

บทที่ 4

โซุ่ปทานผลไม้สดเพื่อการส่งออกของไทย: กรณีศึกษาผลไม้ไทยใน สหภาพเมียนมาร์และสปป. ลาว

ในบทนี้จะอธิบายถึงการพัฒนาโซุ่ปทานผลไม้สดเพื่อการส่งออกของไทย ซึ่งจะเป็นการวิเคราะห์ถึงสถานการณ์โดยทั่วไป ทั้งด้านการผลิต (อาทิ แหล่งการผลิต ปริมาณผลผลิต) และการตลาด (อาทิ การส่งออก ช่องทางการกระจายผลไม้อุตสาหกรรมในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงรูปแบบการจัดการโซุ่ปทานในปัจจุบันและอนาคต) โดยสามารถแยกเป็นประเด็นการศึกษาได้ดังนี้

- 4.1 สถานการณ์ทั่วไปด้านการค้าผลไม้ของไทย
- 4.2 สถานการณ์การผลิตและการตลาดของผลไม้ไทยในปัจจุบัน
 - 4.2.1 สถานการณ์การผลิตและการตลาดทุเรียนของไทย
 - 4.2.2 สถานการณ์การผลิตและการตลาดมังคุดของไทย
 - 4.2.3 สถานการณ์การผลิตและการตลาดเงาะของไทย
 - 4.2.4 สถานการณ์การผลิตและการตลาดกล้วยไข่ของไทย
- 4.3 ข้อมูลพื้นที่การปลูกผลไม้ในประเทศไทย
 - 4.3.1 พื้นที่เพาะปลูกทุเรียนของไทย
 - 4.3.2 พื้นที่เพาะปลูกมังคุดของไทย
 - 4.3.3 พื้นที่เพาะปลูกเงาะของไทย
 - 4.3.4 พื้นที่เพาะปลูกกล้วยไข่ของไทย
- 4.4 โซุ่ปทานผลไม้สดของประเทศไทยในปัจจุบัน
 - 4.4.1 การวิเคราะห์โซุ่ปทานทุเรียน
 - 4.4.2 การวิเคราะห์ห่วงโซุ่ปทานมังคุด
 - 4.4.3 การวิเคราะห์ห่วงโซุ่ปทานเงาะ
 - 4.4.4 การวิเคราะห์ห่วงโซุ่ปทานกล้วยไข่
- 4.5 ช่องทางการกระจายผลไม้อยู่ในปัจจุบัน และอนาคต (ASEAN)

4.1 สถานการณ์ทั่วไปด้านการค้าผลไม้ของไทย

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีพื้นที่เหมาะแก่การเพาะปลูกผลไม้เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะผลไม้เมืองร้อน ซึ่งพื้นที่เพาะปลูกผลไม้เมืองร้อนของประเทศไทยนั้นใหญ่เป็นอันดับ 5 ของโลก รองจากจีน อินเดีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซียตามลำดับ อีกทั้งประเทศไทยยังเป็นประเทศที่มีมูลค่าผลผลิตที่เป็นผลไม้เมืองร้อน เป็นอันดับ 6 ของโลก และยังเป็นผู้ส่งออกผลไม้เมืองร้อนเป็นอันดับ 2 ของโลกอีกด้วย (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555)

จากสถิติปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทย กับกลุ่มประเทศอาเซียนและจีน ในช่วงปี 2550 – 2555 พบว่า ในปี 2555 ประเทศไทยทำการส่งออกผลไม้ไปยังประเทศจีน สูงเป็นอันดับ 1 โดยมีปริมาณการส่งออกเท่ากับ 556.41 พันตัน คิดเป็นมูลค่าการส่งออกทั้งหมดถึง 11,775.15 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2554 ที่มีมูลค่า 14,186.19 ล้านบาท พบว่ามีมูลค่าการส่งออกลดลงร้อยละ 16.66 นอกจากนี้ยังมีตลาดประเทศเวียดนามที่มีการส่งออกผลไม้ ในปี 2555 มีปริมาณการส่งออกเท่ากับ 230.46 พันตัน คิดเป็นมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 3,569.04 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2554 ที่มีมูลค่าการส่งออก 1,448.25 ล้านบาท พบว่ามีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 146.44 อันดับที่ 3 คือ ประเทศอินโดนีเซีย โดยในปี 2555 มีมูลค่าการส่งออกผลไม้ไปยังประเทศอินโดนีเซียเท่ากับ 3,209.45 ล้านบาท จากปริมาณการส่งออกทั้งหมด 143.74 พันตัน เมื่อเทียบกับปี 2554 พบว่ามีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.74 สำหรับการส่งออกผลไม้อุตสาหกรรมเมียนมาร์และสปป.ลาวนั้น สหภาพเมียนมาร์เป็นคู่ค้าอันดับที่ 6 และ สปป.ลาวเป็นคู่ค้าอันดับ 8 พบว่า ในปี 2555 ไทยส่งออกผลไม้อุตสาหกรรมไปยังสหภาพเมียนมาร์ด้วยปริมาณการส่งออกเท่ากับ 18.95 พันตัน มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 408.93 ล้านบาท

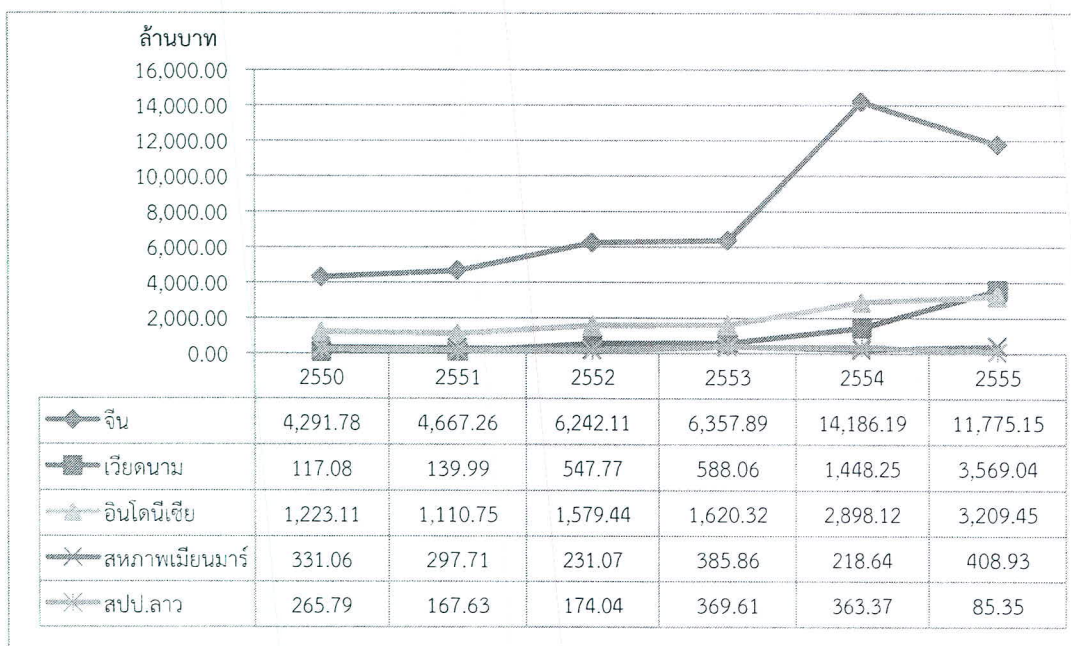
บาท เมื่อเทียบกับปี 2554 พบว่ามีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 87.03 สำหรับการส่งออกผลไม้ไปยังสปป.ลาวในปี 2555 พบว่ามีปริมาณการส่งออกเท่ากับ 5.46 พันตัน ซึ่งเป็นมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 85.35 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2554 พบว่ามูลค่าการส่งออกลดลงร้อยละ 76.51 และปริมาณการส่งออกลดลงร้อยละ 86.48 (ตารางที่ 4.1 และรูปที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทย กับกลุ่มประเทศอาเซียนและจีน ปี 2550 – 2555 (ปริมาณ : พันตัน, มูลค่า : ล้านบาท)

ลำดับ	ประเทศ		2550	2551	2552	2553	2554	2555
1	จีน	ปริมาณ	268.60	297.66	433.20	353.98	505.62	556.41
		มูลค่า	4,291.78	4,667.26	6,242.11	6,357.89	14,186.19	11,775.15
2	เวียดนาม	ปริมาณ	7.74	16.23	48.38	55.18	118.30	230.46
		มูลค่า	117.08	139.99	547.77	588.06	1,448.25	3,569.04
3	อินโดนีเซีย	ปริมาณ	82.76	69.80	103.69	83.28	132.43	143.74
		มูลค่า	1,223.11	1,110.75	1,579.44	1,620.32	2,898.12	3,209.45
4	สิงคโปร์	ปริมาณ	12.72	12.34	11.21	11.47	15.22	19.97
		มูลค่า	228.56	265.53	212.44	242.14	340.71	420.50
5	สหภาพเมียนมาร์	ปริมาณ	21.18	18.16	14.99	17.48	9.70	18.95
		มูลค่า	331.06	297.71	231.07	385.86	218.64	408.93
6	มาเลเซีย	ปริมาณ	18.56	19.61	27.09	22.09	17.66	23.84
		มูลค่า	160.35	159.94	212.64	205.31	218.53	330.24
7	ฟิลิปปินส์	ปริมาณ	4.53	4.61	4.47	2.67	4.06	4.55
		มูลค่า	69.17	88.54	81.85	63.55	105.76	192.13
8	กัมพูชา	ปริมาณ	15.97	11.27	8.72	10.02	11.40	13.73
		มูลค่า	152.10	107.26	79.61	115.21	140.76	173.03
9	สปป.ลาว	ปริมาณ	16.50	13.63	16.19	40.31	40.37	5.46
		มูลค่า	265.79	167.63	174.04	369.61	363.37	85.35
10	บรูไน	ปริมาณ	0.96	1.22	1.47	0.94	0.76	0.68
		มูลค่า	36.10	52.75	57.29	40.01	36.14	31.64

คำนวณจากฐานสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐฯ โดย 1 ดอลลาร์ = 31 บาท (ค่าเฉลี่ยปี 2555)

ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก Global Trade Atlas – กรมศุลกากร, 2556



คำนวณจากฐานสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐ โดย 1 ดอลลาร์ = 31 บาท (ค่าเฉลี่ยปี 2555)
ที่มา คำนวณโดย ผู้วิจัย โดยใช้อ้างอิงข้อมูลจาก Global Trade Atlas – กรมศุลกากร, 2556

รูปที่ 4.1 มูลค่าการส่งออกผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยกับคู่ค้า 3 อันดับแรกในอาเซียน รวมถึง สหภาพเมียนมาร์ และ สปป.ลาว (มูลค่า : ล้านบาท)

ทั้งนี้หากพิจารณาถึงการส่งออกของผลไม้สดและทำให้แห้ง รหัสศุลกากร 08 ของประเทศไทย พบว่า มูลค่าการส่งออกไปยังประเทศจีนมีแนวโน้มที่สูงขึ้นและมีมูลค่าสูงสุดถึง 14,186.19 ล้านบาท ในปี 2554 ซึ่งเป็นมูลค่ากว่า 11,775.15 ล้านบาท ในปี 2555 นอกจากนี้มูลค่าการส่งออกผลไม้ไปยังประเทศเวียดนามและอินโดนีเซียก็มีแนวโน้มที่สูงขึ้นเช่นกันสังเกตได้ตั้งแต่ปี 2553 จนถึง 2555 ที่มูลค่าการส่งออกมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้การส่งออกผลไม้ไปสปป.ลาว มีทิศทางที่ดีขึ้นจากอดีต แต่ในปี 2555 มีมูลค่าการส่งออกลดลงเหลือ 85.35 ล้านบาท ส่วนสหภาพเมียนมาร์มีมูลค่าการส่งออกอยู่ในกรอบ 218 ล้านบาท ถึง 400 ล้านบาท ถึงแม้มูลค่าการส่งออกไปยังสองตลาดนี้อาจจะยังไม่แน่นอน แต่ถือได้ว่าเป็นตลาดที่มีศักยภาพ และมีแนวโน้มว่ามูลค่าการส่งออกไปยังตลาดสปป.ลาวและสหภาพเมียนมาร์จะมีโอกาสเพิ่มขึ้นอย่างมากในอนาคต

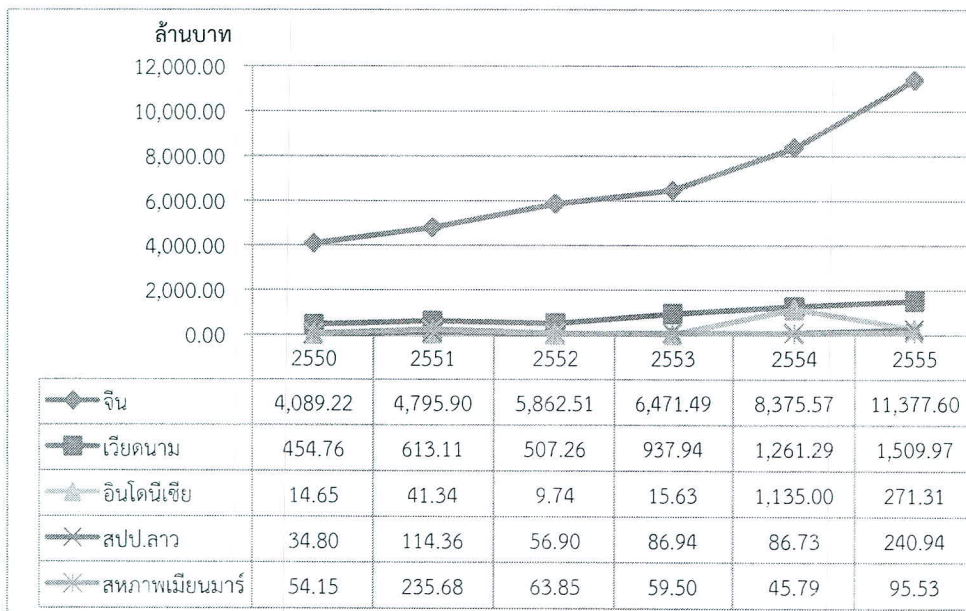
และจากสถิติของการนำเข้า-ส่งออกผลไม้ของไทยไปยังประเทศจีน และสถิติการนำเข้า-ส่งออกผลไม้ของประเทศจีนไปยังตลาดต่างประเทศ ประเทศจีนเปรียบเสมือนคู่ค้าและคู่แข่งรายใหญ่ที่สำคัญรายหนึ่งในด้านการนำเข้า-ส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยในปัจจุบัน จึงทำให้เกิดประเด็นที่น่าสนใจว่าผู้นำตลาดอย่างประเทศจีน ที่ได้ชื่อว่าเป็นตลาดยักษ์ใหญ่จะสามารถตีตลาดการนำเข้า-ส่งออกของประเทศไทยได้หรือไม่และอย่างไร ซึ่งหากพิจารณาจากสถิติปริมาณและมูลค่าการนำเข้าผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทย กับกลุ่มประเทศอาเซียนและจีนในช่วงปี 2550 – 2555 (ตารางที่ 4.2) พบว่าในปี 2555 ประเทศไทยนำเข้าผลไม้จากประเทศจีนเป็นอันดับที่ 1 โดยมีปริมาณการนำเข้าเท่ากับ 383.01 พันตัน และมีมูลค่าการนำเข้า 11,377.60 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2554 จะพบว่ามีมูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 35.84 และในขณะเดียวกันมีปริมาณนำเข้าเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 31.37 รองลงมา ได้แก่ ประเทศเวียดนาม ในปี 2555 มีมูลค่าการนำเข้าเท่ากับ 1,509.97 ล้านบาท มีปริมาณการนำเข้าเท่ากับ 24.37 พันตัน และเมื่อเทียบกับปี 2554 จะพบว่ามีมูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.71 และมีปริมาณการนำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.5 สำหรับทั้งประเทศจีนและประเทศเวียดนามนั้น ไทยมีปริมาณและมูลค่าการนำเข้าจากทั้ง 2 ประเทศนี้สูงขึ้นทุกปีอย่างต่อเนื่อง ทางด้านการนำเข้าผลไม้ของประเทศอินโดนีเซียและสปป.ลาวจากประเทศไทยนั้นมีแนวโน้มในระดับที่ดี ส่วนสหภาพเมียนมาร์นั้นมียอดการนำเข้าผลไม้จากประเทศไทยที่ลดลงเมื่อเทียบกับในอดีตที่ผ่านมา

ตารางที่ 4.2 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทย กับกลุ่มประเทศอาเซียนและจีน ปี 2550 – 2555 (ปริมาณ : พันตัน, มูลค่า : ล้านบาท)

ประเทศ		2550	2551	2552	2553	2554	2555
จีน	ปริมาณ	166.04	189.11	254.46	248.06	291.53	383.01
	มูลค่า	4,089.22	4,795.90	5,862.51	6,471.49	8,375.57	11,377.60
เวียดนาม	ปริมาณ	16.42	17.54	13.16	18.97	22.26	24.37
	มูลค่า	454.76	613.11	507.26	937.94	1,261.29	1,509.97
อินโดนีเซีย	ปริมาณ	0.07	0.90	0.37	3.09	113.81	28.51
	มูลค่า	14.65	41.34	9.74	15.63	1,135.00	271.31
สปป.ลาว	ปริมาณ	8.62	24.26	12.29	17.03	13.59	20.16
	มูลค่า	34.80	114.36	56.90	86.94	86.73	240.94
สหภาพเมียนมาร์	ปริมาณ	2.18	4.10	4.67	3.86	3.32	2.75
	มูลค่า	54.15	235.68	63.85	59.50	45.79	95.53
ฟิลิปปินส์	ปริมาณ	0.44	0.38	0.64	0.81	0.82	0.55
	มูลค่า	56.03	49.69	20.51	27.10	55.92	41.40
มาเลเซีย	ปริมาณ	0.75	0.32	0.22	0.07	0.54	0.52
	มูลค่า	22.21	15.36	8.80	4.23	35.44	30.65
กัมพูชา	ปริมาณ	0.04	0.40	0.34	0.50	1.46	3.78
	มูลค่า	0.15	1.30	1.18	23.95	13.05	11.30
สิงคโปร์	ปริมาณ	0.00	0.07	0.05	0.02	0.04	0.01
	มูลค่า	0.01	10.40	0.92	1.36	0.82	1.19

คำนวณจากฐานสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐฯ โดย 1 ดอลลาร์ = 31 บาท (ค่าเฉลี่ยปี 2555)
ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก Global Trade Atlas – กรมศุลกากร, 2556

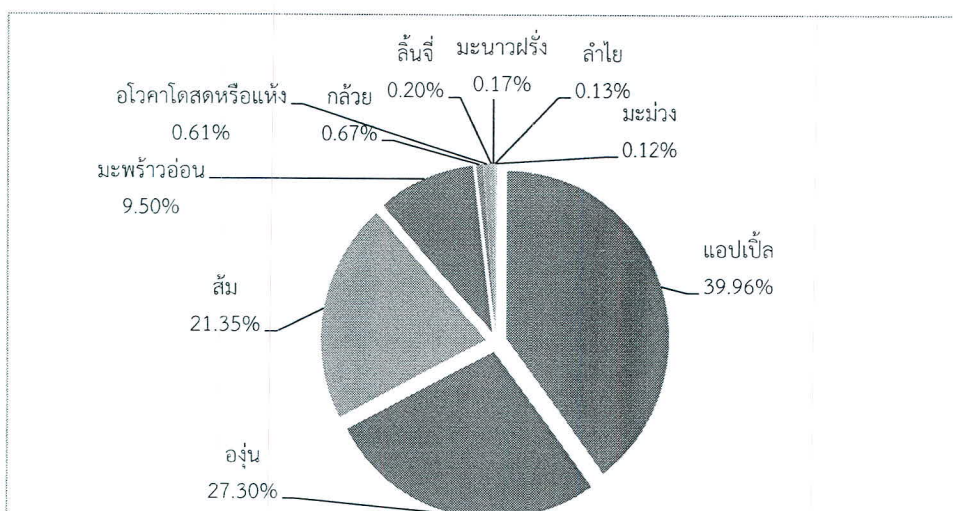
ถ้าหากพิจารณาถึงแนวโน้มการนำเข้า เพื่อให้ภาพที่ชัดเจนยิ่งขึ้น พบว่าการนำเข้าผลไม้สดและทำให้แห้งรหัสศุลกากร 08 ของประเทศไทยมีมูลค่านำเข้าจากประเทศจีนเพิ่มมากขึ้นทุกปี โดยในปี 2550 ประเทศไทยมีการนำเข้าทั้งสิ้น 4,089.22 ล้านบาท แต่ในปี 2555 นั้น มีมูลค่าถึง 11,377.60 ล้านบาท เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 178.23 เช่นเดียวกับการนำเข้าผลไม้สดและทำให้แห้ง รหัสศุลกากร 08 จากเวียดนามที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกปี โดยในปี 2550 ประเทศไทยมีมูลค่าการนำเข้าจากเวียดนาม 454.76 ล้านบาท ในปี 2555 มีมูลค่า 1,509.97 ล้านบาท ซึ่งอัตราที่เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 232.04 ส่วนประเทศอินโดนีเซีย สหภาพเมียนมาร์ และ สปป.ลาวนั้นไทยมีมูลค่าการนำเข้าจากทั้ง 3 ประเทศไม่คงที่ เนื่องมาจากความต้องการ สภาพภูมิอากาศ จำนวนการผลิตและผลผลิตที่ไม่แน่นอนในทั้ง 3 ประเทศ ซึ่งแนวโน้มในการนำเข้านั้นจะมีความแปรผันมาก เช่น การนำเข้าจากอินโดนีเซียในปี 2553 มีการนำเข้า 15.63 ล้านบาท แต่ในปี 2554 มีมูลค่านำเข้าเพิ่มขึ้นสูงถึง 1,135 ล้านบาท และในปี 2555 กลับมีมูลค่าลดลงไป เหลือ 271.31 ล้านบาท ส่วนสหภาพเมียนมาร์และสปป.ลาวก็มีสภาพแนวโน้มที่ใกล้เคียงกัน โดยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ดังรูปที่ 4.2



คำนวณจากฐานสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐฯ โดย 1 ดอลลาร์ = 31 บาท (ค่าเฉลี่ยปี 2555)
ที่มา คำนวณโดย ผู้วิจัย โดยใช้อ้างอิงข้อมูลจาก Global Trade Atlas – กรมศุลกากร, 2556

รูปที่ 4.2 มูลค่าการนำเข้าผลไม้สดและทำให้แห้ง หมวด 08 ของไทยกับคู่ค้า 3 อันดับแรกในอาเซียน และ สหภาพเมียนมาร์ สปป.ลาว(มูลค่า : ล้านบาท)

สำหรับการนำเข้าผลไม้สดของประเทศไทยนั้น ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าผลไม้จากประเทศจีน เนื่องจากประเทศจีนมีสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมแก่การปลูกผลไม้ประเภทนี้และผลไม้จากประเทศจีนมีราคาถูก ทั้งนี้ผลไม้ที่มีมูลค่าการนำเข้ามากที่สุดจากประเทศจีน 3 อันดับแรก ได้แก่ แอปเปิ้ล คิดเป็นร้อยละ 39.96 รองลงมาคือ องุ่น คิดเป็นร้อยละ 27.30 และส้ม คิดเป็นร้อยละ 21.35 ของมูลค่าการนำเข้าผลไม้จากประเทศจีนใน 10 อันดับแรกของไทย ดังรูปที่ 4.3 (Global Trade Atlas, 2556)



คำนวณจากฐานสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐฯ โดย 1 ดอลลาร์ = 31 บาท (ค่าเฉลี่ยปี 2555)
ที่มา คำนวณโดย ผู้วิจัย โดยใช้อ้างอิงข้อมูลจาก Global Trade Atlas – กรมศุลกากร, 2556

รูปที่ 4.3 สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าผลไม้ของไทยจากประเทศจีน 10 อันดับแรก ในปี 2555

4.2 สถานการณ์การผลิตและการตลาดของผลไม้ไทยในปัจจุบัน

เนื่องด้วยประเทศไทยเป็นประเทศที่สภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมกับการปลูกผลไม้เขตร้อน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผลไม้เมืองร้อน ซึ่งได้ผลผลิตที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของสากล ปัจจุบันประเทศไทยถือเป็นประเทศผู้ส่งออกผลไม้รายใหญ่ที่มีศักยภาพหลายประเภท อาทิ ลำไย สับปะรด พุเรียน มังคุด มะม่วง และ มะขาม ไปยังหลายประเทศในโลก ซึ่งประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทยในการส่งออกผลไม้ ได้แก่ จีนฮ่องกง อินโดนีเซีย เป็นต้น (Global Trade Atlas, 2556)

ตารางที่ 4.3 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้สดที่มีศักยภาพของไทยในปี 2552-2555

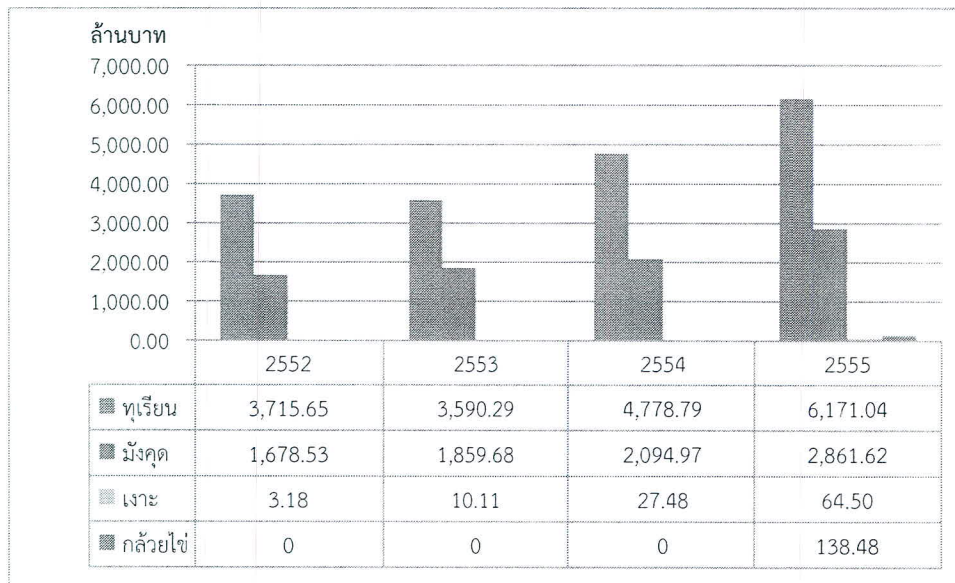
รายการสินค้า	2552		2553		2554		2555	
	ปริมาณ (พันตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (พันตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (พันตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (พันตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
ลำไย	239.83	3,296.96	216,394.86	3,441.05	382,013.06	6,309.56	455,663.39	8,428.68
พุเรียน	256.17	3,715.65	207,500.97	3,590.29	271,948.35	4,778.79	351,124.04	6,171.04
มังคุด	117.69	1,678.53	119,262.67	1,859.68	111,451.37	2,094.97	148,844.46	2,861.62
มะม่วง	23.84	31.32	22,369.08	87.28	37,500.74	13.78	44,449.73	36.81
ลิ้นจี่	16.81	18.37	6,495.64	105.35	3,749.77	67.06	11,641.95	27.20
เงาะ	5.35	3.18	7,822.30	10.11	12,026.66	27.48	11,241.82	64.50
มะขาม	3.54	8.92	2,738.76	3.47	1,383.13	46.38	4,575.27	158.77
ส้มโอ	11.15	5.10	12,149.13	26.76	13,303.09	40.44	13,367.73	36.18
ขนุน	8.62	4.19	12,283.29	3.89	16,548.23	7.10	18,200.86	121.05
แอปเปิ้ล	1.21	1.35	1,434.67	35.98	1,059.66	6.12	3,179.52	88.64
ฝรั่ง	2.00	8.58	2,426.04	6.04	3,043.21	8.46	2,896.46	49.63
สับปะรด	2.74	8.14	2,149.62	7.22	1,871.21	9.07	3,001.54	8.21
ลางสาด	0.01	0.01	163.06	2.20	308.93	3.79	485.15	2.93
องุ่น	0.18	3.00	177.16	4.02	79.06	2.23	159.53	7.45
มะเดื่อ	0.03	2.51	25.15	2.24	4.40	0.72	56.00	6.64
อินทผลัม	0.52	0.94	1,090.18	2.19	1,243.11	3.81	920.11	4.94
ส้ม	0.41	13.79	299.48	6.13	393.85	30.55	123.50	4.45
แตงโม	0.29	4.58	186.63	3.13	117.27	2.61	106.54	3.02
สตอเบอรี่	0.14	4.04	88.67	2.48	48.05	1.40	65.28	2.41

คำนวณจากฐานสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐฯ โดย 1 ดอลลาร์ = 31 บาท (ค่าเฉลี่ยปี 2555)
ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก Global Trade Atlas – กรมศุลกากร, 2556

ซึ่งถ้าหากพิจารณาตามตารางที่ 4.3 พบว่า ในปี 2555 ผลไม้ที่มีปริมาณการส่งออกมากที่สุดคือ ลำไย มีปริมาณการส่งออก 455,663.39 พันตัน คิดเป็นมูลค่าการส่งออกถึง 8,428.68 ล้านบาท ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มจากปี 2554 ที่มีปริมาณ 382,013.06 พันตัน คิดเป็นร้อยละ 33.58

ส่วนทุเรียน มีปริมาณการส่งออก 351,124.04 พันตัน และมีมูลค่าการส่งออก 6,171.04 ล้านบาท มีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปี 2554 ร้อยละ 29.13 นอกจากนี้ มังคุด มีปริมาณการส่งออก 148,844.46 พันตัน และมูลค่า 2,861.62 ล้านบาท คิดเป็นปริมาณที่เพิ่มขึ้นจากปี 2554 ร้อยละ 36.59 และด้านการส่งออกเงาะในปี 2555 มีมูลค่าเท่ากับ 64.50 ล้านบาท ปริมาณการส่งออกเท่ากับ 11,241.82 พันตัน

อย่างไรก็ตามด้านการส่งออกของกล้วยไข่ ไม่มีข้อมูลที่ชัดเจนตั้งแต่ปี 2552-2554 แต่ในปี 2555 มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 138.48 ล้านบาท ทั้งนี้เมื่อนำข้อมูลทั้งหมดมาปรับแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการส่งออกผลไม้ทั้ง 4 ชนิดตั้งแต่ปี 2552-2555 จะออกมาในรูปแบบของแผนภูมิดังนี้ (รูปที่ 4.4)



คำนวณจากฐานสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐฯ โดย 1 ดอลลาร์ = 31 บาท (ค่าเฉลี่ยปี 2555)
ที่มา คำนวณโดย ผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก Global Trade Atlas – กรมศุลกากร, 2556

รูปที่ 4.4 มูลค่าการส่งออก ทุเรียน เงาะ มังคุด และกล้วย ในปี 2552-2555 (มูลค่า : ล้านบาท)

ถึงแม้ประเทศไทยจะเป็นประเทศผู้ส่งออกผลไม้สดที่สำคัญของโลก แต่ยังคงมีการนำเข้าผลไม้หลายชนิดจากประเทศต่างๆ เช่นกัน ซึ่งเป็นการนำเข้าเพื่อบริโภคภายในประเทศและเพื่อส่งต่อไปยังตลาดต่างประเทศอีกด้วย ตลาดหลักในการนำเข้าผลไม้สู่ประเทศไทยในปัจจุบัน ได้แก่ ประเทศจีน สหรัฐอเมริกา เวียดนาม นิวซีแลนด์ เป็นต้น ผลไม้ส่วนใหญ่ที่นำเข้าจะเป็นผลไม้ที่ปลูกได้ไม่ดีในประเทศไทย เช่น ผลไม้เมืองหนาว สำหรับผลไม้สำคัญที่มีมูลค่าในการนำเข้าสูง ได้แก่ ส้มชนิดต่างๆ มีมูลค่าการนำเข้ามากถึง 3,468.57 ล้านบาท โดยมีปริมาณในการนำเข้า 129,821 ตัน ทั้งนี้แนวโน้มการนำเข้าส้มจากต่างประเทศมีทิศทางที่เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ยังมีผลไม้อื่นๆ เช่น องุ่น ส้มเขียวหวาน กีวี สตอเบอร์รี่ เชอร์รี่ พ룬 ฯลฯ ที่มีมูลค่านำเข้าจากต่างประเทศสูงเช่นกัน และยังมีโอกาสนำเข้าเพิ่มขึ้นในอนาคต

ตารางที่ 4.4 แสดงปริมาณมูลค่าการนำเข้าผลไม้สดที่มีศักยภาพ ของไทยในปี 2552-2555

รายการสินค้า	2552		2553		2554		2555	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
	(ตัน)	(ล้านบาท)	(ตัน)	(ล้านบาท)	(ตัน)	(ล้านบาท)	(ตัน)	(ล้านบาท)
ส้ม	30,805	619.76	27,671	700.61	71,274	1,876.99	129,821	3,468.57
องุ่น	42,607	1,771.38	41,508	1,646.47	57,898	2,205.28	80,646	3,257.17
ส้มเขียวหวาน	7,841	153.75	3,126	53.39	2,430	49.85	15,019	348.64
กีวีฟรุต	1,012	64.98	1,398	91.32	1,710	119.55	2,028	148.03
สตอเบอรี่	421	69.54	571	99.69	697	108.19	762	122.20
อโวคาโด	664	71.62	540	72.02	440	64.95	530	88.92
แดง อื่นๆ	3,022	66.47	3,029	91.24	2,925	72.72	2,277	60.28
เชอร์รี่	22	1.47	124	7.82	352	21.66	415	56.43
แคนตาลูป	404	8.15	1,073	18.67	1,118	25.38	1,655	41.41
พ룬	455	25.25	645	35.81	328	38.17	283	31.64
อินทผลัม	178	11.60	231	16.37	212	13.74	352	29.66
มะนาวฝรั่ง	212	3.12	427	11.68	512	17.68	710	25.41
มะเดื่อ	86	7.57	48	5.65	37	4.54	128	14.65
แครนเบอร์รี่	328	10.96	14	4.02	14	5.04	55	13.62
มะม่วง	235	3.34	64	7.93	1,285	21.06	3,599	11.25

คำนวณจากฐานสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐฯ โดย 1 ดอลลาร์ = 31 บาท (ค่าเฉลี่ยปี 2555)

ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก Global Trade Atlas – กรมศุลกากร, 2556

หากมองในภาพรวมในตลาดโลก ทิศทางการบริโภคสินค้าเกษตรจากประเทศไทยนั้นเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น ทั้งข้าว น้ำตาล น้ำมันพืช เนื้อสัตว์ ผลไม้ รวมถึงยางพารา ทั้งนี้ผลผลิตสินค้าเกษตรต่างๆก็มีทิศทางที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน ถ้าหากเทียบข้อมูลสถิติที่แสดงในด้านการนำเข้าและการส่งออกผลไม้ พบว่า การส่งออกผลไม้ของประเทศไทยมีมูลค่าและปริมาณที่ค่อนข้างสูง แต่มูลค่าและปริมาณการนำเข้าผลไม้จากประเทศอื่นๆยังคงต่ำ ซึ่งถือได้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านพื้นที่การผลิต ทำให้ไม่จำเป็นต้องนำเข้าผลไม้จากต่างประเทศในปริมาณที่มากจนเกินไป จึงเป็นโอกาสดีของเกษตรกรและผู้ประกอบการไทยที่จะขยายตลาดและสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้ให้ประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มการผลิตและการบริโภคสินค้าเกษตรและอาหารที่สำคัญจากประเทศไทยของโลก ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แนวโน้มการผลิตและการบริโภคสินค้าเกษตรและอาหารที่สำคัญจากประเทศไทยของโลกปี 2546-2557

รายการ	บริโภค(ต่อปี)	ผลผลิต	ประเทศนำเข้าเพิ่ม
ข้าว	เพิ่ม 1.0 %	จาก 408 เป็น 466 ล้านตัน เพิ่ม 1.3 % ต่อปี	แอฟริกา เอเชีย อเมริกากลาง แคริบเบียน
น้ำตาล	เพิ่ม 1.8 %	จาก 148 เป็น 178 ล้านตัน เพิ่ม 1.9 % ต่อปี	อินเดีย จีน ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย
น้ำมันพืช	เพิ่ม 2.8 %	จาก 86 เป็น 110 ล้านตัน เพิ่ม 2.7 % ต่อปี	เอเชีย
เนื้อสัตว์ปีก	เพิ่ม 2.17 %	จาก 73 เป็น 90 ล้านตัน เพิ่ม 2.2 % ต่อปี	ยุโรป ญี่ปุ่น
เนื้อโค	เพิ่ม 1.6 %	จาก 62 เป็น 73 ล้านตัน เพิ่ม 1.6 % ต่อปี	ญี่ปุ่น เกาหลี ไต้หวัน อินโดนีเซีย
ผลไม้และผัก	เพิ่มขึ้น	เพิ่มขึ้น	เอเชีย ยุโรป
ยางพารา	เพิ่มขึ้น	เพิ่มขึ้น	จีน ญี่ปุ่น ยุโรป

ที่มา สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555

แนวโน้มการค้าของผลไม้สดและผักสดของไทย โดยเฉพาะผลไม้สดนั้นมีแนวโน้มการค้าที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งถือว่าเป็นผลดีของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันอุตสาหกรรมผลไม้สดของไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันทางการค้ากับประเทศผู้ส่งออกผลไม้ในเวทีระดับโลก ซึ่งเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการก้าวเข้าสู่การเป็นประเทศสมาชิกที่มีระบบการเปิดเสรีทางการค้าของไทยในอนาคตอันใกล้

จากข้อมูลแสดงพื้นที่การผลิตและมูลค่าผลไม้เมืองร้อนของโลก พบว่าปัจจุบันประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ของโลก โดยในปี 2555 ประเทศไทยมีพื้นที่เพาะปลูกมากเป็นอันดับที่ 5 และมีมูลค่าผลผลิตสูงเป็นอันดับที่ 6 ของโลก (รูปที่ 4.5) และ เป็นผู้ส่งออกรายใหญ่เป็นอันดับที่ 2 ของโลก รองจากประเทศจีน ดังรูปที่ 4.6

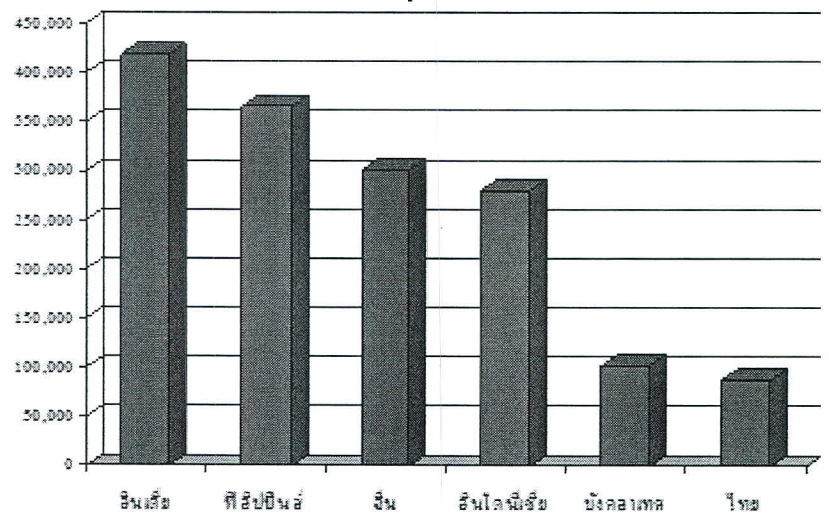
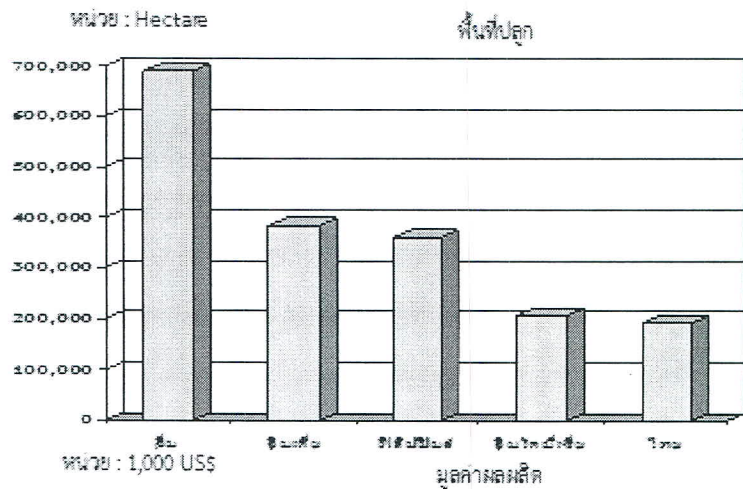
การผลิตผลไม้เมืองร้อนของโลก (Tropical Fruit)

• พื้นที่ปลูกรายใหญ่ของโลก

1. จีน
2. อินเดีย
3. สเปน
4. อินโดนีเซีย
5. ไทย

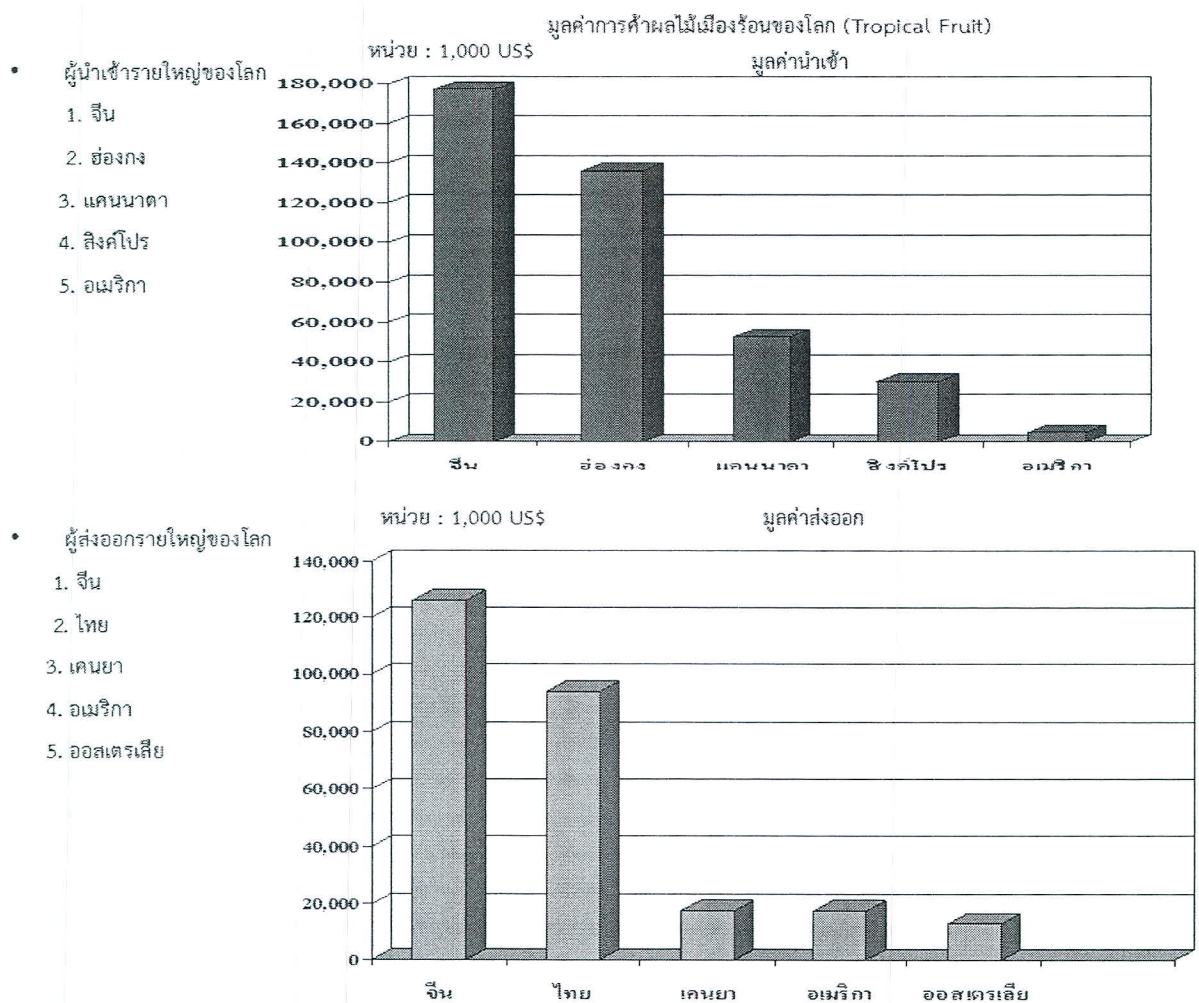
• มูลค่าผลผลิตรายใหญ่ของโลก

1. อินเดีย
2. สเปน
3. จีน
4. อินโดนีเซีย
5. บังกลาเทศ
6. ไทย



ที่มา สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร, 2555

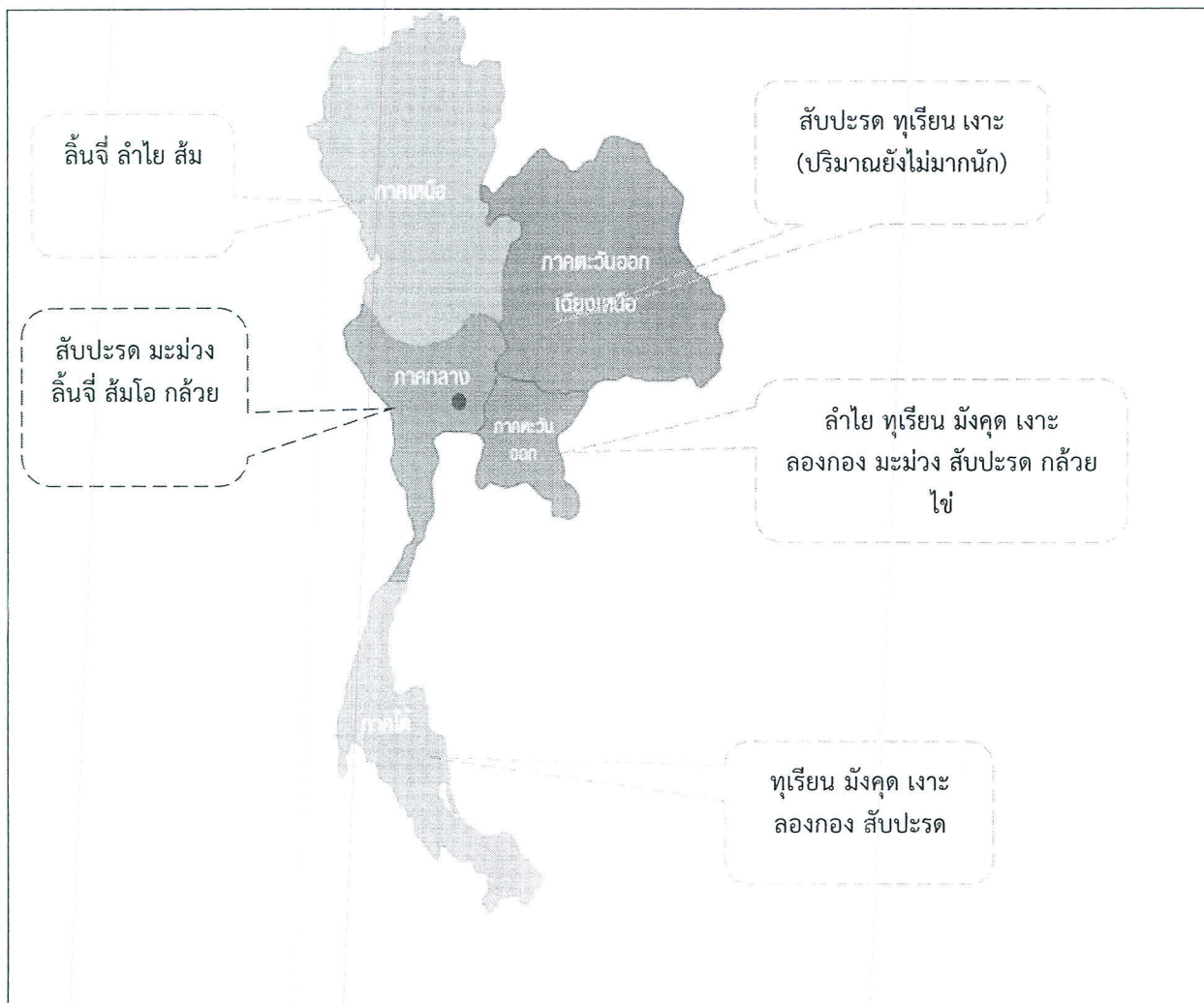
รูปที่ 4.5 พื้นที่เพาะปลูกและมูลค่าการผลิตผลไม้เมืองร้อนของโลก



