ข้อความด้านนอกภาชนะบรรจุ - ชื่อและสถานที่ของผู้ส่งของหรือเครื่องหมายการค้า - แหล่งกำเนิด - ข้อกำหนดของผลผลิตในการค้า เช่น คุณภาพ ขนาด - อื่น ๆ ตามความต้องการของประเทศผู้นำเข้า

ราคากล่องพร้อมแผ่นกันประมาณใบละ 21 บาท (พิมพ์ 2 สี)

กล่องนี้ใช้บรรจุผลส้มโอขนาดเส้นรอบวงกว้างเกิน 17.5 นิ้วได้ 5 ผล หรือผลส้มโอขนาดเส้นรอบวงไม่เกิน 17.5 นิ้วได้ 6 ผล น้ำหนักสุทธิของส้มโอแต่ละกล่องไม่เกิน 9 กิโลกรัม ควรบรรจุผลส้มโอให้วางพอดีในกล่อง โดยใช้แผ่นลูกฟูกวางกั้นระหว่างผล เพื่อไม่ให้เกิดการกระทบกระเทือนในระหว่างการขนถ่ายและขนส่ง

2. กล่องกระดาษลูกฟูกบรรจุส้มโอส่งออกทางเรือ (แบบ ศบท.1)

มีคุณลักษณะของกล่องดังนี้

วัสดุ	: แผ่นกระดาษลูกฟูก
แบบของกล่อง	: International case code 0320
ชนิดแผ่นกระดาษลูกฟูก	: ฝากล่อง 2 ชั้น (double wall) ตัวกล่อง 2 ชั้น
ชนิดลอน	: ฝากล่อง ลอนบี-ซี ตัวกล่อง ลอนบี-ซี (ตัวอย่าง: ฝากล่อง WL 170/3CA 125/KA 230 ตัวกล่อง KA 230/3CA 125/KA 230)
มิติภายนอก	: 500*400*250 มม.
มิติภายใน	: 470*375*220 มม.
ปริมาตร	: 39 ล.
น้ำหนัก	: 1,425 ก.
ช่องระบายอากาศ	: ร้อยละ 4 ของพื้นที่กล่องด้านข้าง
ความต้านแรงดันทะลุ	: ฝากล่อง 154 กก./ตร.ซม.
การดูดซึมน้ำของแผ่นกระดาษของตัวกล่อง	: 100 ก./ตร.ม.
ในเวลา 30 นาที	
การต้านแรงกดของกล่อง	: 860 กก.แรง
การวางเรียงซ้อนกล่อง	: ไม่เกิน 10 ชั้น
ข้อความในการพิมพ์	: ข้อความด้านนอกภาชนะบรรจุ

- ชื่อและสถานที่ของผู้ส่งของหรือเครื่องหมายการค้า
- แหล่งกำเนิด
- ข้อกำหนดของผลผลิตในการค้า เช่น คุณภาพ ขนาด
- อื่น ๆ ตามความต้องการของประเทศผู้นำเข้า

ราคากล่องประมาณใบละ 29.50 บาท (พิมพ์ 2 สี)

กล่องนี้จะใช้บรรจุส้มโอขนาดเส้นรอบวงระหว่าง 16-17 นิ้วได้มากที่สุด 22 ผล ขนาดเส้นรอบวง 17-18 นิ้วได้ 18 ผล หรือขนาด 18-19 นิ้วได้ 16 ผล น้ำหนักสุทธิของ ส้มโอแต่ละกล่องไม่เกิน 18 กิโลกรัม บรรจุส้มโอในกล่องโดยการวางเรียง 2 ชั้น วางชั้นบน เรียงสลับกับชั้นล่าง โดยให้แน่นพอดีระหว่างชั้นอาจปูคั้นด้วยแผ่นกระดาษที่สะอาด

ข้อควรระวังในการบรรจุหีบห่อ

1. บรรจุอย่างระมัดระวังอย่าให้กระแทก
2. บรรจุให้พอเหมาะพอดีอย่าให้เกิดการคลอนในกล่องได้ ผลไม้ที่บรรจุจะต้อง ถูกตรึงไม่ให้มีการเคลื่อนไหวได้ (Immobilized)
3. อย่าใช้อ่อนจรมิแรงกดที่ผลผลิตมากจนเกิดความเสียหาย
4. กล่องมีการระบายอากาศอย่าอบอ้าว