ที่มา สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร, 2555

รูปที่ 4.6 มูลค่าการค้าผลไม้เมืองร้อนของโลก

จากสถิติข้างต้นพบว่า แม้พื้นที่การผลิตในประเทศไทยจะอยู่ในอันดับ 5 ของโลก แต่ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกเป็นอันดับ 2 ของโลก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการเพาะการปลูกผลไม้เมืองร้อนของไทย ดังรูปที่ 4.7 ที่แสดงพื้นที่การปลูกผลไม้เมืองร้อนที่สำคัญของประเทศไทย โดยจะแบ่งตามภูมิภาคของไทยไว้อย่างชัดเจน ได้แก่ ภาคเหนือเป็นแหล่งผลิตที่สำคัญของ ลิ้นจี่ ส้ม และลำไย ภาคกลางเป็นแหล่งผลิตที่สำคัญของสับปะรด มะม่วง และ ลิ้นจี่ ด้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีพื้นที่การผลิต สับปะรด ทุเรียน เงาะ และภาคตะวันออกจะเป็นแหล่งผลิตที่สำคัญของ ลำไย ทุเรียน มังคุด เงาะ ลองกอง มะม่วง สับปะรด และภาคใต้เป็นแหล่งปลูก ทุเรียน มังคุด และเงาะ (สำนักงานการเศรษฐกิจการเกษตร, 2555)



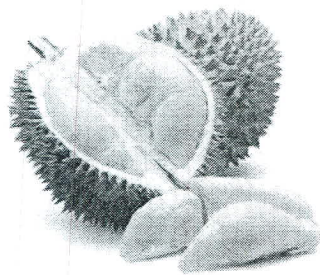
ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานการเศรษฐกิจการเกษตร, 2555

รูปที่ 4.7 แหล่งผลิตผลไม้เศรษฐกิจที่สำคัญของไทย

หากพิจารณาตามรูปที่ 4.7 จะพบว่าแหล่งเพาะปลูกผลไม้เมืองร้อนของประเทศไทยนั้นกระจายไปทั่วทั้งประเทศ โดยเฉพาะภาคตะวันออก ที่นับว่าเป็นแหล่งผลไม้เมืองร้อนที่มีการปลูกผลไม้ที่หลากหลายชนิด ซึ่งการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้คัดเลือกผลไม้การศึกษา 4 ชนิด โดยใช้หลักเกณฑ์ผลไม้ที่เป็นผลไม้เศรษฐกิจตามที่กล่าวไว้ข้างต้น ได้แก่ ทุเรียน มังคุด เงาะ และ กล้วยไข่ ซึ่งในส่วนถัดไปจะอธิบายถึงสถานการณ์การผลิตและการตลาดผลไม้ที่สำคัญ โดยแบ่งออกเป็น 4 หัวข้อหลักดังนี้

- สถานการณ์การผลิตและการตลาดทุเรียนของไทย
- สถานการณ์การผลิตและการตลาดมังคุดของไทย
- สถานการณ์การผลิตและการตลาดเงาะของไทย
- สถานการณ์การผลิตและการตลาดกล้วยไข่ของไทย

4.2.1 สถานการณ์การผลิตและการตลาดทุเรียนของไทย



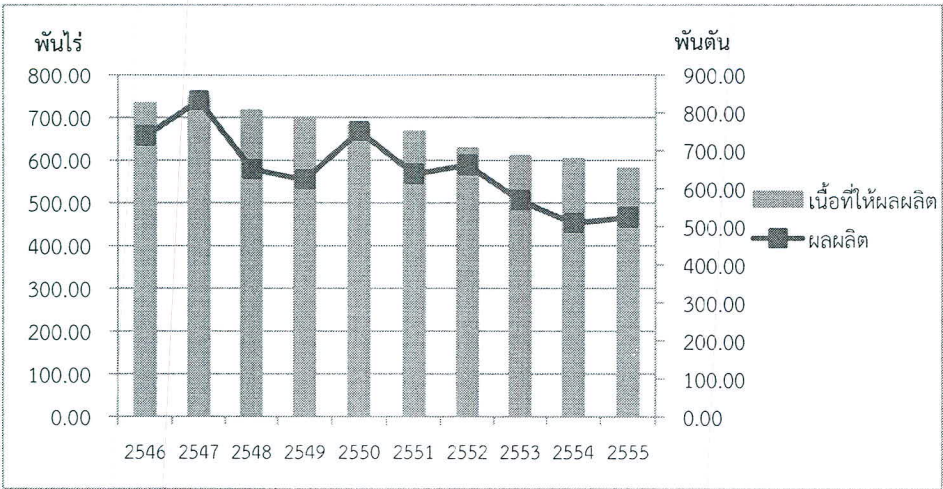
ทุเรียน เป็นไม้ผลยืนต้นขนาดใหญ่ เจริญเติบโตและให้ผลผลิตได้ดีในเขตที่มีสภาพอากาศร้อนชื้น โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะนิยมรับประทานพันธุ์ ชะนี หมอนทอง ก้านยาว และพันธุ์กระดุม มีรสชาติหวานกล่มกล่อม แต่มักกลิ่นที่แรง จึงถูกเรียกว่าเป็นราชาแห่งผลไม้ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2556)

จากการศึกษา พบว่าสถานการณ์การผลิตทุเรียนของประเทศไทยมีแนวโน้มลดลง โดยศึกษาจากข้อมูลการผลิตทุเรียนของประเทศไทย ในปี 2546 พบว่าเนื้อที่ให้ผลผลิต 733.69 พันไร่ โดยมีผลผลิตเท่ากับ 738.80 พันตัน ซึ่งมีผลผลิตต่อไร่เฉลี่ย 1,007 กิโลกรัม ในขณะที่ ปี 2555 สถานการณ์การผลิตของทุเรียนไทยได้ลดลง โดยมีเนื้อที่ให้ผลผลิตเท่ากับ 581.55 พันไร่ และมีผลผลิตเท่ากับ 523.66 พันตัน ซึ่งมีผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่เท่ากับ 900 กิโลกรัม ซึ่งเห็นได้ว่าในช่วงระยะเวลา 10 ปี ตั้งแต่ ปี 2546 – ปี 2555 สถานการณ์การผลิตทุเรียนของประเทศไทยได้มีแนวโน้มลดลง ดังตารางที่ 4.6 และรูปที่ 4.8

ตารางที่ 4.6 การผลิตทุเรียนของประเทศไทย เนื้อที่ให้ผลผลิต และ ผลผลิตต่อไร่ ปี พ.ศ. 2546 – 2555

	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554	2555
เนื้อที่ให้ผลผลิต (พันไร่)	733.69	748.82	716.81	700.36	683.04	667.44	628.24	611.21	603.34	581.55
ผลผลิต (พันตัน)	738.80	831.18	650.96	622.93	750.68	637.79	661.67	568.07	508.60	523.66
ผลผลิตต่อไร่ (กก.)	1,007	1,110	908	889	1,099	956	1,053	929	843	900

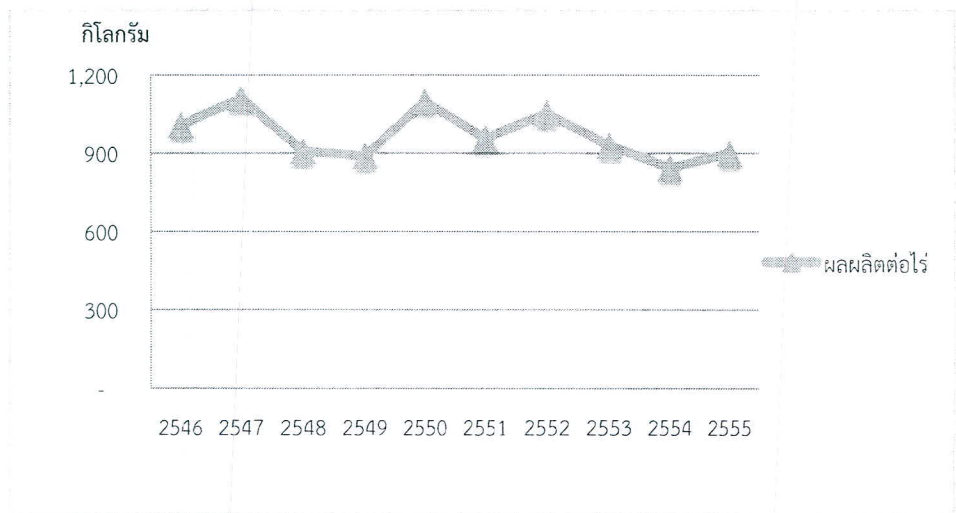
ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2556



ที่มา จำนวนโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555

รูปที่ 4.8 เนื้อที่ให้ผลผลิต (พันไร่) และผลผลิต (พันตัน) ของปี 2546 – 2555

โดยจำนวนของผลผลิตเฉลี่ยของทุเรียนต่อไร่ทั่วประเทศ ในปี 2555 ได้ผลผลิตเฉลี่ยรวมทั้งหมด 900 กิโลกรัมต่อไร่ เพิ่มขึ้นจากปี 2554 จำนวน 57 กิโลกรัมต่อไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 6.76 แต่มีแนวโน้มลดลงเมื่อเทียบกับปริมาณผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ในปี 2546-2552 (รูปที่ 4.9) (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555)



ที่มา: คำนวณโดยผู้วิจัย โดยใช้อ้างอิงข้อมูลจาก สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555

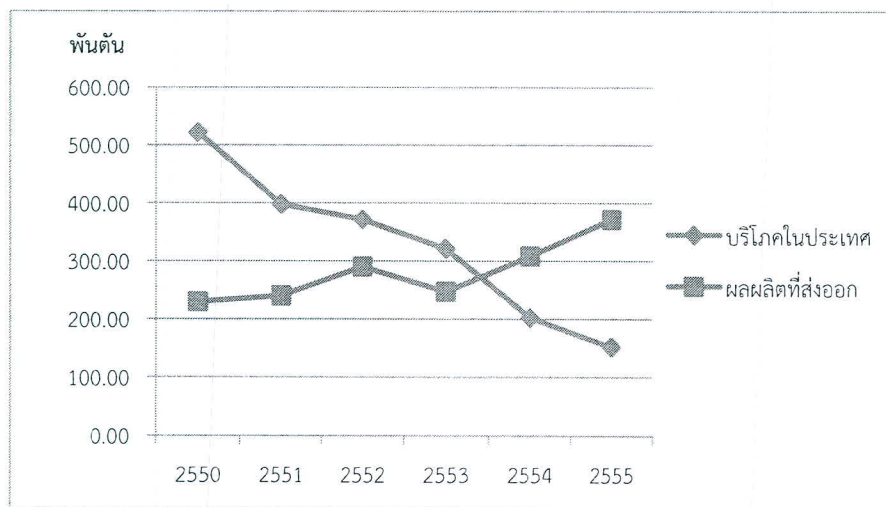
รูปที่ 4.9 แสดงผลผลิตทุเรียนต่อไร่ (กิโลกรัม) ปี 2546 – 2555

จากข้อมูลผลผลิตข้างต้นพบว่า ผลผลิตทุเรียนในประเทศตั้งแต่ปี 2550 มีแนวโน้มลดลงจาก 750.68 พันตัน เหลือเพียง 527.33 พันตัน ในปี 2555 ซึ่งผลผลิตสามารถจำแนกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ 1) ผลผลิตที่บริโภคภายในประเทศ และ 2) ผลผลิตเพื่อการส่งออก โดยผลผลิตที่บริโภคภายในประเทศมีอัตราการลดลงอย่างต่อเนื่อง จากปริมาณการบริโภคในประเทศ 521.21 พันตัน ในปี 2550 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 69.43 ของผลผลิตทั้งประเทศ ส่วนในปี 2553 ปริมาณการบริโภคทุเรียนในไทยลดลงเหลือ 320.94 พันตัน ส่งผลให้ในปี 2555 ที่ผ่านมามีการบริโภคทุเรียนภายในประเทศลดลงเหลือเพียง 151.69 พันตัน ในทางตรงกันข้ามผลผลิตที่ส่งออกมีปริมาณที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากผลผลิตที่ส่งออกไปยังต่างประเทศในปี 2550 มีปริมาณ 229.47 พันตัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.57 ของผลผลิตทั้งประเทศ ทั้งนี้ปริมาณการส่งออกทุเรียนได้มีอัตราการเพิ่มขึ้นเป็น 247.13 พันตัน ในปี 2553 และในปี 2555 ที่ผ่านมามีปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้นเป็น 371.97 พันตัน โดยมีสัดส่วนการส่งออกจากผลผลิตทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 70.54 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2556) ดังตารางที่ 4.7 และรูปที่ 4.10

ตารางที่ 4.7 ปริมาณผลผลิตทุเรียนทั้งประเทศ ปริมาณการบริโภคทุเรียนในประเทศและปริมาณการส่งออกทุเรียน (ปริมาณ: พันตัน)

ปริมาณ/ปี	2550	2551	2552	2553	2554	2555
ผลผลิตทั้งประเทศ	750.68	637.79	661.67	568.07	509.38	527.33
บริโภคในประเทศ	521.21	397.53	371.47	320.94	202.20	151.69
	(69.43%)	(62.33%)	(56.14%)	(56.50%)	(39.70%)	(28.77%)
ผลผลิตที่ส่งออก	229.47	240.27	290.20	247.13	307.92	371.97
	(30.57%)	(37.67%)	(43.86%)	(43.50%)	(60.45%)	(70.54%)

ที่มา: รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยใช้อ้างอิงข้อมูลจาก สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555



ที่มา คำนวณโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2556

รูปที่ 4.10 ปริมาณทุเรียนที่ใช้ในประเทศและส่งออกต่างประเทศ

ทั้งนี้หากพิจารณาถึงตลาดต่างประเทศของทุเรียนไทย พบว่า จากปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนของไทยกับ 20 ประเทศคู่ค้าสำคัญในปี 2555 จะเห็นได้ว่า ปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนไทยไปยังตลาดต่างประเทศที่มีมูลค่าสูงสุด ได้แก่ ประเทศจีน มีปริมาณการส่งออกเท่ากับ 204,585.59 ตัน คิดเป็นมูลค่า 3,929.13 ล้านบาท อันดับที่ 2 คือ ประเทศฮ่องกง โดยมีปริมาณการส่งออกเท่ากับ 111,047.66 ตัน มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 1,519 ล้านบาท และประเทศอินโดนีเซีย โดยมีปริมาณการส่งออกทุเรียนเท่ากับ 18,082.79 ตัน มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 421.62 ล้านบาท สำหรับการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดสหภาพเมียนมาร์และสปป.ลาวนั้น อยู่ในอันดับที่ 10 และ 11 ตามลำดับ โดยมีมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดสหภาพเมียนมาร์ 4.17 ล้านบาท และสปป.ลาว 4.45 ล้านบาท ตามตารางที่ 4.8 และ 4.9

ตารางที่ 4.8 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนของไทยกับ 20 ประเทศคู่ค้าสำคัญ ปี 2555

ลำดับ	ประเทศ	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
1	จีน	204,585.59	3,929.13
2	ฮ่องกง	111,047.66	1,519.00
3	อินโดนีเซีย	18,082.79	421.62
4	ไต้หวัน	15,289.79	227.00
5	ญี่ปุ่น	388.60	15.98
6	สหรัฐอเมริกา	316.86	11.85
7	เวียดนาม	295.17	7.32
8	เกาหลีใต้	255.00	4.96
9	ฝรั่งเศส	247.60	4.46
10	สปป.ลาว	126.16	4.45
11	สหภาพเมียนมาร์	98.47	4.17
12	มาเลเซีย	92.67	3.43
13	บรูไน	79.74	3.30

ลำดับ	ประเทศ	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
14	กัมพูชา	69.64	3.28
15	นิวซีแลนด์	60.68	2.85
16	แคนาดา	28.37	2.65
17	ออสเตรเลีย	20.89	1.38
18	นอร์เวย์	10.91	0.83
19	ซาอุดีอาระเบีย	10.31	0.83
20	สหรัฐอเมริกา	7.13	0.73
รวม		351,114	6,169

คำนวณจากฐานสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐฯ โดย 1 ดอลลาร์ = 31 บาท (ค่าเฉลี่ยปี 2555)

ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก Global Trade Atlas – กรมศุลกากร, 2556

ตารางที่ 4.9 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนของไทย กับกลุ่มประเทศอาเซียนและจีน ปี 2550 – 2555

ลำดับ	ประเทศคู่ค้า		2550	2551	2552	2553	2554	2555
1	จีน	ปริมาณ (ตัน)	75,182.41	93,888.86	123,891.63	124,784.24	142,617.52	204,585.59
		มูลค่า (ล้านบาท)	1,295.85	1,472.53	1,842.95	2,166.09	2,561.79	3,929.13
2	อินโดนีเซีย	ปริมาณ (ตัน)	20,911.60	24,071.04	27,819.83	21,897.29	26,305.38	18,082.79
		มูลค่า (ล้านบาท)	367.86	426.72	530.97	457.25	640.38	421.62
3	เวียดนาม	ปริมาณ (ตัน)	64.50	118.34	65.87	98.26	147.89	388.60
		มูลค่า (ล้านบาท)	0.66	1.05	0.70	1.50	2.02	7.32
4	สหภาพ เมียนมาร์	ปริมาณ (ตัน)	110.43	365.02	612.65	287.89	184.81	295.17
		มูลค่า (ล้านบาท)	1.09	3.20	10.13	11.97	5.43	4.17
5	สปป.ลาว	ปริมาณ (ตัน)	140.61	99.94	86.01	657.44	2,724.62	247.60
		มูลค่า (ล้านบาท)	1.36	1.80	1.25	7.47	30.34	4.45
6	มาเลเซีย	ปริมาณ (ตัน)	34.56	17.36	0.00	74.87	44.50	98.47
		มูลค่า (ล้านบาท)	0.80	0.59	0.00	1.28	1.61	3.43
7	บรูไน	ปริมาณ (ตัน)	160.32	474.20	471.65	363.06	166.95	79.74
		มูลค่า (ล้านบาท)	3.99	20.97	20.67	14.97	7.76	3.30
8	กัมพูชา	ปริมาณ (ตัน)	0.00	314.00	34.08	0.00	42.82	255.00
		มูลค่า (ล้านบาท)	0.00	3.98	0.32	0.00	0.62	3.28
9	สิงคโปร์	ปริมาณ (ตัน)	117.56	88.20	57.88	34.56	56.42	0.49
		มูลค่า (ล้านบาท)	2.56	2.31	0.99	1.11	2.06	0.01
10	ฟิลิปปินส์	ปริมาณ (ตัน)	0.00	0.14	0.00	0.00	0.00	0.00
		มูลค่า (ล้านบาท)	0.00	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00

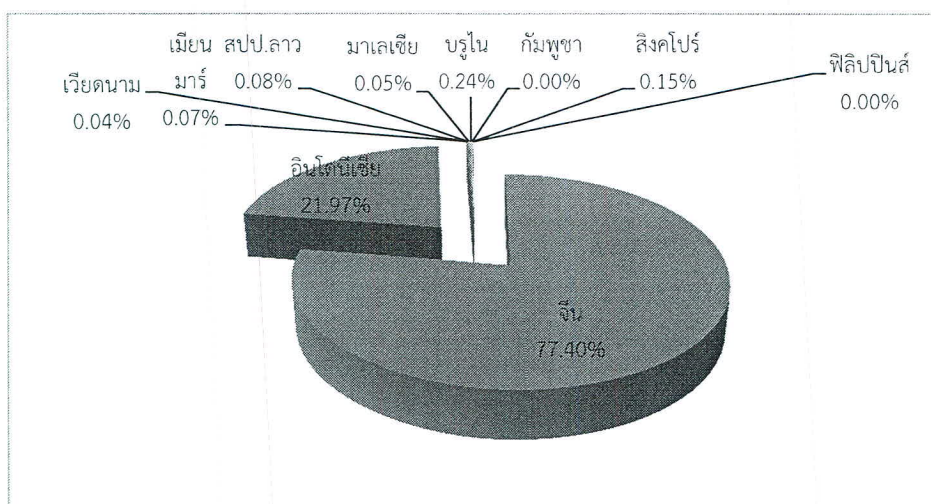
คำนวณจากฐานสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐฯ โดย 1 ดอลลาร์ = 31 บาท (ค่าเฉลี่ยปี 2555)

ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก Global Trade Atlas – กรมศุลกากร, 2556

โดยหากพิจารณาจากสถิติการส่งออกของปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนของไทย กับกลุ่มประเทศอาเซียนและจีน ตั้งแต่ ปี 2550 – 2555 พบว่าประเทศไทยส่งออกผลไม้ไปยังประเทศจีนเป็นอันดับ 1 โดยในปี 2555 มีปริมาณการส่งออก

เท่ากับ 204,585.59 ตัน คิดเป็นมูลค่าการส่งออกทั้งหมด 3,929.13 ล้านบาท อันดับที่ 2 ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย โดยในปี 2555 มีปริมาณการส่งออกเท่ากับ 18,082.79 ตัน มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 421.62 ล้านบาท และประเทศเวียดนาม มีปริมาณการส่งออกทุเรียนเท่ากับ 388.60 ตัน มีมูลค่าการส่งออกทั้งหมด 7.32 ล้านบาท (ตารางที่ 4.9)

สำหรับการส่งออกทุเรียนไปยังสหภาพเมียนมาร์ ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 4 โดยในปี 2555 จะเห็นว่ามีปริมาณการส่งออกเท่ากับ 295.17 ตัน มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 4.17 ล้านบาท และไทยส่งออกทุเรียนไปยังสปป.ลาว ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 5 โดยในปี 2555 พบว่ามีปริมาณการส่งออกไม่ถึง 247.60 ตัน เป็นมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 4.45 ล้านบาท ซึ่งถ้าหากคิดเป็นสัดส่วน (ร้อยละ) ของการส่งออกพบว่า สัดส่วนของการส่งออกทุเรียนไทยไปยังประเทศต่างๆ ในอาเซียน ในปี 2555 ไทยส่งออกไปที่ประเทศจีนสูงที่สุดร้อยละ 77.40 รองลงมาคือ ประเทศอินโดนีเซีย มีสัดส่วนปริมาณการส่งออกร้อยละ 21.97 ส่วนสปป.ลาวและสหภาพเมียนมาร์ มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 0.08 และ 0.07 ตามลำดับ (รูปที่ 4.11)



คำนวณจากฐานสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐฯ โดย 1 ดอลลาร์ = 31 บาท (ค่าเฉลี่ยปี 2555)
ที่มา คำนวณโดย ผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก Global Trade Atlas – กรมศุลกากร, 2556

รูปที่ 4.11 สัดส่วนมูลค่าส่งออกตามประเทศคู่ค้าทุเรียนของไทยในกลุ่มประเทศอาเซียนและประเทศจีน ปี 2555

ซึ่งถ้าหากนำมูลค่าการค้าทุเรียนข้างต้น มาคำนวณเพื่อศึกษาสัดส่วนทางการตลาดทุเรียนและมูลค่าการค้าระหว่างประเทศในปี 2555 ของการส่งออกสู่ตลาดโลกพบว่า ไทยส่งออกทุเรียนไปในตลาด ASEAN เพียงร้อยละ 7.25 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ซึ่งประเทศอินโดนีเซียเป็นประเทศที่ไทยมีมูลค่าส่งออกทุเรียนเป็นอันดับหนึ่งในอาเซียน โดยมีมูลค่าการส่งออกมากถึง 421.62 ล้านบาท รองลงมาเป็น เวียดนาม สปป.ลาว สหภาพเมียนมาร์ มาเลเซีย บรูไน และสิงคโปร์ ตามลำดับ จากการศึกษาพบว่า ตลาดทุเรียนในสหภาพเมียนมาร์และสปป.ลาวยังมีสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับมูลค่าทั้งหมดที่ไทยส่งออกในตลาด ASEAN แต่จากแนวโน้มการส่งออกพบว่า ตลาดทุเรียนในสหภาพเมียนมาร์และสปป.ลาวมีแนวโน้มที่ดีและมีศักยภาพสูง ซึ่งถือเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการไทย ถึงแม้ทั้งสองประเทศนั้นจะพยายามพัฒนาการเพาะปลูกทุเรียนของตนเองเพื่อลดการนำเข้าจากไทยก็ตาม แต่ก็ยังได้คุณภาพไม่ดีเท่ากับทุเรียนที่นำเข้าจากประเทศไทย (ตารางที่ 4.10 และ ตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.10 ตลาดทุเรียนและมูลค่าการค้าระหว่างประเทศของไทย ปี 2555

ทุเรียน ประเทศไทย	ส่งออก	มูลค่า (ล้านบาท)	หมายเหตุ(สัดส่วน%)
	ตลาด ASEAN (เรียงลำดับตามมูลค่าการส่งออก)		
	1. อินโดนีเซีย (94.20%)	421.62	7.25%
	2. เวียดนาม (1.62%)	7.32	
	3. สปป.ลาว (0.99%)	4.45	
	4. สหภาพเมียนมาร์ (0.93%)	4.17	
	5. มาเลเซีย (0.77%)	3.43	
	6. บรูไน (0.74%)	3.30	
	7. กัมพูชา (0.74%)	3.28	
	8. สิงคโปร์ (0.01%)	0.01	
	ตลาดจีน	3,929.13	63.67%
	ตลาดนอก ASEAN สหรัฐอเมริกา, ญี่ปุ่น, เกาหลีใต้, แคนาดา, ราชอาณาจักรไทย, ฝรั่งเศส, สิงคโปร์, นิวซีแลนด์, บาห์เรน, เยอรมนี, คูเวต, อินโดนีเซีย, อินเดีย, กาตาร์, นอร์เวย์, รัสเซีย, เนปาล, สวิตเซอร์แลนด์, เดนมาร์ก, แคนาดา, เนเธอร์แลนด์, มัลดีฟส์, ศรีลังกา, สหราชอาณาจักร, โอมาน, สวีเดน, จอร์แดน, ไต้หวัน, เรอูนียง, เลบานอน, บังกลาเทศ, อียิปต์	1,519	29.08%

คำนวณจากฐานสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐ โดย 1 ดอลลาร์ = 31 บาท (ค่าเฉลี่ยปี 2555)

ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยข้อมูลจาก Global Trade Atlas – กรมศุลกากร, 2556

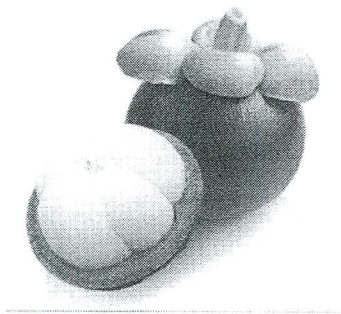
ตารางที่ 4.11 ตลาดส่งออกทุเรียนของไทยกับกลุ่มประเทศ ASEAN

ประเทศ	มูลค่า: ล้านบาท			
	2552	2553	2554	2555
1. อินโดนีเซีย	530.97	457.25	640.38	421.62
2. เวียดนาม	0.70	1.50	2.02	7.32
3. สปป.ลาว	1.25	7.47	30.34	4.45
4. สหภาพเมียนมาร์	10.13	11.97	5.43	4.17
5. มาเลเซีย	0.00	1.28	1.61	3.43
6. บรูไน	20.67	14.97	7.76	3.30
7. กัมพูชา	0.32	0.00	0.62	3.28
8. สิงคโปร์	0.99	1.11	2.06	0.01
9. ฟิลิปปินส์	0.00	0.00	0.00	0.00

คำนวณจากฐานสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐ โดย 1 ดอลลาร์ = 31 บาท (ค่าเฉลี่ยปี 2555)

ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยข้อมูลจาก Global Trade Atlas – กรมศุลกากร, 2556

4.2.2 สถานการณ์การผลิตและการตลาดมังคุดของไทย



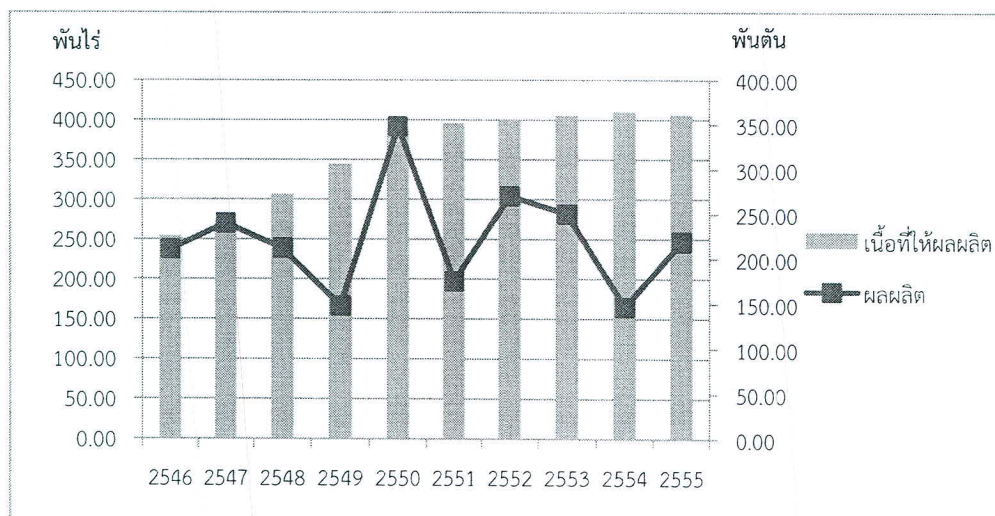
มังคุดเป็นไม้ยืนต้นขนาดใหญ่ เจริญเติบโตได้ดีในสภาพภูมิอากาศร้อนชื้น ซึ่งจะให้ผลผลิตประมาณปีที่ 7 หลังการปลูก แต่จะให้ผลผลิตช่วงแรกต่ำ ช่วงที่ให้ผลผลิตดีจะต้องมีอายุประมาณ 13 ปีขึ้นไป โดยปกติแล้วมังคุดไทยที่นิยมรับประทานนั้นจะมีอยู่พันธุ์เดียวเท่านั้น มีรสชาติหวานอมเปรี้ยว (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2556)

การศึกษาถึงสถานการณ์การผลิตมังคุดของไทย ในช่วงระยะเวลา 10 ปี ตั้งแต่ ปี 2546 – 2555 พบว่า การผลิตมังคุดของประเทศไทยในปี 2546 มีพื้นที่ให้ผลผลิต จำนวนทั้งหมด 254.53 พันไร่ มีผลผลิต จำนวน 210.99 พันตัน และผลผลิตต่อไร่ เท่ากับ 829 กิโลกรัมต่อไร่ ในขณะที่ ปี 2555 พื้นที่ให้ผลผลิต มีจำนวนทั้งหมด 406.53 พันไร่ โดย เพิ่มขึ้นจากปี 2546 จำนวน 152 ไร่ ขณะที่ผลผลิตของปี 2555 มีจำนวน 219.07 พันตัน เพิ่มขึ้นจาก ปี 2546 จำนวน 8.08 พันตัน ในส่วนของผลผลิตต่อไร่ ในปี 2555 เท่ากับ 539 กิโลกรัม ซึ่งลดลงจากปี 2546 จำนวน 290 กิโลกรัมต่อไร่ แต่หากทำการเปรียบเทียบสถานการณ์มังคุดระหว่าง ปี 2554 – 2555 พบว่า พื้นที่ให้ผลผลิตจากปี 2554 ลดลง 3.74 พันไร่ ในขณะที่ผลผลิตมังคุดได้ปรับตัวเพิ่มขึ้น จากปี 2554 จำนวนทั้งหมด 72.75 พันตัน รวมถึงจำนวนผลผลิตต่อไร่ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2554 จำนวน 182 กิโลกรัมต่อไร่ รายละเอียดดังตารางที่ 4.12 และรูปที่ 4.12 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555)

ตารางที่ 4.12 การผลิตมังคุดของประเทศไทย เนื้อที่ให้ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ปี พ.ศ. 2546 – 2555

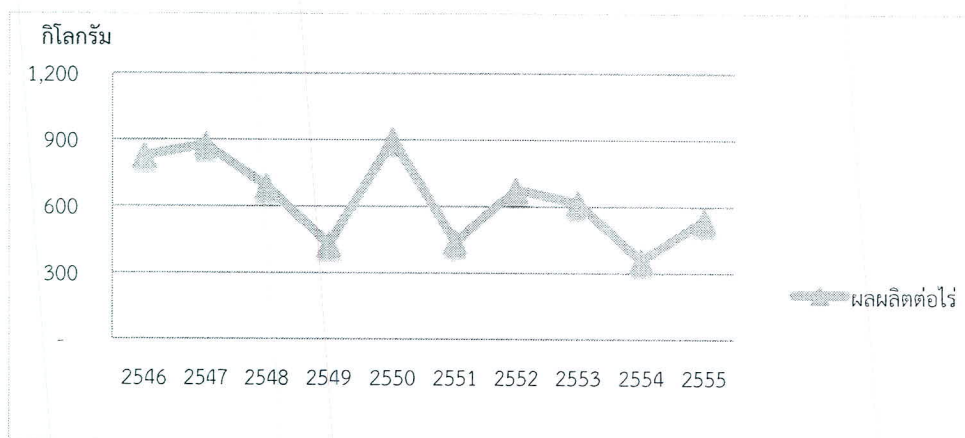
ปี	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554	2555
เนื้อที่ให้ผลผลิต (พันไร่)	254.53	273.73	306.73	344.64	387.29	396.33	399.44	405.62	410.27	406.53
ผลผลิต (พันตัน)	210.99	240.25	212.13	147.71	348.18	175.25	270.55	250.51	146.32	219.07
ผลผลิตต่อไร่ (กก.)	829	878	692	429	899	442	677	618	357	539

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555



ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555

รูปที่ 4.12 เนื้อที่ให้ผลผลิต (ไร่) และผลผลิต (ตัน) ของปี 2546 – 2555



ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555

รูปที่ 4.13 ผลผลิตมังคุดต่อไร่ (กิโลกรัม) ปี 2546 – 2555

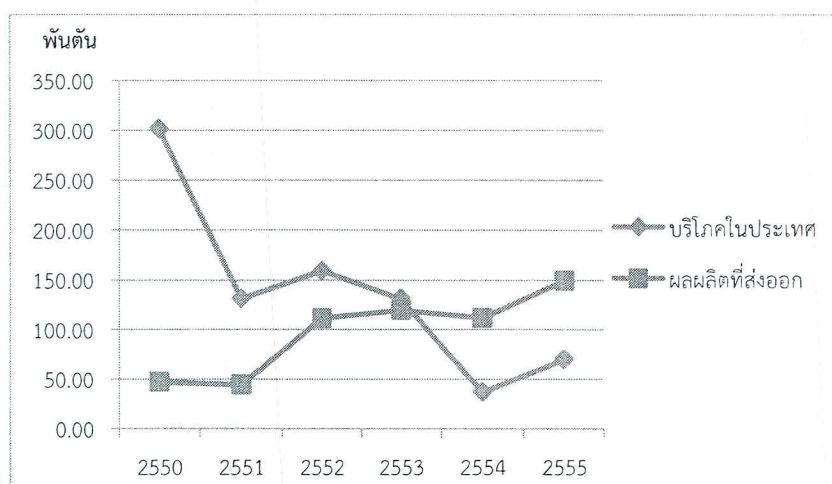
จากรูปที่ 4.13 แสดงถึงข้อมูลจำนวนผลผลิตมังคุดต่อไร่ของประเทศไทยในปี 2555 ซึ่งได้ผลผลิตเฉลี่ย 539 กิโลกรัม ต่อไร่ เพิ่มขึ้นจากปี 2554 จำนวน 182 กิโลกรัม หรือคิดเป็นร้อยละ 50.98 แต่เมื่อเปรียบเทียบกับผลผลิตต่อไร่ในปีที่ผ่านมา นั้น ผลผลิตต่อไร่มีแนวโน้มลดลงจากเดิม

มังคุดมีปริมาณผลผลิตที่ผันผวนและมีแนวโน้มที่ลดลงตั้งแต่ปี 2550 ที่มีผลผลิตอยู่ที่ปริมาณ 348.18 พันไร่ ทั้งนี้ หากจำแนกตามช่องทางการจำหน่ายจะพบว่า ผลผลิตที่ใช้ในประเทศ 301.01 พันตัน คิดเป็นร้อยละ 86.45 และส่งออกสู่ ตลาดต่างประเทศ 47.17 พันตัน คิดเป็นร้อยละ 13.55 สำหรับการบริโภคมังคุดในประเทศไทยนั้น พบว่า สัดส่วนการบริโภค ภายในประเทศมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องจากปี 2550 ที่มีการบริโภค ถึง 301.01 พันตัน มีสัดส่วนถึงร้อยละ 86.45 ของ การผลิตทั้งหมด ปี 2553 การบริโภคมังคุดในประเทศไทยมีสัดส่วนที่ลดลงเหลือร้อยละ 52.27 และในปี 2555 นี้มีปริมาณที่ บริโภคในประเทศลดเหลือเพียง 69.67 พันตัน คิดเป็นร้อยละ 31.80 ของการผลิตทั้งหมด ซึ่งในทางตรงกันข้ามผลผลิตที่ไทย ส่งออกเพิ่มขึ้นจากปี 2550 ที่มีปริมาณ 47.17 พันตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 13.55 และปี 2553 มีปริมาณเพิ่มขึ้นเป็น 119.57 พันตัน คิดเป็นร้อยละ 47.73 จากนั้นในปี 2555 มีปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นเป็น 149.40 พันตัน เป็นสัดส่วนจากผลผลิตทั้ง ประเทศคิดเป็นร้อยละ 68.20 (ตารางที่ 4.13 และรูปที่ 4.14)

ตารางที่ 4.13 ปริมาณผลผลิตมังคุดทั้งประเทศ ปริมาณการบริโภคมังคุดในประเทศและปริมาณการส่งออกมังคุด (หน่วย: พันตัน)

ปริมาณ/ปี	2550	2551	2552	2553	2554	2555
ผลผลิตทั้งประเทศ	348.18	175.27	270.55	250.51	146.32	219.07
บริโภคในประเทศ	301.01	131.01	159.25	130.94	36.80	69.67
	(86.45%)	(74.74%)	(58.86%)	(52.27%)	(25.15%)	(31.80%)
ผลผลิตที่ส่งออก	47.17	44.27	111.30	119.57	111.72	149.40
	(13.55%)	(25.26%)	(41.14%)	(47.73%)	(76.35%)	(68.20%)

ที่มา คำนวณโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2556



ที่มา คำนวณโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2556

รูปที่ 4.14 แสดงปริมาณมังคุดที่บริโภคในประเทศและส่งออกต่างประเทศ

ซึ่งหากพิจารณาถึงตลาดต่างประเทศของมังคุดไทยพบว่าปริมาณและมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยกับ 20 ประเทศคู่ค้าสำคัญ ในปี 2555 จะเห็นได้ว่าประเทศคู่ค้าในการส่งออกมังคุดอันดับ 1 ของไทย คือ ประเทศจีน มีปริมาณการส่งออกทั้งหมด 60,950.59 ตัน คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 1,132.87ล้านบาท อันดับที่ 2 คือ ประเทศเวียดนาม โดยมีปริมาณการส่งออกทั้งหมด 55,623.19 ตัน มีมูลค่าเท่ากับ 1,080.40 ล้านบาท อันดับที่ 3 คือ ประเทศฮ่องกง โดยมีปริมาณการส่งออกมังคุดเท่ากับ 24,503.34 ตัน มีมูลค่าเท่ากับ 366.46 ล้านบาท ตามลำดับ (ดังตารางที่ 4.14 และ 4.15)

ตารางที่ 4.14 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมั่งคุดของไทยกับ 20 ประเทศ คู่ค้าสำคัญ ปี 2555

ลำดับ	ประเทศคู่ค้า	ปริมาณ(ตัน)	มูลค่า(ล้านบาท)
1	จีน	60,950.59	1,132.87
2	เวียดนาม	55,623.19	1,080.40
3	ฮ่องกง	24,503.34	366.46
4	สหรัฐอเมริกา	444.29	83.77
5	กัมพูชา	4,587.00	59.62
6	ออสเตรเลีย	322.96	38.47
7	สหรัฐอเมริกาบริติชเอดส์	280.61	24.35
8	ญี่ปุ่น	135.10	21.89
9	เกาหลีใต้	119.53	13.51
10	แคนาดา	139.77	8.07
11	สหภาพเมียนมาร์	506.14	5.13
12	มาเลเซีย	539.34	4.89
13	สปป.ลาว	343.44	4.66
14	ซาอุดีอาระเบีย	31.06	3.16
15	ฝรั่งเศส	12.37	2.34
16	สิงคโปร์	163.90	2.02
17	นิวซีแลนด์	16.98	1.75
18	บราซิล	13.82	1.55
19	เยอรมนี	9.39	1.25
20	คูเวต	4.33	0.77
รวม		148,747	5,718

คำนวณจากฐานสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐ โดย 1 ดอลลาร์ = 31 บาท (ค่าเฉลี่ยปี 2555)

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยข้อมูลจาก Global Trade Atlas – กรมศุลกากร, 2556

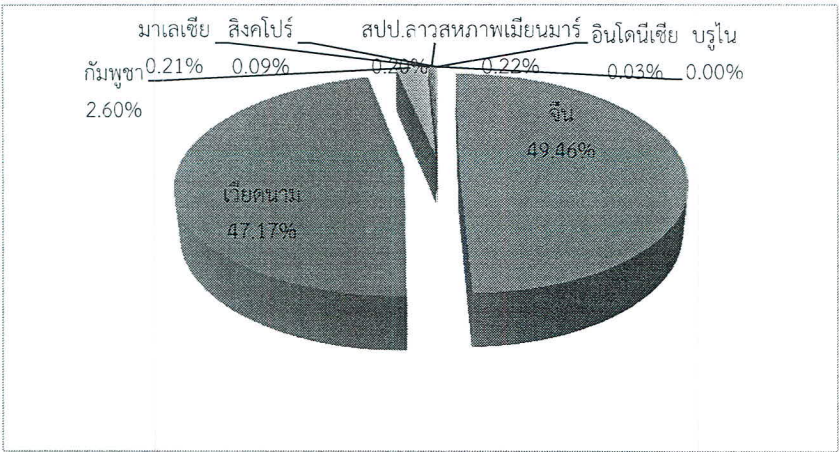
ตารางที่ 4.15 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมั่งคุดของไทยกับกลุ่มประเทศอาเซียนและจีน ปี 2550 – 2555

ประเทศคู่ค้า	หน่วย	2550	2551	2552	2553	2554	2555
จีน	ปริมาณ(ตัน)	21,500.65	20,972.85	45,721.87	47,609.90	52,133.50	60,950.59
	มูลค่า(ล้านบาท)	306.86	331.40	618.56	784.15	1,059.92	1,132.87
เวียดนาม	ปริมาณ(ตัน)	1,547.49	4,944.33	14,747.34	20,640.61	21,647.82	55,623.19
	มูลค่า(ล้านบาท)	22.33	40.58	177.38	229.80	314.23	1,080.40
กัมพูชา	ปริมาณ(ตัน)	1,507.44	1,282.00	1,120.00	3,258.00	4,809.00	4,587.00
	มูลค่า(ล้านบาท)	15.59	16.64	12.23	41.14	59.50	59.62
มาเลเซีย	ปริมาณ(ตัน)	78.41	323.83	1,885.65	1,668.91	292.85	539.34
	มูลค่า(ล้านบาท)	0.74	3.54	14.65	15.25	2.72	4.89
สหภาพ เมียนมาร์	ปริมาณ(ตัน)	1,052.86	2,555.34	1,434.44	1,949.82	1,072.49	506.14
	มูลค่า(ล้านบาท)	10.79	23.78	11.92	20.00	14.02	5.13
สปป.ลาว	ปริมาณ(ตัน)	1,378.79	2,117.11	4,136.97	14,420.72	4,542.69	343.44
	มูลค่า(ล้านบาท)	14.08	22.75	38.10	136.09	49.30	4.66
สิงคโปร์	ปริมาณ(ตัน)	5.40	67.69	44.75	12.71	21.67	163.90
	มูลค่า(ล้านบาท)	0.09	1.12	0.74	0.25	0.44	2.02
อินโดนีเซีย	ปริมาณ(ตัน)	71.09	-	56.47	42.93	21.47	18.48
	มูลค่า(ล้านบาท)	0.72	-	1.10	0.37	0.18	0.76
บรูไน	ปริมาณ(ตัน)	0.10	2.59	-	-	-	-
	มูลค่า(ล้านบาท)	0.0031	0.09	-	-	-	-

คำนวณจากฐานสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐฯ โดย 1 ดอลลาร์ = 31 บาท (ค่าเฉลี่ยปี 2555)

ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยข้อมูลจาก Global Trade Atlas – กรมศุลกากร, 2556

จากการศึกษาถึงตลาดต่างประเทศของมั่งคุดไทย พบว่า ประเทศไทยส่งออกมั่งคุดไปยังตลาดในกลุ่มประเทศอาเซียนและจีนเป็นจำนวนมาก ซึ่งตลาดต่างประเทศของมั่งคุดไทยในกลุ่มประเทศอาเซียนและจีนที่สำคัญในปี 2555 อันดับ ที่ 1 ได้แก่ ประเทศจีน(คิดเป็นร้อยละ 49.46) โดยมีปริมาณเท่ากับ 60,950.59 ตัน มีมูลค่าทั้งหมด 1,132.87 ล้านบาท อันดับ ที่ 2 คือ ประเทศเวียดนาม (คิดเป็นร้อยละ 47.17) ซึ่งในปี 2555 ปริมาณการส่งออกเท่ากับ 55,623.19 ตัน มีมูลค่า ทั้งหมด 1,080.40 ล้านบาท และอันดับ 3 คือ ประเทศกัมพูชา (คิดเป็นร้อยละ 2.60) มีปริมาณการส่งออกมั่งคุดเท่ากับ 4,587 ตัน มีมูลค่าทั้งหมด 59.62 ล้านบาท ดังรูปที่ 4.15



คำนวณจากฐานสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐฯ โดย 1 ดอลลาร์ = 31 บาท (ค่าเฉลี่ยปี 2555)
ที่มา คำนวณโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก Global Trade Atlas – กรมศุลกากร, 2556

รูปที่ 4.15 สัดส่วนประเทศคู่ค้ามั่งคุดของไทยในกลุ่มประเทศอาเซียน ปี 2555

ดังนั้นหากพิจารณามูลค่าที่ไทยส่งออกมั่งคุดในตลาดระหว่างประเทศ จะเห็นได้ว่า ไทยส่งออกในตลาด ASEAN คิดเป็นร้อยละ 19.96 ของมูลค่าตลาดมั่งคุดที่ไทยส่งออกไปทั่วโลก ซึ่งประเทศเวียดนามเป็นประเทศที่ไทยส่งออกมั่งคุดเป็นอันดับหนึ่ง โดยมีสัดส่วนมูลค่ากว่าร้อยละ 93.34 นับว่าเป็นสัดส่วนมูลค่าที่สูง รองลงมาเป็นตลาดประเทศกัมพูชา สหภาพเมียนมาร์ มาเลเซีย สปป.ลาว สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย ตามลำดับ และเมื่อเทียบกับตลาดมั่งคุดในสหภาพเมียนมาร์และสปป.ลาวยังมีมูลค่าที่ค่อนข้างต่ำ อาจเนื่องมาจากขยายพื้นที่ในการเพาะปลูกมั่งคุดของสหภาพเมียนมาร์ โดยให้คนไทยที่มีความรู้ในการปลูกมั่งคุดไปทำการปลูกในประเทศสหภาพเมียนมาร์ และเสนอจ่ายเงินเดือนที่สูง ดังนั้นจึงทำให้สหภาพเมียนมาร์มีแนวโน้มว่าจะลดปริมาณการนำเข้าจากไทย (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2555) ในส่วนของสปป.ลาวที่ไทยมีมูลค่าการส่งออกลดลงค่อนข้างน้อย อาจจะเป็นเพราะเรื่องราคาสินค้า จึงทำให้ไทยส่งออกไปลาวลดลง ในขณะเดียวกัน ไทยกลับมีมูลค่าในการส่งออกมั่งคุดไปจีนสูงขึ้น คิดเป็นร้อยละ 39.59 ทั้งนี้อาจจะมาจากกลุ่มลูกค้าหลักที่นิยมบริโภคผลไม้ไทย โดยเฉพาะผู้บริโภคในมณฑลกว่างตุง เนื่องจากผลไม้ไทยยังคงมีคุณภาพและรสชาติเหนือกว่าผลไม้จีน ผลไม้ไทยที่ได้รับความนิยมสูงในจีน ได้แก่ ลำไย ทุเรียน และมั่งคุด (กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ, 2555) ส่วนตลาดนอก ASEAN เป็นตลาดที่ค่อนข้างกว้าง โดยคิดเป็นร้อยละ 33.95 ของมูลค่าการส่งออกมั่งคุดทั้งหมด ซึ่งพิจารณาได้จากตารางที่ 4.16 และ 4.17

ตารางที่ 4.16 ตลาดมั่งคุด และมูลค่าการค้าระหว่างประเทศของไทย ปี 2555

	ส่งออก	มูลค่า (ล้านบาท)	หมายเหตุ(สัดส่วน %)
	ตลาด ASEAN (เรียงลำดับตามมูลค่าการส่งออก)		
มั่งคุด ประเทศไทย	1. เวียดนาม (93.34%)	1,080.40	19.96%
	2. กัมพูชา (5.15%)	59.62	
	3. สหภาพเมียนมาร์ (0.44%)	5.13	
	4. มาเลเซีย (0.42%)	4.89	
	5. สปป.ลาว (0.40%)	4.66	
	6. สิงคโปร์ (0.17%)	2.02	
	7. อินโดนีเซีย (0.07%)	0.76	
	ตลาดจีน	1,132.87	39.59%

มั่งคุด ประเทศไทย	ส่งออก	มูลค่า (ล้านบาท)	หมายเหตุ(สัดส่วน %)
	ตลาด ASEAN (เรียงลำดับตามมูลค่าการส่งออก)		
	1. เวียดนาม (93.34%) 2. กัมพูชา (5.15%) 3. สหภาพเมียนมาร์ (0.44%) 4. มาเลเซีย (0.42%) 5. สปป.ลาว (0.40%) 6. สิงคโปร์ (0.17%) 7. อินโดนีเซีย (0.07%)	1,080.40 59.62 5.13 4.89 4.66 2.02 0.76	19.96%
	ตลาดนอก ASEAN ฮ่องกง, สหรัฐอเมริกา, ออสเตรเลีย, สหรัฐอเมริกาบริติช, ญี่ปุ่น, กาตาร์, เกาหลีใต้, แคนาดา, ซาอุดีอาระเบีย, ฝรั่งเศส, นิวซีแลนด์, บาห์เรน, เยอรมนี, คูเวต, อินเดีย, นอร์เวย์, รัสเซีย, เนปาล, สวิตเซอร์แลนด์, เดนมาร์ก, แคนาดา, เนเธอร์แลนด์, มัลดีฟส์, ศรีลังกา, สหราชอาณาจักร, โอมาน, สวีเดน, จอร์แดน, ไต้หวัน, เลบานอน, บังกลาเทศ, อียิปต์, เรอูนียง, สเปน, อิตาลี	571.28	40.45%

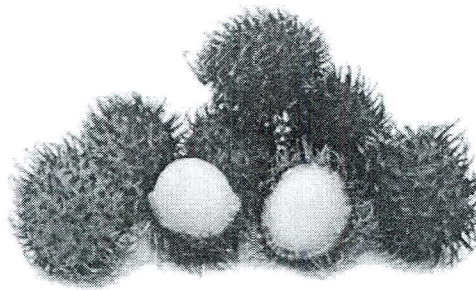
คำนวณจากฐานสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐฯ โดย 1 ดอลลาร์ = 31 บาท (ค่าเฉลี่ยปี 2555)
ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยใช้อ้างอิงข้อมูลจาก Global Trade Atlas – กรมศุลกากร, 2556

ตารางที่ 4.17 ตลาดส่งออกมั่งคุดของไทยกับกลุ่มประเทศ ASEAN

ประเทศ	มูลค่า: ล้านบาท			
	2552	2553	2554	2555
1. เวียดนาม	177.38	229.80	314.23	1,080.40
2. กัมพูชา	12.23	41.14	59.50	59.62
3. สหภาพเมียนมาร์	11.92	20.00	14.02	5.13
4. มาเลเซีย	14.65	15.25	2.72	4.89
5. สปป.ลาว	38.10	136.09	49.30	4.66
6. สิงคโปร์	0.74	0.25	0.44	2.02
7. อินโดนีเซีย	1.10	0.37	0.18	0.76

คำนวณจากฐานสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐฯ โดย 1 ดอลลาร์ = 31 บาท (ค่าเฉลี่ยปี 2555)
ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยใช้อ้างอิงข้อมูลจาก Global Trade Atlas – กรมศุลกากร, 2556

4.2.3 สถานการณ์การผลิตและการตลาดเงาะของไทย



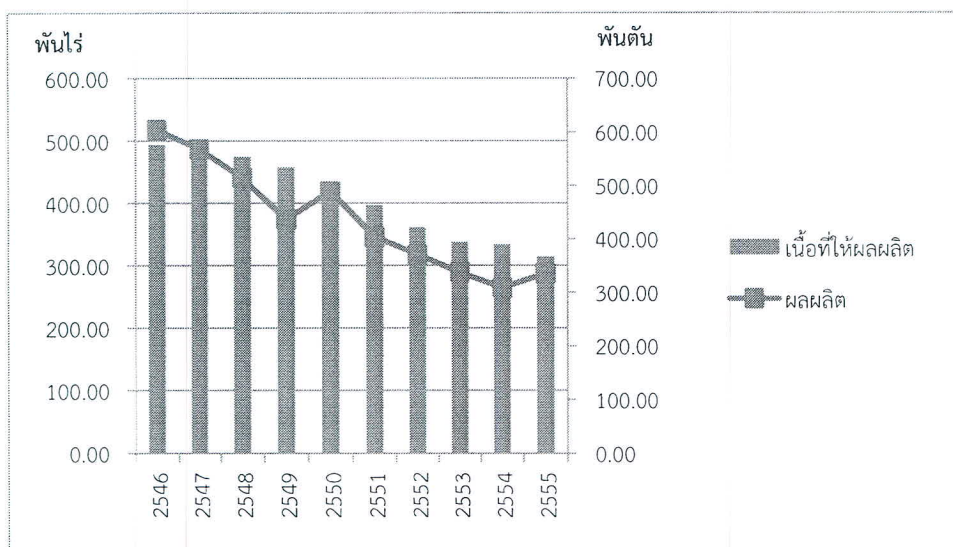
เงาะ เป็นผลไม้เมืองร้อน ที่เติบโตได้ดีในสภาพภูมิอากาศระหว่าง 22-35 องศาเซลเซียส ซึ่งเงาะนั้นสามารถนำมาทำประโยชน์ได้หลายอย่าง เช่น รับประทานสด เงาะแช่น้ำเชื่อม แยม อีกทั้งยังมาแปรรูปเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคอีกด้วย ทั้งนี้เงาะไทยที่นิยมรับประทานกันคือ พันธุ์โรงเรียน และ พันธุ์สีชมพู มีรสชาติหวาน กรอบ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2556)

จากข้อมูลการผลิตเงาะของประเทศไทย พบว่า สถานการณ์ปริมาณการผลิตเงาะไทยในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา (2546-2555) พื้นที่เพาะปลูกเงาะลดลงอย่างต่อเนื่อง ดังตารางที่ 4.18 โดยในปี 2546 เนื้อที่เพาะปลูกเงาะที่ให้ผลผลิต มีจำนวน 494.61 พันไร่ ซึ่งในปี 2555 มีเนื้อที่เพาะปลูกที่ให้ผลผลิต จำนวน 314.70 พันไร่ ลดลงจากปี 2546 จำนวน 179.91 พันไร่ ในขณะที่ผลผลิตในปี 2546 มีปริมาณ 604.29 พันตัน ซึ่งในปี 2555 มีผลผลิตเท่ากับ 335.75 พันตัน ลดลงจากปี 2546 จำนวน 268.54 พันตัน ในขณะที่ผลผลิตต่อไร่ ในปี 2546 นั้น มีจำนวน 1,222 กิโลกรัมต่อไร่ ซึ่งในปี 2555 ผลผลิตมีจำนวน 1,067 กิโลกรัมต่อไร่ ซึ่งลดลงจากปี 2546 จำนวน 155 กิโลกรัมต่อไร่ แต่หากทำการเปรียบเทียบระหว่างปี 2554 และ 2555 พบว่า เนื้อที่ให้ผลผลิตในปี 2554 มีจำนวนเท่ากับ 334.60 พันไร่ ในขณะที่ ในปี 2555 เนื้อที่ให้ผลผลิต มีจำนวนเท่ากับ 314.70 พันไร่ โดยลดลงจากปี 2554 จำนวน 19.90 พันไร่ แต่ผลผลิตกลับมีการปรับตัวสูงขึ้นในขณะที่เนื้อที่ให้ผลผลิตนั้นลดลง โดยผลผลิตปรับเพิ่มขึ้นจาก ปี 2554 จำนวน 27.28 พันตัน โดยผลผลิตต่อไร่มีการปรับเพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยมีผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้นจากปี 2554 จำนวน 145 กิโลกรัมต่อไร่ (ตารางที่ 4.18 รูปที่ 4.16, 4.17) (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555)

ตารางที่ 4.18 การผลิตเงาะของประเทศไทย: เนื้อที่ให้ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ปี พ.ศ. 2546 – 2555

ปี	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554	2555
เนื้อที่ให้ผลผลิต (พันไร่)	494.61	489.97	475.47	458.34	423.80	396.99	362.06	337.81	334.60	314.70
ผลผลิต (พันตัน)	604.29	568.20	514.43	436.47	489.30	404.05	370.60	337.72	308.47	335.75
ผลผลิตต่อไร่ (กก.)	1,222	1,160	1,082	952	1,155	1,018	1,024	1,000	922	1,067

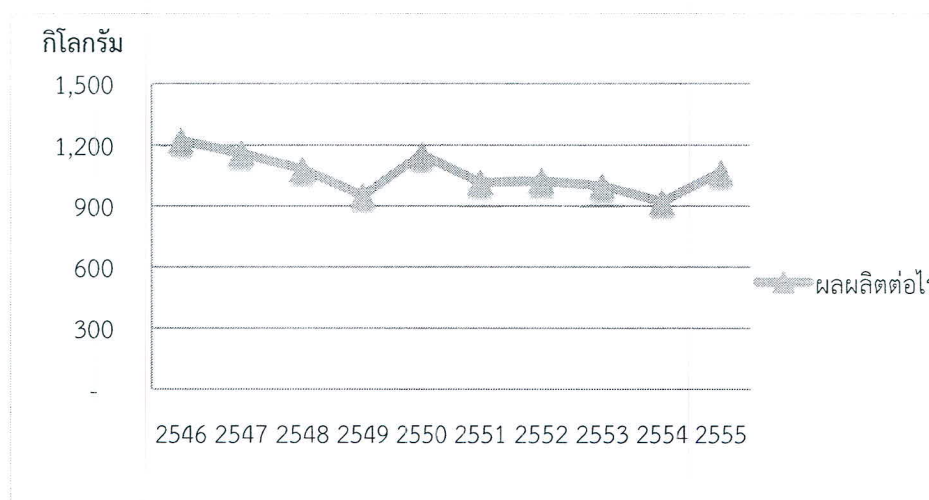
ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555



ที่มา คำนวณโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2556

รูปที่ 4.16 แสดงเนื้อที่ให้ผลผลิต (ไร่) และผลผลิต (ตัน) ของปี 2546 – 2555

ซึ่งหากพิจารณาถึงผลผลิตต่อไร่ในปี 2555 พบว่า จำนวนผลผลิตเงาะต่อไร่ของประเทศไทยได้ผลผลิตรวมทั้งหมด 1,067 กิโลกรัมต่อไร่ เพิ่มขึ้นจากปี 2554 จำนวน 145 กิโลกรัม หรือคิดเป็นร้อยละ 15.73 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555) ดังรูปที่ 4.17



ที่มา คำนวณโดย ผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2556

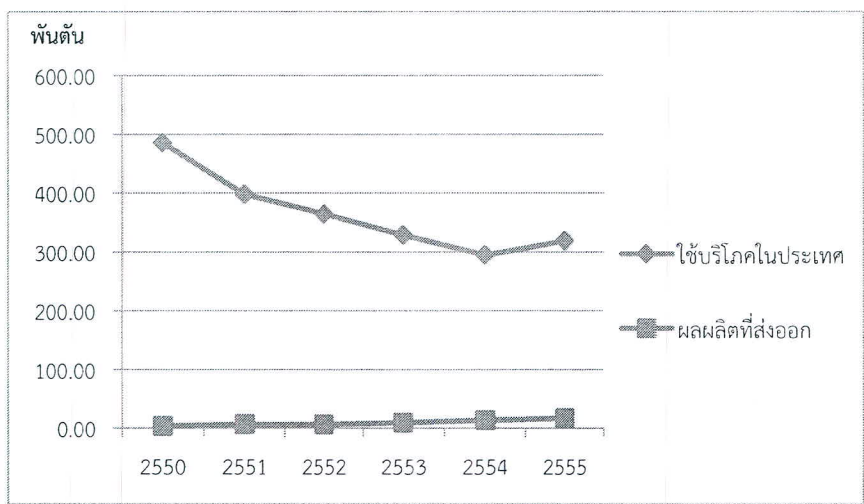
รูปที่ 4.17 ผลผลิตเงาะต่อไร่ (กิโลกรัม) ปี 2546 – 2555

ทั้งนี้หากพิจารณาถึงการกระจายผลผลิตและการบริโภคเงาะของไทย พบว่า การบริโภคเงาะภายในประเทศมีแนวโน้มที่ลดลงจากปีที่ผ่านมา และในปี 2555 นี้ ผลผลิตเงาะที่ใช้ในการบริโภคภายในประเทศมีจำนวน 318.60 พันตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 94.89 ของผลผลิตทั้งหมด ซึ่งผลผลิตเงาะที่นำมาบริโภคภายในประเทศมีปริมาณการบริโภคที่ลดลงนั้น สาเหตุหนึ่งที่สำคัญคือเป็นผลมาจากการที่ผลผลิตที่ได้มีปริมาณที่ลดลงจากปีที่ผ่านมา แต่ในทางตรงกันข้าม ผลผลิตที่ใช้สำหรับการส่งออกมีปริมาณการที่เพิ่มขึ้น โดยในปี 2555 มีปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา คือมีปริมาณการส่งออกอยู่ที่ 17.15 พันตัน คิดเป็นอัตราการส่งออกร้อยละ 5.11 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2556) (ตารางที่ 4.19 และรูปที่ 4.18)

ตารางที่ 4.19 แสดงปริมาณผลผลิตเงาะทั้งประเทศ ปริมาณการบริโภคเงาะในประเทศและปริมาณการส่งออกเงาะ (หน่วย: พันตัน)

ปริมาณ/ปี	2550	2551	2552	2553	2554	2555
ผลผลิตทั้งประเทศ	489.30	404.05	370.60	337.72	308.47	335.75
ใช้บริโภคในประเทศ	485.53	397.49	364.27	328.27	294.55	318.60
	(99.23%)	(98.38%)	(98.29%)	(97.20%)	(95.49%)	(94.89%)
ผลผลิตที่ส่งออก	3.76	6.56	6.33	9.45	13.92	17.15
	(0.77%)	(1.62%)	(1.71%)	(2.80%)	(4.51%)	(5.11%)

ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2556



ที่มา คำนวณโดย ผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2556

รูปที่ 4.18 แสดงปริมาณเงาะที่บริโภคในประเทศและส่งออกไปต่างประเทศ ปี 2550-2555

จากการศึกษาด้านตลาดต่างประเทศของเงาะไทยในปัจจุบันพบว่า ประเทศคู่ค้าอันดับ 1 ของไทยในการส่งออกเงาะ ได้แก่ ประเทศเวียดนาม โดยมีมูลค่าทั้งหมด 52.61 ล้านบาท และมีปริมาณการส่งออกเท่ากับ 6,664.70 ตัน อันดับที่ 2 ได้แก่ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ มีมูลค่าทั้งหมด 46.29 ล้านบาท และปริมาณการส่งออกเท่ากับ 511.66 ตัน และมาเลเซียมีมูลค่าทั้งหมด 14.66 ล้านบาท และมีปริมาณการส่งออกเท่ากับ 1,605.47 ตัน (ตารางที่ 4.20, 4.21)

ตารางที่ 4.20 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกเงาะของไทยกับ 20 ประเทศคู่ค้าสำคัญ ปี 2555

ลำดับที่	ประเทศคู่ค้า	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
1	เวียดนาม	6,664.70	52.61
2	สหรัฐอเมริกา	511.66	46.29
3	มาเลเซีย	1,605.47	14.66
4	กัมพูชา	1,169.88	13.71
5	สหภาพเมียนมาร์	527.41	10.62
6	จีน	95.89	4.46
7	สิงคโปร์	402.89	4.40
8	ซาอุดีอาระเบีย	33.49	3.47
9	ฮ่องกง	95.56	2.83
10	บahrain	19.02	2.18
11	นอร์เวย์	14.26	1.25
12	เดนมาร์ก	5.10	1.18
13	สวีเดน	6.23	1.03
14	กาตาร์	8.80	0.86
15	ญี่ปุ่น	14.04	0.84
16	เยอรมนี	7.40	0.76
17	คูเวต	4.35	0.70
18	ฝรั่งเศส	4.95	0.65
19	สวีเดน	9.10	0.56
20	เนเธอร์แลนด์	5.97	0.52
รวม		11,206	163.55

คำนวณจากฐานสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐฯ โดย 1 ดอลลาร์ = 31 บาท (ค่าเฉลี่ยปี 2555)

ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยใช้อ้างอิงข้อมูลจาก Global Trade Atlas – กรมศุลกากร, 2556

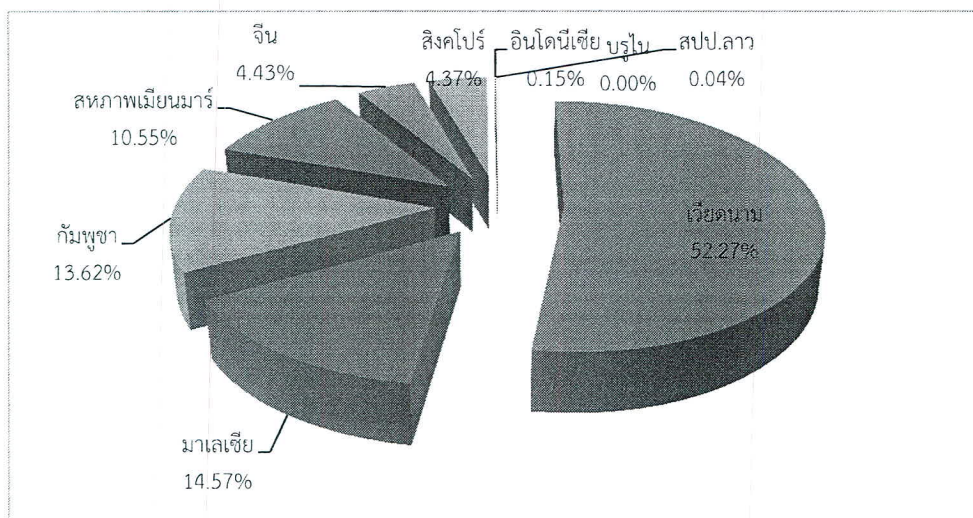
ตารางที่ 4.21 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกเจาะของไทย กับกลุ่มประเทศอาเซียนและจีน ปี 2550 – 2555

ประเทศคู่ค้า		2550	2551	2552	2553	2554	2555
เวียดนาม	ปริมาณ (ตัน)	8.72	399.61	600.36	1,632.16	5,480.35	6,664.70
	มูลค่า (พันบาท)	74.99	2,027.68	4,332.47	13,574.06	38,290.43	52,605.14
มาเลเซีย	ปริมาณ (ตัน)	371.78	1,530.93	1,381.75	2,111.61	1,357.01	1,605.47
	มูลค่า (พันบาท)	3,408.33	14,785.64	11,674.45	19,049.25	12,583.33	14,660.33
กัมพูชา	ปริมาณ (ตัน)	990.92	2,008.00	1,036.26	1,197.00	602.00	1,169.88
	มูลค่า (พันบาท)	8,627.89	17,614.98	9,253.00	10,008.85	6,163.64	13,709.38
สหภาพเมียนมาร์	ปริมาณ (ตัน)	369.27	710.06	379.49	556.77	179.66	527.41
	มูลค่า (พันบาท)	5,411.95	7,040.13	4,705.34	8,405.59	4,263.34	10,621.93
จีน	ปริมาณ (ตัน)	9.06	17.86	36.12	74.07	215.28	95.89
	มูลค่า (พันบาท)	293.82	173.14	375.22	1,923.77	4,685.50	4,455.13
สิงคโปร์	ปริมาณ (ตัน)	0.00	77.13	3.08	6.26	513.64	402.89
	มูลค่า (พันบาท)	0.00	1,471.76	65.60	160.61	6,381.97	4,397.04
อินโดนีเซีย	ปริมาณ (ตัน)	13.24	13.02	8.53	4.88	129.43	3.83
	มูลค่า (พันบาท)	490.42	475.94	237.86	124.31	1,414.00	152.58
สปป.ลาว	ปริมาณ (ตัน)	13.88	381.63	538.74	390.14	294.22	5.00
	มูลค่า (พันบาท)	98.05	2,836.50	3,356.59	2,673.13	2,102.33	43.09
บรูไน	ปริมาณ (ตัน)	-	2.60	-	-	-	-
	มูลค่า (พันบาท)	-	43.15	-	-	-	-

คำนวณจากฐานสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐฯ โดย 1 ดอลลาร์ = 31 บาท (ค่าเฉลี่ยปี 2555)

ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยใช้อ้างอิงข้อมูลจาก Global Trade Atlas – กรมศุลกากร, 2556

ซึ่งถ้าพิจารณาถึงตลาดเจาะของไทยในกลุ่มประเทศอาเซียน และจีน พบว่าปริมาณและมูลค่าการส่งออกเจาะของไทยกับกลุ่มประเทศอาเซียนและประเทศจีน ในช่วงปี 2550 – 2555 พบว่า ประเทศเวียดนามเป็นคู่ค้าอันดับ 1 โดยในปี 2555 ไทยได้ทำการส่งออกเจาะไปยังเวียดนาม มีปริมาณเท่ากับ 6,664.70 ตัน มีมูลค่าทั้งหมด 52,605.14 พันบาท อันดับที่ 2 คือ ประเทศมาเลเซีย โดยในปี 2555 มีปริมาณการส่งออกเท่ากับ 1,605.47 ตัน มีมูลค่าทั้งหมด 14,660.33 พันบาท และอันดับ 3 คือ ประเทศกัมพูชา มีปริมาณเท่ากับ 1,169.88 ตัน มีมูลค่าทั้งหมด 13,709.38 พันบาท ซึ่งคิดเป็นสัดส่วน (ร้อยละ) ของการส่งออกพบว่า สัดส่วนประเทศคู่ค้าเจาะในกลุ่มประเทศอาเซียนและจีน ปี 2555 พบว่าประเทศคู่ค้ารายใหญ่สุดสามอันดับแรก คือ ประเทศเวียดนาม ประเทศมาเลเซีย และประเทศกัมพูชา และคิดเป็นร้อยละ 52.27, 14.57 และ 13.62 ตามลำดับ ดังรูปที่ 4.19



คำนวณจากฐานสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐฯ โดย 1 ดอลลาร์ = 31 บาท (ค่าเฉลี่ยปี 2555)
ที่มา คำนวณโดย ผู้วิจัย โดยใช้อ้างอิงข้อมูลจาก Global Trade Atlas – กรมศุลกากร, 2556

รูปที่ 4.19 สัดส่วนประเทศคู่ค้าเงาะในกลุ่มประเทศอาเซียนและจีน ปี 2555

เมื่อนำข้อมูลสถิติการค้าเงาะมาคำนวณสัดส่วนตลาดของเงาะ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตลาดใหญ่ ได้แก่ ตลาดอาเซียน ตลาดนอกอาเซียน และตลาดจีน พบว่า ไทยมีการส่งออกเงาะในตลาดอาเซียนมากถึงร้อยละ 58.47 ของมูลค่าส่งออกทั้งหมด โดยประเทศเวียดนามมีมูลค่าการนำเข้าเงาะจากไทยเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งมีมูลค่าร้อยละ 54.69 รองลงมาคือ มาเลเซีย กัมพูชา สหภาพเมียนมาร์ สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และสปป.ลาว ตามลำดับ ขณะที่ตลาดเงาะในสหภาพเมียนมาร์มีสัดส่วนร้อยละ 11.04 ที่มีแนวโน้มจะเพิ่มมากขึ้นจากปีอื่นๆ อาจจะเป็นเพราะสหภาพเมียนมาร์ได้ยกเลิกมาตรการการห้ามนำเข้าสินค้าของไทย ซึ่งรวมถึง เงาะ ด้วย จึงทำให้ไทยสามารถส่งออกเงาะไปยังสหภาพเมียนมาร์ได้มากขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2555) ในส่วนของ สปป.ลาว ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกค่อนข้างน้อย อาจเป็นเพราะสปป.ลาวมีกำลังซื้อและความต้องการของผู้บริโภคอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำ จึงเป็นปัญหาที่อาจจะส่งผลกระทบต่อการค้าเงาะในอนาคตได้ นอกจากนี้ไทยยังส่งออกเงาะไปยังตลาดนอกอาเซียนมากถึงร้อยละ 38.81 แต่หากพิจารณาถึงข้อมูลสถิติแล้ว การส่งออกไปจีนลดน้อยลงมากเมื่อเปรียบเทียบกับผลไม้ประเภท มังคุด และทุเรียน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเงาะไม่ได้รับความนิยมจากกลุ่มลูกค้าในประเทศจีน แต่อย่างไรก็ตาม เงาะยังคงเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคในตลาดอาเซียน และตลาดนอกอาเซียน รวมถึงสหรัฐอเมริกา ฮ่องกง ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ แคนาดา ซาอุดีอาระเบีย และฝรั่งเศส เป็นต้น (ตารางที่ 4.22)

ตารางที่ 4.22 ตลาดเงาะ และมูลค่าการค้าระหว่างประเทศ ปี 2555

เงาะ ประเทศไทย	ส่งออก	มูลค่า (ล้านบาท)	หมายเหตุ(สัดส่วน %)
	ตลาด ASEAN (เรียงลำดับตามมูลค่าการส่งออก)		
	1. เวียดนาม (54.69%)	52.61	58.47%
	2. มาเลเซีย (15.24%)	14.66	
	3. กัมพูชา (14.35%)	13.71	
	4. สหภาพเมียนมาร์ (11.04%)	10.62	
	5. สิงคโปร์ (4.57%)	4.40	
	6. อินโดนีเซีย (0.16%)	0.15	
	7. สปป.ลาว (0.04%)	0.04	2.71%
	ตลาดจีน	4.46	
	ตลาดนอก ASEAN สหรัฐอเมริกา, ฮ่องกง, ญี่ปุ่น, เกาหลีใต้, แคนาดา, ราชอาณาจักรไทย, สิงคโปร์, ฝรั่งเศส, บาห์เรน, เยอรมนี, คูเวต, อินเดีย, กาตาร์, นอร์เวย์, รัสเซีย, สวิตเซอร์แลนด์, เดนมาร์ก, เนเธอร์แลนด์, มัลดีฟส์, สหราชอาณาจักร, โอมาน, สวีเดน, จอร์แดน, เลบานอน, บังกลาเทศ, อียิปต์	63.85	38.81%

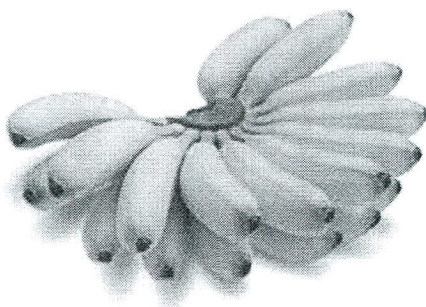
คำนวณจากฐานสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐ โดย 1 ดอลลาร์ = 31 บาท (ค่าเฉลี่ยปี 2555)
ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยใช้อ้างอิงข้อมูลจาก Global Trade Atlas – กรมศุลกากร, 2556

ตารางที่ 4.23 ตลาดส่งออกเงาะของไทยกับกลุ่มประเทศ ASEAN

ประเทศ	มูลค่า: ล้านบาท			
	2552	2553	2554	2555
1. เวียดนาม	4.33	13.57	38.29	52.61
2. มาเลเซีย	11.67	19.05	12.58	14.66
3. กัมพูชา	9.25	10.01	6.16	13.71
4. สหภาพเมียนมาร์	4.71	8.41	4.26	10.62
5. สิงคโปร์	0.07	0.16	6.38	4.40
6. อินโดนีเซีย	0.24	0.12	1.41	0.15
7. สปป.ลาว	3.36	2.67	2.10	0.04

คำนวณจากฐานสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐ โดย 1 ดอลลาร์ = 31 บาท (ค่าเฉลี่ยปี 2555)
ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยใช้อ้างอิงข้อมูลจาก Global Trade Atlas – กรมศุลกากร, 2556

4.2.4 สถานการณ์การผลิตและการตลาดกล้วยไข่ของไทย



กล้วยไข่ เป็นผลไม้ที่นิยมบริโภคกันทั่วไป เนื่องจากมีรสชาติหวานอร่อย มีผลมีสีเหลืองเรียงตัวสวยสะดุดตา เป็นที่นิยมของผู้บริโภคในประเทศจีน และฮ่องกงเป็นอย่างมากในปัจจุบัน โดยปกติแล้วกล้วยไข่พันธุ์ที่ผู้บริโภคนิยมรับประทานคือ กล้วยไข่สายพันธุ์กำแพงเพชร และกล้วยไข่พระตะบอง ซึ่งมีรสชาติหวานและหอม

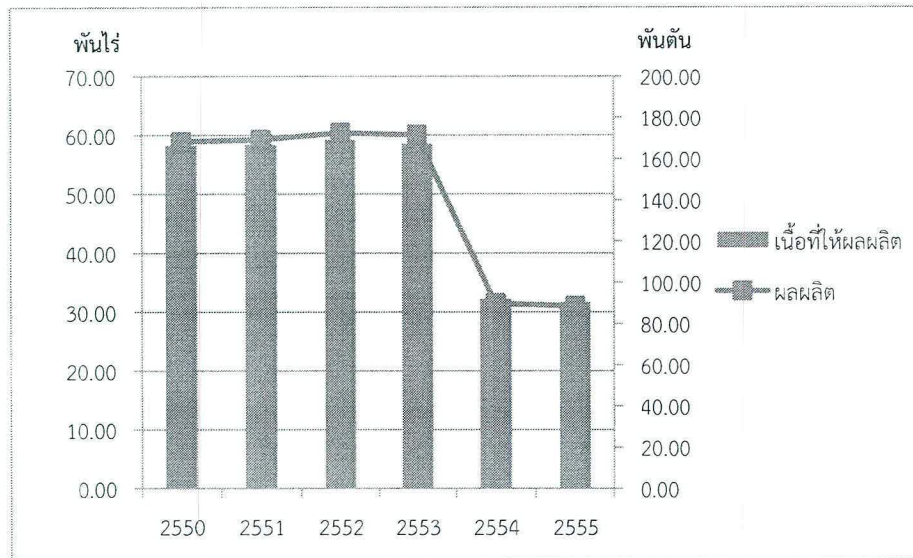
จากการศึกษาสถานการณ์ปริมาณการผลิตกล้วยไข่ของไทย พบว่า ในระหว่างปี 2550 -2555 เนื้อที่ให้ผลผลิตกล้วยไข่ของไทยลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2550 มีเนื้อที่ให้ผลผลิตจำนวน 58.31 พันไร่ ซึ่งในปี 2555 เนื้อที่ให้ผลผลิตมีเพียง 31.70 พันไร่ ซึ่งลดลงจากปี 2550 เป็นจำนวน 26.61 พันไร่ ในขณะที่ผลผลิตกล้วยไข่ของไทยก็ลดลงเช่นกัน โดยในปี 2550 มีจำนวนผลผลิต 168.22 พันตัน แต่ในปี 2555 นั้น ปริมาณผลผลิตเท่ากับ 88.60 พันตัน มีปริมาณลดลงจากปี 2550 เท่ากับ 79.62 พันตัน ในขณะที่ผลผลิตต่อไร่ก็ลดลงด้วยเช่นกัน โดยในปี 2550 สามารถผลิตได้ 2.89 ตันต่อไร่ แต่ในปี 2555 มีผลผลิตเพียง 2.80 ตันต่อไร่ ซึ่งลดลงจากปี 2550 เท่ากับ 90 กิโลกรัมต่อไร่ ซึ่งหากทำการเปรียบเทียบสถานการณ์การผลิตกล้วยไข่ของไทย ในปี 2554 และ 2555 จะพบว่า เนื้อที่ให้ผลผลิตลดลงจากปี 2554 จำนวน 590 ไร่ ในขณะที่กล้วยไข่มีผลผลิตลดลงจากปี 2554 จำนวน 1,300 ตัน ผลผลิตต่อไร่ มีผลผลิตเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากปี 2554 มีจำนวนเท่ากับ 11 กิโลกรัมต่อไร่ (ตารางที่ 4.24 รูป 4.20, 4.21)

ตารางที่ 4.24 การผลิตกล้วยไข่ของประเทศไทย: เนื้อที่ให้ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ปี พ.ศ. 2550 – 2555

ปี	2550	2551	2552	2553	2554	2555
เนื้อที่ให้ผลผลิต (พันไร่)	58.31	58.40	59.23	58.59	32.29	31.70
ผลผลิต (พันตัน)	168.22	169.25	172.59	171.48	89.90	88.60
ผลผลิตต่อไร่ (ตัน)	2.89	2.90	2.91	2.93	2.78	2.80

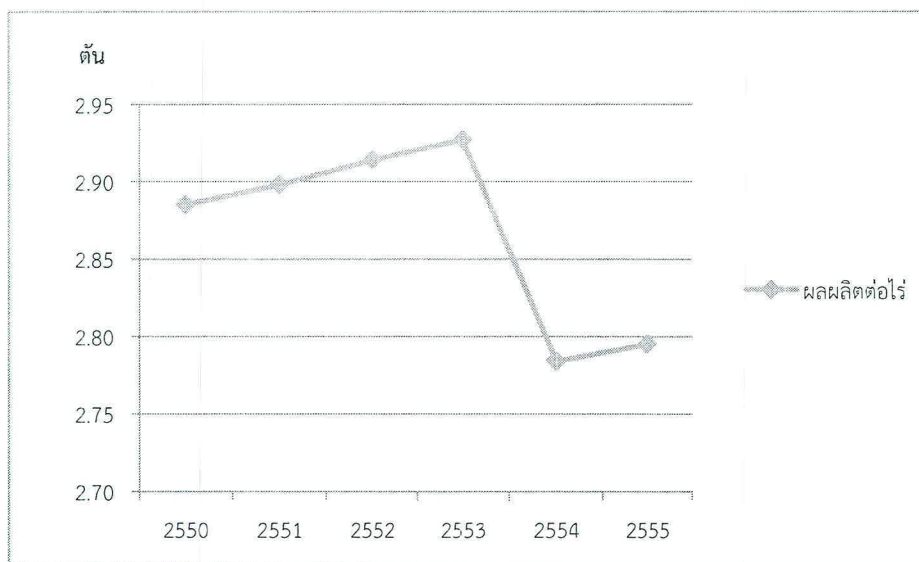
ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2556

จากข้อมูลการผลิตกล้วยไข่ของประเทศไทยอ้างอิงจากสถิติของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร พบว่า ผลผลิตกล้วยไข่ทั้งประเทศในปี 2550 นั้น มีปริมาณการผลิตถึง 168.22 พันตัน และมีอัตราการเพิ่มขึ้นในปี 2552 ถึง 172.59 พันตัน แต่ในปี 2555 ที่ผ่านมา มีปริมาณการผลิตลดลงอยู่ที่ 88.60 พันตัน ซึ่งผลผลิตกล้วยไข่มีแนวโน้มที่จะลดลงอย่างเห็นได้ชัด



ที่มา จำนวนโดยผู้วิจัย โดยฐานข้อมูลจาก สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555

รูปที่ 4.20 แสดงเนื้อที่ให้ผลผลิต (พันไร่) และผลผลิต (พันตัน) ของปี 2546 – 2555



ที่มา จำนวนโดยผู้วิจัย โดยฐานข้อมูลจาก สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555

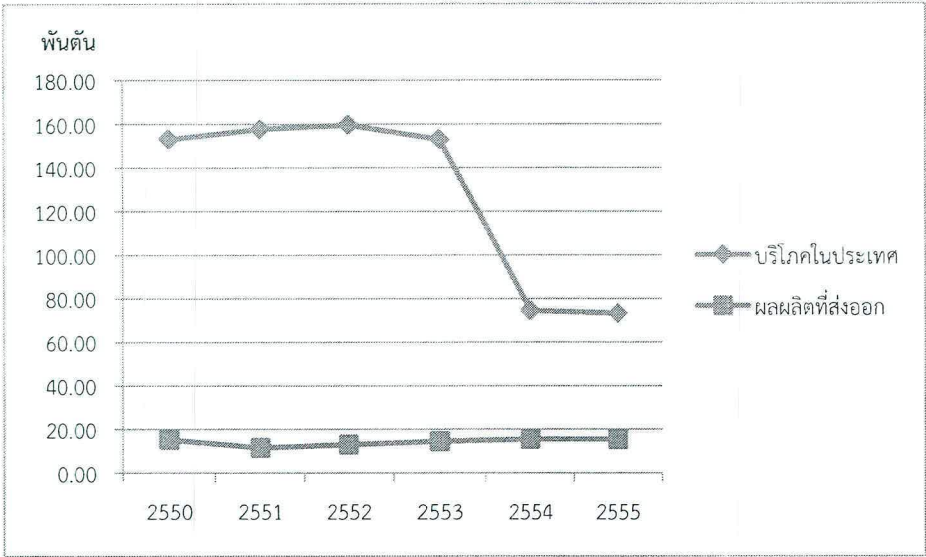
รูปที่ 4.21 แสดงผลผลิตกัญชงต่อไร่ (ตัน) ปี 2546 – 2555

และหากพิจารณาถึงการกระจายผลผลิตและการบริโภคกัญชงของไทยพบว่า ผลผลิตที่ใช้บริโภคภายในประเทศมีอัตราลดลงทุกปี ซึ่งในปี 2550 นั้น มีการบริโภคภายในประเทศมากถึง 152.99 พันตัน แต่ในปี 2555 ปริมาณการบริโภคกัญชงลดลงเหลือ 73.13 พันตัน คิดเป็นร้อยละ 82.54 ทั้งนี้ เนื่องด้วยผลผลิตของกัญชงที่ลดลงทำให้มีการบริโภคภายในประเทศที่ลดลงและผลผลิตบางส่วนได้มีการส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ซึ่งจากการศึกษาพบว่าปริมาณการส่งออกกัญชงของไทยที่เพิ่มขึ้นจากปี 2550 ที่ผลผลิตมีการส่งออกเพียง 15.23 พันตัน คิดเป็นร้อยละ 9.05 ของผลผลิตทั้งหมด ทั้งนี้ในปี 2555 ปริมาณการส่งออกกัญชงไม่มีปริมาณใกล้เคียงกับหลายๆปีก่อนหน้า มีปริมาณการส่งออกอยู่ที่ 15.47 พันตัน แต่เนื่องด้วยการบริโภคภายในประเทศที่ลดลง ทำให้สัดส่วนการส่งออกกัญชงต่อผลผลิตทั้งหมดจึงเพิ่มขึ้น เป็นร้อยละ 17.46 (ตารางที่ 4.25 และรูปที่ 4.22)

ตารางที่ 4.25 ปริมาณผลผลิตกล้วยไข่ทั้งประเทศ ปริมาณการบริโภคกล้วยไข่ในประเทศและปริมาณการส่งออกกล้วยไข่ (หน่วย: พันตัน)

ปริมาณ/ปี	2550	2551	2552	2553	2554	2555
ผลผลิตทั้งประเทศ	168.22	169.25	172.59	167.50	89.90	88.60
บริโภคในประเทศ	152.99	157.67	159.59	153.01	74.40	73.13
	(90.95%)	(93.16%)	(92.47%)	(91.35%)	(82.76%)	(82.54%)
ผลผลิตที่ส่งออก	15.23	11.59	13.00	14.49	15.50	15.47
	(9.05%)	(6.84%)	(7.53%)	(8.65%)	(17.24%)	(17.46%)

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2556



ที่มา จำนวนโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2556

รูปที่ 4.22 แสดงปริมาณกล้วยไข่ที่บริโภคในประเทศและส่งออกต่างประเทศ

ทั้งนี้หากพิจารณาถึงตลาดต่างประเทศของกล้วยไข่ไทย พบว่า กล้วยไข่ของไทยเป็นที่ต้องการของตลาดประเทศจีนมากที่สุด โดยมีปริมาณการส่งออกเท่ากับ 14,337,828 กิโลกรัม คิดเป็นมูลค่า 129,665,932 บาท รองลงมาคือ ฮองกง ซึ่งมีปริมาณการส่งออก 631,870 กิโลกรัม คิดเป็นมูลค่า 5,829,240 บาท และเวียดนาม มีปริมาณ 487,130กิโลกรัม คิดเป็นมูลค่า 2,922,587 บาท ดังนั้นไทยมีการส่งออกกล้วยไข่สู่ตลาดโลก ในปี 2555 มีมูลค่าและปริมาณรวมทั้งสิ้น 15,470,841 กิโลกรัม คิดเป็นมูลค่า 138,483,665 บาท (ตารางที่ 4.26, 4.27)

ตารางที่ 4.26 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกกล้วยไข่ของไทยกับประเทศคู่ค้าสำคัญ ปี 2555

ลำดับ	ประเทศคู่ค้า	ปริมาณ(กิโลกรัม)	มูลค่า(บาท)
1	จีน	14,337,828	129,665,932
2	ฮ่องกง	631,870	5,829,240
3	เวียดนาม	487,130	2,922,587
4	สปป.ลาว	14,000	64,604
5	เดนมาร์ก	10	1,085
6	สหรัฐอเมริกา	3	186
7	เยอรมนี	0	31
8	ยูเครน	0	0
9	ออสเตรเลีย	0	0
รวม		15,470,841	138,483,665

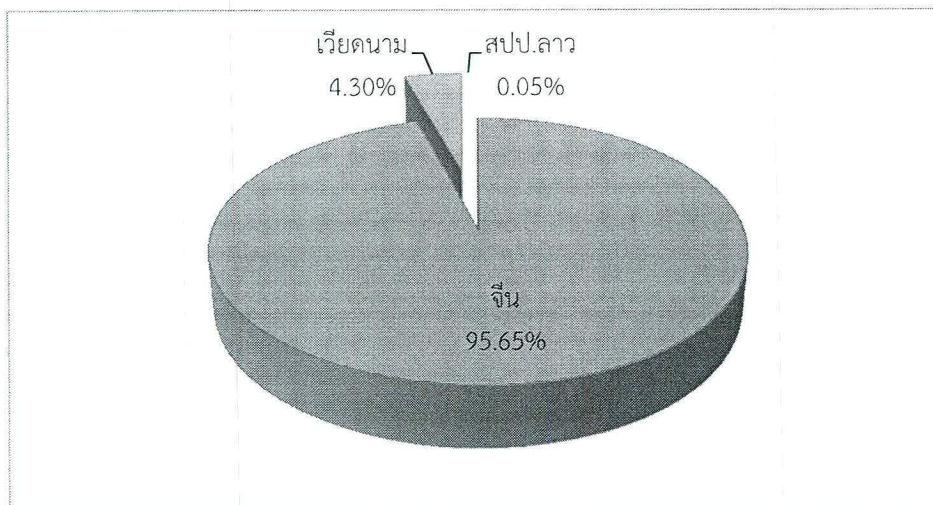
คำนวณจากฐานสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐฯ โดย 1 ดอลลาร์ = 31 บาท (ค่าเฉลี่ยปี 2555)
ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยใช้อ้างอิงข้อมูลจาก Global Trade Atlas – กรมศุลกากร, 2556

ตารางที่ 4.27 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกกล้วยไข่ของไทย กับกลุ่มประเทศอาเซียนและจีน ปี 2550-2555

ประเทศคู่ค้า		2550	2551	2552	2553	2554	2555
จีน	ปริมาณ(กิโลกรัม)	0	0	0	0	0	14,337,828
	มูลค่า(บาท)	0	0	0	0	0	129,665,932
เวียดนาม	ปริมาณ(กิโลกรัม)	0	0	0	0	0	631,870
	มูลค่า(บาท)	0	0	0	0	0	5,829,240
สปป.ลาว	ปริมาณ(กิโลกรัม)	0	0	0	0	0	14,000
	มูลค่า(บาท)	0	0	0	0	0	64,604

คำนวณจากฐานสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐฯ โดย 1 ดอลลาร์ = 31 บาท (ค่าเฉลี่ยปี 2555)
ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยใช้อ้างอิงข้อมูลจาก Global Trade Atlas – กรมศุลกากร, 2556

และจากการศึกษาถึงตลาดกล้วยไข่ของไทยในกลุ่มประเทศอาเซียนและจีน พบว่า ประเทศไทยมีการส่งออกกล้วยไข่ไปยังประเทศจีนสูงสุด โดยในปี 2555 มีปริมาณการส่งออกเท่ากับ 14,337,828 กิโลกรัม คิดเป็นมูลค่า 129,665,932 บาท รองลงมาคือ เวียดนาม และสปป.ลาว ตามลำดับ ซึ่งการส่งออกกล้วยไข่ของไทยในตลาดอาเซียนในปี 2555 นั้น พบว่า ประเทศไทยมีการส่งออกกล้วยไข่สู่ตลาดเวียดนามมากที่สุด เป็นปริมาณ 631,870 กิโลกรัม คิดเป็นมูลค่า 5,829,240 บาท และสปป.ลาว มีปริมาณที่ค่อนข้างน้อย เพียง 14,000 กิโลกรัม คิดเป็นมูลค่า 64,604 บาท และเมื่อคิดเป็นสัดส่วนการส่งออกกล้วยไข่ของไทยไปยังประเทศต่างๆ ในอาเซียนและจีน ในปี 2555 (รูปที่ 4.23) แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีสัดส่วนการส่งออก ดังนี้ ประเทศจีน คิดเป็นร้อยละ 95.65 ประเทศเวียดนาม เป็นร้อยละ 4.30 และสปป.ลาว คิดเป็นร้อยละ 0.05



คำนวณจากฐานสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐฯ โดย 1 ดอลลาร์ = 31 บาท (ค่าเฉลี่ยปี 2555)
ที่มา คำนวณโดย ผู้วิจัย โดยใช้อ้างอิงข้อมูลจาก Global Trade Atlas – กรมศุลกากร, 2556

รูปที่ 4.23 สัดส่วนประเทศคู่ค้ากล้วยไข่ของไทยในกลุ่มประเทศอาเซียน ปี 2555

เมื่อนำข้อมูลสถิติกล้วยไข่มาคำนวณสัดส่วนตลาดกล้วยไข่ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตลาดใหญ่ ได้แก่ ตลาดอาเซียน ตลาดนอกอาเซียน และตลาดจีน พบว่า ไทยมีการส่งออกกล้วยไข่ในตลาดอาเซียนเพียงร้อยละ 2.16 ของมูลค่าส่งออกกล้วยไข่ โดยส่งออกไปยังเวียดนามสูงเป็นอันดับหนึ่ง เป็นมูลค่าร้อยละ 96.67 คิดเป็นมูลค่า 2.9 ล้านบาท รองลงมาเป็นสปป.ลาว มีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกที่ค่อนข้างน้อย เพียงร้อยละ 3.33 หรือมูลค่า 0.1 ล้านบาท อาจเป็นเพราะมีความต้องการและกำลังซื้อของผู้บริโภคอยู่ในเกณฑ์ต่ำ จึงทำให้ไทยปริมาณการส่งออกกล้วยไข่ไปสปป.ลาวมีน้อย นอกจากนี้ไทยมีการส่งออกกล้วยไข่ไปยังตลาดจีนมากถึงร้อยละ 93.65 และส่งออกไปยังตลาดนอกอาเซียนร้อยละ 4.18 ทั้งนี้มาจากกล้วยไข่ได้รับความนิยมจากกลุ่มลูกค้าในประเทศจีนค่อนข้างมาก แต่กล้วยไข่ยังไม่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคในตลาดอาเซียนและตลาดนอกอาเซียน เช่น ฮองกง ออสเตรเลีย เยอรมนี สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เดนมาร์ก ยูเครน เป็นต้น (ตารางที่ 4.28)

ตารางที่ 4.28 ตลาดกล้วยไข่ และมูลค่าการค้าระหว่างประเทศของไทย ปี 2555

กล้วยไข่ ประเทศไทย	ส่งออก	มูลค่า (ล้านบาท)	หมายเหตุ
	ตลาด ASEAN (เรียงลำดับตามมูลค่าการส่งออก)		2.16%
	1. เวียดนาม (96.67%)	2.9	
	2. สปป.ลาว (3.33%)	0.1	
	ตลาดจีน	129.8	93.65%
	ตลาดนอก ASEAN ฮ่องกง ออสเตรเลีย เยอรมนี สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เดนมาร์ก ยูเครน	5.8	4.18%

คำนวณจากฐานสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐฯ โดย 1 ดอลลาร์ = 31 บาท (ค่าเฉลี่ยปี 2555)
ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยใช้อ้างอิงข้อมูลจาก Global Trade Atlas – กรมศุลกากร, 2556