ข้อควรระวังในการขนถ่ายและขนส่ง

1. การเคลื่อนย้ายและขนส่งกล่องเปล่า ควรทำด้วยความระมัดระวัง ไม่ควร เก็บกล่องเปล่าไว้ในที่มีอุณหภูมิร้อนจัดหรือเย็นจัดเกินไป ตลอดจนวางของหนักหรือนั่งทับกล่อง
2. การขึ้นรูปกล่องต้องศึกษาวิธีการขึ้นรูปให้ถูกวิธี
3. เคลื่อนย้ายกล่องที่บรรจุผลไม้แล้วด้วยความระมัดระวังไม่ตะแคงหรือคว่ำกล่อง เพื่อวัตถุประสงค์อื่นใด อันเป็นผลทำให้ผลไม้ในกล่องกระทบกระแทกกัน ทำให้ เกิดชอกช้ำ ควรเคลื่อนย้ายความทะนุถนอม
4. ต้องระวังไม่ให้กล่องเปียกน้ำ เพราะจะทำให้กล่องเสียความแข็งแรง

ภาคผนวก ง.

รายชื่อผู้ส่งออกผลไม้สดและผลไม้แช่แข็ง

1. บริษัท เอไอ เทรตติ้ง (ประเทศไทย) จำกัด
174/4-6 ถนนสีลม, กรุงเทพฯ 10500
โทร. 233-9659, 234-4299, 2347657
2. บริษัท กรุงเทพมหานครการค้าและส่งออก จำกัด
59 มหรรณพ, เสาชิงช้า กรุงเทพฯ 10200
โทร. 433-5859
3. บริษัท บุญมาคาร์โก้ จำกัด
1958 ถนนรามคำแหง, หัวหมาก บางกะปิ กรุงเทพฯ 10240
โทร. 314-2980-1
4. บริษัท ซี.พี. อินเตอร์เทรด จำกัด
อาคาร ซี.พี. ทาวน์เวอร์ ชั้น 19, 313 ถนนสีลม กรุงเทพฯ 10500
โทร. 231-0231-50
5. บริษัท ฉั่วฮะเองหลี จำกัด
200-202 ตลาดมหานาค, ถนนกรุงเกษม ป้อมปราบ กรุงเทพฯ 10100
โทร. 281-0174, 281-4416
6. บริษัท เฟิสท์เวิลด์อิมพอร์ต เอ็กซ์พอร์ต จำกัด
ชั้น 12 อาคารไทยวัตรทาวน์เวอร์, 21 ถนนสาทรใต้ ยานนาวา
กรุงเทพฯ 10120
โทร. 240-9156-8
7. บริษัท กู๊ดเวิลด์ จำกัด
1004/38-39 ถนนรัชดาภิเษก, ยานนาวา กรุงเทพฯ 10120
โทร. 294-0178

8. บริษัท ห้างหุ้นส่วนจำกัด ไอ.วี. พงษ์ ชัมพลา
199/27-30 ถนนวิภาวดี-รังสิต, ใกล้สี่แยกสุทธิสาร วิทยาไท
กรุงเทพ 10400
โทร. 279-3421
9. ห้างหุ้นส่วนจำกัด กระทิง
210 ถนนกรุงเกษม, มหานคร บ่อมปราบ, กรุงเทพ 10100
โทร. 282-9358, 281-1963
10. บริษัท กรุงไทยแทรกเตอร์ จำกัด
3675 ถนนพระราม 4, ซอยแสงจันทร์ กรุงเทพ 10110
โทร. 258-0245-52, 260-1843-7
11. บริษัท แอล.พี.เอส. เทรดดิ้ง จำกัด
584/39 หมู่บ้านอยู่เจริญ, ถนนเอโคก-ดินแดง กรุงเทพ 10310
โทร. 247-6173, 246-5953, 245-7475
12. ห้างหุ้นส่วนจำกัด พี พรอสเตอร์
149/32-33 แองโกลพลาซ่า, ถนนสุรวงศ์ กรุงเทพ 10500
โทร. 236-0037, 236-8643-4
13. บริษัท นิลทิพย์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล
197/4 ถนนสุรวงศ์ บางรัก กรุงเทพ 10500
โทร. 233-2012, 235-9038
14. บริษัท สยามวิงส์ จำกัด
173, 173/1-3 ถนนสุรวงศ์, บางรัก กรุงเทพ 10500
โทร. 233-9480-5
15. ห้างหุ้นส่วนจำกัด ไทยเสรีสากลการค้า
1215 ถนนสุขุมวิท 71, คลองตัน พระโขนง กรุงเทพ 10110
โทร. 318-1939
17. ห้างหุ้นส่วนจำกัด วี.พี.เค. เทรดดิ้ง
2/13 ถนนสุขุมวิท 57, พระโขนง กรุงเทพ 10110