ตารางที่ 4.29 ตลาดส่งออกกล้วยไข่ของไทยกับกลุ่มประเทศ ASEAN

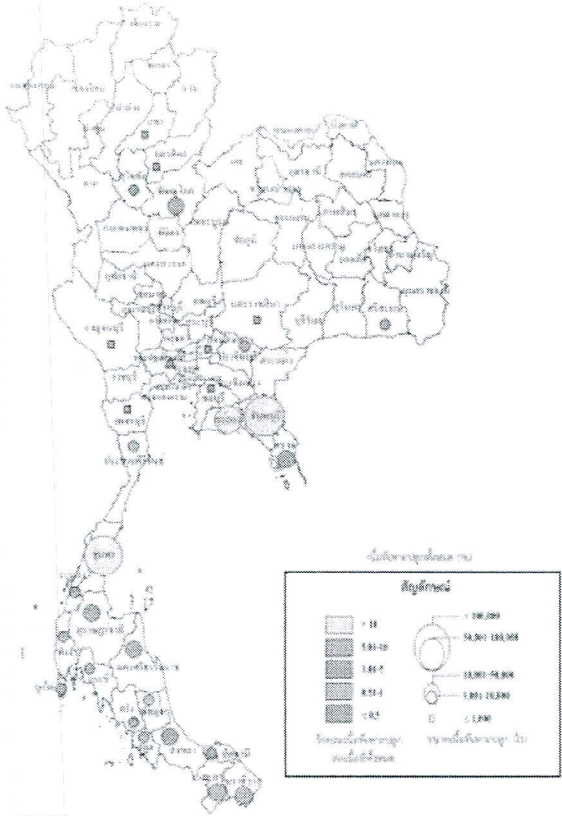
ประเทศ	มูลค่า(ล้านบาท)			
	2552	2553	2554	2555
1. จีน	-	-	-	129.66
2. เวียดนาม	-	-	-	2.92
3. สปป.ลาว	-	-	-	0.1

คำนวณจากฐานสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐฯ โดย 1 ดอลลาร์ = 31 บาท (ค่าเฉลี่ยปี 2555)
ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก Global Trade Atlas – กรมศุลกากร, 2556

4.3 ข้อมูลพื้นที่การปลูกผลไม้ในประเทศไทย

ในส่วนก่อนหน้านี้ได้อธิบายถึง สถานการณ์การผลิตและการตลาดผลไม้สดของไทยในปัจจุบัน ในส่วนนี้จะเป็นการอธิบายถึงข้อมูลด้านพื้นที่การเพาะปลูกผลไม้ในประเทศไทย เพื่อให้เกิดความเข้าใจและเห็นภาพรวมของต้นน้ำในโซ่อุปทาน (Supply Chain) ผลไม้เศรษฐกิจของไทยในปัจจุบัน โดยจะมีการอธิบายแยกตามชนิดผลไม้ที่เป็นผลไม้กรณีศึกษาของการศึกษาครั้งนี้ อันได้แก่ทุเรียน มังคุด เงาะ และกล้วยไข่ ตามลำดับ ดังนี้

4.3.1. พื้นที่เพาะปลูกทุเรียนของไทย



ที่มา สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555

รูปที่ 4.24 แสดงแหล่งเพาะปลูกทุเรียนของประเทศไทย

จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555) พบว่าแหล่งเพาะปลูกทุเรียนของประเทศไทยส่วนใหญ่อยู่ใน จังหวัดจันทบุรี ชุมพร ระยอง ซึ่งแต่ละจังหวัดมีขนาดเนื้อที่เพาะปลูกมากกว่า 100,000 ไร่ ส่วนจังหวัดที่มีพื้นที่เพาะปลูก รองลงมาได้แก่ ยะลา นครศรีธรรมราช นราธิวาส สุราษฏร์ธานี และตราดซึ่งแต่ละจังหวัดมีขนาดเนื้อที่เพาะปลูกอยู่ที่ 50,001-100,000 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 19.21 ของเนื้อที่เพาะปลูกทั้งหมดทั่วประเทศ สำหรับฤดูกาลที่ออกสู่ตลาดนั้น ภาคตะวันออกจะ ออกสู่ตลาดในเดือนพฤษภาคมถึงเดือนมิถุนายน และภาคใต้จะออกสู่ตลาดในเดือนสิงหาคมถึงเดือนกันยายน (สำนักงาน เศรษฐกิจการเกษตร, 2555) หากพิจารณาจากตารางที่ 4.30 แสดงปริมาณเนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่ให้ผลของผลไม้ประเภท ทุเรียน จะพบว่าภาคใต้ของประเทศไทยจะมีเนื้อที่ปลูกมากที่สุดในปี 2555 เป็นเนื้อที่ยืนต้น 320.04 พันไร่ และ เนื้อที่ให้ผล 301.14 พันไร่ แต่ถึงอย่างไรก็ตาม ถ้าหากพิจารณาตามจังหวัดจะพบว่า จ.จันทบุรี มีพื้นที่ปลูกสูงมากกว่าจังหวัดอื่นๆ โดยมี เนื้อที่ยืนต้น 184.20 พันไร่ และ เนื้อที่ให้ผล 167.35 พันไร่ (ตารางที่ 4.30)

ตารางที่ 4.30 แสดงปริมาณเนื้อที่ยืนต้น และเนื้อที่ให้ผลของทุเรียน

ภาค/จังหวัด	เนื้อที่ยืนต้น (พันไร่)						เนื้อที่ให้ผล (พันไร่)					
	50	51	52	53	54	55	50	51	52	53	54	55
รวมทั้งประเทศ	771.35	725.96	680.93	662.07	659.04	637.74	683.04	667.44	628.24	611.21	604.42	581.00
เหนือ	27.58	25.35	26.21	26.86	28.41	28.61	24.09	21.99	23.56	24.45	24.33	24.00
ตะวันออกเฉียงเหนือ	3.66	3.55	1.77	2.01	1.81	1.88	2.48	2.98	1.19	1.60	1.35	1.00
กลาง	350.01	323.35	300.96	294.08	297.56	287.21	321.22	302.62	280.29	269.14	266.44	254.00
ใต้	390.09	373.71	352.00	339.11	331.26	320.04	335.25	339.85	323.21	316.02	312.30	301.14
สุโขทัย	8.08	7.30	7.70	7.99	8.10	8.17	7.33	6.54	6.74	6.80	6.48	6.00
แพร่	-	-	-	-	0.52	0.56	-	-	-	-	0.32	0.00
อุตรดิตถ์	19.51	18.05	18.51	18.87	19.41	19.49	16.76	15.45	16.81	17.65	17.37	17.00
พิษณุโลก	-	-	-	-	0.38	0.39	-	-	-	-	0.17	0.00
ศรีสะเกษ	3.58	3.48	1.73	1.94	0.09	1.78	2.40	2.90	1.15	1.56	1.31	1.00
นครราชสีมา	0.08	0.08	0.04	0.07	1.63	0.10	0.08	0.08	0.04	0.04	0.04	0.00
นนทบุรี	0.92	1.11	1.54	1.65	0.17	0.63	0.76	0.78	0.78	0.82	0.88	0.00
นครนายก	-	-	-	-	0.17	0.17	-	-	-	-	0.12	0.00
ปราจีนบุรี	1.98	1.90	1.81	1.85	1.96	2.38	1.65	1.52	1.65	1.58	1.55	2.00
ฉะเชิงเทรา	0.29	0.27	0.04	-	-	-	0.20	0.18	0.04	-	-	-
จันทบุรี	219.96	201.83	183.55	184.41	186.23	184.20	203.65	191.67	172.38	171.09	169.24	167.35
ตราด	31.65	30.76	29.87	26.49	27.76	25.99	28.75	28.99	27.71	24.24	23.11	20.00
ระยอง	90.43	82.83	79.46	75.34	74.80	68.59	81.65	75.01	73.30	67.24	67.19	60.00
ชลบุรี	0.61	0.60	0.58	0.25	0.25	0.28	0.57	0.58	0.56	0.24	0.23	0.00
กาญจนบุรี	-	-	-	-	0.47	0.56	-	-	-	-	0.29	0.00
เพชรบุรี	-	-	-	-	0.42	0.45	-	-	-	-	0.18	0.00
ประจวบคีรีขันธ์	4.17	4.06	4.11	4.09	3.88	3.96	4.00	3.89	3.88	3.92	3.65	3.00
ชุมพร	125.86	119.95	115.25	111.91	110.53	110.14	113.64	115.35	111.62	109.31	108.92	108.00
ระนอง	10.45	9.30	9.21	9.21	9.12	9.29	9.56	9.00	9.06	9.06	8.94	9.00
สุราษฎร์ธานี	46.14	44.93	37.78	36.44	34.12	29.86	36.67	37.40	30.77	30.93	30.09	26.00
พังงา	7.75	7.60	7.50	7.43	7.29	7.29	7.28	7.33	7.20	7.12	6.99	7.00

ภาค/จังหวัด	เนื้อที่ยืนต้น (พันไร่)						เนื้อที่ให้ผล (พันไร่)					
	50	51	52	53	54	55	50	51	52	53	54	55
ภูเก็ต	2.89	2.66	2.52	2.43	2.39	2.38	2.75	2.52	2.37	2.26	2.22	2.11
กระบี่	8.38	7.86	7.39	4.75	4.14	2.77	8.09	7.68	7.23	4.61	4.00	2.11
ตรัง	5.04	4.87	4.57	2.95	2.42	2.41	4.20	4.42	4.29	2.64	2.07	2.11
นครศรีธรรมราช	49.73	45.15	44.25	43.05	41.62	40.87	43.50	42.56	41.59	42.21	40.99	39.11
พัทลุง	6.41	5.88	5.66	3.60	3.94	4.16	5.33	5.41	5.26	3.48	3.43	3.11
สงขลา	16.51	16.29	16.18	15.90	15.67	15.65	13.14	13.47	13.58	13.61	13.93	14.11
สตูล	4.33	4.09	3.97	3.85	3.98	3.71	3.90	3.80	3.79	2.98	2.99	2.11
ปัตตานี	11.05	10.84	10.59	10.37	10.25	9.88	9.37	9.55	9.50	9.38	9.28	9.11
ยะลา	63.85	63.42	56.28	53.63	51.87	47.17	52.10	54.45	49.78	49.30	49.47	44.11
นราธิวาส	31.70	30.88	30.85	33.61	33.93	34.47	25.72	26.91	27.17	29.13	28.99	29.11

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยใช้อ้างอิงข้อมูลจาก กรมส่งเสริมการเกษตร, 2556

ตารางที่ 4.31 แสดงปริมาณผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ของทุเรียนของแต่ละภาค และแต่ละจังหวัด โดยภาคกลางมีผลผลิตทุเรียนมากที่สุดในปี 2555 โดยมีปริมาณผลผลิต 311,444 ตัน และมีผลผลิตต่อไร่ 1,222 กิโลกรัม หากแยกตามจังหวัด จันทบุรียังคงครองอันดับจังหวัดที่มีผลผลิตทุเรียนมากที่สุดในประเทศไทย โดยมีผลผลิตสูงถึง 206,175 ตัน และมีผลผลิตต่อไร่ 1,232 กิโลกรัม

ตารางที่ 4.31 แสดงปริมาณผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ของทุเรียน

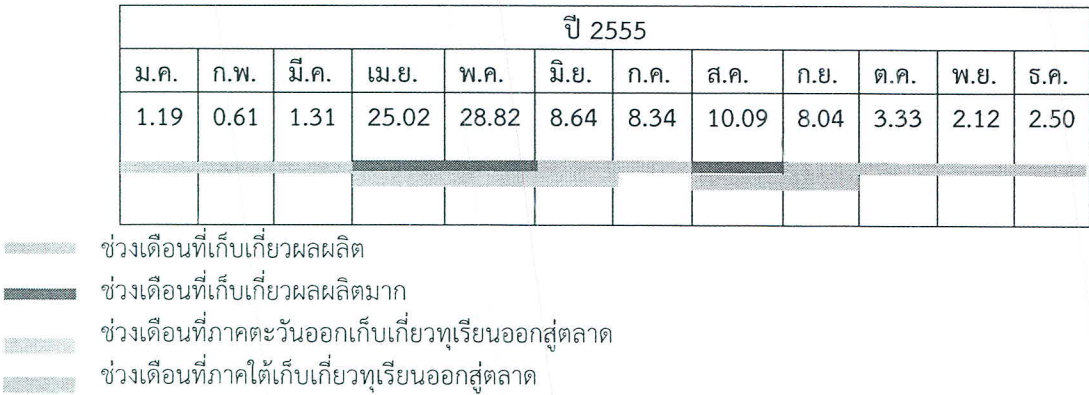
ภาค/จังหวัด	ผลผลิต (ตัน)						ผลผลิตต่อไร่ (กก.)					
	50	51	52	53	54	55	50	51	52	53	54	55
รวมทั้งประเทศ	750,683	637,790	661,665	568,067	509,381	527,327	1,099	956	1,053	929	843	901
เหนือ	13,440	12,984	12,923	13,914	11,506	14,708	558	591	549	569	473	601
ตะวันออกเฉียงเหนือ	1,438	1,829	612	960	1,108	1,061	579	615	513	599	824	801
กลาง	389,118	381,877	348,935	328,300	349,687	311,444	1,211	1,262	1,245	1,220	1,312	1,221
ใต้	346,687	241,100	299,195	224,893	147,080	200,114	1,034	709	926	712	471	601
สุโขทัย	4,056	3,961	4,148	4,277	3,750	4,281	553	606	615	629	579	601
แพร่	-	-	-	-	202	267	-	-	-	-	639	701
อุดรดิตถ์	9,384	9,023	8,775	9,637	7,450	10,035	560	584	522	546	429	581
พิษณุโลก	-	-	-	-	104	125	-	-	-	-	615	601
ศรีสะเกษ	1,398	1,795	595	942	1,088	1,042	582	619	517	604	833	801
นครราชสีมา	40	34	17	18	20	19	503	453	385	419	500	481
นนทบุรี	158	276	341	373	239	2	207	352	438	453	271	401
นครนายก	-	-	-	-	86	85	-	-	-	-	717	601
ปราจีนบุรี	2,539	2,417	1,861	1,625	1,722	2,182	1,539	1,593	1,125	1,026	1,113	1,001
ฉะเชิงเทรา	174	165	27	-	-	-	884	907	782	-	-	-
จันทบุรี	243,157	243,808	217,194	210,890	224,755	206,175	1,194	1,272	1,260	1,233	1,328	1,231
ตราด	38,490	37,306	32,752	28,703	29,160	24,361	1,339	1,287	1,182	1,184	1,262	1,191
ระยอง	100,020	94,290	93,527	83,780	90,174	74,918	1,225	1,257	1,276	1,246	1,342	1,231
ชลบุรี	465	482	424	176	185	195	812	830	758	746	821	751

ภาค/จังหวัด	ผลผลิต (ตัน)						ผลผลิตต่อไร่ (กก.)					
	50	51	52	53	54	55	50	51	52	53	54	55
กาญจนบุรี	-	-	-	-	244	226	-	-	-	-	830	71
เพชรบุรี	-	-	-	-	142	150	-	-	-	-	798	68
ประจวบคีรีขันธ์	4,115	3,133	2,809	2,753	2,980	3,150	1,030	806	725	702	816	88
ชุมพร	133,532	100,584	122,778	66,131	56,092	110,026	1,175	872	1,100	605	515	1,01
ระนอง	10,520	7,514	7,636	7,029	2,440	4,884	1,101	835	843	776	273	54
สุราษฎร์ธานี	38,498	37,513	36,096	32,101	22,326	31,603	1,050	1,003	1,173	1,038	742	1,17
พังงา	5,626	4,495	5,299	4,711	790	1,128	771	613	736	662	113	16
ภูเก็ต	1,998	1,371	1,493	1,000	415	74	726	544	631	442	187	3
กระบี่	7,642	4,563	4,700	2,188	888	744	945	594	650	475	222	28
ตรัง	4,117	2,761	3,560	1,782	975	1,082	980	625	829	675	471	52
นครศรีธรรมราช	45,627	38,222	41,463	40,396	18,037	24,279	1,049	898	997	957	440	61
พัทลุง	4,506	1,378	3,645	2,928	1,039	1,115	845	255	693	841	303	31
สงขลา	13,927	7,111	6,369	5,309	4,235	3,204	1,060	528	469	390	304	21
สตูล	3,793	927	3,015	1,868	1,400	1,333	973	244	796	626	468	53
ปัตตานี	8,031	3,028	5,226	5,253	2,078	1,899	857	317	550	560	224	20
ยะลา	46,372	22,161	40,823	39,196	27,406	15,009	890	407	820	795	554	31
นราธิวาส	22,508	9,472	17,092	15,001	8,959	3,234	875	352	629	515	309	11

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยใช้อ้างอิงข้อมูลจาก กรมส่งเสริมการเกษตร, 2556

ทั้งนี้ในด้านช่วงระยะเวลาการเก็บเกี่ยวผลผลิตทุเรียนนั้นจะมีการเก็บเกี่ยวผลผลิตในทุกๆเดือน แต่เดือนที่เก็บเกี่ยวผลผลิตมากที่สุด คือ เดือนพฤษภาคม โดยคิดเป็นร้อยละ 28.82 ของการเก็บเกี่ยวตลอดทั้งปี รองลงมา คือ เดือนเมษายน โดยคิดเป็นร้อยละ 25.02 และในเดือนสิงหาคม โดยคิดเป็นร้อยละ 10.09 โดยทุเรียนของภาคตะวันออกจะออกสู่ตลาดในเดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายน และทุเรียนของภาคใต้จะออกสู่ตลาดในเดือนสิงหาคมถึงเดือนกันยายน

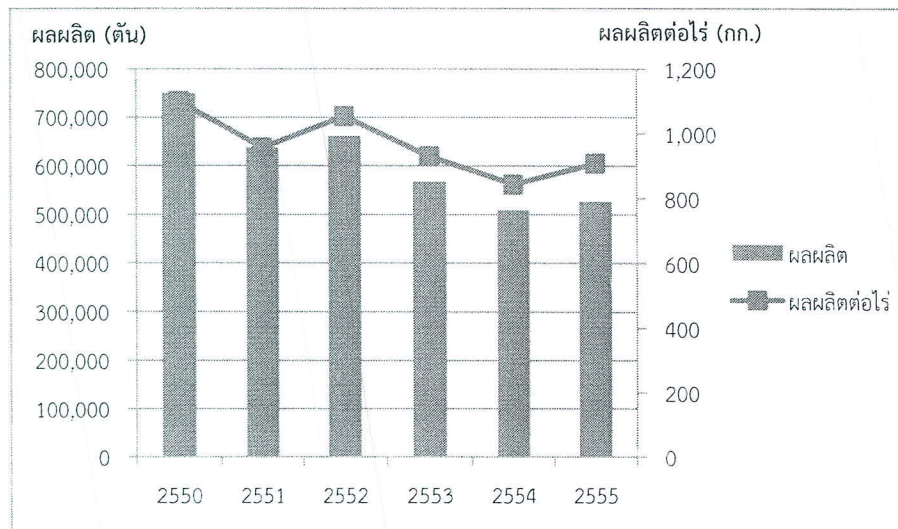
ตารางที่ 4.32 ร้อยละผลผลิตเก็บเกี่ยวรายเดือนของทุเรียน



ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยใช้อ้างอิงข้อมูลจากการสัมภาษณ์และข้อมูลจากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555

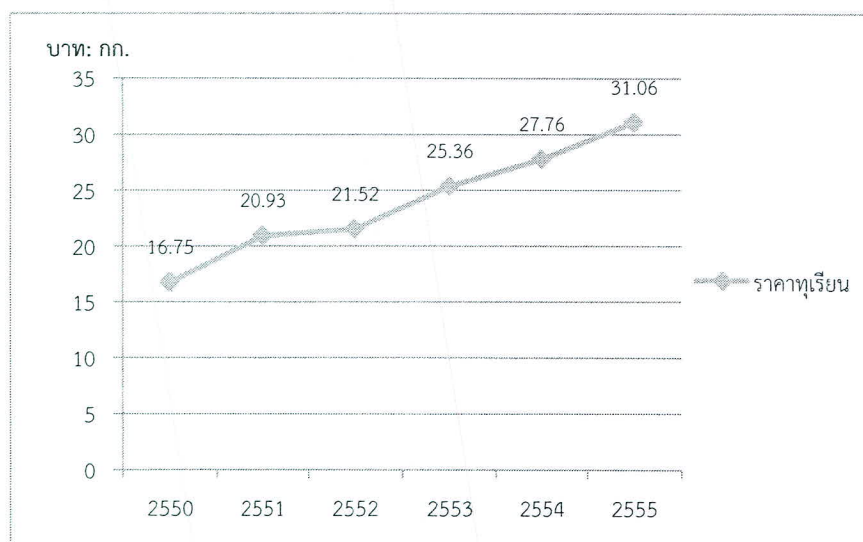
จากปริมาณผลผลิตทุเรียนภายในประเทศในปี 2553-2555 จะพบว่า ปริมาณผลผลิตทุเรียน มีแนวโน้มลดลงอย่างเห็นได้ชัด โดยผลผลิตของทุเรียนมีปริมาณการผลิตในช่วงปี 2550-2552 มีอัตราการผลิตที่ค่อนข้างสูงกว่าช่วงอื่นๆ ต่อมาในปี 2553 จนถึง 2555 มีปริมาณการผลิตที่ลดน้อยลงจนทำให้อัตราการขยายตัวและแนวโน้มนั้นลดลง ดังรูปที่ 4.25

แต่อย่างไรก็ตามปริมาณการผลิตที่ลดน้อยลง ส่งผลให้ราคาสูงขึ้น ดังเช่นรูปที่ 4.26 พบว่าอัตราราคาของทุเรียนเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ 2551-2555 และในปี 2555 มีอัตราสูงที่สุด



ที่มา คำนวณโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก กรมส่งเสริมการเกษตร (2555)

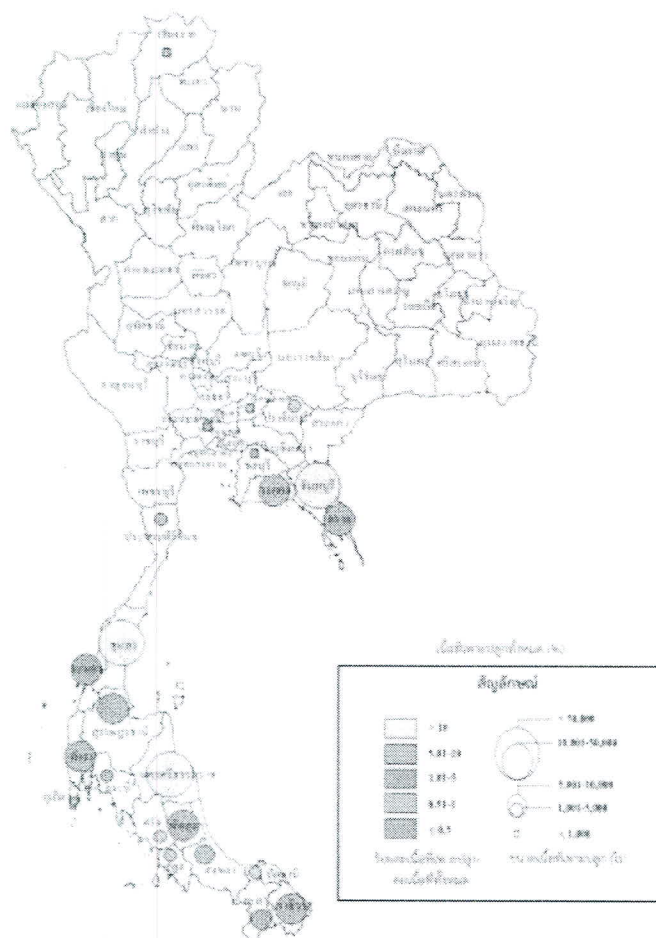
รูปที่ 4.25 แสดงปริมาณผลผลิตทุเรียน



ที่มา สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555)

รูปที่ 4.26 แสดงราคาทุเรียนที่เกษตรกรขายได้

4.3.2 พื้นที่เพาะปลูกมังคุดของไทย



ที่มา สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2556

รูปที่ 4.27 การแสดงแหล่งเพาะปลูกมังคุดของประเทศไทย

แหล่งเพาะปลูกมังคุดของประเทศไทยส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดจันทบุรี นครศรีธรรมราช และชุมพร ซึ่งแต่ละจังหวัดมีขนาดเนื้อที่เพาะปลูกมากกว่า 50,000 ไร่ และคิดเป็นร้อยละ 62.07 ของเนื้อที่เพาะปลูกทั้งหมดทั่วประเทศ ส่วนจังหวัดที่มีพื้นที่เพาะปลูกรองลงมาได้แก่ ตรัง ระยอง และนราธิวาส ซึ่งแต่ละจังหวัดมีขนาดเนื้อที่เพาะปลูกอยู่ที่ 10,001- 50,000 ไร่ และคิดเป็นร้อยละ 20.36 ของเนื้อที่เพาะปลูกทั้งหมดทั่วประเทศ ดังรูปที่ 4.27 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555)

ในด้านพื้นที่ปลูกมังคุดแยกตามภาคและจังหวัด (ตารางที่ 4.33) พบว่าในปี 2555 ภาคใต้และภาคกลางมีพื้นที่การปลูก ใกล้เคียงกัน โดยภาคกลางจะมีพื้นที่ 212,799 ไร่ และภาคใต้มีพื้นที่ 247,083 ไร่ รวมถึงเนื้อที่ให้ผลในภาคกลางมีพื้นที่ 179,268 ไร่ ส่วนภาคใต้มีพื้นที่ 227,011 ไร่ แต่หากพิจารณาแยกตามจังหวัดในประเทศไทยในปี 2555 จันทบุรียังคงเป็นจังหวัดที่ปลูกผลไม้หน้าร้อนได้เป็นอย่างดี โดยมีพื้นที่ในการปลูก 103,091 ไร่ และเนื้อที่ให้ผลอีก 118,282 ไร่

ตารางที่ 4.33 แสดงปริมาณเนื้อที่ยืนต้น และเนื้อที่ให้ผลของมังคุด

ภาค/จังหวัด	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)						เนื้อที่ให้ผล (ไร่)					
	50	51	52	53	54	55	50	51	52	53	54	55
รวมทั่วประเทศ	492,294	489,767	487,405	482,625	481,564	460,396	387,292	396,325	399,438	405,622	410,266	406,325
เหนือ	-	-	-	-	339	514	-	-	-	-	253	-
กลาง	185,677	194,792	199,816	203,660	212,087	212,799	146,955	156,279	157,218	164,089	165,327	179,438
ใต้	306,617	294,975	287,589	276,965	269,138	247,083	240,337	240,046	242,220	241,533	244,686	226,887
เชียงราย	-	-	-	-	339	514	-	-	-	-	253	-
น่าน	267	314	264	585	264	111	154	199	217	217	217	-
นครนายก	-	-	-	-	330	335	-	-	-	-	330	-
ปราจีนบุรี	1,753	1,793	1,719	1,705	2,525	2,343	985	1,276	1,386	1,496	1,570	-
จันทบุรี	127,343	134,337	136,957	139,085	140,124	139,073	103,091	109,324	109,751	114,393	115,080	118,438
ตราด	29,754	30,457	30,966	32,138	36,843	38,571	22,895	24,385	24,607	26,297	26,451	30,438
ระยอง	25,218	26,543	28,622	28,757	29,985	30,441	18,910	20,226	20,448	20,826	20,636	21,438
ชลบุรี	204	261	244	328	935	867	183	183	166	187	187	-
ประจวบคีรีขันธ์	1,138	1,087	1,044	1,062	1,081	1,058	737	686	643	673	856	-
ชุมพร	78,284	77,501	76,930	76,287	75,496	58,299	76,284	75,903	76,204	75,742	75,214	51,438
ระนอง	19,133	17,220	17,072	17,072	16,355	15,363	16,560	15,009	14,750	14,988	14,819	11,438
สุราษฎร์ธานี	20,171	19,575	107,057	14,932	13,754	11,547	13,400	14,405	13,181	12,358	12,355	11,438
พังงา	13,714	13,577	13,339	13,179	12,991	12,988	12,787	12,987	12,900	12,920	12,991	11,438
ภูเก็ต	507	507	494	494	477	477	329	376	408	455	477	-
กระบี่	3,746	3,572	3,447	2,164	1,840	1,808	2,576	2,892	2,932	1,299	1,278	-
ตรัง	5,983	5,964	5,636	4,086	3,874	3,574	4,684	4,844	4,785	2,693	2,481	-
นครศรีธรรมราช	103,113	95,247	93,342	90,665	86,032	88,399	72,638	69,125	71,199	72,441	74,353	71,438
พัทลุง	14,180	14,200	13,802	13,366	13,167	12,067	7,930	9,172	9,508	10,310	11,350	11,438
สงขลา	5,351	5,351	5,373	5,399	5,272	5,272	4,150	4,277	4,328	4,679	4,749	-
สตูล	2,635	2,630	2,574	2,974	2,713	2,334	1,710	1,798	1,847	1,965	1,897	-
ปัตตานี	3,658	3,804	3,261	3,052	2,887	2,887	2,168	2,497	2,288	2,558	2,581	-
ยะลา	8,240	8,199	7,728	7,728	7,525	7,357	6,082	6,431	6,354	6,819	6,929	-
นราธิวาส	27,902	27,628	27,534	27,567	26,755	24,711	19,039	20,330	21,536	22,316	23,212	21,438

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก กรมส่งเสริมการเกษตร, 2556

ในด้านการผลิตมังคุดแยกตามภาคและจังหวัด (ตารางที่ 4.34) พบว่า ภาคใต้และภาคกลางก็ยังคงมีปริมาณการผลิตที่เกือบจะใกล้เคียงกันในปี 2555 โดยภาคกลางมีผลผลิต 112,936 ตัน ส่วนภาคใต้ มีผลผลิต 115,574 ตัน และ ผลผลิตต่อไร่ ภาคกลางมีผลผลิตต่อไร่ 577 กิโลกรัม และภาคใต้ มีผลผลิต 509 กิโลกรัม ด้านผลผลิตแยกตามจังหวัด จันทบุรีมีปริมาณการผลิตที่สูงที่สุด โดยมีผลผลิต 69,550 ตัน

ตารางที่ 4.34 แสดงปริมาณผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ของมังคุด

ภาค/จังหวัด	ผลผลิต (ตัน)						ผลผลิตต่อไร่ (กก.)					
	50	51	52	53	54	55	50	51	52	53	54	55
รวมทั้งประเทศ	348,181	175,274	270,554	250,508	116,315	219,072	899	442	677	1,287	945	1,260
เหนือ	-	-	-	-	32	44	-	-	-	-	126	174
กลาง	113,113	112,387	112,184	127,443	112,936	103,454	770	719	714	777	683	577
ใต้	235,068	62,887	158,370	123,065	3,347	115,574	978	262	654	510	136	509
เชียงราย	-	-	-	-	32	44	-	-	-	-	126	174
น่านบุรี	75	101	181	186	187	56	487	508	834	855	860	876
นครนายก	-	-	-	-	204	177	-	-	-	-	619	536
ปราจีนบุรี	1,029	1,233	1,067	1,174	1,058	1,202	1,045	966	770	785	674	566
จันทบุรี	78,968	77,729	76,716	89,455	77,679	69,550	766	711	699	782	675	588
ตราด	19,072	20,557	20,867	22,721	20,896	18,883	833	843	848	864	790	597
ระยอง	13,502	12,318	12,923	13,747	12,547	12,894	714	609	632	647	608	510
ชลบุรี	96	91	84	96	100	354	525	497	505	514	533	488
ประจวบคีรีขันธ์	371	358	346	337	265	338	503	522	538	501	310	406
ชุมพร	63,697	14,270	53,962	26,358	2,557	43,874	835	188	695	348	334	795
ระนอง	13,579	6,964	9,794	7,914	2,104	3,332	820	464	664	528	142	241
สุราษฎร์ธานี	12,382	5,157	8,634	6,557	1,396	18,486	924	358	655	531	113	1,601
พังงา	9,207	3,883	11,094	8,217	1,585	2,130	720	299	860	636	122	164
ภูเก็ต	191	56	229	157	14	54	581	149	562	345	29	113
กระบี่	1,855	578	1,220	400	31	146	720	200	416	308	24	117
ตรัง	4,497	1,942	3,273	1,390	387	1,117	960	401	684	516	156	471
นครศรีธรรมราช	91,960	20,738	42,435	40,784	8,922	38,766	1,266	300	596	563	120	488
พัทลุง	6,059	596	6,808	7,165	3,042	1,619	764	65	716	695	268	140
สงขลา	3,901	2,352	4,060	4,632	2,569	393	940	550	938	990	541	81
สตูล	1,674	590	1,199	1,153	639	2,410	979	328	649	587	337	1,497
ปัตตานี	2,083	507	1,565	1,699	841	860	961	203	684	664	326	323
ยะลา	6,562	1,981	4,264	4,521	880	679	1,079	308	671	663	127	100
นราธิวาส	17,421	3,273	10,833	12,118	8,380	1,708	915	161	503	543	361	76

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก กรมส่งเสริมการเกษตร, 2555

ด้านช่วงเวลาการเก็บเกี่ยวผลผลิตมังคุดจะมีการเก็บเกี่ยวผลผลิตในทุกๆเดือน แต่ช่วงเดือนที่เก็บเกี่ยวผลผลิตมากที่สุด คือ เดือนพฤษภาคม โดยคิดเป็นร้อยละ 23.63 ของการเก็บเกี่ยวตลอดทั้งปี รองลงมาจะอยู่ในช่วงเดือนเมษายนโดยคิดเป็นร้อยละ 14.71 และเดือนสิงหาคมกับเดือนกันยายน โดยคิดเป็นร้อยละ 14.38 และ 14.27 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.35 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงการเกษตรและสหกรณ์, 2555)

ตารางที่ 4.35 ร้อยละผลผลิตเก็บเกี่ยวรายเดือนของมังคุด

ปี 2555											
ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
0.19	0.12	1.09	14.71	23.63	10.52	10.67	14.38	14.27	2.78	2.79	4.85

- ช่วงเดือนที่เก็บเกี่ยวผลผลิต
- ช่วงเดือนที่เก็บเกี่ยวผลผลิตมาก
- ช่วงเดือนที่ภาคตะวันออกเก็บเกี่ยวมังคุดออกสู่ตลาด
- ช่วงเดือนที่ภาคใต้เก็บเกี่ยวมังคุดออกสู่ตลาด

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และข้อมูลจากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555

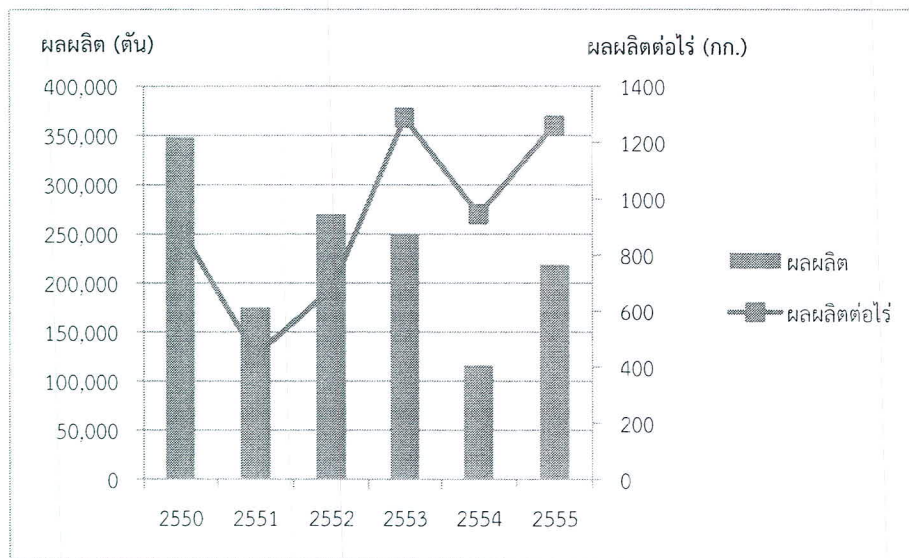
สถานการณ์การผลิตในแต่ละภาคของประเทศ ในปี 2556

การผลิตมังคุดของประเทศไทยในภาคเหนือ เริ่มปลูกมังคุดในช่วง 4 - 5 ปี ที่ผ่านมานี้ เนื่องจากพื้นที่ที่ให้นผลผลิตยังมีไม่มากนัก การที่ได้ผลผลิตและผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้นนั้น เนื่องมาจากสภาพอากาศเอื้ออำนวยต่อการติดดอกออกผล ส่วนในภาคกลางนั้น มีเนื้อที่ให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น เนื่องจากการขยายเนื้อที่ปลูกใหม่ในปี 2549 ซึ่งจะเริ่มให้ผลผลิตในปีนี้ ส่วนผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้นนั้น เนื่องจากในปีนี้มีมังคุดออกดอกมากเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า จึงส่งผลให้ผลผลิตรวมในปีเพิ่มขึ้น ผลผลิตจะออกสู่ตลาดตั้งแต่กลางเดือนเมษายน ถึงเดือนกรกฎาคม และจะออกสู่ตลาดมากที่สุด ในเดือน มิถุนายน 2556 และในภาคใต้นั้น มีเนื้อที่ให้ผลผลิตลดลง เนื่องจากเกษตรกรโค่นมังคุดเพื่อเปลี่ยนไปปลูกยางพารา และปาล์มน้ำมัน ส่วนผลผลิตต่อไร่และผลผลิตเพิ่มขึ้นนั้น เนื่องจากในปีนี้มีสภาพอากาศเอื้ออำนวยต่อการติดดอกออกผล ในบางพื้นที่มีผลผลิตมังคุดที่ออกผล ครั้งที่ 2 ในปี 2555 ตั้งแต่ช่วงปลายปี 2555 ต่อเนื่องมาถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2556 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2556)

สถานการณ์ตลาดและราคา

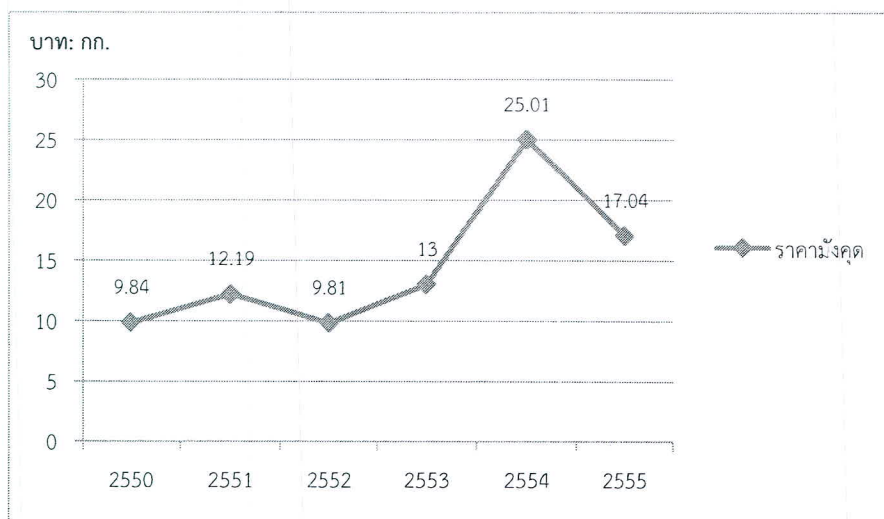
เมื่อพิจารณาจากข้อมูลสถิติผลผลิตมังคุดภายในประเทศ จะพบว่า จากสถิติการผลิตมังคุดในประเทศไทยนั้นในแต่ละปีจะมีปริมาณที่ไม่คงที่ มีขึ้นมีลงตามความต้องการของผู้บริโภค โดยในปี 2550 มีปริมาณการค้าที่สูงที่สุด แต่ ในปี 2554 นั้นมีปริมาณที่น้อยที่สุด จึงไม่อาจคาดเดาปริมาณและสถานการณ์ของตลาดได้ (รูปที่ 4.28)

ส่วนสถานการณ์ด้านราคาที่เกษตรกรขายได้มีแนวโน้มลดลงจากปีที่ผ่านมาเล็กน้อย เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของผลผลิต อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงของราคายังขึ้นอยู่กับคุณภาพและความต้องการในการส่งออก ตามรูปที่ 4.29 พบว่าราคาของผลผลิตที่อัตราเพิ่มสูงขึ้น ก่อนที่จะมีราคาลดลงมาในปี 2555 แต่ถึงกระนั้นการส่งออกมังคุดสดและผลิตภัณฑ์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของผลผลิต ประกอบกับตลาดหลักสำคัญ คือ จีน ยังมีความต้องการมังคุดคุณภาพดีอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2556)



ที่มา คำนวณโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจากกรมส่งเสริมการเกษตร, 2555

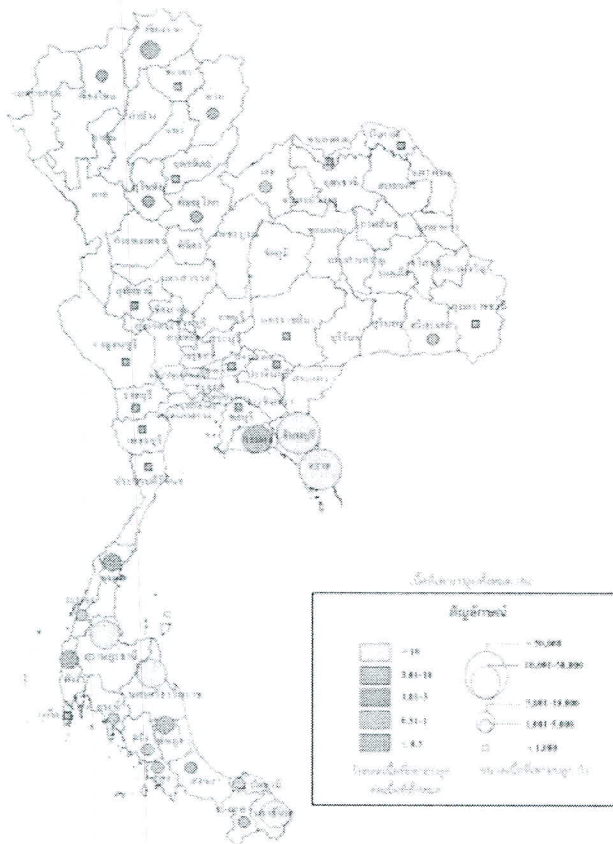
รูปที่ 4.28 แสดงปริมาณผลผลิตมังคุด



ที่มา สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555

รูปที่ 4.29 แสดงราคามังคุดที่เกษตรกรขายได้

4.3.3. พื้นที่เพาะปลูกเงาะของไทย



ที่มา สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555

รูปที่ 4.30 การแสดงแหล่งเพาะปลูกเงาะของประเทศไทย

แหล่งเพาะปลูกเงาะของประเทศไทยส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดจันทบุรี ตราด นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี และ นราธิวาส ซึ่งแต่ละจังหวัดมีขนาดเนื้อที่เพาะปลูกมากกว่า 50,000 ไร่ และคิดเป็นร้อยละ 78.06 ของเนื้อที่เพาะปลูกทั้งหมดทั่วประเทศ ส่วนจังหวัดที่มีพื้นที่เพาะปลูกรองลงมาได้แก่ จังหวัดระยอง ซึ่งมีขนาดเนื้อที่เพาะปลูกอยู่ที่ 10,001- 50,000 ไร่ และคิดเป็นร้อยละ 3.21 ของเนื้อที่เพาะปลูกทั้งหมดทั่วประเทศ ดังรูปที่ 4.30 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555)

ข้อมูลพื้นที่การปลูกเงาะ ในประเทศไทย ปี 2556

แหล่งผลิตเงาะที่สำคัญของประเทศในภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี ตราด และระยอง และภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดนครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี และนราธิวาส สำหรับฤดูกาลที่ออกสู่ตลาดนั้น ภาคตะวันออกจะออกสู่ตลาดในเดือนเมษายนถึงเดือนพฤษภาคม และภาคใต้ออกสู่ตลาดในเดือนสิงหาคมถึงเดือนกันยายน (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555)

จากข้อมูลสถิติแสดงปริมาณเนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่ให้ผลของเงาะ (ตารางที่ 4.36) พบว่าในปี 2555 ภาคกลางมีเนื้อที่ยืนต้นมากที่สุดโดยมี พื้นที่ 166,344 ไร่ และเนื้อที่ให้ผล 160,027 ไร่ และหากพิจารณาไปถึงจังหวัดที่มีพื้นที่การปลูกเงาะมากที่สุด จันทบุรี จะมีเนื้อที่การปลูกเงาะมากที่สุด โดยมีพื้นที่ 98,444 ไร่ และเนื้อที่ให้ผล 95,018 ไร่

ตารางที่ 4.36 แสดงปริมาณเนื้อที่ยืนต้น และเนื้อที่ให้ผลของเงาะ

ภาค/จังหวัด	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)						เนื้อที่ให้ผล (ไร่)					
	50	51	52	53	54	55	50	51	52	53	54	
รวมทั้งประเทศ	442,204	408,683	373,158	353,002	357,024	335,695	423,804	396,987	362,061	337,810	334,600	3
เหนือ	-	-	-	-	14,995	15,535	-	-	-	-	10,014	3
ตะวันออกเฉียงเหนือ	4,065	3,940	2,793	2,470	5,792	4,874	4,039	3,916	2,774	2,462	4,102	
กลาง	229,847	215,235	196,892	183,125	176,486	166,344	221,196	209,770	190,151	175,900	169,571	10
ใต้	208,292	189,508	173,473	167,407	159,761	48,952	98,569	83,301	169,136	159,448	150,913	1
หนองคาย	936	927	650	600	556	322	936	927	650	600	556	
ศรีสะเกษ	3,129	3,013	2,143	1,870	1,865	371	3,103	2,989	2,124	1,862	1,865	
ปราจีนบุรี	-	-	-	977	879	969	-	-	-	977	879	
จันทบุรี	145,489	132,832	117,341	108,046	103,413	98,444	42,989	31,222	14,720	104,337	100,049	9
ตราด	68,358	66,488	64,764	60,605	58,581	54,153	63,670	63,636	61,570	57,862	55,893	9
ระยอง	13,639	13,673	12,650	12,241	11,582	10,761	12,264	12,738	11,772	11,654	11,145	1
ชลบุรี	225	186	157	113	113	115	215	175	150	106	113	
กาญจนบุรี	825	852	850	1,039	1,013	992	767	804	814	823	824	
ประจวบคีรีขันธ์	267	168	117	104	305	305	247	159	112	101	101	
ชุมพร	20,508	16,578	10,140	8,095	6,157	6,106	29,378	16,479	9,979	7,910	5,620	
ระนอง	5,553	4,137	4,030	3,791	3,532	1,780	5,397	4,020	3,910	3,681	3,441	
สุราษฎร์ธานี	50,160	47,957	43,246	40,287	39,024	36,594	49,811	47,658	42,891	40,023	38,698	3
พังงา	9,752	7,795	7,334	6,693	6,107	6,100	9,298	7,487	7,188	6,664	6,107	
ภูเก็ต	335	318	312	301	268	270	297	308	308	300	267	
กระบี่	4,497	2,788	2,634	2,541	2,297	2,274	4,121	2,544	2,431	2,431	2,201	
ตรัง	4,828	4,372	3,701	2,656	2,375	2,262	4,154	3,914	3,513	2,621	2,358	
นครศรีธรรมราช	53,487	49,379	46,910	44,241	42,650	37,741	52,021	48,437	45,531	42,901	41,065	3
พัทลุง	5,873	5,552	5,354	5,650	5,900	6,451	5,324	5,178	5,150	5,505	5,516	
สงขลา	5,596	5,358	5,293	5,008	4,951	4,732	4,936	4,928	4,859	4,648	4,459	
สตูล	6,127	5,825	5,740	4,411	4,090	3,118	5,817	5,619	5,636	4,372	4,075	
ปัตตานี	2,464	2,323	2,304	2,196	2,057	1,882	2,253	2,188	2,169	2,066	1,949	
ยะลา	5,602	5,482	5,419	5,344	5,055	4,527	5,534	5,441	5,361	5,284	5,006	
นราธิวาส	33,510	31,644	31,056	36,193	35,288	35,115	29,228	29,100	30,210	31,042	30,151	2
เชียงราย	-	-	-	-	6,190	6,253	-	-	-	-	4,048	
พะเยา	-	-	-	-	64	56	-	-	-	-	54	
เชียงใหม่	-	-	-	-	1,300	1,421	-	-	-	-	500	
สุโขทัย	-	-	-	-	1,272	4,605	-	-	-	-	616	
น่าน	-	-	-	-	4,243	1,275	-	-	-	-	3,304	
อุดรดิตถ์	-	-	-	-	487	495	-	-	-	-	236	
พิษณุโลก	-	-	-	-	1,330	1,322	-	-	-	-	1,200	
อุทัยธานี	-	-	-	-	109	108	-	-	-	-	56	
เลย	-	-	-	-	1,866	1,891	-	-	-	-	476	
บึงกาฬ	-	-	-	-	968	535	-	-	-	-	830	
อุบลราชธานี	-	-	-	-	384	1,602	-	-	-	-	226	
นครราชสีมา	-	-	-	-	153	153	-	-	-	-	149	
นครนายก	-	-	-	-	251	244	-	-	-	-	247	
ราชบุรี	-	-	-	-	160	160	-	-	-	-	160	

ภาค/จังหวัด	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)				เนื้อที่ให้ผล (ไร่)						
	50	51	52	53	54	55	50	51	52	53	54
เพชรบุรี					189	191					160

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก กรมส่งเสริมการเกษตร, 2556

ด้านผลผลิตเงาะและผลผลิตเงาะต่อไร่ (ตารางที่ 4.37) พบว่าภาคกลางมีผลผลิตเงาะมากที่สุด โดยมีปริมาณเท่ากับ 245,508 ตัน และมีผลผลิตต่อไร่ มากถึง 1,534 ตัน อย่างไรก็ตามก็จังหวัดจันทบุรี ยังคงเป็นจังหวัดที่มีการปลูกผลไม้หน้าร้อนได้ดีเช่นเดียวกันกับ เงาะที่ทางจังหวัดจันทบุรีมีผลผลิตมากที่สุด โดยมีปริมาณสูงถึง 145,663 ตัน

ตารางที่ 4.37 แสดงปริมาณผลผลิต และผลิตต่อไร่ของเงาะ

ภาค/จังหวัด	ผลผลิต(ตัน)						ผลผลิตต่อไร่(ตัน)				
	50	51	52	53	54	55	50	51	52	53	54
รวมทั้งประเทศ	489,269	404,053	370,600	337,721	308,471	335,745	1,155	1,018	1,024	1,000	922
เหนือ	-	-	-	-	11,345	12,109	-	-	-	-	1,133
ตะวันออกเฉียงเหนือ	4,895	4,777	3,598	3,425	4,744	3,183	1,212	1,220	1,297	1,391	1,157
กลาง	293,488	282,469	225,851	220,996	239,583	245,508	1,327	1,347	1,188	1,256	1,413
ใต้	190,913	116,807	141,151	113,300	52,799	74,945	961	637	835	711	350
หนองคาย	991	990	520	590	525	83	1,059	1,068	800	983	944
ศรีสะเกษ	3,904	3,787	3,078	2,835	2,824	2,181	1,258	1,267	1,449	1,523	1,514
ปราจีนบุรี				698	648	941				714	737
จันทบุรี	193,464	178,987	148,333	123,852	143,870	145,663	1,353	1,364	1,293	1,215	1,438
ตราด	83,471	86,927	61,755	77,651	79,089	83,015	1,311	1,366	1,003	1,342	1,415
ระยอง	14,705	14,763	14,327	15,313	14,633	14,874	1,199	1,159	1,217	1,314	1,313
ชลบุรี	150	120	89	79	85	85	696	686	593	745	752
กาญจนบุรี	575	618	556	325	517	345	750	769	683	395	627
ประจวบคีรีขันธ์	203	138	94	78	81	83	820	868	839	772	802
ชุมพร	16,893	9,014	7,075	3,923	1,208	2,968	829	547	709	496	215
ระนอง	4,641	1,982	2,526	2,477	681	453	860	493	646	673	1,998
สุราษฎร์ธานี	52,302	40,891	42,891	31,618	15,750	35,651	1,050	858	1,000	790	407
พังงา	6,974	3,691	5,391	4,198	1,307	1,714	750	493	750	630	214
ภูเก็ต	217	134	209	143	54	38	731	435	679	477	202
กระบี่	3,235	1,244	1,286	771	229	580	785	489	529	317	104
ตรัง	4,096	2,814	2,930	1,583	1,118	1,651	986	719	834	604	474
นครศรีธรรมราช	46,039	29,401	47,261	34,578	8,993	21,819	885	607	1,038	806	219
พัทลุง	5,569	1,496	3,888	3,243	1,095	1,194	1,046	289	755	589	199
สงขลา	5,010	3,528	2,201	2,817	2,194	1,085	1,015	716	453	606	492
สตูล	5,544	4,063	4,441	3,266	2,551	2,410	953	723	788	747	626
ปัตตานี	2,399	1,212	1,674	1,709	926	799	1,065	554	772	827	475
ยะลา	7,012	4,358	3,367	3,635	2,974	1,195	1,267	812	628	688	594
นราธิวาส	30,982	12,979	16,011	19,339	13,719	3,388	1,060	446	530	623	455
เชียงราย	-	-	-	-	6,593	6,726	-	-	-	-	1,629
พะเยา	-	-	-	-	10	11	-	-	-	-	185
เชียงใหม่	-	-	-	-	350	293	-	-	-	-	700
สุโขทัย	-	-	-	-	808	884	-	-	-	-	1,312

ภาค/จังหวัด	ผลผลิต(ตัน)						ผลผลิตต่อไร่(ตัน)					
	50	51	52	53	54	55	50	51	52	53	54	55
น่าน	-	-	-	-	883	2,064	-	-	-	-	-	267
อุดรดิตถ์	-	-	-	-	17	78	-	-	-	-	-	72
พิษณุโลก	-	-	-	-	2,580	1,967	-	-	-	-	-	2,150
อุทัยธานี	-	-	-	-	104	86	-	-	-	-	-	1,857
เลย	-	-	-	-	619	492	-	-	-	-	-	1,300
บึงกาฬ	-	-	-	-	369	143	-	-	-	-	-	445
อุบลราชธานี	-	-	-	-	321	200	-	-	-	-	-	1,420
นครราชสีมา	-	-	-	-	86	84	-	-	-	-	-	577
นครนายก	-	-	-	-	462	332	-	-	-	-	-	1,870
ราชบุรี	-	-	-	-	86	50	-	-	-	-	-	538
เพชรบุรี	-	-	-	-	112	120	-	-	-	-	-	700

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก กรมส่งเสริมการเกษตร, 2556

ทั้งนี้จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ในปี 2555 พบว่าการเก็บเกี่ยวผลผลิตเงาะจะมีการเก็บเกี่ยวผลผลิตในทุกๆเดือน แต่ช่วงเดือนที่เก็บเกี่ยวผลผลิตมากที่สุด คือ เดือนมิถุนายน โดยคิดเป็นร้อยละ 39.68 ของการเก็บเกี่ยวตลอดทั้งปี และช่วงเดือนพฤษภาคม โดยคิดเป็นร้อยละ 28.34 ของการเก็บเกี่ยวตลอดทั้งปี ดังตารางที่ 4.38

ตารางที่ 4.38 ร้อยละผลผลิตรายเดือนของเงาะ ปี 2555

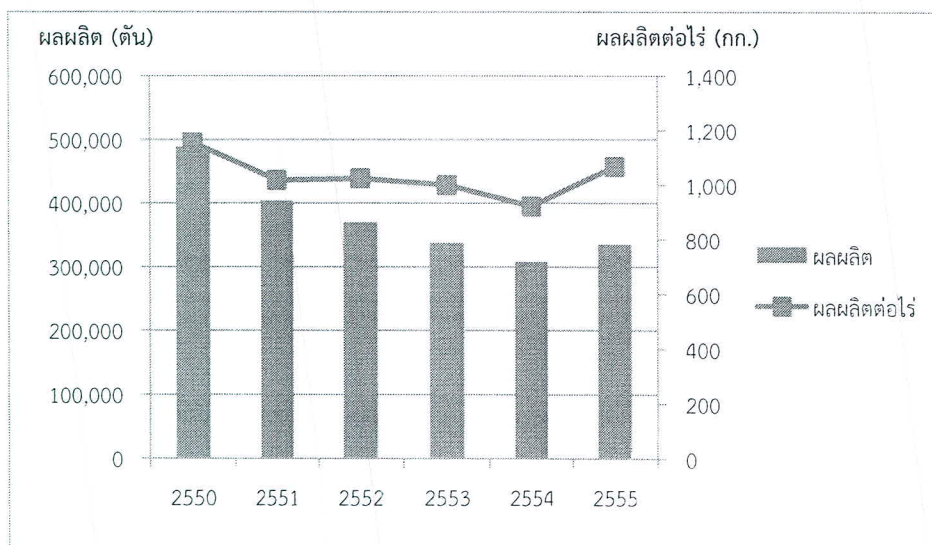
ปี 2555											
ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
0.13	0.03	0.02	6.28	28.34	39.68	7.79	12.18	3.48	1.21	0.71	0.15

- ช่วงเดือนที่เก็บเกี่ยวผลผลิต
- ช่วงเดือนที่เก็บเกี่ยวผลผลิตมาก
- ช่วงเดือนที่ภาคตะวันออกเก็บเกี่ยวเงาะออกสู่ตลาด
- ช่วงเดือนที่ภาคใต้เก็บเกี่ยวเงาะออกสู่ตลาด

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และข้อมูลจากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555

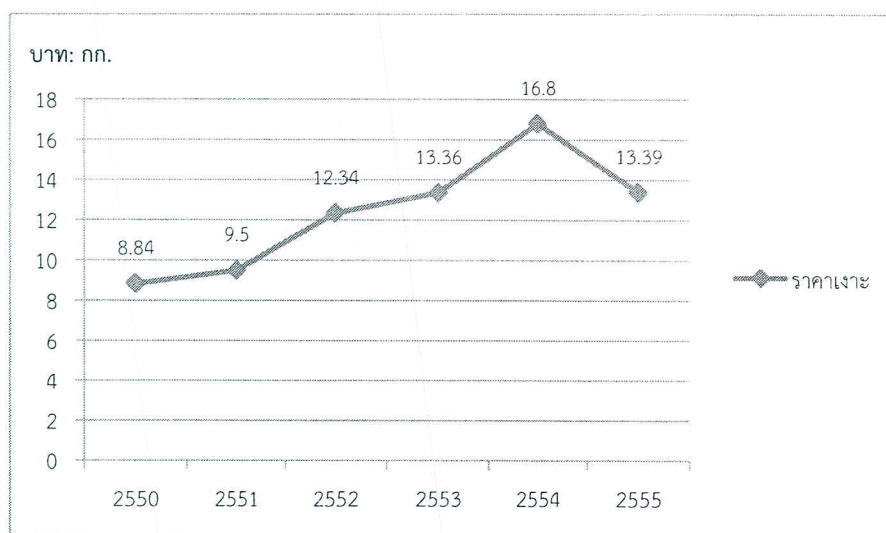
ผลผลิตเงาะภายในประเทศจะมีผลผลิตมากในช่วงเดือนเมษายนจนถึงเดือนมิถุนายน ซึ่งจะมีอัตราการผลิตที่สูงกว่าเดือนอื่นๆ แต่ถึงกระนั้นแนวโน้มปริมาณการผลิตในปี 2555 ลดน้อยลงจากปี 2554 จึงส่งผลให้อัตราการขยายตัวและแนวโน้มการผลิตเงาะในประเทศไทยลดน้อยลงเช่นเดียวกัน ดังรูปที่ 4.31

ส่วนสถานการณ์ราคาผลผลิตเงาะตั้งแต่ปี 2550-2554 พบว่าราคาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยราคาสูงสุดที่ 16.8 บาทต่อกิโลกรัม และในปี 2555 ราคากลับลดตัวลงค่อนข้างมาก ในราคากิโลกรัมละ 13.39 บาท ดังรูปที่ 4.32



ที่มา คำนวณโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจากกรมส่งเสริมการเกษตร (2555)

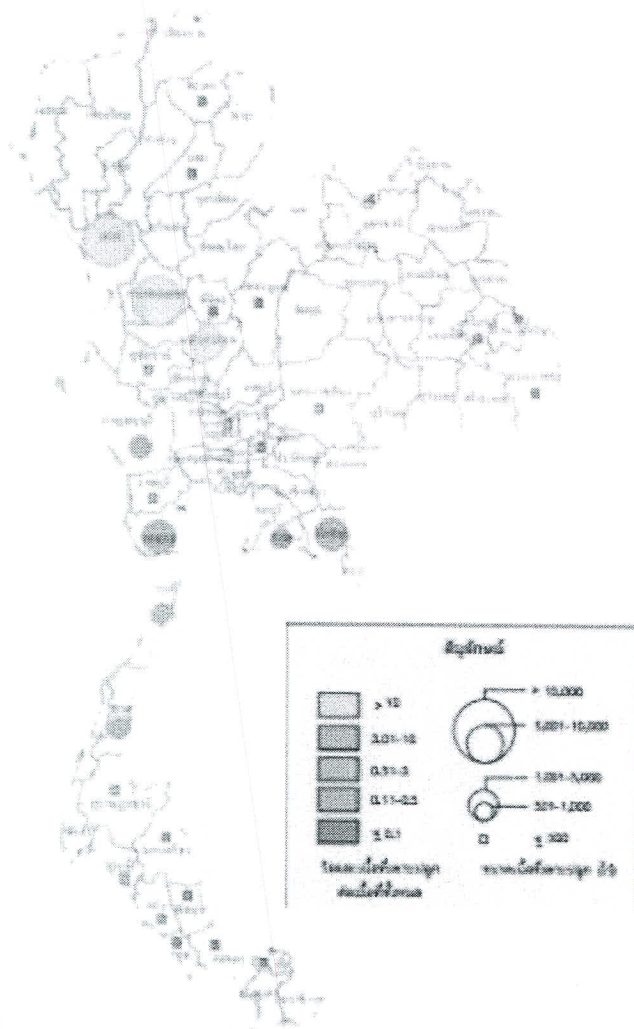
รูปที่ 4.31 แสดงปริมาณเงาะ



ที่มา สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555)

รูปที่ 4.32 แสดงราคาเงาะที่เกษตรกรขายได้

4.3.4. พื้นที่เพาะปลูกกล้วยไข่ของไทย



ที่มา สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555

รูปที่ 4.33 แสดงแหล่งเพาะปลูกกล้วยไข่ของประเทศไทย

แหล่งผลิตกล้วยไข่ที่สำคัญของประเทศไทย ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี ตาก เพชรบุรี กาญจนบุรี และชุมพร ทั้งนี้ประเทศไทยสามารถผลิตกล้วยไข่ออกสู่ตลาดได้ตลอดทั้งปี ด้านความต้องการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะ ตลาดจีน ซึ่งชาวจีนเรียกว่า “หวงตี้เจียว” หมายถึง กล้วยจักรพรรดิ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555) อย่างไรก็ตาม กล้วยไข่ ยังไม่มีข้อมูลด้านพื้นที่การปลูกแยกตามภาคหรือจังหวัด เนื่องจากเกษตรกรหรือครัวเรือนมักจะปลูกกล้วยไข่แซมไร่ จึงทำให้ยากต่อการเก็บข้อมูล และในส่วนถัดไปจะเป็นการอธิบายถึงร้อยละผลผลิตรายเดือนของกล้วยไข่ ปี 2555

ตารางที่ 4.39 ร้อยละผลผลิตรายเดือนของกล้วยไข่ ปี 2555

ปี 2555											
ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
0.13	0.03	0.02	6.28	28.34	39.68	7.79	12.18	3.48	1.21	0.71	0.15

ช่วงเดือนที่เก็บเกี่ยวผลผลิต

ช่วงเดือนที่เก็บเกี่ยวผลผลิตมาก

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และข้อมูลจากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555

ในด้านของราคาของกล้วยไข่ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ ราคากล้วยไข่ที่ผลิตนอกฤดู (ตารางที่ 4.40) กับราคากล้วยไข่ที่ปลูกในฤดู (ตารางที่ 4.41) ซึ่งพบว่า ในช่วงเดือนธันวาคม - เมษายน จะเป็นช่วงที่มีความต้องการของผู้บริโภคสูง ส่งผลให้กล้วยไข่จึงมีราคาที่พุ่งขึ้นสูงถึง 15-30 บาทต่อ 1 กิโลกรัม ส่วนช่วงเดือนพฤษภาคม - กรกฎาคม เป็นช่วงที่ตลาดมีความต้องการในระดับปานกลาง จึงส่งผลให้กล้วยไข่มีราคาลดต่ำลงเหลือเพียง 10-15 บาทต่อกิโลกรัม ยิ่งไปกว่านั้น ราคาของกล้วยไข่จะลดต่ำลงในช่วงเดือนสิงหาคม-พฤศจิกายน ซึ่งเป็นช่วงผลิตกล้วยไข่ในฤดู ส่งผลให้ราคาเหลือเพียง 7-10 บาท ต่อกิโลกรัม เท่านั้น

ตารางที่ 4.40 แสดงฤดูกาลปลูกกล้วยไข่นอกฤดู และราคาผลผลิต

กล้วยนอกฤดู							
ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.
ช่วงที่ตลาดต้องการมากและมีราคาสูง (15-30 บาทต่อ 1 กิโลกรัม)					ช่วงที่ตลาดต้องการและมี ราคาปานกลาง (10-15 บาทต่อ 1 กิโลกรัม)		

ที่มา จรียา และคณะ, 2555

ตารางที่ 4.41 แสดงฤดูกาลปลูกกล้วยไข่ในฤดู และราคาผลผลิต

กล้วยในฤดู			
ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.
ฤดูกาลกล้วยไข่ไทย ในราคาต่ำ (7-10 บาท ต่อ 1 กิโลกรัม)			

ที่มา จรียา และคณะ, 2555

ทั้งนี้หลังจากที่วิเคราะห์ถึงระยะเวลาในการเก็บเกี่ยวผลผลิตรายเดือน ของผลไม้ทั้ง 4 ชนิด ได้แก่ ทุเรียน มังคุด เงาะ และกล้วยไข่แล้ว สามารถนำมาสรุปเป็นตารางแสดงแหล่งผลิตที่สำคัญและฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลไม้ของไทยที่เป็นฤดูกาลที่ออกสู่ตลาดได้ดังนี้ (ตารางที่ 4.42)

ตารางที่ 4.42 แสดงแหล่งผลิตที่สำคัญและฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลไม้ออกสู่ตลาด

ชนิดสินค้า	แหล่งผลิตที่สำคัญ	ฤดูกาลที่ออกสู่ตลาด
ทุเรียน	-ภาคตะวันออก: จันทบุรี ตราด ระยอง -ภาคอีสาน: ศรีสะเกษ -ภาคใต้: ชุมพร นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี ยะลา นราธิวาส	- ภาคตะวันออก: พ.ค.-มิ.ย. - ภาคใต้: ส.ค.-ก.ย.
มังคุด	-ภาคตะวันออก: จันทบุรี ตราด ระยอง -ภาคใต้: นครศรีธรรมราช ชุมพร นราธิวาส พัทลุง ระนอง สุราษฎร์ธานี	- ภาคตะวันออก: เม.ย.-พ.ค. - ภาคใต้: ก.ค.-ส.ค.
เงาะ	-ภาคตะวันออก: จันทบุรี ตราด ระยอง -ภาคอีสาน: หนองคาย ศรีสะเกษ -ภาคใต้: นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี นราธิวาส	- ภาคตะวันออก: เม.ย.-พ.ค. - ภาคใต้: ส.ค.-ก.ย.
กล้วยไข่	-ภาคตะวันออก: จันทบุรี เพชรบุรี กาญจนบุรี ตาก -ภาคใต้: ชุมพร	ทั้งปี

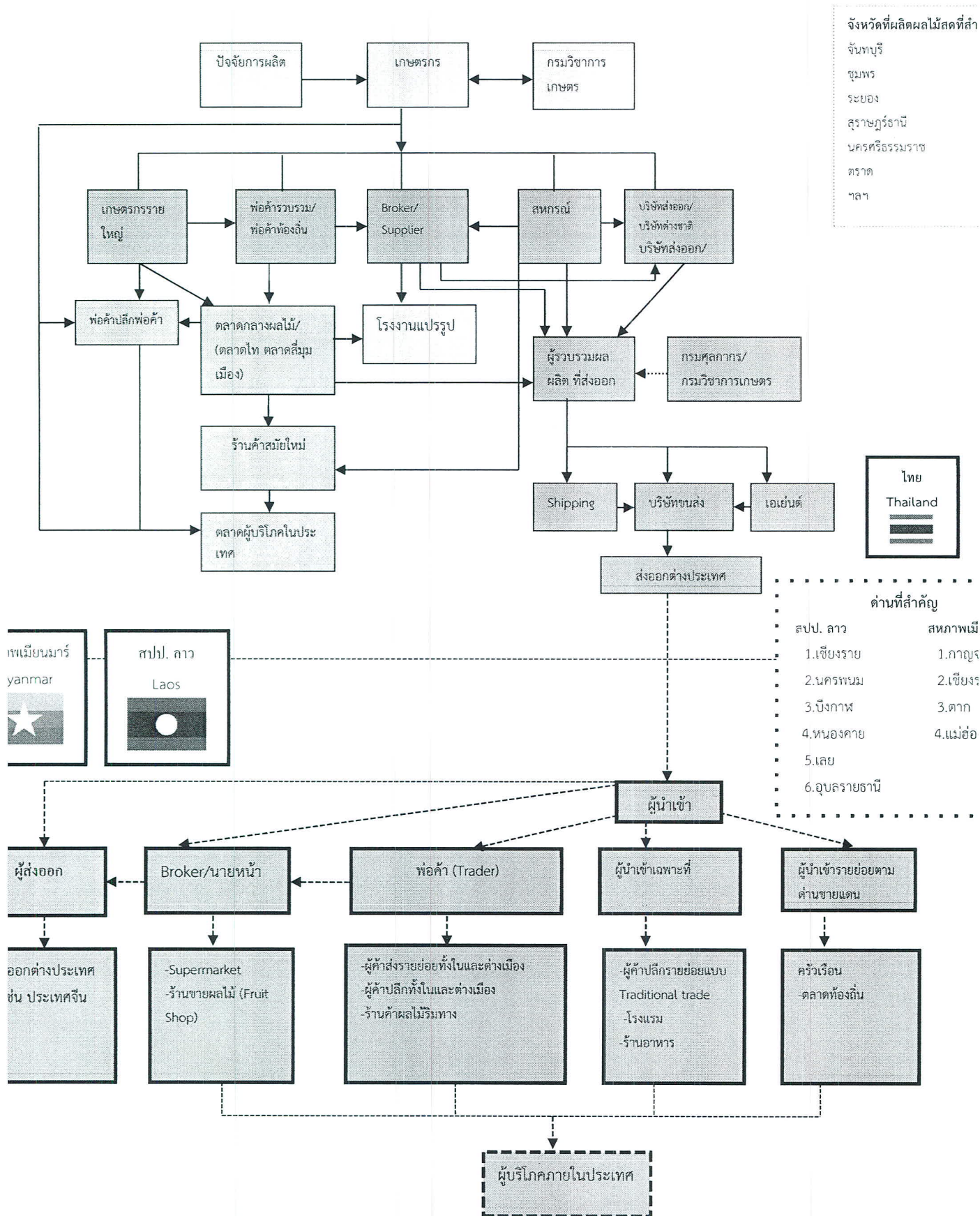
ที่มา จากการสำรวจ และข้อมูลจากสำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร, 2556

4.4 โซ่อุปทานผลไม้สดของประเทศไทยในปัจจุบัน

ในส่วนนี้จะอธิบายถึงโซ่อุปทานผลไม้ของประเทศไทย ซึ่งจะแสดงข้อมูลเกี่ยวกับโซ่อุปทาน ตั้งแต่ ต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำ ของผลไม้ 4 ชนิด (ได้แก่ ทุเรียน มังคุด เงาะ และกล้วยไข่) รวมถึงคำอธิบายบทบาทผู้เล่นในแต่ละโซ่อุปทานของผลไม้

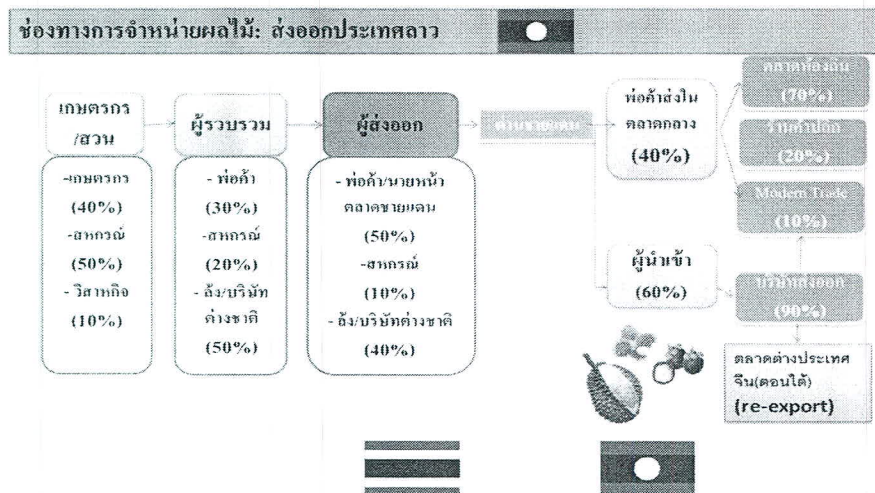
สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะในส่วนของการบริหารจัดการผลไม้สดเพื่อส่งออกไปยังสหภาพเมียนมาร์ และสปป.ลาว ซึ่งจากการศึกษาและลงพื้นที่เก็บข้อมูลสามารถจำแนกการดำเนินงานของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในโซ่อุปทานผลไม้สดตามลำดับการไหลของสินค้า ของหน่วยงานและองค์กรต่างๆที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน อาทิ เกษตรกร ผู้รวบรวมผลผลิต ล้ง บริษัทขนส่งและตัวแทนผู้ส่งออกของไทย สหกรณ์ นายหน้า ตัวแทนนำเข้าผลไม้จากสหภาพเมียนมาร์ สปป.ลาว และจีน พ่อค้าปลีก พ่อค้าส่ง และผู้บริโภคในประเทศเมียนมาร์ และสปป.ลาว

จากการศึกษาโซ่อุปทานผลไม้สด 4 ชนิด (ได้แก่ ทุเรียน มังคุด เงาะ และกล้วยไข่) ของไทยในปัจจุบัน พบว่า มีลักษณะของโซ่อุปทานผลไม้ส่วนใหญ่ที่คล้ายคลึงกัน ดังรูปที่ 4.34 ทั้งนี้ในส่วนนี้จะมุ่งเน้นการอธิบายถึงโซ่อุปทานของผลไม้เพื่อการส่งออกแต่ละชนิด ซึ่งจะอธิบายถึงโซ่อุปทานผลไม้สดในภาพรวมของไทยและความเชื่อมโยงของโซ่อุปทานในตลาดต่างประเทศในสหภาพเมียนมาร์ และสปป.ลาว (รูปที่ 4.34) เพื่อให้เห็นถึงลักษณะการกระจายสินค้าตั้งแต่เกษตรกร จนถึงผู้บริโภคในต่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีรายละเอียดแยกตามชนิดผลไม้ดังนี้

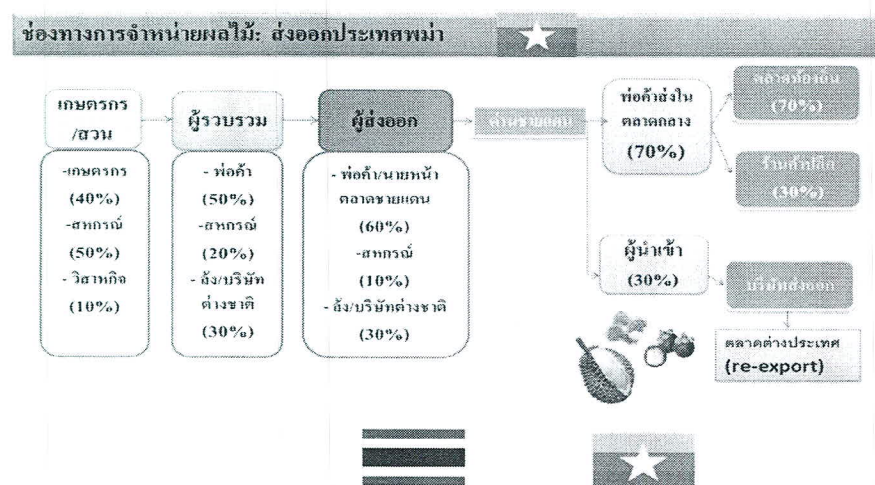


รูปที่ 4.34 โซ่อุปทานผลไม้สดของประเทศไทยและการส่งออกต่างประเทศ (เมียนมาร์และสปป.ลาว)

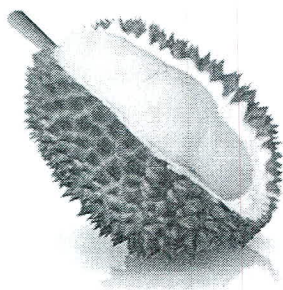
ทั้งนี้หากจะวิเคราะห์ช่องทางการจัดจำหน่ายผลไม้ที่ส่งออกไปยังสปป.ลาวสามารถแบ่งได้เป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ย โดยเริ่มจากเกษตรกรต้นน้ำ ซึ่งเกษตรกรที่จัดจำหน่ายแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ 1) เกษตรกรจำหน่ายเอง คิดได้เป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ยร้อยละ 40 2) สหกรณ์ร้อยละ 50 และ 3) วิสาหกิจร้อยละ 10 จากนั้นส่งต่อไปยังผู้รวบรวมซึ่งแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) พ่อค้าคนกลางร้อยละ 30 2) สหกรณ์ร้อยละ 20 และ 3) ล้งหรือบริษัทต่างชาติร้อยละ 50 และผู้รวบรวมจึงส่งต่อไปยังผู้ส่งออก ซึ่งอยู่ในกลุ่มกลางน้ำ จำแนกได้เป็น 3 กลุ่มหลักเช่นกัน คือ 1) พ่อค้าหรือนายหน้าตลาดชายแดนโดยเฉลี่ยถึงร้อยละ 50 2) สหกรณ์ร้อยละ 10 และ 3) ล้งหรือบริษัทต่างชาติร้อยละ 40 จากนั้นจะเป็นการส่งออกผ่านด่านการค้าชายแดนไปสู่ปลายทาง อันได้แก่ พ่อค้าส่งในตลาดกลางคิดเป็นร้อยละ 40 และผู้นำเข้าอีกร้อยละ 60 ก่อนจะกระจายสู่ตลาดท้องถิ่น ร้านค้าปลีก ร้านค้าสมัยใหม่ บริษัทส่งออก และตลาดส่งออกต่างประเทศต่อไป ดังรูปต่อไปนี้



และสำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายผลไม้ส่งออกไปยังสหภาพเมียนมาร์ จะเห็นได้ว่ามีรูปแบบที่คล้ายคลึงกันกับการส่งออกผลไม้ไปสปป.ลาว กล่าวคือ เริ่มจากเกษตรกร 3 กลุ่มหลัก คิดเป็นอัตราเฉลี่ย คือ 1) เกษตรกรผู้จำหน่ายเองร้อยละ 40 2) สหกรณ์ร้อยละ 50 และ 3) วิสาหกิจเพียงร้อยละ 10 จากนั้นเป็นการส่งผ่านไปยังผู้รวบรวม 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) พ่อค้าคนกลางร้อยละ 50 2) สหกรณ์คิดเป็นร้อยละ 20 และ 3) ล้งหรือบริษัทต่างชาติร้อยละ 30 โดยผู้รวบรวมจะส่งออกไปยังผู้ส่งออก จำแนกได้เป็น 3 กลุ่มหลัก 1) พ่อค้าหรือนายหน้าตลาดชายแดนถึงร้อยละ 60 2) ล้งหรือบริษัทต่างชาติร้อยละ 30 และ 3) กลุ่มสหกรณ์ซึ่งมีเพียงร้อยละ 10 จากนั้นจึงเป็นการส่งออกผ่านด่านการค้าชายแดน ไปยังพ่อค้าส่งในตลาดกลางมากถึงร้อยละ 70 และผู้นำเข้าอีกร้อยละ 30 แล้วจึงกระจายสู่ตลาดท้องถิ่น ร้านค้าปลีก และบริษัทส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศต่อไป ดังรูปต่อไปนี้



4.4.1 การวิเคราะห์โซ่อุปทานทุเรียน



การเพาะปลูกทุเรียนของไทยในปัจจุบัน มีพื้นที่เพาะปลูกหลักในภาคตะวันออกและภาคใต้ ในจังหวัด จันทบุรี ชุมพร ระยอง สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช ตรัง เป็นต้น โดยมีพื้นที่นิยมปลูก ได้แก่ หมอนทอง ชะนี ก้านยาว และกระดุมทอง จากการศึกษาพบว่าเกษตรกรมีช่องทางการขายสินค้าอยู่หลายช่องทาง อาทิ การขายด้วยตนเอง การขายแบบเหมาสวน ขายผ่านพ่อค้าคนกลาง หรือการขายผ่านระบบพันธมิตรสัญญา โดยการทำสัญญาระหว่างเกษตรกรกับผู้ประกอบการรวมไปถึงการขายผ่านกลุ่มผู้ผลิตหรือสหกรณ์ เป็นต้น (รูปที่ 4.34)

เมื่อผลผลิตทุเรียนพร้อมออกสู่ตลาด พ่อค้าคนกลางซึ่งมีหลายรูปแบบ อาทิ เกษตรกรรายใหญ่ พ่อค้ารวบรวม/ล้ง นายหน้า สหกรณ์ และบริษัทส่งออก ซึ่งถือเป็นผู้รวบรวมผลผลิตจะเข้าไปรับซื้อและรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกร โดยนำมาเก็บไว้ชั่วคราวและรอส่งให้กับผู้ค้าส่ง และ/หรือผู้ส่งออกอีกต่อหนึ่ง นอกจากนี้เกษตรกรยังมีการจำหน่ายผลผลิตให้แก่ผู้ค้าปลีกและผู้บริโภคโดยตรงอีกด้วย โดยในส่วนของผู้ค้าปลีกจะเป็นผู้ค้าในตลาดสดที่ขายให้กับผู้บริโภค และในส่วนของเกษตรกรที่ขายผลผลิตให้แก่ผู้บริโภคโดยตรงนั้น ส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่ผู้บริโภคสามารถเข้ามาเยี่ยมชมสวนและซื้อผลผลิตกลับไปได้ สำหรับผู้ค้าส่งจะส่งผลผลิตให้ห้างสรรพสินค้า ตลาดค้าส่งที่สำคัญประเทศ (ตลาดกลาง อาทิ ตลาดไท ตลาดสี่มุมเมือง) ตลาดค้าส่งที่สำคัญในจังหวัดหรือหัวเมืองใกล้เคียง โดยตลาดค้าส่งจะทำหน้าที่ในการกระจายผลผลิตสู่ผู้ค้าปลีก ซึ่งปัจจุบันตลาดค้าส่งกลางในกรุงเทพฯ อาทิ ตลาดไท ตลาดสี่มุมเมือง ตลาดปากคลองตลาด และตลาดมหานาค ถือว่าเป็นศูนย์กลางการค้าส่งผักและผลไม้หลักที่ทำหน้าที่กระจายผลผลิตสู่ต่างจังหวัด และผู้ส่งออกหรือบริษัทส่งออกในกรุงเทพฯ อีกด้วย

ในการจัดการกระบวนการส่งสินค้าผ่านโซ่อุปทานของทุเรียนเพื่อการบริโภคภายในประเทศและต่างประเทศ มีผู้เล่นที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานหลายส่วน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องของตลาดในประเทศ ได้แก่ เกษตรกร สหกรณ์ ผู้รวบรวมผลผลิต ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ผู้ส่งออก และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในตลาดต่างประเทศ ได้แก่ ผู้ประกอบการนำเข้าจากต่างประเทศ บริษัทต่างชาติ และผู้ค้าส่งในต่างประเทศ เป็นต้น โดยรายละเอียดของผู้เกี่ยวข้องจะสามารถจำแนกได้ดังนี้

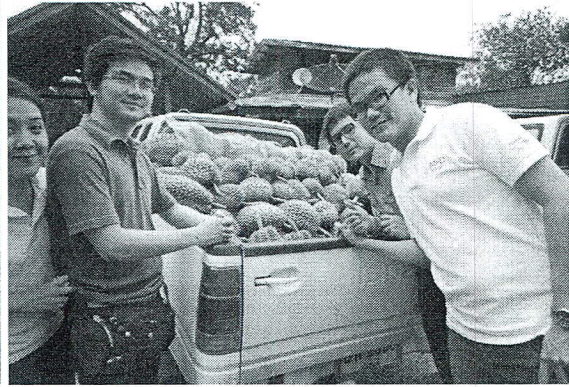
1. เกษตรกร

เกษตรกรส่วนใหญ่จะผลิตทุเรียนในฤดูกาลของผลไม้ เพราะจะได้ทุเรียนที่มีคุณภาพสำหรับการส่งออก เนื่องจากการส่งออกทุเรียนในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นการคัดเกรดการส่งออกทุเรียนที่มีเกรดดี และการบริโภคภายในประเทศจะเป็นทุเรียนเกรดรอง ทั้งนี้เมื่อถึงช่วงที่มีผลผลิตมาก เกษตรกรจะพบกับปัญหาขาดแคลนแรงงาน และแรงงานที่มีความชำนาญในการเก็บเกี่ยวผลผลิต เกษตรกรจะเก็บเกี่ยวผลผลิตทุเรียนประมาณอายุ 125 วันหลังดอกบาน น้ำหนักของผลทุเรียนอยู่ระหว่าง 3-7 กิโลกรัม รูปทรงของทุเรียนที่ดีต้องเป็นทรงสมมาตร และปราศจากการทำลายของโรคและแมลง โดยเฉพาะเพลี้ยแป้งและราดำ จากนั้นทำการคัดแยกผลที่มีตำหนิ แยกไว้ต่างหาก ขนย้ายไปวางเรียงให้เป็นระเบียบบนพื้นที่สะอาด และหลีกเลี่ยงที่จะนำทุเรียนวางกับพื้นดินโดยตรง เพื่อเป็นการป้องกันเชื้อรา และรอการขนส่งไปยังโรงคัดบรรจุ ซึ่งจะมีผู้รวบรวมมารับซื้อแบบเหมาสวน



ที่มา จากการสำรวจ

รูปที่ 4.35 การเก็บเกี่ยวผลทุเรียนของเกษตรกร



ที่มา จากการสำรวจ

รูปที่ 4.36 การขนส่งทุเรียนสดของเกษตรกรเพื่อนำไปจำหน่าย

1.1 รูปแบบการผลิต

ทุเรียนพันธุ์ที่ได้รับความนิยมในท้องตลาด ได้แก่ หมอนทอง ชะนี ก้านยาว และกระดุมทอง ซึ่งจะแตกต่างกันทั้งรสชาติ ราคา และวิธีการปลูก สำหรับฤดูกาลที่ออกสู่ตลาดนั้น ภาควิชาออกจะออกสู่ตลาดในเดือนพฤษภาคมถึงเดือนมิถุนายน และภาคใต้จะออกสู่ตลาดในเดือนสิงหาคมถึงเดือนกันยายน สำหรับเดือนที่เก็บเกี่ยวผลผลิตมากที่สุด คือ เดือนเมษายนและเดือนพฤษภาคม (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2556)

โดยการเก็บเกี่ยวทุเรียนออกสู่ตลาดนั้นจะเป็นทุเรียนที่สุกพอเหมาะแล้ว พันธุ์กระดุมทองไม่ต่ำกว่า 80 วันหลังดอกบาน พันธุ์ชะนีไม่ต่ำกว่า 100 วัน และพันธุ์หมอนทองไม่ต่ำกว่า 110 วัน (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2555) หรือสุกประมาณ 75 เปอร์เซ็นต์ เพื่อการส่งออกต่างประเทศ และสุกประมาณ 85 เปอร์เซ็นต์ เพื่อการบริโภคภายในประเทศ โดยมีการขนส่ง 1-2 วัน (กรมวิชาการเกษตร, 2555) ถ้าหากทุเรียนมีการสุกมากเกินไป จะทำให้เนื้อทุเรียนเละและสูญเสียรสชาติ ทั้งนี้การขนส่งทุเรียนจะต้องคำนึงในเรื่องของอากาศเป็นอย่างมาก เนื่องจากทุเรียนมีความอ่อนไหวต่อสภาพอากาศที่ร้อนจัด ซึ่งจะทำให้ทุเรียนสุกเร็วขึ้น จึงต้องมีการควบคุมอุณหภูมิในการส่งออก และมีการเก็บเกี่ยวผลผลิตก่อนที่จะสุกเต็มที่

ทุเรียนที่สุกเต็มที่จะมีเนื้อสีเหลือง มีกลิ่นหอม เมล็ดสีน้ำตาล รสชาติหวาน และมัน นอกจากนี้ทุเรียนที่มีลักษณะที่อ่อนอยู่หรือไม่ได้คุณภาพสามารถนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ ได้อีกด้วย เช่น ทุเรียนทอด ทุเรียนแช่แข็ง ทุเรียนกวน เป็นต้น ซึ่งเป็นการทำรายได้ให้แก่ผู้แปรรูปอีกทางหนึ่ง

1.2 รูปแบบการจำหน่ายผลผลิต

จากการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนพบว่า ปัจจุบันรูปแบบการซื้อขายผลผลิตทุเรียนของเกษตรกรสามารถแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ คือ การดำเนินการขายเอง การขายแบบเหมาสวน การขายผ่านกลุ่มเป็นสหกรณ์ และการขายแบบเกษตรกรพันธมิตร (รูป 4.36) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.2.1 การดำเนินการขายเอง เป็นลักษณะที่เกษตรกรนำทุเรียนมาขายเองตามแผงหรือร้านของตนเองภายในจังหวัด หรือจะมีพ่อค้าท้องถิ่นมารับซื้อที่สวน หรือขายให้กับโรงงานแปรรูปเพื่อการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น ทุเรียนทอด ทุเรียนอบแห้ง ทุเรียนกวน เป็นต้น สำหรับกรณีนี้เกษตรกรจะเป็นผู้ดำเนินการเอง ทั้งเก็บเกี่ยว คัดแยก จัดเรียงลงตะกร้า และการส่งไปยังผู้รับซื้อ โดยเกษตรกรอาจจะขายแยกตามเกรด หรือขายคละก็ได้ สำหรับกรณีที่จะนำไปขายที่จุดรับซื้อ เกษตรกรต้องมีข้อมูลเกี่ยวกับข้อกำหนดรูปแบบผลผลิตที่รับซื้อของผู้รับซื้อ เพื่อสามารถจัดการผลผลิตให้ตรงกับรูปแบบที่จุดรับซื้อต้องการ ทั้งนี้ เกษตรกรต้องเป็นผู้ดำเนินการเองทั้งหมดในกระบวนการเก็บเกี่ยวผลผลิต การคัดเกรด การจัดเรียงลงลังหรือตะกร้า ตลอดจนการขนส่งทุเรียนไปยังจุดรับซื้อ

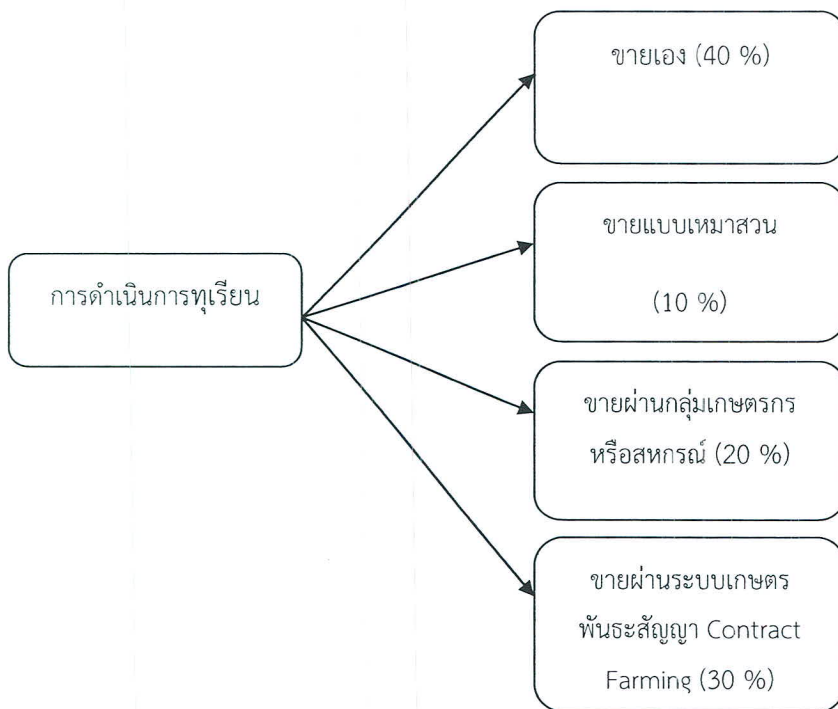
1.2.2 การดำเนินการขายแบบเหมาสวน เป็นลักษณะที่ผู้รวบรวมจะทำการติดต่อตกลงกับเกษตรกรผู้ผลิตทุเรียนว่าต้องการที่จะเหมาสวน ในราคาที่ตกลงกัน อาจจะเป็นการเหมาสวนทั้งหมด หรืออาจจะเหมาเพียงแค่บางส่วน

ซึ่งเป็นลักษณะการขายก่อนที่ผลผลิตจะออกสู่ตลาด แต่การซื้อขายแบบเหมาสวนเกษตรกรจะไม่มีส่วนรับผิดชอบใดๆ ซึ่งจะให้ผู้รวบรวมดำเนินการเองทั้งเก็บเกี่ยว คัดเกรดผลผลิต จัดเรียงลงตะกร้า และส่งมอบ

1.2.3 การขายผ่านกลุ่ม/สหกรณ์ เป็นลักษณะที่เกษตรกรรวมกลุ่มกันเพื่อซื้อขายผลผลิต เพื่อเป็นการต่อรองราคาและปริมาณกับผู้รับซื้อ และจะได้ทุเรียนในราคาที่อยู่ในระดับเดียวกัน โดยแต่ละกลุ่มหรือสหกรณ์จะมีระบบและรูปแบบการจัดการที่แตกต่างกันออกไป แต่กลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์ส่วนใหญ่จะมีการวางแผนด้านการผลิตและการตลาด รวมถึงวิธีปฏิบัติสำหรับสมาชิกในกลุ่มเพื่อดูแลรักษาและควบคุมผลผลิตให้มีคุณภาพและมาตรฐานตรงกับความต้องการของลูกค้า

1.2.4 การขายผ่านระบบเกษตรพันธสัญญา (Contract Farming) เป็นรูปแบบที่เกิดจากความร่วมมือระหว่างบริษัทธุรกิจเอกชนหรือบริษัทต่างชาติกับเกษตรกร โดยมีข้อตกลงร่วมกันให้เกษตรกรทำหน้าที่ผลิตภายใต้คำแนะนำและช่วยเหลือทางด้านวิชาการและการจัดการที่ทันสมัยของบริษัท และเมื่อได้ผลผลิต เกษตรกรจะต้องขายให้บริษัทคู่สัญญาซึ่งจะทำหน้าที่การตลาดให้ โดยบริษัทเอกชนหรือบริษัทต่างชาติจะได้รับประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม คือสามารถขยายฐานการผลิตทางแนวดิ่ง ขยายตลาดจำหน่ายปัจจัยการผลิตของบริษัท และใช้ผลผลิตที่รับซื้อมาเป็นวัตถุดิบในโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ และบางครั้งเพื่อการส่งออก ตลาดนี้เป็นสัญญาที่ต้องกระทำชัดเจนแน่นอน ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ

หากวิเคราะห์ถึงช่องทางการดำเนินการจัดจำหน่ายทุเรียนทั้ง 4 ลักษณะข้างต้น สามารถคิดเป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ยได้ดังนี้ 1) การดำเนินการขายเองของเกษตรกร คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 2) การดำเนินการขายแบบเหมาสวน เฉลี่ยร้อยละ 10 3) การขายผ่านกลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์ร้อยละ 20 และ 4) การขายผ่านระบบเกษตรพันธสัญญา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30 (รูปที่ 4.37)



รูปที่ 4.37 ลักษณะการดำเนินการขายทุเรียนของเกษตรกร

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการขายผลผลิตของเกษตรกร ได้แก่ คุณภาพของผลผลิต ปริมาณของผลผลิตของเกษตรกร ปริมาณความต้องการผลผลิตของผู้รับซื้อ ความสะดวกในการจัดการด้านการเก็บเกี่ยวผลผลิตและการคัดเกรด และการประมาณหรือเปรียบเทียบราคาของผลผลิตจากการนำไปขายเองกับราคาของผลผลิตจากการขายในรูปแบบต่างๆ เป็นต้น

กระบวนการในภาพรวมของการดำเนินงานของเกษตรกรในการจำหน่ายผลผลิตทุเรียน ทั้งในประเทศและต่างประเทศมีลักษณะการดำเนินงานการผลิตคล้ายคลึงกัน แต่จะแตกต่างกันที่ทุเรียนที่ผลิตเพื่อการส่งออกต่างประเทศนั้นจะเน้นคนงานที่มีความชำนาญในการคัดแยก การคัดเกรด และจัดเรียงใส่ตะกร้า มากกว่าทุเรียนที่บริโภคภายในประเทศ ในส่วนนี้จะอธิบายถึงกระบวนการในกรณีที่เกษตรกรดำเนินการขายผลผลิตเอง โดยกิจกรรมของเกษตรกรจะสิ้นสุดที่การส่งมอบผลผลิต แสดงดังตารางที่ 4.43

ตารางที่ 4.43 ขั้นตอนการดำเนินงานของเกษตรกรสำหรับการจำหน่ายทุเรียนด้วยตนเอง

กิจกรรม	รายละเอียดแต่ละกิจกรรม
การขายหน้าสวน	เกษตรกรจะเก็บเกี่ยวผลผลิตทุเรียนและนำมาขายเองที่หน้าสวนของตนเอง
การติดต่อจู่ดรับซื้อ/จู่ดรับซื้อ	เกษตรกรที่ต้องการขายทุเรียนด้วยตนเอง จะทำการติดต่อจู่ดรับซื้อที่มาตั้งบริเวณใกล้พื้นที่ จากนั้น จะทำการตกลงราคาซื้อขายกัน
เก็บเกี่ยวผลผลิต	เกษตรกรจะใช้กระสอบในการรับทุเรียนจากต้น เพื่อไม่ให้ทุเรียนช้ำ และทำการจัดใส่ตะกร้าขนาดใหญ่ และรอส่งให้พ่อค้าต่อไป
คัดแยก/คัดเกรด	ในขั้นตอนนี้เกษตรกรไม่นิยมที่จะคัดเกรดเอง แต่จะให้ผู้รวบรวมเป็นคนนำไปคัดเกรด และทำการส่งออกต่อไป ซึ่งการคัดแยกเกรดจะใช้คนงานที่มีความเชี่ยวชาญ โดยการกำหนดเกรดนั้นจะขึ้นอยู่กับว่าจะนำไปขายในตลาดภายในประเทศ หรือตลาดต่างประเทศ
บรรจุ/จัดเรียงตะกร้า	การบรรจุเพื่อนำไปขายให้กับตลาดภายในประเทศ จะบรรจุในตะกร้าขนาดใหญ่ หรือจัดเรียงบนรถบรรทุก ส่วนการบรรจุทุเรียนเพื่อการส่งออกจะบรรจุลงกล่องลูกฟูกซึ่ง 1กล่องจะสามารถใส่ทุเรียนได้ 3-4 ลูก น้ำหนักประมาณ 12-19 กิโลกรัมต่อกล่อง
เตรียมการจัดส่ง	เมื่อทำการคัดเกรดเรียบร้อยแล้วทุเรียนที่จะทำการขายในประเทศนั้นจะทำการขนขึ้นรถบรรทุกโดยไม่ได้บรรจุ หากเป็นทุเรียนที่จะทำการส่งออกซึ่งบรรจุลงในกล่องแล้วจะทำการขนขึ้นเรียงในรถบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์แบบปรับอากาศ
ส่งมอบ	การขนส่งในประเทศจะใช้การขนส่งโดยรถบรรทุก 4 ล้อ หรือรถบรรทุก 10 ล้อ ส่วนการขนส่งต่างประเทศนิยมขนส่งทางเรือ และจะขนส่งโดยใช้ตู้คอนเทนเนอร์ปรับอากาศ

2. ผู้รวบรวมผลผลิต/ล้ง

ปัจจุบันจู่ดรับซื้อทุเรียนส่วนใหญ่จะอยู่ในพื้นที่ภาคตะวันออก ซึ่งจู่ดรับซื้อส่วนใหญ่อยู่ที่จังหวัดจันทบุรีและ ระยอง ดังนั้นเกษตรกรที่ปลูกทุเรียนในบางพื้นที่ที่ไม่สะดวกในการที่จะนำผลผลิตมาขายเองได้ จึงตัดสินใจขายให้แก่พ่อค้าผู้รวบรวมผลผลิต ซึ่งปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจขายผลผลิตผ่านพ่อค้าผู้รวบรวมผลผลิต ได้แก่ การขาดแคลนแรงงานเก็บเกี่ยว การขาดแคลนเงินทุนในการจ้างคนงาน การขาดแคลนยานพาหนะ ต้นทุนการขนส่ง และความต้องการความสะดวกรวดเร็วในการขายผลผลิตและระบบการชำระเงิน เป็นต้น จากปัจจัยดังกล่าวทำให้พ่อค้ารวบรวมผลผลิต/ล้งเข้ามามีบทบาทในโซ่อุปทานเป็นอย่างมาก โดยล้งส่วนใหญ่จะเป็นคนในพื้นที่ซึ่งมีความคุ้นเคย หรือค้าขายกันเป็นประจำกับเกษตรกรอยู่แล้ว แต่อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่าปัจจุบันได้มีนักลงทุนชาวต่างชาติได้เข้ามาดำเนินธุรกิจเป็นผู้รวบรวมผลผลิต/ล้งมากขึ้น โดยเฉพาะล้งที่เป็นผู้ประกอบการชาวจีน

ล้ง โดยทั่วไปจะมีหน้าที่ในการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรโดยตรง หรืออาจจะมียานพาหนะในแต่ละหมู่บ้านติดต่อกับเกษตรกรโดยตรง ล้งจะกระจายผลผลิตไปยังผู้ค้าส่งในตลาดกรุงเทพฯ ผู้ค้าต่างจังหวัด หรือผู้ค้าจร โดยที่ล้งจะดำเนินการคัดแยก คัดเกรดเพื่อบริโภคภายในประเทศหรือการส่งออก จัดเรียงผลผลิตลงตะกร้า และส่งมอบเองทั้งหมด สำหรับรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงานของล้งแสดงดังตาราง 4.44

ตารางที่ 4.44 ขั้นตอนการดำเนินงานของพ่อค้าผู้รวบรวมผลผลิต/ล้ง สำหรับการซื้อขายทุเรียนในประเทศและต่างประเทศ

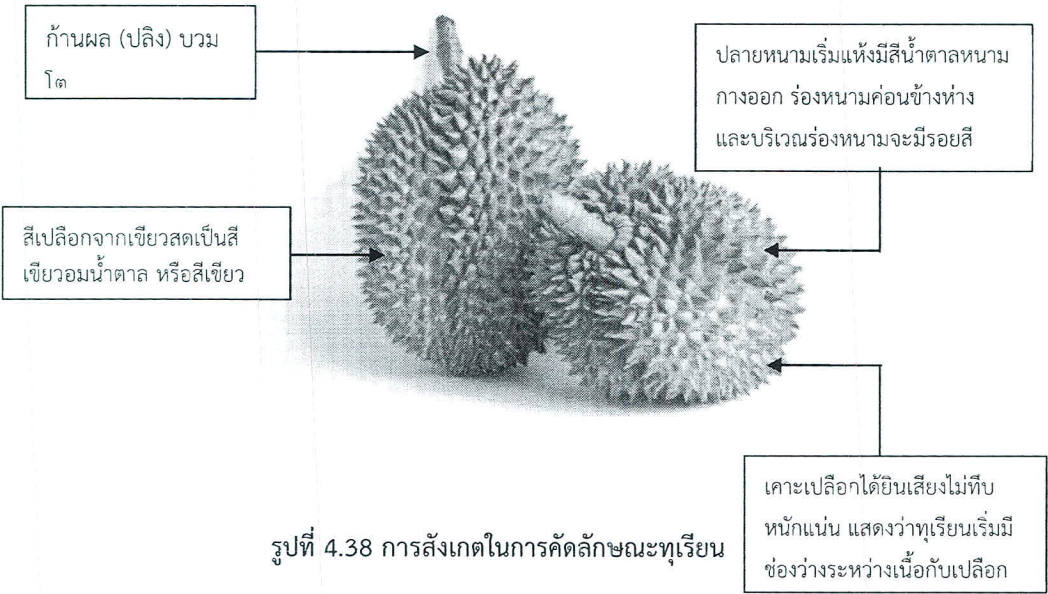
กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม
ประเมินผลผลิต	ล้งจะทำการสำรวจทุเรียนของเกษตรกรในพื้นที่พร้อมเก็บเกี่ยว ซึ่งพ่อค้าเหล่านี้จะคาดคะเนการสุกของทุเรียนในแต่ละสวนได้ และจะสามารถกำหนดช่วงเวลาซื้อได้
ติดต่อเกษตรกร	ติดต่อเกษตรกรเพื่อบอกหรือทำการซื้อขายผลผลิต และระบุวันที่จะเข้ามารับซื้อทุเรียนที่สวน โดยทั่วไปพ่อค้าเหล่านี้จะมีคนงาน เพื่อดำเนินการเก็บเกี่ยว และจัดเรียงลงตะกร้า
จัดหาและรวบรวมผลผลิต	ล้งในปัจจุบันจะใช้วิธีการจัดหาและรวบรวมผลผลิตใน 2 รูปแบบหลัก คือ ใช้วิธีการรับซื้อ และไปเก็บพร้อมรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรด้วยตนเอง หรือใช้วิธีการให้เกษตรกรนำผลผลิตมาส่งที่จุดรับซื้อของล้ง
คัดแยก/คัดเกรด	
บรรจุ/จัดเรียงลงตะกร้า	กิจกรรมในส่วนนี้ ล้งจะเป็นผู้จัดหาคานงานมาเองทั้งหมด ซึ่งการดำเนินการในแต่ละขั้นตอนนั้นคล้ายคลึงกับกรณีบริษัทส่งออก (ต่างชาติ)
จัดส่ง/ส่งมอบ	

2.1 การจัดหาทุเรียน

ช่องทางการจัดหาทุเรียนของพ่อค้าส่ง/ล้งมี 2 ช่องทางหลัก คือ 1. การรับซื้อทุเรียนจากเกษตรกรโดยตรงจากสวนที่ตกลงกัน และ 2. การตั้งจุดรับซื้อ โดยปัจจุบันล้งมีการรับซื้อจากเกษตรกรที่นำผลผลิตมาส่งด้วยตนเอง รวมถึงผู้รวบรวมในท้องถิ่นจัดหามาให้ ทั้งนี้ล้งจะทำการคัดเกรดเอง โดยคัดผลไม้เกรดดีไว้เพื่อส่งออก และขายผลไม้เกรดรองลงมาในตลาดในประเทศ

2.2 การคัดเกรด

ในส่วนของการคัดเกรดทุเรียนเพื่อการส่งออก เกณฑ์ในการคัดเกรดจะมีขนาดและรูปร่างทรงที่นิยมต้องมีลักษณะค่อนข้างกลม ไม่เบี้ยว สีเปลือกสดใส อายุต้องไม่อ่อนเกินไป ความสุกที่นิยม คือ ประมาณ 75% ส่วนน้ำหนักที่นิยมประมาณ ลูกละ 2.5 – 5.5 กิโลกรัม น้ำหนักที่ต่ำกว่านี้หรือสูงกว่านี้จะขายได้ราคาต่ำ นอกจากนี้ต้องดูจำนวนพู มีไม่เกิน 3 พู



รูปที่ 4.38 การสังเกตในการคัดลักษณะทุเรียน

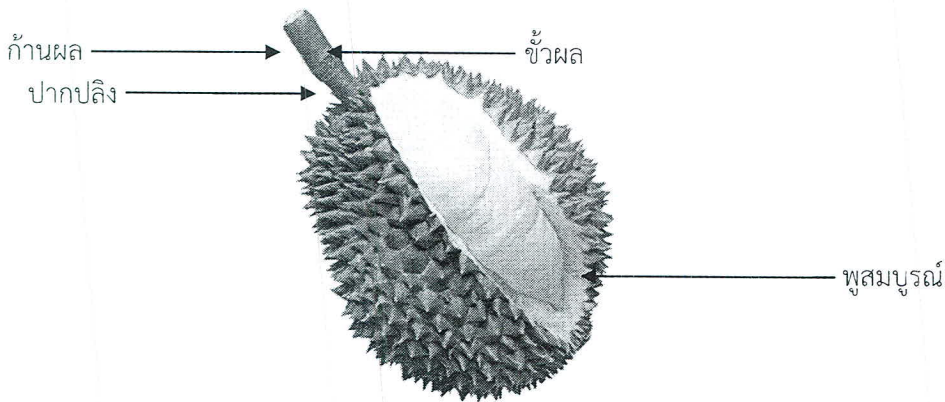
แห่งชาติ: ทุเรียน มกอช. 3-2546 ซึ่งมีข้อกำหนดไว้ดังนี้

คุณภาพขั้นต่ำ

ทุเรียนทุกชั้นมาตรฐานต้องมีคุณภาพดังต่อไปนี้ เว้นแต่จะมีข้อกำหนดเฉพาะของแต่ละชั้นและเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้ได้ตามที่ระบุไว้

- เป็นผลทุเรียนสดทั้งผลพร้อมข้าวที่สมบูรณ์และอาจมีก้านผล
- สภาพภายนอกมีความสมบูรณ์ไม่เน่าเสีย
- ไม่มีตำหนิที่เห็นเด่นชัดและไม่มีผลกระทบถึงคุณภาพภายใน
- ไม่มีศัตรูพืช ที่มีผลต่อรูปลักษณะทั่วไปของผลัดผล
- ไม่มีความเสียหายของผลัดผลเนื่องจากศัตรูพืช
- ปลอดภัยจากความเสียหายเนื่องจากอุณหภูมิต่ำหรืออุณหภูมิสูง
- ปลอดภัยจากกลิ่นและรสชาติแปลกปลอม หรืออย่างใดอย่างหนึ่ง
- สภาพความสมบูรณ์ภายในเมื่อสุก ไม่มีอาการผิดปกติของเนื้อ ได้แก่ แขน เต่าเผา ไส้ซึม ถ้ามีอย่างใดอย่างหนึ่งหรือรวมกันต้องไม่เกินร้อยละ 5 ของส่วนที่บริโภคได้

ผลทุเรียนต้องแก่ได้ที่เหมาะสมกับพันธุ์และพื้นที่ปลูก กล่าวคือ ผลสามารถพัฒนาเป็นผลสุกได้หลังเก็บเกี่ยวจากต้นแล้ว มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค และผลอยู่ในสภาพที่ยอมรับได้เมื่อถึงปลายทาง



รูปที่ 4.39 ลักษณะภายนอกของทุเรียน

การแบ่งชั้นคุณภาพ (ที่มา สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, 2556)

ทุเรียนตามมาตรฐานนี้ แบ่งเป็น 3 ชั้นคุณภาพดังนี้

- **ชั้นพิเศษ (“Extra” Class)**

ทุเรียนนี้มีคุณภาพดีที่สุดในตรงตามพันธุ์ จำนวนทุสมบูรณ์ไม่น้อยกว่า 4 พู ยกเว้นพันธุ์ก้านยาวและกระดุมทองมีทุสมบูรณ์ 5 พู มีลักษณะหนามสมบูรณ์ตรงตามพันธุ์ ปลายหนามไม่แตก ปลอดภัยจากตำหนิ ยกเว้นตำหนิเล็กน้อยที่ไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน และไม่มีผลกระทบต่อคุณภาพในด้านรูปลักษณ์ทั่วไปของผล รวมทั้งต่อคุณภาพภายใน ต่อคุณภาพระหว่างการเก็บรักษาและการจัดเรียงเสนอในภาชนะบรรจุ

- ชั้นหนึ่ง (Class I)

ทุเรียนนั้นมีคุณภาพดี ตรงตามพันธุ์ จำนวนพุ่มสมบูรณ์ไม่น้อยกว่า 3 พุ่ม และไม่สมบูรณ์อีก 2 พุ่มและไม่ทำให้รูปทรงทุเรียนเสียไป ยกเว้นพันธุ์ก้านยาวและกระดุมทอมมีสมบูรณ์ 4 พุ่ม มีลักษณะหนามสมบูรณ์ตรงตามพันธุ์ ปลายหนามไม่แตก มีตำหนิเล็กน้อยที่ไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน และตำหนิดังกล่าวไม่มีผลกระทบต่อคุณภาพในด้าน

รูปลักษณะทั่วไปของผล รวมทั้งต่อคุณภาพภายใน ต่อคุณภาพระหว่างการเก็บรักษา และการจัดเรียงเสนอในภาชนะบรรจุ

- **ชั้นสอง (Class II)**

ชั้นนี้รวมทุเรียนที่ไม่เข้าชั้นชั้นที่สูงกว่าแต่มีคุณภาพชั้นต่ำตามข้อ 3.1 มีคุณภาพตรงตามพันธุ์ จำนวนพูสมบูรณ์ไม่น้อยกว่า 2 พู และพูไม่สมบูรณ์อีก 2 พู ยกเว้นพันธุ์ก้านยาวและกระดุมทองมีพูสมบูรณ์ 3 พู และพูไม่สมบูรณ์อีก 2 พู มีลักษณะหนามสมบูรณ์ตรงตามพันธุ์ มีตำหนิเล็กน้อยที่ไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน แต่ตำหนิดังกล่าวได้ไม่มีผลกระทบต่อคุณภาพของเนื้อทุเรียน

ข้อกำหนดเรื่องขนาด

ผลทุเรียนแต่ละพันธุ์ต้องมีน้ำหนักต่อผลดังนี้

- 3.1 พันธุ์ชะนี ไม่น้อยกว่า 1.5 กิโลกรัม และไม่มากกว่า 4 กิโลกรัม
- 3.2 พันธุ์หมอนทองไม่น้อยกว่า 1.5 กิโลกรัม และไม่มากกว่า 6 กิโลกรัม
- 3.3 พันธุ์ก้านยาวไม่น้อยกว่า 1.5 กิโลกรัม
- 3.4 พันธุ์กระดุมทองไม่น้อยกว่า 1.3 กิโลกรัม

ข้อกำหนดเรื่องเกณฑ์ความคลาดเคลื่อน

เกณฑ์ความคลาดเคลื่อนเรื่องคุณภาพที่ยอมให้มีได้ในแต่ละรุ่นของการส่งมอบ สำหรับผลผลิตที่ไม่เข้าชั้นที่ระบุไว้มีดังนี้

เกณฑ์ความคลาดเคลื่อนเรื่องคุณภาพ

- **ชั้นพิเศษ ("Extra" Class)**

ไม่เกินร้อยละ 10 ของจำนวนผลในแต่ละรุ่นที่ส่งมอบที่คุณภาพไม่เป็นไปตามข้อกำหนดของชั้นพิเศษ แต่เป็นไปตามคุณภาพชั้นหนึ่งหรือคุณภาพยังอยู่ในเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนของคุณภาพชั้นหนึ่ง

- **ชั้นหนึ่ง (Class I)**

ไม่เกินร้อยละ 10 ของจำนวนผลในแต่ละรุ่นที่ส่งมอบที่คุณภาพไม่เป็นไปตามข้อกำหนดของชั้นหนึ่ง แต่เป็นไปตามคุณภาพชั้นสอง หรือคุณภาพยังอยู่ในเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนของคุณภาพชั้นสอง

- **ชั้นสอง (Class II)**

ไม่เกินร้อยละ 10 ของจำนวนผลในแต่ละรุ่นที่ส่งมอบที่คุณภาพไม่เป็นไปตามข้อกำหนดของชั้นสอง แต่ต้องไม่มีผลเน่าเสียหรือสภาพไม่เหมาะสมต่อการบริโภค

เกณฑ์ความคลาดเคลื่อนเรื่องขนาด

ทุเรียนทุกชั้นมีทุเรียนขนาดใหญ่หรือเล็กกว่าชั้นถัดไปหนึ่งชั้นปนมาได้ไม่เกินร้อยละ 20 ของจำนวนผลในแต่ละรุ่นที่ส่งมอบ

เมื่อทำการคัดเกรดตามมาตรฐานและขนาดที่กำหนดแล้ว จะนำทุเรียนไปทำความสะอาดโดยใช้แรงลมเป่า เพื่อกำจัดเศษวัสดุและแมลงบางชนิดออกจากผิวทุเรียน จากนั้นสู่ขั้นตอนในการบรรจุทุเรียนเพื่อการส่งออก ซึ่งจะอธิบายในหัวข้อต่อไป

2.3 การบรรจุ

การบรรจุเพื่อนำไปขายให้กับตลาดภายในประเทศ จะบรรจุในตะกร้าขนาดใหญ่ หรือจัดเรียงบนรถบรรทุก โดยไม่ได้บรรจุในตะกร้า ซึ่งผู้รวบรวมจะทำการส่งมอบผลผลิตให้แก่ตลาดต่างๆ ทั้งตลาดกลางขายส่งระดับท้องถิ่น ตลาดต่างจังหวัด และตลาดกรุงเทพฯและปริมณฑล สำหรับการส่งออก จะใช้วิธีการบรรจุทุเรียนลงกล่องลูกฟูก ซึ่ง 1 กล่องจะสามารถใส่ทุเรียน

ได้ 3-4 ลูก น้ำหนักประมาณ 12-19 กิโลกรัมต่อกล่อง แล้วจะทำการขนขึ้นเรียงในรถบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์แบบปรับอากาศ เพื่อทำการส่งต่อไปยังผู้ส่งออก

2.4 การขนส่ง

พ่อค้าจะทำการขนส่งโดยรถยนต์บรรทุก 4 ล้อ ขนาดบรรทุก 2.5 – 3 ตันต่อคันต่อเที่ยว ในกรณีที่ขนส่งในระยะทางไกลๆ เนื่องจากมีความคล่องตัวสูง และรถบรรทุกขนาด 10 ล้อในกรณีที่ผลผลิตมีปริมาณมากและขนส่งในระยะทางไกลๆ ซึ่งจะเป็นการลดต้นทุนค่าขนส่ง (สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร, 2555)

3. นายหน้า Broker/Supplier

นายหน้า (Broker/Supplier) ปัจจุบันมี 2 ประเภทหลักๆ คือ นายที่เป็นคนท้องถิ่นหรือตัวแทนจากบริษัทหรือผู้รับซื้อเพื่อส่งออก และนายหน้าที่เป็นบริษัทต่างชาติที่ทำการรับซื้อผลผลิตและส่งออกไปยังต่างประเทศ ซึ่งนายหน้าส่วนใหญ่ นิยมใช้สัญญาซื้อขายล่วงหน้าในรูปแบบการทำสัญญากับสวน (Contract Farming) เพื่อที่จะได้มีทุเรียนตอบสนองความต้องการทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ดี ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.45

ตารางที่ 4.45 ขั้นตอนการดำเนินงานของนายหน้าสำหรับการซื้อขายทุเรียนในประเทศและต่างประเทศ

กิจกรรม	รายละเอียดแต่ละกิจกรรม
รับข้อเสนอซื้อ	นายหน้าจะทำการรับคำสั่งซื้อผลผลิตจากผู้ที่มาติดต่อซื้อขาย โดยจะมีการรับข้อเสนอซื้อขายจากผู้ประกอบการ และพ่อค้า รวมถึงผู้ส่งออก โดยส่วนมากจะใช้วิธีตกลงในเรื่องของปริมาณและราคารับซื้อล่วงหน้าก่อนการเก็บเกี่ยวผลผลิต
รวบรวมผลผลิต	นายหน้าจะทำการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรที่ได้ทำการตกลงซื้อขายกันไว้ล่วงหน้า โดยนายหน้าส่วนใหญ่จะมีบริการไปรับผลผลิตด้วยตนเอง ทำให้เกษตรกรไม่ต้องเสียต้นทุนการขนส่งมายังจุดรับซื้อ
คัดแยก/คัดเกรด	นายหน้าส่วนใหญ่ยินดีรับผลผลิตในทุกเกรด(คละเกรด) แล้วนำไปทำการคัดแยกด้วยตนเอง โดยจะทำการจำหน่ายผลผลิตที่ตกเกรดในตลาดภายในประเทศตามตลาดกลางหรือตลาดท้องถิ่นต่อไป แล้วคัดเลือกผลผลิตที่ได้มาตรฐานการส่งออกเพื่อทำการส่งออกต่อไปยังตลาดปลายทาง
บรรจุ/จัดเรียงตะกร้า	การบรรจุทุเรียนเพื่อการส่งออกจะบรรจุลงกล่องลูกฟูกซึ่ง 1กล่องจะสามารถใส่ทุเรียนได้ 3-4 ลูก น้ำหนักประมาณ 12-19 กิโลกรัมต่อกล่อง
เตรียมการจัดส่ง	ทุเรียนที่จะทำการส่งออกซึ่งบรรจุลงในกล่องแล้วจะทำการขนขึ้นเรียงในรถบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์แบบปรับอากาศ
ส่งมอบ	การขนส่งในประเทศจะใช้การขนส่งโดยรถบรรทุก 4 ล้อ หรือรถบรรทุก 10 ล้อ ส่วนการขนส่งต่างประเทศนิยมขนส่งทางเรือ และจะขนส่งโดยใช้ตู้คอนเทนเนอร์ปรับอากาศ

4. สหกรณ์หรือกลุ่มเกษตรกร

จากการศึกษาและสำรวจด้านการตลาดผลไม้สดในภาคตะวันออกของไทย พบว่า ปัจจุบันสหกรณ์การเกษตรได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการช่วยเหลือเกษตรกร ทั้งด้านการจัดการโซ่อุปทานและการตลาดผลไม้สด ซึ่งจากการสำรวจและสัมภาษณ์ผู้จัดการสหกรณ์หลายแห่ง พบว่า ปัจจุบันสหกรณ์ต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินการแตกต่างกันอย่างมาก ขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้นำและสมาชิกของกลุ่ม รวมถึงข้อจำกัดด้านการดำเนินงานต่างๆ ทั้งนี้จากการสำรวจยังพบว่าสหกรณ์ส่วนใหญ่จะทำหน้าที่เหมือนตัวกลางในการส่งเสริมการตลาดเท่านั้น แต่บางแห่งจะมีการนำหลักการจัดการด้านการตลาด และการจัดการโซ่อุปทานเข้ามาใช้ในการดำเนินการ อาทิ สหกรณ์การเกษตรท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี ที่มีการพัฒนาโซ่อุปทานผลไม้สดของสหกรณ์อย่างเป็นระบบและมีรูปแบบการจัดการที่ดี โดยมีการวางแผนตั้งแต่การผลิตและการตลาด ซึ่งสหกรณ์การเกษตรท่าใหม่นั้นได้มีการจำหน่ายผลผลิตในหลายช่องทาง อาทิ การส่งออกด้วยสหกรณ์เอง รวมถึงความร่วมมือกับห้างสรรพสินค้า ผู้ประกอบการส่งออก หรือโรงงานคัดบรรจุเพื่อส่งต่อไปให้กับผู้ค้าส่งออกต่อไป

ซึ่งรายละเอียดการดำเนินการจำหน่ายของสหกรณ์ สามารถแสดงดังตารางที่ 4.46

ตารางที่ 4.46 ขั้นตอนการดำเนินงานของสหกรณ์ สำหรับการซื้อขายทุเรียนในประเทศและต่างประเทศ

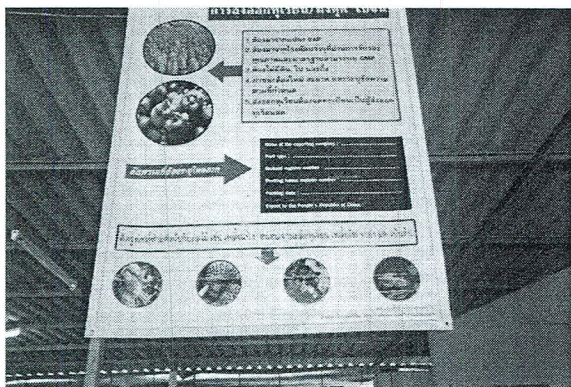
กิจกรรม	รายละเอียดแต่ละกิจกรรม
หาข้อมูล	สหกรณ์จะทำการรวบรวมข้อมูลราคา จากตลาดใหญ่เพื่อเอาไว้ต่อรองกับพ่อค้าคนกลางหรือผู้ที่มาติดต่อซื้อผลผลิต
รับข้อเสนอซื้อ	สหกรณ์จะทำการรับข้อเสนอซื้อผลผลิตจากผู้ที่มาติดต่อซื้อ
ทำการเจรจาต่อรอง	หากราคาผู้ที่มาติดต่อซื้อนั้นต่ำหรือไม่เป็นธรรมเกินไป ทางสหกรณ์จะทำการเจรจาต่อรองราคา ซึ่งทำได้ง่ายกว่าเกษตรกรทำการเจรจาเองเนื่องจากการรวมกลุ่มทำให้มีพลังในการต่อรองสูง
รวบรวมผลผลิตจากสมาชิก	สหกรณ์จะทำการรวบรวมผลผลิตจากสมาชิกกลุ่ม ซึ่งบางสหกรณ์จะใช้วิธีการกำหนดโควตาให้สมาชิคนำมาส่งขายในแต่ละครั้ง นอกจากนี้บางสหกรณ์ยังใช้วิธีการเปิดรับซื้อผลผลิตจากการเกษตรทั้งที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกอีกด้วย ทั้งนี้ในส่วนของการขนส่งนั้น เกษตรกรจะเป็นผู้ดำเนินการด้านการขนส่งผลผลิตมายังจุดรับซื้อของสหกรณ์
คัดแยก/คัดเกรด	สหกรณ์จะเป็นผู้ทำการแยกหรือคัดเกรด และทำการส่งออกต่อไป ซึ่งการคัดแยกเกรดจะใช้คนงานที่มีความเชี่ยวชาญ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นสมาชิกของสหกรณ์เอง โดยการกำหนดเกรดนั้นจะขึ้นอยู่กับว่าจะนำไปขายในตลาดภายในประเทศ หรือตลาดต่างประเทศ
บรรจุ/จัดเรียงตะกร้า	การบรรจุเพื่อนำไปขายให้กับตลาดภายในประเทศ จะบรรจุในตะกร้าขนาดใหญ่ หรือจัดเรียงบนรถบรรทุก ส่วนการบรรจุทุเรียนเพื่อการส่งออกจะบรรจุลงกล่องลูกฟูกซึ่ง 1กล่องจะสามารถใส่ทุเรียนได้ 3-4 ลูก น้ำหนักประมาณ 12-19 กิโลกรัมต่อกล่อง
เตรียมการจัดส่ง	เมื่อทำการคัดเกรดเรียบร้อยแล้วทุเรียนที่จะทำการขายในประเทศนั้นจะทำการขนขึ้นรถบรรทุกโดยไม่ได้บรรจุ หากเป็นทุเรียนที่จะทำการส่งออกซึ่งบรรจุลงในกล่องแล้วจะทำการขนขึ้นเรียงในรถบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์แบบปรับอากาศ
ส่งมอบ	การขนส่งในประเทศจะใช้การขนส่งโดยรถบรรทุก 4 ล้อ หรือรถบรรทุก 10 ล้อ ส่วนการขนส่งต่างประเทศนิยมขนส่งทางเรือ และจะขนส่งโดยใช้ตู้คอนเทนเนอร์ปรับอากาศ

5. บริษัทผู้ส่งออก/บริษัทต่างชาติ

ทุเรียนเป็นที่นิยมในการบริโภคของตลาดต่างประเทศโดยเฉพาะในประเทศจีน ฮองกง และอินโดนีเซีย การส่งออกสู่ประเทศเหล่านี้มีบางส่วนที่ใช้วิธีการเข้ามาดำเนินธุรกิจโดยการจัดตั้งเป็นบริษัท(ต่างชาติ) ที่จะดำเนินการส่งออกไปยังต่างประเทศหรือประเทศของตน อาทิ บริษัทส่งออกของประเทศจีน เป็นต้น

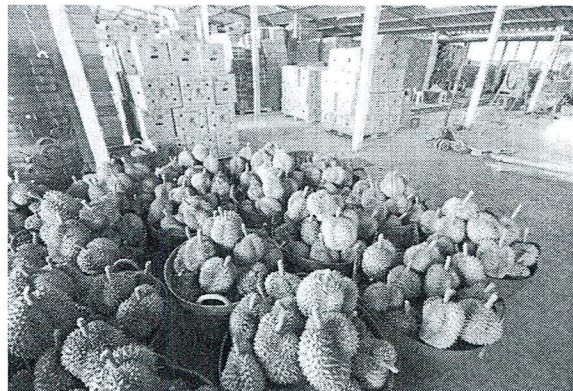
บริษัทผู้ส่งออกเพื่อส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ หรือผู้ประกอบการส่งออกทุเรียน จะดำเนินการทั้งในส่วนของการจัดการผลผลิตเพื่อเตรียมการส่งออกด้วยตนเอง หรือใช้วิธีการจ้างให้ผู้รวบรวมผลผลิต/ล้าง นายหน้า รวมถึงสหกรณ์ เป็นคนดำเนินการให้ อันได้แก่ รวบรวมผลผลิต คัดเกรด จากนั้นผู้ประกอบการส่งออกจะดำเนินการในขั้นตอนทางพิธีการศุลกากร ซึ่งในปัจจุบันผู้ประกอบการส่งใหญ่จะใช้วิธีการว่าจ้างชิปปิง โดยให้ตัวแทนของผู้ส่งออกในการดำเนินการพิธีการศุลกากรแทนผู้ส่งออก รวมถึงการจัดหาตู้และหัวลากตู้คอนเทนเนอร์เพื่อรับทุเรียนที่พร้อมจะส่งออก จากนั้นจัดทำใบขนส่ง ยื่นใบขนส่งสินค้าต่อเจ้าพนักงานศุลกากร ณ ด้านศุลกากร

จากการศึกษาพบว่าในปัจจุบันพ่อค้าหรือผู้ประกอบการส่งออกไปยังตลาดในสหภาพเมียนมาร์และสปป.ลาวนั้น สามารถจะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ 1. ผู้ค้าภายในจังหวัดหรือแหล่งผลิตที่ผู้ประกอบการตั้งจุดรับซื้อทุเรียนจากเกษตรกรหรือผู้รวบรวมท้องถิ่น แล้วนำมาขายผ่านขั้นตอนต่างๆ สำหรับการส่งออก จากนั้นจะขนส่งทางรถ โดยไม่ผ่านผู้ค้าส่งออกหรือตัวแทนภายในกรุงเทพฯ และ 2. ผู้ค้าส่งออกในกรุงเทพฯ ซึ่งจะรับซื้อจากสวนของเกษตรกร พ่อค้าผู้รวบรวม หรือผู้ค้าส่ง จากนั้นนำมาผ่านขั้นตอนต่างๆ สำหรับการส่งออก เช่น การคัดขนาด การแปรรูปติดฉลาก และการบรรจุหีบห่อ เป็นต้น แล้วจึงทำการส่งออกไปยังต่างประเทศ โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้



ที่มา จากการสำรวจ

รูปที่ 4.40 ขั้นตอนการรับซื้อทุเรียนไปต่างประเทศ



ที่มา จากการสำรวจ

รูปที่ 4.41 การคัดเกรด/คัดแยกทุเรียน



ที่มา จากการสำรวจ

รูปที่ 4.42 การบรรจุทุเรียนลงบรรจุภัณฑ์



ที่มา จากการสำรวจ

รูปที่ 4.43 รถขนส่งทุเรียนเพื่อส่งออก

ตารางที่ 4.47 ขั้นตอนการดำเนินงานของผู้ส่งออก สำหรับการจำหน่ายในต่างประเทศ

กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม
ตรวจสอบ/คัดแยกสินค้า QC	ตรวจสอบคุณภาพและคัดแยก จะมีพนักงานที่มีประสบการณ์และความชำนาญเฉพาะทำหน้าที่ในการตรวจสอบคุณภาพ และจะมีการบันทึกปริมาณที่นำมาขายแต่ละเกรด ณ จุดนี้ เพื่อให้เกษตรกรหรือพ่อค้านำไปปรับเงินที่ฝ่ายบัญชี
ป้ายสารละลายเอทธิฟอน	ป้ายสารละลายเอทธิฟอนบริเวณขั้วผลเพื่อเร่งการสุกของผล ในกรณีต้องการกำหนดเวลาสุกหลังจากถึงปลายทาง
บรรจุ	แผนกติดสายรัดตะกร้าและติดสติ๊กเกอร์ ซึ่งสายรัดตะกร้าและสติ๊กเกอร์จะเป็นสีเดียวกัน แต่ละสีบ่งบอกเกรดของทุเรียนและราคาที่ต่างกันออกไป
การจองตู้สินค้า	ทางจตุรรับซื้อเป็นผู้ทำการจองตู้ หัวลาก และเรือจากบริษัทชิปปิงล่วงหน้าก่อน พร้อมระบุวันที่มาส่งสินค้า
รอยืนยัน	รอคำยืนยันจากบริษัทชิปปิงว่ามีตู้ว่าง และพื้นที่ในเรือว่างหรือไม่
ยืนยัน/กำหนดวันเอาหัวลาก	เมื่อได้รับคำยืนยันแล้ว จตุรรับซื้อจะทำการรับตู้จากบริษัทชิปปิงสำหรับจัดเรียงกล่องบรรจุทุเรียน และกำหนดวันให้หัวลากมาลากตู้คอนเทนเนอร์ไปยังท่าเรือ
บรรจุเข้าตู้คอนเทนเนอร์	พนักงานทำการขนย้ายกล่องไปเรียงในคอนเทนเนอร์ห้องเย็นที่มีการปรับระดับอุณหภูมิให้เหมาะสม
พิธีการศุลกากร	ดำเนินการเอกสารด้านศุลกากรโดยทั่วไปจะใช้บริการบริษัทชิปปิง
รับเอกสารจากทางท่าเรือ	ในใบจะระบุชื่อเรือ ท่าเรือ ช่องที่จอด และปลายทางที่สินค้าจะไป โดยใบนี้จะให้คนขับรถนำไปด้วย เพื่อสามารถผ่านด่านตรวจได้ ซึ่งสินค้าต้องไปถึงท่าเรือก่อนเรือออก 1 วัน (24ชม.) และไม่เกิน 3 วัน
ขนส่ง	หลังจากการจัดเรียงกล่องเต็มตู้แล้ว จะทำการขนส่งไปท่าเรือ
ลูกค้าปลายทางรับสินค้า	1. เจ้าหน้าที่ CIQ ประจำเมืองท่านำเข้าจะทำการตรวจสอบผลไม้สดที่นำเข้า ณ จุดนำเข้า 2. การตรวจสอบในขั้นนี้จะตรวจสอบหีบห่อและตัวสินค้า(ปริมาณ คุณลักษณะ และคุณภาพ) โดยเทียบเคียงกับเอกสาร/หลักฐานในการขออนุญาตนำเข้า หากถูกต้องและมีความปลอดภัย ถูกลักษณะก็จะอนุญาตให้นำเข้าได้ 3. อาจมีการสุ่มตรวจตัวอย่างสินค้าตามข้อกำหนดเพื่อส่งตรวจสอบในห้องปฏิบัติการ หากไม่แน่ใจในคุณลักษณะ คุณภาพ ความปลอดภัยของสินค้า อาจส่งปล่อยสินค้าออกไปก่อน หากนำเข้าเสี่ยงและคาดว่าจะไม่น่าจะมีอันตรายต่อผู้บริโภคโดยจะแจ้งผลการตรวจวิเคราะห์ภายหลัง

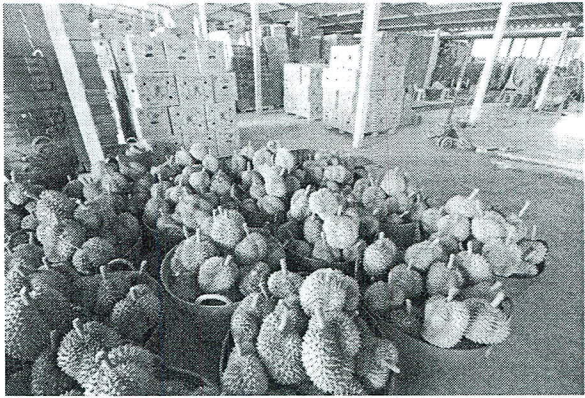
5.1 การบรรจุเพื่อการส่งออก

หลังจากคัดเกรดแล้ว นำผลทุเรียนมาชั่งน้ำหนักอีกครั้ง เพื่อบรรจุลงกล่องกระดาษลูกฟูกที่ได้เตรียมไว้ โดยจัดทุเรียนให้อยู่ในลักษณะแนวนอน จะทำให้ผลทุเรียนสามารถบรรจุลงกล่องกระดาษลูกฟูกได้พอดีและสวยงาม ซึ่งขึ้นอยู่กับน้ำหนักบรรจุ ในที่นี้จะบรรจุน้ำหนักประมาณ 12 และ 19 กิโลกรัม/กล่อง ซึ่งที่พบส่วนใหญ่สามารถบรรจุผลทุเรียนได้จำนวน 3 ถึง 4 ผลต่อกล่องที่มีน้ำหนักสุทธิ 12 กิโลกรัม หรือน้ำหนักเฉลี่ย 3.33 และ 4.00 กิโลกรัม/ผลตามลำดับ เมื่อได้จำนวนผลทุเรียนต่อกล่องที่เหมาะสมแล้วก็ถูกลำเลียงไปบนรางลำเลียงเพื่อตัดขั้วผลทุเรียน (Re-cut) ให้ก้านผลทุเรียนมีความยาวประมาณ 15 เซนติเมตร ป้ายด้วยสารละลายเอทธิฟอนบริเวณขั้วผล ซึ่งสารละลายเอทธิฟอนก็จะซึมผ่านเข้าไปผ่านทางท่อลำเลียงสู่ภายในผลทุเรียน ซึ่งในสารละลายดังกล่าวมีองค์ประกอบของฮอร์โมนเอทธิลีน ที่มีคุณสมบัติกระตุ้นการสุกและการเปลี่ยนสีของเนื้อและเปลือกผลทุเรียน ในช่วงเวลาที่ผลทุเรียนถูกขนส่งถึงจุดหมาย ปลายทาง หลังจากนั้นก็ทำการติดสติ๊กเกอร์บริเวณขั้วผลทุเรียน เพื่อเป็นการระบุแหล่งที่มาของผลผลิตและเป็นเครื่องหมายรับประกันคุณภาพของผลผลิต จากนั้นบรรจุลงกล่อง ปิดฝากล่องให้สนิทและรัดด้วยสายรัดพลาสติกได้แน่นสนิท เพื่อป้องกันการเคลื่อนไหว สั่นสะเทือนและการกระทบกระแทกกันระหว่างผลทุเรียนภายในกล่องบรรจุ ขณะการขนย้ายและขนส่ง ซึ่งจะมีผลต่อการ

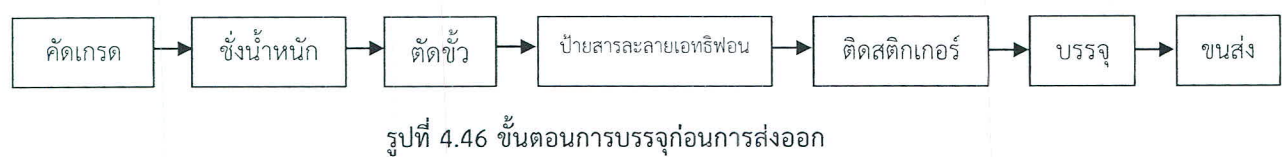
รักษาคุณภาพทั้งภายในและภายนอกของผลทุเรียนเมื่อถึงมือผู้บริโภค และเมื่อผ่านกระบวนการข้างต้นแล้วก็นำกล่องบรรจุผลทุเรียนวางบนพาเลท (Pallet) ที่เตรียมไว้ เพื่อเคลื่อนย้ายมายังรถบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์ปรับอากาศ



ที่มา จากการสำรวจ
รูปที่ 4.44 การบรรจุทุเรียนเพื่อส่งออก



ที่มา จากการสำรวจ
รูปที่ 4.45 การพักทุเรียนรอการบรรจุ



ทั้งนี้ขั้นตอนที่กล่าวมาข้างต้น ก่อนจะดำเนินการส่งออก ผู้รวบรวมจะเป็นผู้ดำเนินการ ตั้งแต่การรวบรวมทุเรียนจากสวนของเกษตรกร ส่งให้กับผู้ค้าส่งและผู้ส่งออก โดยผู้รวบรวมจะทำการคัดเกรด ตัดขั้วและป้ายสารละลายเอทิลฟอน ติดสติ๊กเกอร์เพื่อแสดงแหล่งที่ผลิต บรรจุใส่กล่องกระดาษพร้อมที่จะส่งให้แก่ผู้ส่งออก เพื่อส่งออกทุเรียนต่อไป ซึ่งผู้รวบรวมจะเป็นผู้จ่ายค่าจ้างแรงงานเอง โดยมีรายรับจากค่าจ้างที่ผู้ส่งออกจ้างเหมาจ่ายแก่ผู้รวบรวม ค่าดำเนินการ 2.5 – 3 บาทต่อกิโลกรัม ผู้ส่งออกจ่ายเองโดยตรงเฉพาะค่าบรรจุภัณฑ์ ค่าทุเรียน /ค่าหัวลาก ค่าตู้คอนเทนเนอร์และค่าดำเนินการพิธีการศุลกากร ที่ท่าเรือจนถึงตลาดปลายทาง

5.2 การขนส่ง

ปัจจุบันการส่งออกทุเรียนของไทยนิยมใช้การขนส่งทางเรือ โดยจะขนส่งผ่านท่าเรือแหลมฉบัง จะขนส่งโดยตู้คอนเทนเนอร์ควบคุมอุณหภูมิ ขนาดใหญ่ ความยาว 40 ฟุต สามารถบรรจุทุกน้ำหนักได้มากที่สุดประมาณ 45 ตัน แต่สามารถบรรจุทุเรียนขนส่งได้เพียงประมาณ 17-18 ตันเท่านั้น และจะเข้มงวดในการควบคุมอุณหภูมิที่ระดับ 15 องศาเซลเซียส หากควบคุมอุณหภูมิไม่ได้ตามที่กำหนด จะไม่สามารถปล่อยผลผลิตออกจากท่าเรือได้ เนื่องจากการส่งออกผลทุเรียนจะให้ความสำคัญกับห่วงโซ่ความเย็น (Cold chain) เป็นอย่างมาก ด้วยเหตุนี้ทุเรียนของไทย เมื่อถึงประเทศปลายทางก็สุกพร้อมจำหน่ายและรับประทานได้ทันที หากมีการควบคุมคุณภาพการผลิตทุเรียนหมอนทองให้ได้คุณภาพตามความต้องการของผู้ส่งออกและผู้บริโภคจะสามารถทำให้ปริมาณการส่งออกต่างประเทศสามารถขยายตัวได้มากยิ่งขึ้น

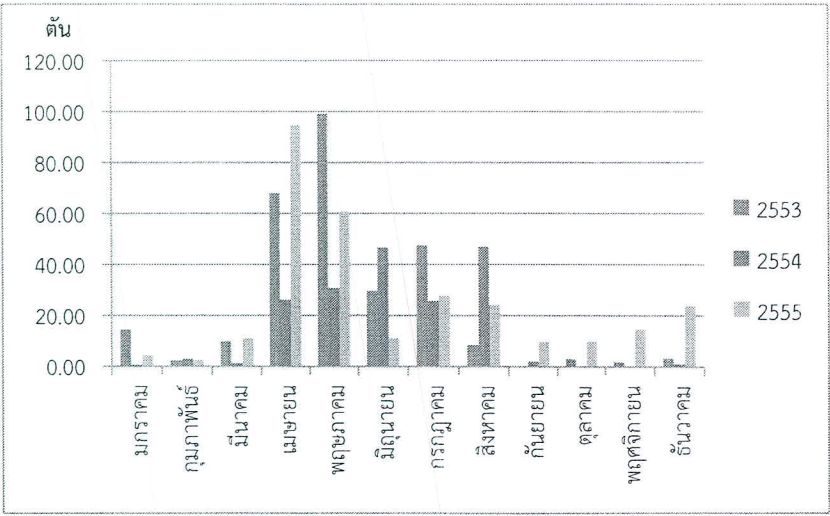
6. ผู้นำเข้าและพ่อค้าส่งในตลาดต่างประเทศ

ผู้นำเข้าจากต่างประเทศนั้นมีหลายกลุ่ม ดังนั้นรูปแบบการส่งออกทุเรียนจึงแตกต่างกันออกไปโดยแบ่งรูปแบบการส่งออกได้เป็น 2 ช่องทางหลักได้แก่ การส่งออกแบบมาตรฐาน โดยส่งออกทางทางน้ำหรือทางอากาศ ซึ่งปัจจุบันการส่งออกทางน้ำยังเป็นการส่งออกหลักของทุเรียนไทย จากสถิติการส่งออกทุเรียนของไทยจะเห็นได้ว่า ตลาดส่งออกทุเรียนหลักได้แก่ ประเทศจีนและฮ่องกงที่มีการนำเข้าทุเรียนจากประเทศไทยเป็นอันดับต้นๆ ซึ่งการส่งออกจะใช้การขนส่งทางน้ำผ่านท่าเรือแหลมฉบัง จ.ชลบุรี ส่วนรูปแบบการส่งออกอีกรูปแบบหนึ่งก็คือการค้าชายแดน ซึ่งการส่งออกผลไม้ของไทยไปยังตลาดประเทศสหภาพเมียนมาร์และสปป.ลาว ในปัจจุบันจะใช้วิธีการขนส่งทางบก ผ่านจุดชายแดนที่สำคัญต่างๆ รวมถึงเส้นทางการค้าใหม่ในปัจจุบัน ซึ่งเป็นเส้นทางที่ถือว่ามีความศักยภาพทางการค้า อาทิ เส้นทาง R3 ทางภาคเหนือของไทย และเส้นทาง R9 ที่เป็นเส้นทางเชื่อมโยงการค้าระหว่างไทย สู่ประเทศเพื่อนบ้าน ทั้ง พม่า ลาว และจีน(ตอนใต้) เป็นต้น

6.1 ผู้นำเข้าของสหภาพเมียนมาร์

1. ปริมาณผลผลิตทุเรียนที่เข้าไปจำหน่ายในสหภาพเมียนมาร์

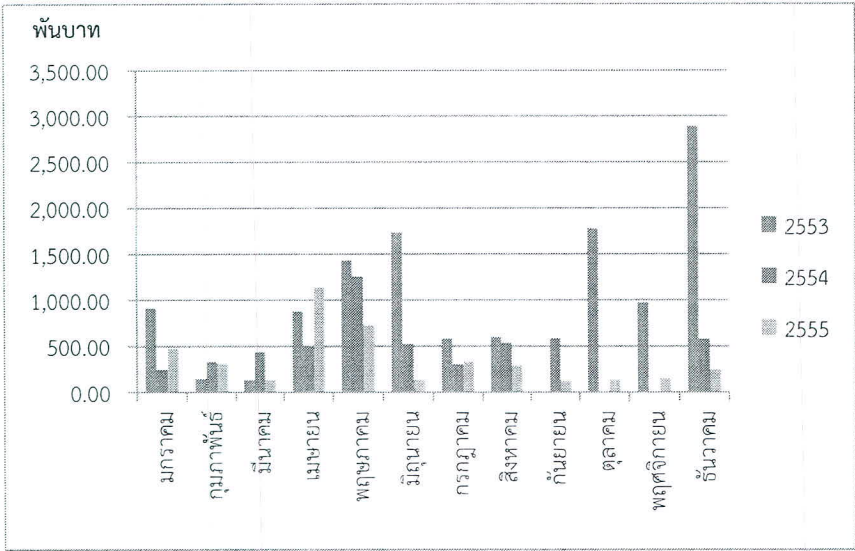
ผู้ประกอบการนำเข้าของสหภาพเมียนมาร์ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการในรูปแบบของการค้าชายแดน โดยใช้เส้นทาง R3B หรือเส้นทาง อ.แม่สอด ไปยังเมียวดี ของสหภาพเมียนมาร์ ซึ่งสหภาพเมียนมาร์มีการนำเข้าทุเรียนในปริมาณค่อนข้างมาก ดังแผนภูมิที่แสดงดังต่อไปนี้ (รูปที่ 4.47)



ที่มา คำนวณโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556

รูปที่ 4.47 แสดงปริมาณการส่งออกทุเรียนของไทยไปยังสหภาพเมียนมาร์ ปี2553-2555

สถิติแสดงปริมาณการส่งออกทุเรียนไปยังสหภาพเมียนมาร์เป็นรายเดือนระหว่างปี 2553-2555 ในช่วงเดือนเมษายนถึงพฤษภาคมเป็นช่วงที่ทุเรียนมีผลผลิตที่มาก จึงให้ในช่วงเดือนนี้มีปริมาณการส่งออกไปยังสหภาพเมียนมาร์มีมาก เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันในปี 2553 และ 2555 สหภาพเมียนมาร์มีการนำเข้าทุเรียนลดลงอย่างมาก ทั้งนี้อาจเป็นผลมาจากปริมาณการผลิตทุเรียนในประเทศไทย หรือประเทศไทยมีการส่งออกไปยังประเทศอื่นๆ มากขึ้น ทำให้มีการส่งออกไปยังสหภาพเมียนมาร์มีมูลค่าลดลง ดังรูปที่ 4.48 และตาราง 4.48



ที่มา คำนวณโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556

รูปที่ 4.48 แสดงมูลค่าการส่งออกทุเรียนของไทยไปยังสหภาพเมียนมาร์ ปี2553-2555

ตารางที่ 4.48 การส่งออกทุเรียนไปสหภาพเมียนมาร์ ปี 2553-2555 (ปริมาณ: ตัน, มูลค่า: พันบาท)

ปี	2553		2554		2555	
เดือน	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
มกราคม	14.42	914.27	0.66	248.40	4.36	474.00
กุมภาพันธ์	2.47	146.79	3.13	332.15	2.64	312.80
มีนาคม	9.88	132.84	1.30	440.52	11.20	134.40
เมษายน	68.02	878.60	26.16	506.28	94.80	1,137.60
พฤษภาคม	99.20	1,431.79	30.83	1,258.83	60.80	729.60
มิถุนายน	29.60	1,736.86	46.66	522.98	11.20	134.40
กรกฎาคม	47.54	581.16	25.71	303.48	27.60	331.20
สิงหาคม	8.52	602.10	47.08	536.38	24.00	288.00
กันยายน	-	-	2.08	587.20	9.80	118.20
ตุลาคม	3.07	1,777.75	-	-	9.90	130.20
พฤศจิกายน	1.86	973.65	-	-	14.71	151.58
ธันวาคม	3.32	2,890.60	1.20	577.60	23.88	243.49

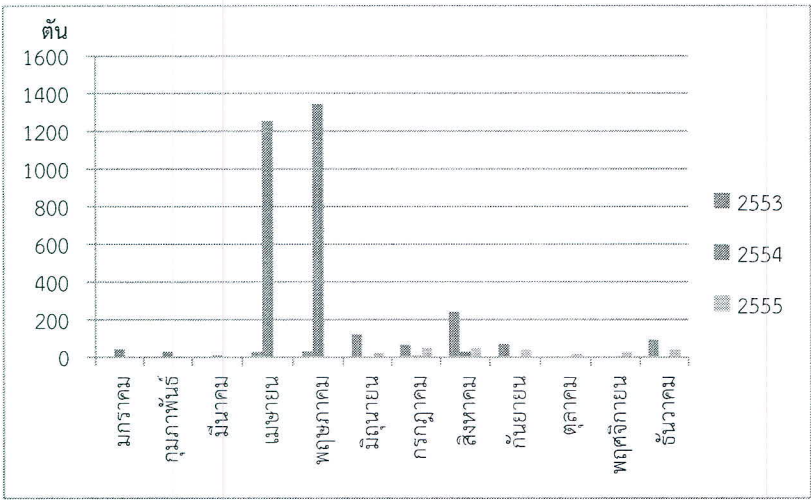
ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556

6.2 ผู้นำเข้าของสปป.ลาว

สำหรับผู้ประกอบการนำเข้าในสปป.ลาวนั้นส่วนใหญ่เป็นรูปแบบการซื้อขายระยะสั้น จึงไม่มีรูปแบบการค้าที่ตายตัว แต่ถ้ามีการนำเข้าจะเป็นรูปแบบการค้าผ่านชายแดน สำหรับการนำเข้าทุเรียนของสปป.ลาว เป็นการค้าทางชายแดนโดยผ่านด่านหนองคายเป็นหลัก และ เส้นทาง R3A ซึ่งเป็นเส้นทางการค้าที่มีศักยภาพและเชื่อมต่อไปยังประเทศจีนตอนใต้(คุนหมิง) ได้

1. ปริมาณผลผลิตทุเรียนที่เข้าไปจำหน่ายในสปป.ลาว

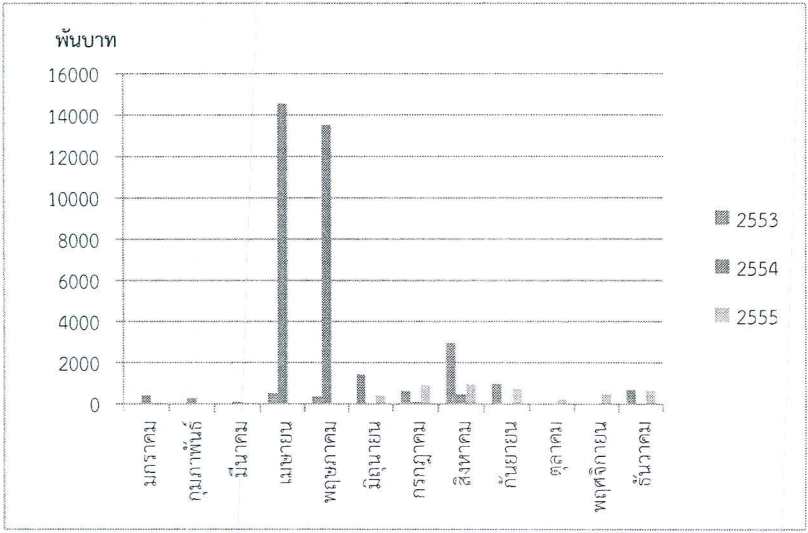
สำหรับผู้ประกอบการนำเข้าในสปป.ลาวนั้นส่วนใหญ่เป็นรูปแบบการซื้อขายระยะสั้น จึงไม่มีรูปแบบการค้าที่ตายตัว และส่วนใหญ่เป็นรูปแบบการค้าผ่านชายแดน โดยผ่านเส้นทางสาย R9 และ R3A ซึ่งปริมาณในการนำเข้าจากไทยนั้นยังไม่มีข้อกำหนดรูปแบบการนำเข้าผลไม้ของสปป.ลาว



ที่มา คำนวณโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556

รูปที่ 4.49 แสดงปริมาณการส่งออกทุเรียนของไทยไปยังสปป.ลาว ปี 2553-2555

ทั้งนี้ข้อมูลแสดงปริมาณการส่งออกทุเรียนไปยังสปป.ลาว ปี 2553-2555 ในช่วงเดือนเมษายนและพฤษภาคมเป็นช่วงที่ไทยมีปริมาณการส่งออกทุเรียนไปสปป.ลาวค่อนข้างมาก โดยเฉพาะในปี 2554 ส่วนในปี 2553 และ 2555 สปป.ลาวมีการลดปริมาณการนำเข้าทุเรียนจากไทยเป็นปริมาณที่สูง ส่วนเดือนอื่นๆ เป็นช่วงที่ไทยมีปริมาณทุเรียนที่น้อยหรือไม่มีผลผลิต จึงทำให้ในช่วงเดือนอื่นๆ มีปริมาณการส่งออกที่น้อย ดังรูปที่ 4.49 หากนับเป็นมูลค่าการส่งออกทุเรียน ช่วงเดือนเมษายนและพฤษภาคมก็จะมีมูลค่าสูงเช่นกันของปี 2554 และในเดือนมิถุนายน กรกฎาคม และสิงหาคม เป็นเดือนที่มีผลผลิตทุเรียนเช่นกัน แต่ไม่มาก จึงทำให้ไทยมีปริมาณการส่งออกไปยังสปป.ลาวค่อยๆ ลดลงในเดือนดังกล่าว มูลค่าการส่งออกก็ลดลงเช่นกัน ดังรูปที่ 4.50 และตารางที่ 4.49



ที่มา คำนวณโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556

รูปที่ 4.50 แสดงมูลค่าการส่งออกทุเรียนของไทยไปยังสปป.ลาว ปี 2553-2555

ตารางที่ 4.49 การส่งออกทุเรียนไปสปป.ลาว ปี 2553-2555 (ปริมาณ: ตัน, มูลค่า: พันบาท)

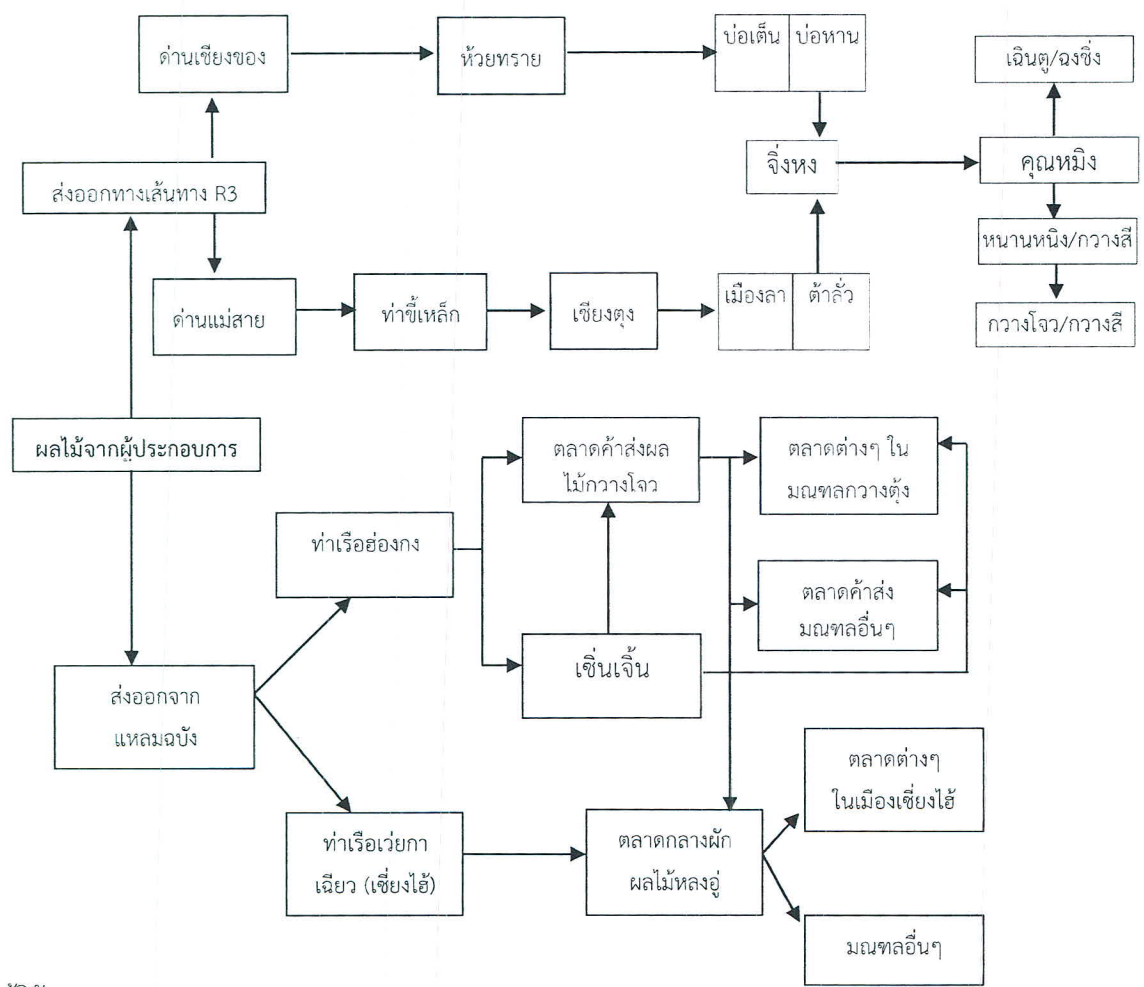
ปี	2553		2554		2555	
เดือน	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
มกราคม	-	-	43.53	419.06	-	-
กุมภาพันธ์	-	-	30.72	276.48	-	-
มีนาคม	-	-	9.00	100.57	-	-
เมษายน	28.40	529.84	1,256.19	14,570.42	-	-
พฤษภาคม	31.33	375.08	1,346.63	13,534.81	-	-
มิถุนายน	122.44	1,435.16	0.58	6.91	22.80	426.58
กรกฎาคม	68.05	643.43	8.28	99.36	50.32	943.77
สิงหาคม	243.48	2,981.24	29.70	487.86	50.80	958.87
กันยายน	70.72	980.71	-	-	40.00	748.81
ตุลาคม	-	-	-	-	17.28	249.71
พฤศจิกายน	-	-	-	-	26.44	483.31
ธันวาคม	93.03	691.62	-	-	39.96	658.21

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556

6.3 ผู้นำเข้าของประเทศไทย

เนื่องจากปัจจุบันการนำเข้าผลไม้ของไทย โดยเฉพาะทุเรียนนั้นส่วนหนึ่งเป็นการนำเข้าเพื่อส่งต่อไปยังประเทศจีน ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้จึงได้ทำการศึกษาถึงความเชื่อมโยงทางการค้าของสหภาพเมียนมาร์ และสปป.ลาว และจีนตอนใต้ (คุนหมิง) อีกด้วย

ทั้งนี้ในการขนส่งทุเรียนไปยังประเทศจีนนั้น จะใช้สองเส้นทางหลักคือ 1 การขนส่งทางบก ผ่านสหภาพเมียนมาร์ และสปป. ลาว และ 2. การขนส่งทางน้ำ ผ่านทางเรือมายังท่าเรือของประเทศจีน ก่อนที่จะกระจายสินค้าไปนายหน้า ผู้กระจายสินค้า หรือทางผู้นำเข้าทำการกระจายสินค้า ดังรูปภาพที่ 4.50

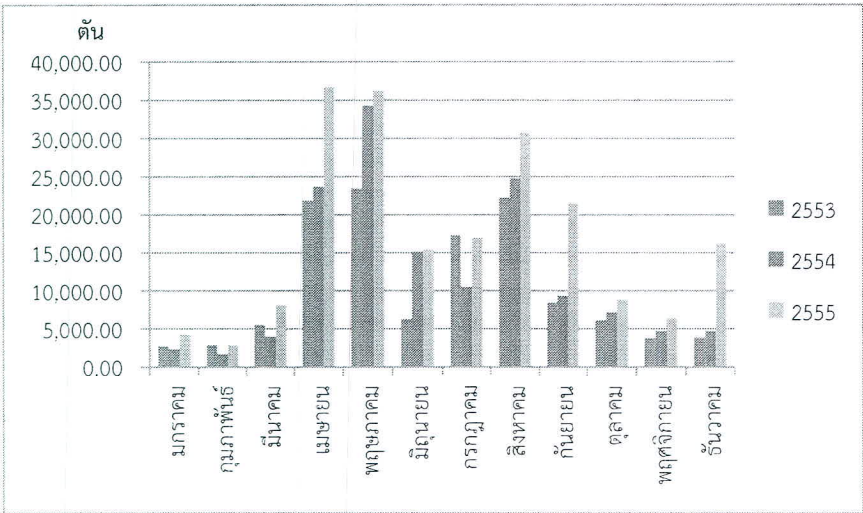


ที่มา ผู้วิจัย

รูปที่ 4.51 เส้นทางกระจายผลไม้จากไทยไปประเทศจีน

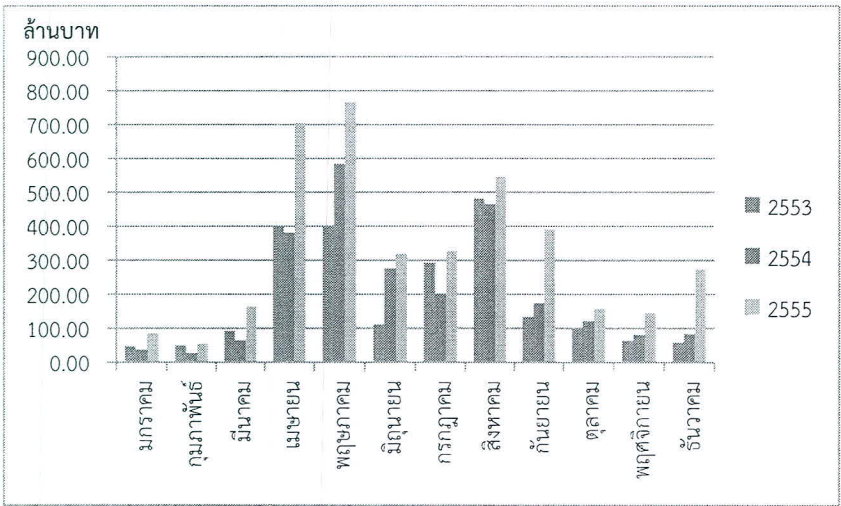
1. ปริมาณผลผลิตทุเรียนที่เข้าไปจำหน่ายในประเทศจีน

จากสถิติแสดงข้อมูลปริมาณการส่งออกทุเรียนไปยังประเทศจีนรายเดือน ปี 2553-2555 แสดงให้เห็นว่าไทยมีการส่งออกทุเรียนไปยังประเทศจีนเป็นจำนวนมากและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในช่วงเดือนที่มีผลผลิตทุเรียนเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะเดือนเมษายนถึงสิงหาคม จึงทำให้ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกทุเรียนไปยังจีนที่ค่อนข้างสูง นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจุบันมีการค้าขายทุเรียนกันทั้งปี ทุเรียนจึงเป็นผลผลิตที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยจากการส่งออกไปยังประเทศจีนได้จำนวนมากมูลค่ามาก (รูปที่ 4.52, 4.53 และตารางที่ 4.50)



ที่มา คำนวณโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556

รูปที่ 4.52 แสดงปริมาณการส่งออกทุเรียนของไทยไปยังประเทศจีน ปี 2553-2555



ที่มา คำนวณโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556

รูปที่ 4.53 แสดงมูลค่าการส่งออกทุเรียนของไทยไปยังประเทศจีน ปี 2553-2555

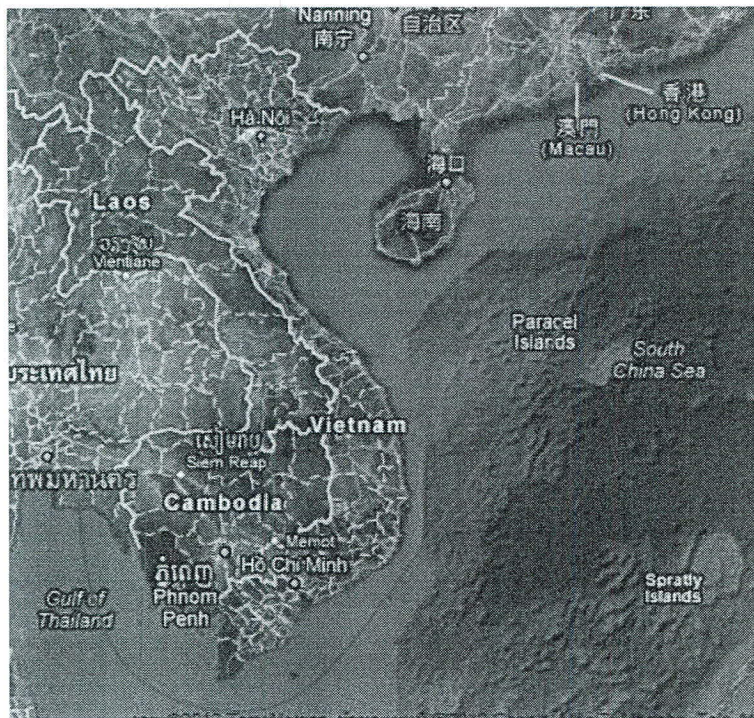
ตารางที่ 4.50 การส่งออกทุเรียนไปประเทศจีน ปี2553-2555 (ปริมาณ: ตัน, มูลค่า: ล้านบาท)

ปี	2553		2554		2555	
เดือน	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
มกราคม	2,717.98	47.09	2,341.78	37.36	4,324.40	86.43
กุมภาพันธ์	2,911.22	49.65	1,664.69	27.32	2,857.48	55.29
มีนาคม	5,560.56	92.05	4,025.48	64.85	8,115.64	165.00
เมษายน	21,908.92	397.97	23,717.15	381.10	36,742.42	705.19
พฤษภาคม	23,469.87	399.39	34,333.70	584.30	36,286.64	766.71
มิถุนายน	6,275.14	111.21	15,185.22	275.24	15,476.32	319.75
กรกฎาคม	17,304.46	293.73	10,520.87	202.75	16,984.59	328.58
สิงหาคม	22,271.36	482.36	24,794.79	465.55	30,775.23	547.57
กันยายน	8,478.83	134.18	9,394.54	174.45	21,511.89	391.87
ตุลาคม	6,174.62	97.03	7,207.47	121.66	8,837.17	158.29
พฤศจิกายน	3,838.59	63.77	4,722.50	81.61	6,433.74	145.31
ธันวาคม	3,872.71	59.39	4,709.33	84.01	16,240.09	274.49

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556

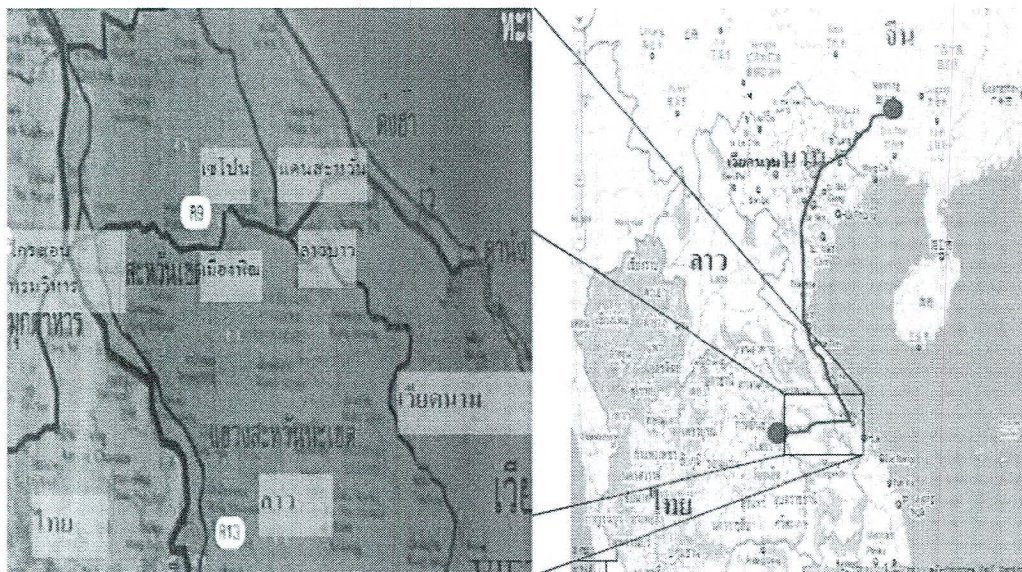
2. การขนส่ง

ทุเรียนของไทยได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในตลาดจีนมาก จึงทำให้ไทยมีการส่งออกที่เพิ่มขึ้นในทุกๆปี และการขนส่งทุเรียนส่งออกไปยังประเทศจีนมีด้วยกันหลายวิธี ได้แก่ เส้นทางที่ 1. การส่งออกทุเรียนทางน้ำ โดยผ่านท่าเรือแหลมฉบัง ซึ่งจะใช้เส้นทางผ่านทางฮ่องกง - จีนแผ่นดิน - กวางโจว ซึ่งในด้านศุลกากรในช่องทางนี้จะมีความสะดวก รวดเร็วและเสียค่าใช้จ่ายน้อย ดังรูปที่ 4.54



รูปที่ 4.54 เส้นทางการค้าผลไม้ไปจีน ผ่านทางเรือขนส่ง

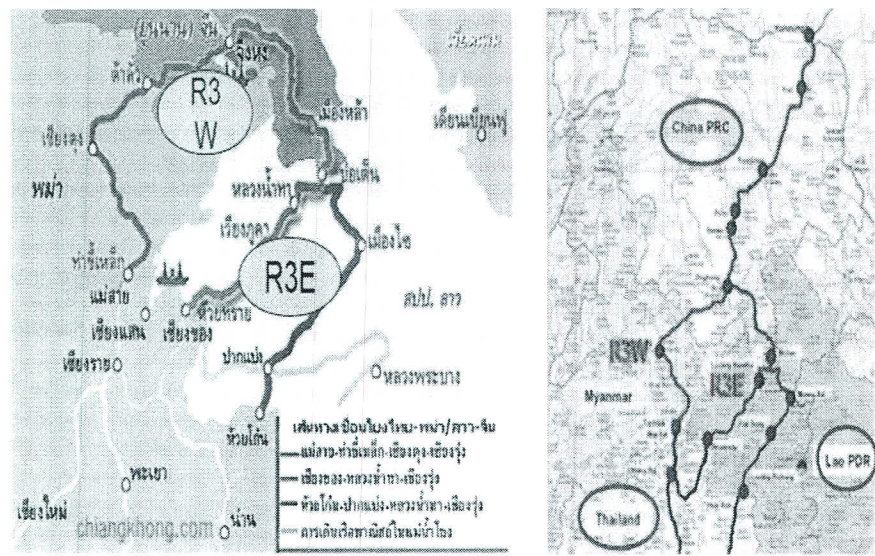
เส้นทางที่ 2 โดยจะใช้เส้นทางขนส่งทางบก ตามเส้นทาง R9 โดยผ่าน ประเทศไทย - สปป. ลาว - เวียดนาม - จีน ซึ่งจะใช้เวลาการขนส่งจากประเทศไทยผ่านทาง จังหวัดมุกดาหาร สู่เมือง หานหนิง ประเทศจีน ดังรูปที่ 4.55



ที่มา สมยศ เชื้ออักษร, 2556

รูปที่ 4.55 เส้นทางการค้าผลไม้ไปจีน ผ่านเส้นทาง R9

เส้นทางที่ 3 จะใช้เส้นทาง R3 เพื่อขนส่งทุเรียนผ่าน จังหวัดเชียงราย - ลาว - กุนหมิง - จีน ซึ่งเส้นทางนี้เป็นเส้นทางที่สำคัญอีกเส้นทางหนึ่ง ที่จะใช้ในการขนส่งสินค้าไปประเทศจีน (รูปที่ 4.56)



ที่มา Chiangkhong.com

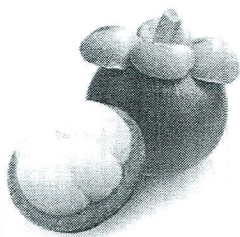
รูปที่ 4.56 เส้นทางการค้าผลไม้ไปจีน ผ่านเส้นทาง R3

ส่วนเส้นทางสุดท้ายคือ เส้นทางภาคพื้นดินผ่านเส้นทาง R12 ผ่านจังหวัดนครพนม - ลาว - เวียดนาม - จีน โดยจะ ใช้การข้ามแม่น้ำโขงจากนครพนม ไปยังเมืองท่าแขก ของประเทศลาว ก่อนที่จะข้ามไปยังประเทศจีน ซึ่งเส้นทางนี้จะใช้ต้นทุนค่าขนส่งที่ต่ำกว่า เส้นทาง R9 (รูปที่ 4.57)



รูปที่ 4.57 เส้นทางการค้าผลไม้ไปจีน ผ่านเส้นทาง R12

4.4.2 การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานมังคุด



มังคุดในท้องตลาดนั้นถือได้ว่าเป็นสายพันธุ์เดียวกันทั่วโลก เนื่องจากมีการกลายพันธุ์น้อยมากแต่ไม่ได้มีพันธุ์กรรมเหมือนกัน 100% ซึ่งเป็นผลมาจากการกลายพันธุ์เล็กน้อย แต่ไม่ได้กลายพันธุ์จนเป็นพันธุ์ใหม่ขึ้นมา โดยทั่วไปแล้ว มังคุดจะเริ่มออกดอกเมื่อปลูกได้ประมาณ 7-8 ปี และได้ผลผลิตเต็มที่เมื่ออายุได้ 12 ปีขึ้นไป การออกดอกของมังคุดนั้นจะไม่ออกดอกพร้อมกันในทีเดียว แต่จะทยอยออก ดังนั้นการเก็บเกี่ยวผลมังคุดนั้นจึงต้องทยอยเก็บด้วยเช่นกัน ด้านพื้นที่ที่เหมาะสมกับการปลูกมังคุดนั้น คือ พื้นที่ไม่มีน้ำท่วมขัง มีความสูงจากระดับน้ำทะเล 0-650 เมตร ดินร่วนปนทราย ความอุดมสมบูรณ์สูง ระบายน้ำดี มีน้ำสะสมเพียงพอตลอดทั้งปี การคมนาคมสะดวก ขนส่งผลผลิตได้รวดเร็ว ซึ่งตรงกับสภาพพื้นที่ในแถบภาคตะวันออก และภาคใต้ ของประเทศไทย ทำให้ทั้งสองภาคนี้มีการปลูกมังคุดเป็นจำนวนมาก ผลผลิตมังคุดตามฤดูกาลภาคตะวันออก เริ่มออกสู่ตลาดในช่วง พ.ค.-มิ.ย. ส่วนผลผลิตมังคุดภาคใต้ เริ่มออกสู่ตลาด ช่วง ก.ค.-ก.ย. ของทุกปี ซึ่งจะปลูกมากในจังหวัด จันทบุรี ชุมพร ระยอง สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช และตราด สำหรับโซ่อุปทานของมังคุดนั้นมีลักษณะคล้ายกับโซ่อุปทานทุเรียน ซึ่งผู้เล่นในโซ่อุปทานส่วนใหญ่จะเป็นผู้เล่นในกลุ่มเดียวกับโซ่อุปทานทุเรียน ดังรูปที่ 4.34

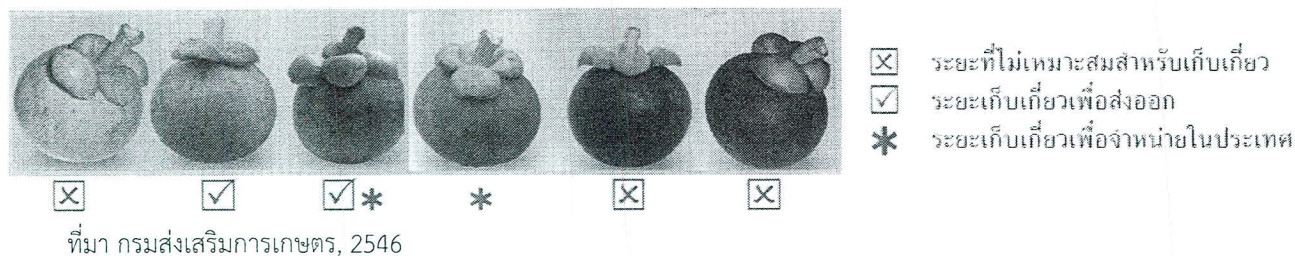
จากการศึกษาพบว่า การจัดการกระบวนการส่งสินค้าผ่านโซ่อุปทานของมังคุดเพื่อการบริโภคภายในประเทศและต่างประเทศ นั้นพบว่ามีหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องหลายส่วน ซึ่งสามารถจำแนกตามผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้ดังนี้

1. เกษตรกร

การปลูกมังคุดนั้นเริ่มต้นที่เกษตรกรจะสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ประมาณปีที่ 7 หลังปลูก แต่ผลผลิตต่อต้นในระยะแรกจะต่ำ ช่วงที่ให้ผลผลิตดีประมาณ 13 ปีขึ้นไป โดยเฉลี่ย 60 กิโลกรัม/ต้น (น้ำหนักผลเฉลี่ย 80 กรัม/ผล) ถ้าหากไม่ดูแลให้ดีอาจเกิดการเสียเวลาได้

วิธีเก็บเกี่ยว

จากการสัมภาษณ์และประชุมกลุ่มย่อยเกษตรกรพบว่า มังคุดนั้นถึงจะมีเปลือกหนา แต่เปลือกมังคุดนั้นไม่ทนต่อแรงกระแทก แม้ตกจากระยะแค่ 20 ซม. จะทำให้เปลือกแข็งเข้าได้ ซึ่งส่งผลให้เปลือกด้านในจะกลายเป็นสีน้ำตาลและลามไปถึงเนื้อด้านในอย่างรวดเร็ว ดังนั้นจึงต้องมีวิธีเก็บเกี่ยวมังคุดที่ถูกต้องและเป็นที่ยอมรับ คือ การเก็บเกี่ยวโดยใช้ตะกร้อ (แบบถุงกาแฟมีเชี้ยว) จะเก็บเกี่ยวได้ประมาณ 360 ผล/ชั่วโมง เพื่อป้องกันความสูญเสีย และการใช้เครื่องมือเก็บเกี่ยวมังคุด กวศ.4 ในการป้องกันความบอบช้ำของมังคุด โดยมีอัตราการเก็บเกี่ยว 501 ผลต่อชั่วโมง ใช้งานได้สะดวก และไม่พบความสูญเสีย ที่เกิดจากผลหล่นออกนอกตะกร้า สองวิธีนี้เป็นวิธีที่ดีที่สุดในการเก็บมังคุดเพราะจะไม่ทำให้มังคุดเสียคุณภาพทั้งยังประหยัดเวลา หลังการเก็บเกี่ยวผลผลิตแล้วควรทำความสะอาดโดยการล้างน้ำ เพื่อชำระฝุ่นละอองและคราบต่าง ๆ ที่ติดมากับผล ส่วนมังคุดที่จะนำไปขายต่างประเทศนั้นควร แช่ผลมังคุดในสารละลายของเบนโนมีล (เบนเลท) ในอัตรา 1 กรัมต่อน้ำ 1 ลิตร หรือไฮอาเบนดาโซล (พรอนโต 40) อัตรา 1.25 กรัมต่อน้ำ 1 ลิตร นานประมาณ 1-2 นาที แล้วผึ่งให้แห้ง จะช่วยลดการเน่าเสียของผลมังคุดอันเกิดจากเชื้อราเข้าทำลาย



รูปที่ 4.58 ดัชนีการเก็บเกี่ยวมังคุด

1.1 รูปแบบผลผลิตมังคุด

มังคุดที่ลักษณะดีจะต้องไม่มีรอยช้ำบนผิวมังคุด ทั้งนี้ลักษณะสีเปลือกของมังคุดที่เหมาะสมแก่การส่งออกได้แก่ ผลที่มีสีเหลืองอ่อนอมชมพู และผลที่มีสีชมพูสม่ำเสมอ ซึ่งระยะเวลาในการขนส่งจะทำให้มังคุดสุกพอดี และมีผิวที่สวยงาม ดังตารางที่ 4.51

ตารางที่ 4.51 แสดงรูปภาพและลักษณะของมังคุด

ระยะที่	รูปภาพ	ลักษณะ
1		-ผลมีสีเหลืองอมเขียว -ยางในเปลือกมาก -เนื้อและเปลือกไม่สามารถแยกออกจากกันได้
2		-ผลมีสีเหลืองอ่อนอมชมพู -มีจุดประสีชมพูทั่วผล -เนื้อและเปลือกสามารถแยกออกจากกันได้ปานกลาง
3		-ผลมีสีชมพูสม่ำเสมอ -มียางในเปลือกน้อย -เนื้อและเปลือกแยกออกจากกันได้ปานกลาง
4		-ผลมีสีแดงหรือน้ำตาลอมแดง -มียางในเปลือกน้อย -เป็นระยะที่เก็บรับประทานได้
5		-สีม่วงอมแดง -ไม่มียางในเปลือก -เนื้อและเปลือกแยกออกจากกันไม่ทนแรงกด -เป็นระยะที่เริ่มรับประทานได้
6		-ผลสีม่วงเข้มจนถึงดำ -ไม่มียางในเปลือกผล -เนื้อและเปลือกแยกออกจากกันไม่ทนแรงกด -เป็นระยะที่เหมาะสมแก่การรับประทาน

ที่มา จากการสำรวจ

1.2 การดำเนินการขายผลผลิต

จากการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกมังคุดพบว่า ปัจจุบันการซื้อขายผลผลิตมังคุดของเกษตรกรแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ คือ การดำเนินการขายเอง การขายแบบเหมาสวน การขายผ่านกลุ่มเป็นสหกรณ์ และการขายแบบเกษตรกรพันธมิตร เช่นเดียวกับลักษณะการขายทุเรียน

ซึ่งกระบวนการในการดำเนินการขายผลผลิตของเกษตรกรด้วยเอง แสดงดังตาราง 4.52 ในส่วนของการขายผลผลิตแบบเหมาสวนและกระบวนการหลังจากนั้นจะอยู่ในส่วนของพ่อค้า และจุดรับซื้อ ซึ่งรายละเอียดจะกล่าวในส่วนถัดไป

ตารางที่ 4.52 ขั้นตอนการดำเนินงานของเกษตรกรสำหรับการจำหน่ายมังคุดในประเทศและต่างประเทศ

กิจกรรม	รายละเอียดแต่ละกิจกรรม
การติดต่อจุดรับซื้อ/จุดรับซื้อ	เกษตรกรที่ต้องการขายมังคุดด้วยตนเอง จะทำการติดต่อจุดรับซื้อที่มาตั้งบริเวณใกล้พื้นที่สวน หรือดำเนินการขายเองหน้าสวน
เก็บเกี่ยวผลผลิต	เกษตรกรจะทำการเก็บเกี่ยวผลผลิต และจัดเรียงลงตะกร้า เพื่อไม่ให้ผลมังคุดช้ำ พร้อมกับขนย้ายตะกร้าผลผลิตไปยังจุดคัดแยกซึ่งอาจจะอยู่ที่สวนหรืออาจจะอยู่ที่จุดรวบรวม
คัดแยก/คัดเกรด	ในขั้นตอนนี้จะทำการคัดแยกเกรดโดยคนงานที่มีความเชี่ยวชาญ โดยกำหนดเกรดนั้นจะขึ้นอยู่กับแต่ละจุดรับซื้อ หรือผู้รวบรวมผลผลิตว่าจะนำไปขายในตลาดภายในประเทศ หรือตลาดต่างประเทศ
บรรจุ/จัดเรียงตะกร้า	การบรรจุเพื่อการขายในประเทศจะบรรจุประมาณ 20 กิโลกรัมต่อตะกร้า และมีการรองตะกร้า ซึ่งแต่ละชั้นด้วยกระดาษเพื่อลดการช้ำ สำหรับการบรรจุเพื่อส่งออกจะบรรจุตั้งแต่ในสวนโดยการบรรจุในกล่องกระดาษลูกฟูก ซึ่งมีกระดาษกั้นระหว่างผล กล่องละ 24 ผล หรือบรรจุลงในถาดและหุ้มด้วยฟิล์มพีวีซี ถาดละ 6 ผล กล่องละ 4 ถาด ซึ่งจะมีน้ำหนักบรรจุประมาณ 2-2.5 กิโลกรัม
เตรียมการจัดส่ง	เมื่อทำการคัดเกรดเรียบร้อยแล้วมังคุดที่จะทำการขายในประเทศนั้นจะทำการขนขึ้นรถบรรทุกโดยยกขึ้นทั้งตะกร้า หากเป็นมังคุดที่จะทำการส่งออกซึ่งบรรจุลงในกล่องแล้วจะทำการขนขึ้นเรียงในรถบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์แบบปรับอากาศ
ส่งมอบ	การขนส่งในประเทศจะทำการขนส่งโดยรถบรรทุก ส่วนการส่งออกจะขนส่งโดยรถบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์ปรับอากาศ

2. ผู้รวบรวมผลผลิต/ล้ง

ล้งที่รับซื้อมังคุด โดยทั่วไปจะมีลักษณะใกล้เคียงกับล้งทุเรียน และบางที่รับซื้อทั้งมังคุดและทุเรียน ซึ่งปกติจะมีฤดูกาลเก็บเกี่ยวในช่วงเดียวกัน อีกทั้งตลาดต่างประเทศส่วนใหญ่ก็มีพฤติกรรมการซื้อในลักษณะที่ใกล้เคียงกับทุเรียน ล้งมังคุดส่วนใหญ่จึงทำหน้าที่ในการรับซื้อมังคุดและทุเรียนด้วย ซึ่งกระบวนการของการดำเนินงานของล้งในการจำหน่ายซื้อขายผลผลิตมังคุด ทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีลักษณะที่ค่อนข้างเหมือนกัน

พ่อค้ารวบรวมมังคุดนั้นมีอยู่ 2 ประเภทหลักๆคือ พ่อค้าที่เดินทางไปบอกความต้องการให้แก่เกษตรกรจากนั้นเมื่อครบกำหนดเวลาพ่อค้าจะมารับผลผลิตหรือว่าจ้างให้ผู้ขนส่งมารับผลผลิต บางครั้งอาจให้เกษตรกรเดินทางไปส่งให้แล้วแต่ข้อตกลง ส่วนอีกประเภทคือ พ่อค้าไปรับซื้อผลผลิตจากสวนของเกษตรกรโดยตรง ซึ่งเป็นช่วงเวลาทีเกษตรกรได้ทำการเก็บเกี่ยวผลผลิตเสร็จเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ความแตกต่างของพ่อค้า 2 ประเภทนี้ คือ

1. พ่อค้าจะรู้ประสิทธิภาพของเกษตรกรและสามารถคาดหวังกับผลผลิตที่ออกมาได้ รูปแบบนี้จะสามารถคาดคะเนผลผลิตและเก็บรักษาได้นานกว่ารูปแบบที่สองเนื่องจากสามารถคาดคะเนวันออกผลผลิตได้
 2. พ่อค้าจะสามารถซื้อผลผลิตที่ทำการเก็บเกี่ยวเรียบร้อยแล้ว ซึ่งจะทำให้พ่อค้าสามารถเสนอราคาที่เป็นที่น่าพอใจสำหรับตนเองได้ แต่สินค้าจะเก็บรักษาได้ไม่นาน ตามวันเวลาที่เกษตรกรเก็บเกี่ยวเสร็จแล้ว
- ซึ่งจากการศึกษาสามารถอธิบายถึงกระบวนการในการซื้อขายผลผลิตของพ่อค้าผู้รวบรวมหรือล้งได้ดังตารางที่ 4.53

ตารางที่ 4.53 ขั้นตอนการดำเนินงานของ พ่อค้าผู้รวบรวมผลผลิต/ล้ง สำหรับการซื้อขายมังคุดในประเทศและต่างประเทศ

กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม
ประเมินผลผลิต	ล้งจะทำการสำรวจเวลาการสุกมังคุดของเกษตรกรในพื้นที่ที่พร้อมเก็บเกี่ยว ซึ่งพ่อค้าเหล่านี้สามารถคาดคะเนการสุกของมังคุดได้
ติดต่อเกษตรกร	ติดต่อเกษตรกรเพื่อบอกหรือทำการซื้อขายผลผลิต และระบุวันที่จะเข้ามารับซื้อมังคุดที่สวน ซึ่งโดยทั่วไปพ่อค้าผู้รวบรวม/ล้งเหล่านี้มักจะมีคนงานไปดำเนินการเก็บเกี่ยว และจัดเรียงลงตะกร้า
จัดหาและรวบรวมผลผลิต	ล้งในปัจจุบันจะใช้วิธีการจัดหาและรวบรวมผลผลิตใน 2 รูปแบบหลัก คือ ใช้วิธีการรับซื้อ และไปเก็บพร้อมรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรด้วยตนเอง หรือใช้วิธีการให้เกษตรกรนำผลผลิตมาส่งที่จุดรับซื้อของล้ง
เก็บเกี่ยวผลผลิต	
คัดแยก	
บรรจุ/จัดเรียงลงตะกร้า	กิจกรรมในส่วนนี้ ล้งจะเป็นผู้จัดหางานมาเองทั้งหมด ซึ่งการดำเนินการในแต่ละขั้นตอนนั้นคล้ายคลึงกับกรณีเกษตรกรดำเนินการเอง
จัดส่ง/ส่งมอบ	



ที่มา จากการสำรวจ
รูปที่ 4.59 การบรรจุมังคุดใส่ตะกร้า
เพื่อรอจำหน่ายในประเทศ



ที่มา จากการสำรวจ
รูปที่ 4.60 การบรรจุมังคุดเพื่อการส่งออก

3. สหกรณ์หรือกลุ่มเกษตรกร

จากการศึกษาและสำรวจพบว่าสหกรณ์การเกษตรที่ทำหน้าที่ด้านการจัดการโซ่อุปทานและการตลาดของมังคุดนั้น ส่วนใหญ่จะทำการจัดการโซ่อุปทานลักษณะเดียวกับผลไม้สดชนิดอื่นในพื้นที่ โดยเฉพาะทุเรียน และเงาะ ที่ส่วนใหญ่เกษตรกรจะปลูกผลไม้ชนิดดังกล่าวร่วมกัน อีกทั้งสหกรณ์การเกษตรส่วนใหญ่ยังมีฐานลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศของมังคุดและทุเรียนในตลาดเดียวกันอีกด้วย ดังนั้นจึงมีระบบการจัดการลักษณะเดียวกับการจัดการโซ่อุปทานทุเรียนดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น



ที่มา จากการสำรวจ

รูปที่ 4.61 ป้ายแสดงการเปิดรับซื้อผลไม้
ของสหกรณ์การเกษตร



ที่มา จากการสำรวจ

รูปที่ 4.62 การจัดการผลไม้สดของสหกรณ์

4. ผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้ส่งออก

ผู้ประกอบการส่งออกมังคุด จะใช้วิธีการส่งออกด้วยตนเอง และวิธีการจ้างให้ตัวแทนส่งออกเป็นผู้ดำเนินการส่งออก โดยตัวแทนส่งออกมีหน้าที่ รวบรวมผลผลิตจากพ่อค้า ผู้รวบรวมผลผลิต คัดเกรด รวมถึงขั้นตอนทางพิธีการศุลกากร ซึ่งในปัจจุบันผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะใช้วิธีการว่าจ้างชิปปิง โดยให้ตัวแทนของผู้ส่งออกในการดำเนินการพิธีการศุลกากรแทนผู้ส่งออก รวมถึงการจัดหาตู้และหัวลากตู้คอนเทนเนอร์เพื่อรับมังคุดที่พร้อมส่งออก จากนั้นจัดทำใบขนส่ง ยื่นใบขนส่งสินค้าต่อเจ้าพนักงานศุลกากร ณ ด้านศุลกากร

จากการศึกษาพบว่าในปัจจุบันพ่อค้าหรือผู้ประกอบการส่งออก สามารถจะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ 1. ผู้ค้าภายในจังหวัดหรือแหล่งผลิตที่ผู้ประกอบการตั้งจุดรับซื้อมังคุดจากเกษตรกรหรือผู้รวบรวมท้องถิ่น แล้วนำมาขายผ่านขั้นตอนต่างๆ สำหรับการส่งออก จากนั้นจะขนส่งทางเรือ ทางรถ หรือทางอากาศไปโดยตรง โดยไม่ผ่านผู้ค้าส่งออกหรือตัวแทนภายในกรุงเทพฯ และ 2. ผู้ค้าส่งออกในกรุงเทพฯ ซึ่งจะรับซื้อจากสวนของเกษตรกร พ่อค้าผู้รวบรวม หรือผู้ค้าส่ง จากนั้นนำมาผ่านขั้นตอนต่างๆ สำหรับการส่งออก เช่น การคัดขนาด การติดฉลาก และการบรรจุหีบห่อ เป็นต้น แล้วจึงทำการส่งออกไปยังต่างประเทศ โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้ แสดงในตารางที่ 4.54



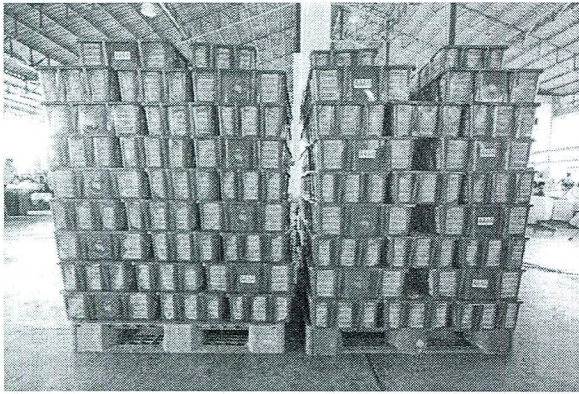
ที่มา จากการสำรวจ

รูปที่ 4.63 การพักมังคุดเพื่อการบรรจุ



ที่มา จากการสำรวจ

รูปที่ 4.64 การบรรจุมังคุดใส่ตะกร้าเพื่อการส่งออก



ที่มา จากการสำรวจ
รูปที่ 4.65 มังคุดในบรรจุภัณฑ์ที่รอการขนย้าย (ส่งออก)



ที่มา จากการสำรวจ
รูปที่ 4.66 รถขนส่งมังคุดสำหรับการส่งออก (ไปท่าเรือ)

ตารางที่ 4.54 ขั้นตอนการดำเนินงานของผู้ส่งออก สำหรับการจำหน่ายมังคุดในต่างประเทศและต่างประเทศ

กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม
ตรวจสอบ/คัดแยกสินค้า QC	มังคุดจะถูกส่งไปยังแผนกตรวจสอบคุณภาพและคัดแยก ซึ่งจะมีพนักงานที่มีประสบการณ์และความชำนาญเฉพาะทำหน้าที่ในการตรวจสอบคุณภาพ และจะมีการบันทึกปริมาณที่นำมาขายแต่ละเกรด
แช่สารละลายของเบนโนมีล (เบนเลท)	แช่ผลมังคุดในสารละลายของเบนโนมีล (เบนเลท) ในอัตรา 1 กรัมต่อน้ำ 1 ลิตร หรือไฮอาเบนดาโซล (พرونโต 40) อัตรา 1.25 กรัมต่อน้ำ 1 ลิตร นานประมาณ 1-2 นาที แล้วผึ่งให้แห้ง จะช่วยลดการเน่าเสียของผลมังคุดอันเกิดจากเชื้อราเข้าทำลาย
บรรจุ	แผนกติดสายรัดตะกร้าและติดสติ๊กเกอร์ ซึ่งสายรัดตะกร้าและสติ๊กเกอร์จะเป็นสีเดียวกัน แต่ละสีบ่งบอกเกรดของทุเรียนและราคาที่ต่างกันออกไป
การจองตู้	ทางจตุรชัยซื้อเป็นผู้ทำการจองตู้ หัวลาก และเรือจากบริษัทชิปปิงล่วงหน้าก่อน พร้อมระบุวันที่มาส่งสินค้า
รอยืนยัน	รอคำยืนยันจากบริษัทชิปปิงว่ามีตู้ว่าง และพื้นที่ในเรือว่างหรือไม่
ยืนยัน/กำหนดวันเอาหัวลาก	เมื่อได้รับคำยืนยันแล้ว จตุรชัยจะทำการรับตู้จากบริษัทชิปปิงสำหรับจัดเรียงกล่องบรรจุมังคุด และกำหนดวันให้หัวลากมาลากตู้คอนเทนเนอร์ไปยังท่าเรือ
บรรจุเข้าตู้คอนเทนเนอร์	พนักงานทำการขนย้ายกล่องไปเรียงในคอนเทนเนอร์ห้องเย็นซึ่งมีการปรับระดับอุณหภูมิให้เหมาะสม
พิธีการศุลกากร	ดำเนินการเอกสารด้านศุลกากร การเดินตัว) โดยทั่วไปจะใช้บริการผ่านทางบริษัทชิปปิง)
รับเอกสารจากทางท่าเรือ	ในใบจะระบุชื่อเรือ ท่าเรือ ช่องที่จอด และปลายทางที่สินค้าจะไป โดยใบนี้จะให้คนขับรถนำไปด้วยเพื่อสามารถผ่านด่านตรวจได้ ซึ่งสินค้าต้องไปถึงท่าเรือก่อนเรือออก 1 วัน (24ชม.) และไม่เกิน 3 วัน
ขนส่ง	หลังจากการจัดเรียงกล่องเต็มตู้แล้ว จะทำการขนส่งไปท่าเรือ
ลูกค้าปลายทางรับสินค้า	ผู้นำเข้าจะส่งสินค้าให้กับผู้กระจายสินค้า จากนั้นส่งให้แก่ พ่อค้าส่ง ห้างสรรพสินค้า และผู้ค้าปลีกต่อไป

4.1 การบรรจุ

การบรรจุลงภาชนะของมังคุดนั้นขึ้นอยู่กับสถานที่ที่จะส่งมังคุดไปขาย สามารถแยกได้หลักๆ คือ การส่งขายและแปรรูปในประเทศ และการส่งขายต่างประเทศ ดังนี้

1.ผลผลิตส่งขายและแปรรูปภายในประเทศ การขนส่งมังคุดภายในประเทศจากภาคตะวันออกตลาดส่วนใหญ่และโรงงานจะอยู่ในกรุงเทพฯ การบรรจุลงภาชนะนั้นส่วนมากจะบรรจุลงในตะกร้าที่สามารถวางซ้อนทับกันได้โดยไม่สร้างความเสียหายให้แก่มังคุด โดยบรรจุประมาณ 20 กิโลกรัมต่อตะกร้า ควรมีการรองตะกร้าและแต่ละชั้นด้วยกระดาษเพื่อลดการข้ การบรรจุต้องให้การเทในระดับที่ต่ำมากเพื่อลดแรงกระแทก หากเป็นไปได้ควรบรรจุที่ละน้อยๆจนเต็มตะกร้า สำหรับมังคุดที่มีขนาดเล็กไม่สามารถส่งออกต่างประเทศได้นั้น ควรจะเก็บเมื่อมีสีชมพูแล้วคัดให้สม่ำเสมอ บรรจุลงในกล่องกระดาษกล่องละ 1.5 กก.ส่งขายในประเทศจะได้ราคาสูงขึ้น แต่ต้องมีการรักษาคุณภาพที่ดี

2. ผลผลิตออกนอกประเทศ การบรรจุลงภาชนะเพื่อส่งออกต่างประเทศ ควรจะมีการบรรจุตั้งแต่ในสวนโดยการบรรจุในกล่องกระดาษลูกฟูก ซึ่งมีกระดาษกั้นระหว่างผล กล่องละ 24 ผล หรือบรรจุลงในถาดและหุ้มด้วยฟิล์มพีวีซี ถาดละ 4 ผล กล่องละ 6 ถาด ซึ่งจะมีน้ำหนักบรรจุประมาณ 2-2.5 กิโลกรัมต่อกล่อง หรือเรียงเป็น 2 ชั้นต่อกล่องก็ได้ โดยมีกระดาษคั่นกลาง เพื่อป้องกันการเสียหายมากที่สุด การบรรจุลงในสวนนั้นจะทำให้คุณภาพของมังคุดไม่เปลี่ยนแปลงหลังจากการเก็บเกี่ยว พร้อมทั้งยังประหยัดแรงงานและค่าขนส่งรวมถึงค่าจัดเก็บ และยังเป็นกรกระจายรายได้สู่ชุมชนนั้นอีกด้วย

4.2 การคัดเกรด/วิธีการคัดแยกมังคุด

การคัดแยกมังคุดนั้นปัจจุบันยังไม่มีวิธีที่สามารถคัดแยกได้ 100% แต่มีวิธีที่ชาวสวนและผู้รวบรวมนิยมใช้ คือ สังเกตจากลักษณะภายนอก เช่นสีผล การบวม กลีบเลี้ยง วิธีนี้ผู้คัดแยกต้องมีประสบการณ์และความชำนาญสูง อีกวิธีหนึ่งคือ ใช้ความถ่วงจำเพาะโดยวิธีการลอย คือการนำมังคุดไปลอยในน้ำหรือน้ำเกลือความเข้มข้น 4% หรือ น้ำ 10 ลิตร เกลือ 0.4 กิโลกรัม โดยผลที่จมน จะเป็นมังคุดเนื้อแก้ว ส่วนผลที่ลอยนั้นเป็นเนื้อปกติ วิธีนี้ดีและรวดเร็วแต่ถ้าหากเก็บเกี่ยวช่วงฝนตกจะทำให้ความแม่นยำในการคัดแยกลดลง จากนั้นจะทำการคัดแยกขนาดโดยมีเกณฑ์ดังตารางที่ 4.55

ตารางที่ 4.55 มาตรฐานการคัดแยกมังคุด

ขนาด	น้ำหนัก (กรัม)	เส้นผ่าศูนย์กลาง (มม.)
1	> 125	> 62
2	101 - 125	59 - 62
3	76 - 100	53 - 58
4	51 - 75	46 - 52
5	30 - 50	38 - 45

ที่มา กรมวิชาการเกษตร, 2552

มังคุดคุณภาพดีจะต้องมี น้ำหนักไม่น้อยกว่า 80 กรัมต่อผล ไม่มีอาการเนื้อแก้วหรือยางไหลภายในผล มีผิวมันไม่มีรอยตำหนิที่เห็นชัดจากการทำลายของศัตรูพืชและสาเหตุอื่นๆ ปลอดภัยจากสารพิษตกค้าง

ทั้งนี้มังคุดนั้นสามารถแปรรูปได้หลายอย่าง ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าและช่วยยืดระยะเวลาในการนำเสีของมังคุดอีกด้วย ทั้งนี้มังคุดสามารถแปรรูปเป็นมังคุดกวน มังคุดแช่แข็ง มังคุดนั้นมีอายุการเก็บรักษาสั้น ดังนั้นการนำไปขายยังต่างประเทศจะต้องนำมาผลิตเป็นผลไม้แช่แข็ง เพื่อให้สามารถเก็บรักษาได้นานขึ้น มังคุดแช่แข็งที่มีผลผลิตเป็นมังคุดที่แช่แข็งทั้งเปลือก อีกทั้งยังมีการแช่แข็งมังคุดแบบเปลือกเปลือกด้วยทำให้สามารถบริโภคได้ง่ายขึ้นอีกซึ่งมีรสชาติที่แปลกใหม่ และมังคุดยังสามารถทำเป็นไวน์มังคุดได้ ซึ่งมีรสชาติดีไม่แพ้ไวน์ผลไม้ชนิดอื่นๆ

สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้กำหนดเกณฑ์มาตรฐานของ มังคุดไว้ดังนี้

คุณภาพขั้นต่ำ (Minimum Requirements)

ทุกชั้นมาตรฐาน มังคุดต้องมีคุณภาพดังต่อไปนี้ (เว้นแต่จะมีข้อกำหนดเฉพาะของแต่ละชั้น และเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้มีได้ตามที่ระบุไว้)

1. เป็นผลมังคุดสดทั้งผล
2. มีกลีบเลี้ยง (Calyx) และก้านผล (Pedicel) ครบและสมบูรณ์
3. มีรูปทรง สี และรสชาติปกติ
4. ไม่มีรอยขีด หรือตำหนิที่เห็นเด่นชัด ไม่แตกร้าวและไม่มีน้ำยางที่ผิวผล และไม่เน่าเสีย
5. สามารถผ่าเปิดเปลือกผลได้ในสภาพปกติ
6. สะอาด และปราศจากสิ่งแปลกปลอม โดยการตรวจสอบด้วยสายตา
7. ปลอดภัยจากศัตรูพืชและความเสียหายอันเนื่องมาจากศัตรูพืช ยกเว้นร่องรอยผิวลายที่ไม่กระทบต่อคุณภาพภายใน (Not Effecting Internal Quality) โดยการตรวจสอบด้วยสายตา
8. ปลอดภัยจากความชื้นที่ผิดปกติจากภายนอก ทั้งนี้ ไม่รวมถึงหยดน้ำที่เกิดหลังการนำออกจากห้องเย็น
9. ปลอดภัยจากความเสียหายเนื่องจากอุณหภูมิต่ำ
10. ไม่มีกลิ่น และรสชาติผิดปกติจากสิ่งแปลกปลอมภายนอก

ผลมังคุดต้องผ่านการเก็บเกี่ยวตามกระบวนการเก็บเกี่ยวและการดูแลภายหลังการเก็บเกี่ยวอย่างถูกต้อง เพื่อให้ได้คุณภาพตามกำหนด ผลมังคุดต้องแก่ระยะสายเลือก (ผิวเปลือกเกิดจุดแต้มหรือประสีม่วงแดง) เป็นอย่างน้อยและอยู่ในสภาพที่ยอมรับได้เมื่อถึงปลายทาง

การแบ่งชั้นคุณภาพ (Classification)

แบ่งเป็น 3 ชั้น คุณภาพ ดังนี้

ชั้นพิเศษ (Extra Class)

ผลมังคุดในชั้นนี้ต้องมีคุณภาพดีที่สุด ผลต้องปลอดภัยจากตำหนิ ยกเว้นตำหนิผิวเล็กน้อย โดยไม่มีผลต่อรูปลักษณ์ทั่วไปของผลิตผล คุณภาพ และคุณภาพการเก็บรักษา รวมทั้งการจัดเรียงเสนอในภาชนะบรรจุ

ชั้นหนึ่ง (Class I)

ผลมังคุดในชั้นนี้ต้องมีคุณภาพดี รูปทรงอาจผิดปกติได้เล็กน้อย มีตำหนิได้เล็กน้อย เช่น ตำหนิที่เปลือก กลีบเลี้ยง รอยขีดข่วน และ/หรือตำหนิอื่น ๆ โดยไม่มีผลต่อเนื้อมังคุด รูปลักษณ์ คุณภาพ และคุณภาพการเก็บรักษารวมทั้งการจัดเรียงเสนอในภาชนะบรรจุ ตำหนิโดยรวมต่อผลต้องมีพื้นที่ไม่เกินร้อยละ 10 ของพื้นที่ผิว

ชั้นสอง (Class II)

ชั้นนี้รวมผลมังคุดที่ไม่เข้าชั้นชั้นที่สูงกว่า แต่มีคุณภาพขั้นต่ำ ดังข้อ 1 รูปทรงอาจผิดปกติได้เล็กน้อย มีตำหนิได้เล็กน้อย เช่น ตำหนิที่เปลือก กลีบเลี้ยง รอยขีดข่วน และ/หรือตำหนิอื่น ๆ โดยไม่มีผลต่อเนื้อมังคุด รูปลักษณ์ คุณภาพ และคุณภาพการเก็บรักษา รวมทั้งการจัดเรียงเสนอในภาชนะบรรจุ

ข้อกำหนดเรื่องขนาด (PROVISIONS CONCERNING SIZING)

ขนาดของผลจะพิจารณาจากน้ำหนัก หรือเส้นผ่านศูนย์กลางที่วัดตามแนวขวาง

ข้อกำหนดเกณฑ์ความคลาดเคลื่อน (PROVISIONS CONCERNING TOLERANCES) (ระดับคุณภาพที่รับได้)

เกณฑ์ความคลาดเคลื่อนเรื่องคุณภาพและขนาดในแต่ละภาชนะบรรจุ สำหรับผลิตผลที่ไม่เข้าชั้นที่ระบุไว้
เกณฑ์ความคลาดเคลื่อนเรื่องคุณภาพ (Quality Tolerances)

ชั้นพิเศษ (Extra Class)

ยอมให้มีผลมั่งคุดที่คุณภาพไม่เป็นไปตามข้อกำหนดของชั้นพิเศษ แต่เป็นไปตามคุณภาพของชั้นหนึ่ง หรือยกเว้นว่าคุณภาพยังอยู่ในเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนของชั้นหนึ่ง ปนมาได้ไม่เกินร้อยละ 5 ของจำนวนผลทั้งหมด หรือน้ำหนักรวม ยกเว้นผลที่มีร่องรอยของผิวลาย อันเนื่องมาจากศัตรูพืชจะปนมาไม่ได้

ชั้นหนึ่ง (Class I)

ยอมให้มีผลมั่งคุดที่คุณภาพไม่เป็นไปตามข้อกำหนดของชั้นหนึ่ง แต่เป็นไปตามคุณภาพของชั้นสองหรือยกเว้นว่าคุณภาพยังอยู่ในเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนของชั้นสอง ปนมาได้ไม่เกินร้อยละ 10 ของจำนวนผลทั้งหมดหรือน้ำหนักรวม

ชั้นสอง (Class II)

ยอมให้มีผลมั่งคุดที่คุณภาพไม่เป็นไปตามข้อกำหนดของชั้นสอง หรือไม่ได้คุณภาพชั้นต่ำ ปนมาได้ไม่เกินร้อยละ 10 ของจำนวนผลทั้งหมดหรือน้ำหนักรวม โดยไม่มีผลเน่าเสีย

เกณฑ์ความคลาดเคลื่อนเรื่องขนาด (Size Tolerances)

ยอมให้มีมั่งคุดทุกชั้นมีขนาดที่ใหญ่ หรือเล็กกว่าในชั้นถัดไปหนึ่งชั้นปนมาได้ไม่เกิน ร้อยละ 10 ของจำนวนผลทั้งหมดหรือน้ำหนักรวม (กรมวิชาการเกษตร, 2552)

5. ผู้นำเข้าและพ่อค้าในตลาดต่างประเทศ

ผู้นำเข้าและพ่อค้าส่งในสหภาพเมียนมาร์

การส่งมั่งคุดจากประเทศไทยไปสหภาพเมียนมาร์นั้นจะใช้การขนส่งทางรถบรรทุก ซึ่งขนส่งโดยตรงจากสวนหรือผ่านผู้รวบรวมแล้วส่งไปยัง ด่านสำคัญๆ ที่ติดกับสหภาพเมียนมาร์ ซึ่งประกอบไปด้วยด่านสังฆะบุรี ด่านเชียงแสน ด่านแม่สาย ด่านเชียงดาว ด่านแม่สอ ด่านประจวบคีรีขันธ์ ด่านแม่สะเรียง ด่านแม่ฮ่องสอน ด่านระนอง ด่านแม่กลอง และด่านศุลกากรส่วนกลางอื่นๆ จากนั้นผู้นำหรือพ่อค้าส่งเข้าในสหภาพเมียนมาร์จะมารับมั่งคุดก่อนส่งต่อไปยังตลาดชุมชนต่างๆ

ก่อนการส่งออกไปยังสหภาพเมียนมาร์นั้นผู้ส่งออกจะต้องทำสัญญาซื้อขายจะต้องทำการตกลงสัญญาการซื้อขายกับคู่ค้าที่เป็นตัวแทนนำเข้ารายใหญ่ และตัวแทนนำเข้ารายย่อย ของฝั่งสหภาพเมียนมาร์เสียก่อนไม่ว่าจะเป็นสัญญาโดยปากเปล่าหรือเป็นลายลักษณ์อักษร หลังจากนั้นก่อนส่งออกจะมีการตรวจคุณภาพ สารพิษ และสิ่งเจือปนต่างๆโดยกรมศุลกากรทั้งสองฝ่ายก่อนอย่างละเอียดตามมาตรการของกรมศุลกากรของทั้งสองประเทศที่จะทำการส่งข้ามแดนไปตัวแทนนำเข้ารายใหญ่จะนำสินค้าไปแจกจ่ายให้กับตลาดการค้าหลักของสหภาพเมียนมาร์ และ พ่อค้าส่ง

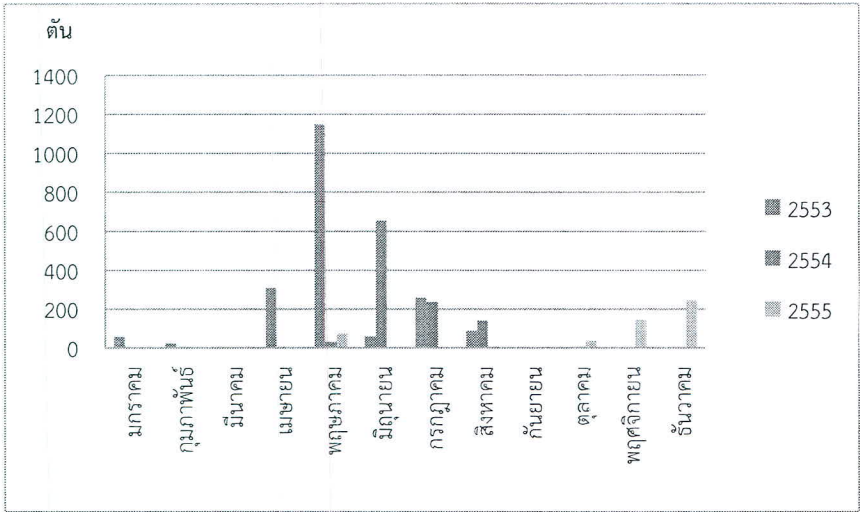
1. ปริมาณผลผลิตมั่งคุดที่เข้าไปจำหน่ายในสหภาพเมียนมาร์

การส่งมั่งคุดไปยังสหภาพเมียนมาร์นั้นมีความไม่แน่นอนของปริมาณและช่วงเวลาสูงเนื่องจากความต้องการของพ่อค้าจะไม่มีคามแน่นอน เนื่องจากการค้าขายแดนระหว่างไทย-สหภาพเมียนมาร์และเป็นการซื้อขายวันต่อวันและเป็นการซื้อขายระยะสั้น อีกทั้งชาวเมียนมาร์นั้นจะรับประทานมีความต้องการมั่งคุดตามช่วงฤดูกาลหรือช่วงที่ผลผลิตมั่งคุดมีคุณภาพดีที่สุดเป็นส่วนใหญ่ แต่จะมีบางช่วงเดือนที่ผลผลิตมั่งคุดขาดตลาดจึงทำให้พ่อค้าส่งหรือผู้นำเข้ารายใหญ่ต้องนำผลผลิตมั่งคุดนอกฤดูกาลเข้าไปขายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ ดังตารางที่ 4.56 และรูปที่ 4.67 จะเห็นได้ว่าความต้องการผลผลิตมั่งคุดในสหภาพเมียนมาร์มีความต้องการที่ไม่แน่นอนสูง แต่จะเห็นได้ว่าช่วงเดือนพฤษภาคม มีการนำเข้าทุกปี เนื่องจากผลผลิตมั่งคุดทางภาคตะวันออกของประเทศไทยในช่วงนี้เริ่มออกสู่ตลาดและคุณภาพดี

ตารางที่ 4.56 แสดงการส่งออกมั่งคุดไปสหภาพเมียนมาร์ตั้งแต่ปี 2553-2555 (ปริมาณ: ตัน , มูลค่า: พันบาท)

	2553		2554		2555	
เดือน	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
มกราคม	57.91	548.22	-	-	-	-
กุมภาพันธ์	24.80	258.38	-	-	-	-
มีนาคม	-	-	-	-	-	-
เมษายน	309.32	3,252.47	-	-	-	-
พฤษภาคม	1,147.74	13,155.88	-	30.83	246.66	73.86
มิถุนายน	58.80	623.27	-	655.80	7,656.91	-
กรกฎาคม	261.17	2,293.15	-	238.08	3,571.26	-
สิงหาคม	88.81	720.22	-	142.08	2,131.26	-
กันยายน	1.28	12.81	-	-	-	-
ตุลาคม	-	-	-	5.70	85.44	38.08
พฤศจิกายน	-	-	-	-	-	148.08
ธันวาคม	-	-	-	-	-	246.11

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556



ที่มา คำนวณโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556

รูปที่ 4.67 แสดงปริมาณการส่งออกมั่งคุดไปสหภาพเมียนมาร์ตั้งแต่ปี 2553-2555

2. ผู้นำเข้าและพ่อค้าส่งใน สปป.ลาว

การส่งมั่งคุดจากประเทศไทยไป สปป.ลาว นั้นจะใช้การขนส่งทางรถบรรทุก ซึ่งขนส่งโดยตรงจากสวนหรือผ่านผู้รวบรวมแล้วส่งไปยัง ด้านสำคัญต่างๆที่ติดกับ สปป.ลาว โดยผ่านด่านเชียงของ ด่านเชียงแสน ด่านนครพนม ด่านทุ่งช้าง ด่านบึงกาฬ ด้านมุกดาหาร ด้านเชียงคาน ด้านท่าลี่ ด้านหนองคาย ด้านเมรารู และ ด้านพิบูลมังสาหาร จากนั้นผู้นำหรือพ่อค้าส่งเข้าใน สปป.ลาว จะมารับมั่งคุดก่อนส่งต่อไปยังตลาดชุมชนต่างๆ

ทั้งนี้ก่อนการส่งออกไปยังสหภาพสปป.ลาว นั้นผู้ส่งออกจะต้องทำสัญญาซื้อขายจะต้องทำการตกลงสัญญาการซื้อขายกับคู่ค้าที่เป็นตัวแทนนำเข้ารายใหญ่ และตัวแทนนำเข้ารายย่อย ของฝั่งสปป.ลาวก่อนไม่ว่าจะเป็นสัญญาโดยปากเปล่าหรือเป็นลายลักษณ์อักษรซึ่งส่วนใหญ่มักจะเป็นสัญญาชั่วคราวเนื่องจากความต้องการผลผลิตมั่งคุด ใน สปป.ลาว มีความไม่แน่นอนในแต่ละเที่ยวส่ง หลังจากนั้นก่อนส่งออกจะมีการตรวจคุณภาพ สารพิษ และสิ่งเจือปนต่างๆโดยกรมศุลกากรทั้งสองฝ่ายก่อนอย่างละเอียดตามมาตรการของกรมศุลกากรของทั้งสองประเทศที่จะทำการส่งข้ามแดนไปตัวแทนนำเข้ารายใหญ่จะนำสินค้าไปแจกจ่ายให้กับตลาดการค้าหลักของสปป.ลาวและพ่อค้าส่ง

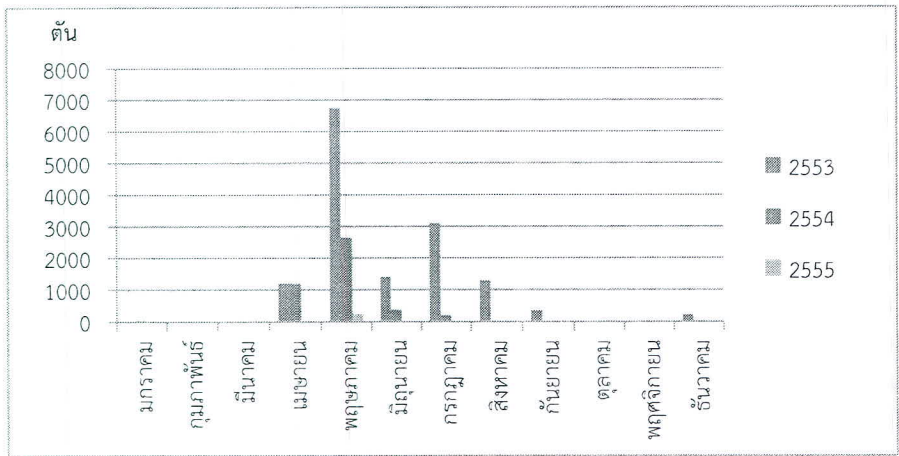
1. ปริมาณผลผลิตมั่งคุดที่เข้าไปจำหน่ายในสปป. ลาว

การส่งออกผลผลิตมั่งคุดไปสปป.ลาว จะมีความต้องการของพ่อค้าและความต้องการบริโภคภายในประเทศที่ไม่แน่นอนเป็นผลทำให้การค้าขายแดนระหว่างไทย – สปป.ลาว ผลผลิตมั่งคุดส่งออกปาลาเป็นประจำปีคือ ช่วงเดือน เมษายน ไปจนถึงเดือนกันยายน ดังตารางที่ 4.57 และรูปที่ 4.68 แต่พบว่ามีปริมาณการส่งออกที่ต่างกันสูง เนื่องมาจากความต้องการที่ไม่แน่นอนและอาจจะมียปัจจัยเกี่ยวกับผลผลิตมั่งคุดใน สปป.ลาวอีกด้วย

ตารางที่ 4.57 การส่งออกมั่งคุดไปสปป.ลาว ปี 2553-2555 (ปริมาณ: ตัน, มูลค่า: พันบาท)

เดือน	2553		2554		2555	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	ปริมาณ	มูลค่า	มูลค่า
มกราคม	12.00	108.00	44.71	1,967.18	-	-
กุมภาพันธ์	25.50	229.50	-	-	-	-
มีนาคม	0.15	1.38	-	-	-	-
เมษายน	1,223.09	11,789.25	1,206.69	11,586.71	-	-
พฤษภาคม	6,746.36	65,079.82	2,662.28	26,016.81	249.20	3,053.07
มิถุนายน	1,414.04	13,191.63	379.69	4,939.29	16.88	155.10
กรกฎาคม	3,113.34	31,552.05	208.62	3,009.08	1.40	35.01
สิงหาคม	1,297.96	13,860.81	1.80	27.00	9.80	259.22
กันยายน	350.16	3,278.26	7.00	93.31	4.80	79.97
ตุลาคม	-	-	-	-	12.19	104.42
พฤศจิกายน	20.03	178.18	-	-	29.78	591.76
ธันวาคม	218.08	2,113.24	31.90	414.70	19.39	404.39

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556



ที่มา คำนวณโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556

รูปที่ 4.68 ปริมาณการส่งออกมั่งคุดไปสปป.ลาว ปี 2553-2555

2. ตลาดหลักและตลาดชุมชน

ตลาดหลักและตลาดชุมชน ที่ได้รับมั่งคุดมาจากพ่อค้าส่ง ผู้นำเข้ารายย่อย และรายใหญ่ จะนำสินค้ามาวางขายตามแต่ละที่ เช่น ตลาดชุมชนก็จะวางสินค้าตามจังหวัดหรือเมืองต่างๆ ส่วนตลาดหลักก็จะวางสินค้าไว้ในจุดที่กำหนดไว้ ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคสามารถมารับสินค้าได้ด้วยตนเอง

5.3 ผู้นำเข้าและพ่อค้าส่งในประเทศจีน(ตอนใต้)

ด้านการส่งออกมั่งคุดไปยังประเทศจีนนั้น จะต้องใช้ระยะเวลาสั้นกว่าสินค้าจะถึงมือผู้บริโภค จึงต้องมีการบรรจุสินค้าที่ดีกันความเสียหายที่จะเกิดขึ้นระหว่างเดินทางและสิ่งสำคัญอีกสิ่งหนึ่งคือต้องคำนวณระยะเวลาในการเดินทางและการสุกของผลไม้หรือควรที่จะเก็บในอุณหภูมิที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการเน่าเสียและเพื่อผลผลิตมั่งคุดที่ดีที่สุด การส่งออกควรใช้ตู้คอนเทนเนอร์ที่สามารถปรับอุณหภูมิได้ ผู้ส่งออกสามารถเลือกใช้เส้นทางได้ 2 เส้นทางคือ

- 1. การขนส่งทางเรือถือว่าเป็นเส้นทางขนส่งหลักในเวลานี้ โดยเส้นทางแรก การขนส่งตามลุ่มแม่น้ำโขง ใช้เส้นทางจากท่าเรือที่อำเภอเชียงแสนหรือเชียงของ จ.เชียงราย ในการเดินทางไปยังท่าเรือที่เมืองสิบสองปันนาในมณฑลยูนนานหรือหนานหนิง จากนั้นจึงกระจายสินค้าไปยังเมืองต่างๆ
- 2. การขนส่งทางบก เป็นเส้นทางทางการเดินทางภาคพื้นดินไปประเทศจีน ซึ่งประกอบด้วยหลายเส้นทางด้วยกันได้แก่
 - 2.1 จากจังหวัดหนองคายเข้าสู่เวียงจันทน์ จากนั้นเข้าสู่เวียดนามและผ่านเข้าสู่ประเทศจีนทางเมืองหนานหนิง
 - 2.2 จากอำเภอแม่สาย จ.เชียงราย เข้าสู่สหภาพเมียนมาร์ทางด่านท่าซี้เหล็ก ผ่านเมืองยอง และเข้าสู่ประเทศจีนทางเมืองเหมินชิ่ง เพื่อเข้าสู่สิบสองปันนา มณฑลยูนนาน
 - 2.3 จากอำเภอแม่สาย จ.เชียงราย เข้าสู่สหภาพเมียนมาร์ทางด่านท่าซี้เหล็ก ผ่านเมืองเชียงตุง ก่อนที่จะเข้าสู่เส้นทางเดียวกันกับ เส้นทางที่ผ่านเมือง ในข้อที่ 2.2
 - 2.4 จากอำเภอเชียงของ จ.เชียงราย เข้าสู่ประเทศลาว ผ่านทางห้วยทรายในหลวงน้ำทา บ่อเตน บ่อหวาน แล้วเข้าสู่สิบสองปันนา ประเทศจีน
 - 2.5 จากอำเภอเฉลิมพระเกียรติ จ. น่าน เข้าสู่ประเทศลาว ผ่านด่านห้วยโก๋น ด่านน้ำเงิน ปากแบ่ง บ่อเตน บ่อหาน ก่อนจะเข้าสู่สิบสองปันนา ประเทศจีน

หลังจากที่สินค้าได้ถูกส่งมายังประเทศจีนแล้วจะมีการตรวจคุณภาพและสิ่งแปลกปลอมตามมาตรฐานจีนอย่างเคร่งครัด ก่อนที่จะถูกส่งต่อไปยังผู้ประกอบการนำเข้า จากนั้น ผู้ประกอบการนำเข้าจะนำสินค้าไปยังพ่อค้าส่ง ก่อนที่จะกระจายสินค้าไปยังตลาดชุมชน ห้างสรรพสินค้า แต่ถ้าหากขนส่งมาโดยรถบรรทุกจะต้องมีการเปลี่ยนหัวรถบรรทุกเนื่องจากประเทศจีนไม่อนุญาตให้หัวรถบรรทุกจากทั้งไทยหรือประเทศทางผ่านในการนำเข้าไปวิ่งในประเทศ การเปลี่ยนหัวรถบรรทุกนั้นจะทำการยกตู้คอนเทนเนอร์ที่บรรจุมาขึ้นไปใส่ยังหัวรถบรรทุกที่ผู้ประกอบการนำเข้าได้จัดเตรียมไว้แล้ว

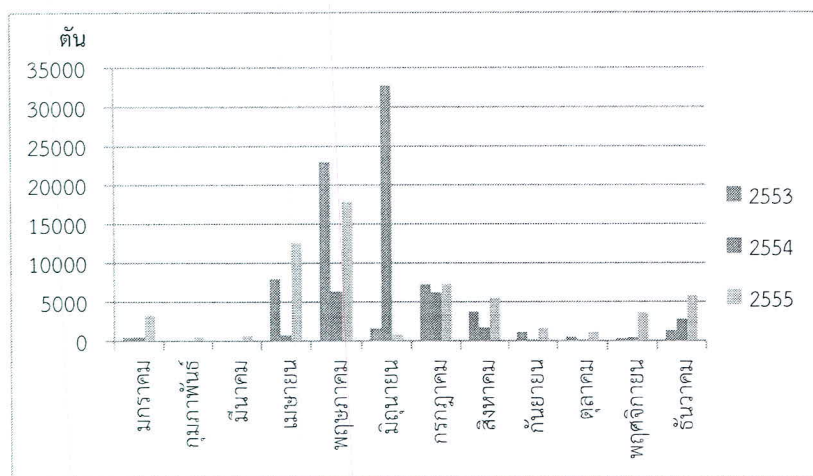
1. ปริมาณผลผลิตมังคุดที่เข้าไปจำหน่ายในประเทศจีน

การส่งออกผลผลิตมังคุดไปจีนนั้นปริมาณการส่งออกมีความแน่นอนสูง เนื่องจากคนจีนนั้นนิยมบริโภคมังคุดจากประเทศไทยมาก ผลผลิตมังคุดจากประเทศไทยนั้นสามารถขายได้ทั้งในและนอกฤดูกาลกล่าวคือสามารถขายได้ในทุกเดือน แต่ในช่วงเดือนที่ผลผลิตมังคุดมีปริมาณมากและมีคุณภาพดี คือ เดือน เมษายน และพฤษภาคม ซึ่งจะมีการนำเข้าผลผลิตมังคุดมาก ตารางที่ 4.58 และ รูปที่ 4.69

ตารางที่ 4.58 แสดงการส่งออกมังคุดไปประเทศจีนตั้งแต่ปี 2553-2555(ปริมาณ: ตัน, มูลค่า: ล้านบาท)

ปี		2553		2554		2555	
เดือน	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	
มกราคม	483.64	8.33	523.01	9.59	3,315.14	61.03	
กุมภาพันธ์	83.92	1.27	136.02	2.34	525.95	11.00	
มีนาคม	24.03	0.21	6.58	0.27	674.47	10.53	
เมษายน	8,000.12	133.24	799.22	24.25	12,550.28	241.95	
พฤษภาคม	22,979.00	407.05	6,387.05	12.20	17,873.33	383.88	
มิถุนายน	1,612.45	30.57	32,765.75	69.23	877.63	16.76	
กรกฎาคม	7,273.63	112.53	6,235.44	12.37	7,336.04	137.97	
สิงหาคม	3,781.62	65.28	1,732.73	29.83	5,540.70	89.76	
กันยายน	1,162.01	18.43	166.87	3.18	1,684.81	32.29	
ตุลาคม	539.12	9.47	149.71	2.02	1,169.52	21.25	
พฤศจิกายน	319.46	5.93	432.02	5.81	3,613.29	59.09	
ธันวาคม	1,350.90	20.85	2,799.10	44.76	5,789.44	72.88	

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556

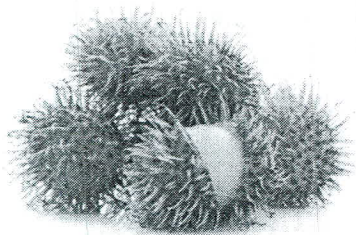


ที่มา คำนวณโดยผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556

รูปที่ 4.69 แสดงปริมาณการส่งออกมั่งคุดไปประเทศจีน ปี 2553-2555

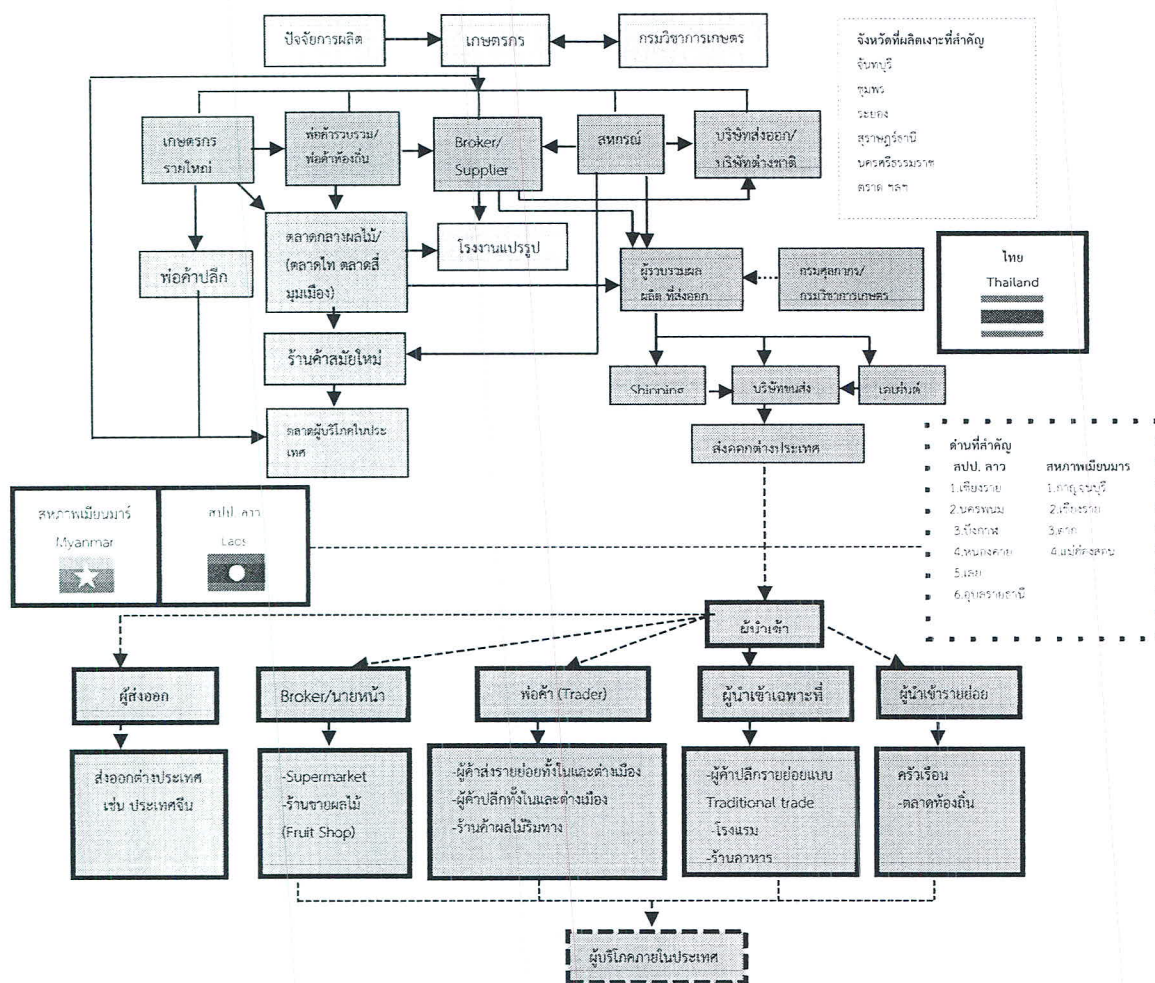
หลังจากที่ผู้นำเข้าส่งต่อให้แก่ผู้ค้าส่งพ่อค้าส่ง ผู้ค้าส่งจะทำการคัดแยกคุณภาพและทำบรรจุภัณฑ์ใหม่ในแบบต่างๆ เพื่อส่งขายให้กับตลาดชุมชน และห้างสรรพสินค้า ก่อนที่จะทำการกระจายเข้าสู่ผู้บริโภคต่อไป

4.4.3 การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานเงาะ



เงาะ เป็นผลไม้ที่ขึ้นได้ในดินเกือบทุกชนิด แต่จะเจริญเติบโตได้ดียิ่งขึ้นในดินร่วนปนทรายที่การระบายน้ำที่ดี ด้านสถานการณ์การค้าเงาะของประเทศไทยนั้น ผู้วิจัยเงาะจะงพื้นที่สำรวจไปที่ภาคตะวันออกของประเทศไทย ซึ่งจากสถิติแล้ว จังหวัดจันทบุรีมีปริมาณการผลิตเงาะสูงกว่าจังหวัดอื่นๆ โดยคิดเป็นพื้นที่ปลูกร้อยละ 55 และผลผลิตร้อยละ 63

รูปแบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานเงาะของไทยนั้นมีการซื้อต่อจากเกษตรกร ทั้งในรูปแบบเหมาสวนและซื้อเป็นกิโลกรัม โดยมีผู้รวบรวมที่แตกต่างกันออกไป ผู้รวบรวมหลักได้แก่ พ่อค้ารวบรวม/ล้ง จะเป็นผู้รับเงาะจากเกษตรกรแล้วนำไปกระจายต่อยังตลาดหลักและตลาดค้าปลีกในประเทศ นอกจากนี้ยังมีผู้รวบรวมในการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ ประเทศที่นำเข้าเงาะเช่น จีน และประเทศเพื่อนบ้านอย่างสหภาพเมียนมาร์และสปป.ลาว เป็นต้น ซึ่งรูปแบบการค้าไปยังประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะเมียนมาร์และลาวนั้นยัง เป็นรูปแบบการค้าชายแดน โดยการขนส่งผ่านถนนเส้น R3 สู่อีสป.ลาวและสหภาพเมียนมาร์ รวมไปถึงประเทศจีน และยังมีเส้นทาง R9 ที่ตัดผ่านระหว่างภาคตะวันตกสู่ภาคตะวันออกของไทยเข้าสู่สปป.ลาว และมุ่งสู่ประเทศจีนทางตอนใต้เช่นกัน นอกจากการค้าชายแดนแล้วยังมีการส่งออกในรูปแบบปกติทั้งทางเครื่องบิน และจากท่าเรือแหลมฉบังสู่ประเทศจีน ซึ่งรูปแบบของห่วงโซ่อุปทานเงาะไทยทั้งในและต่างประเทศมีข้อมูลดังรูปต่อไปนี้ (รูปที่ 4.70)



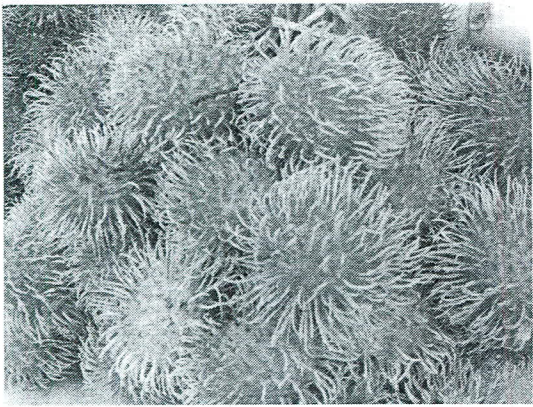
รูปที่ 4.70 แสดงโซ่อุปทานขั้นตอนการกระจายผลไม้ประเภทเงาะในประเทศไทย

หากพิจารณาถึงรูปที่ 4.70 ที่แสดงห่วงโซ่อุปทานของเงาะที่กระจายสินค้าภายในประเทศและการส่งออกนอกประเทศ ผ่านกลไกต่างๆของการไหลผ่านของสินค้า ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีลักษณะคล้ายกับโซ่อุปทานของทุเรียนและมังคุดเช่นกัน

ในส่วนนี้จะทำการอธิบายถึงผู้เล่นหรือผู้เกี่ยวข้อง ในห่วงโซ่อุปทานการค้าเงาะในประเทศไทย และการส่งออกไปยังต่างประเทศ โดยใช้การอ้างอิงจากรูปห่วงโซ่อุปทานเงาะ ที่ได้แสดงไว้ข้างต้น ทั้งนี้เพื่อให้ได้รับความเข้าใจมากขึ้น ผู้วิจัยจึงแยกประเภทของผู้เล่นในห่วงโซ่อุปทานเป็นข้อๆ ดังนี้

1. เกษตรกร

อ้างอิงจากรูปที่ 4.70 แสดงโซ่อุปทานขั้นตอนการกระจายผลไม้ประเภทเงาะในประเทศไทย พบว่าต้นน้ำของห่วงโซ่อุปทานเส้นนี้ เริ่มต้นที่เกษตรกรที่ได้ทำการจัดซื้อ จัดจ้างปัจจัยการผลิตประเภท พันธุ์เมล็ด ปุ๋ย แรงงาน เพื่อนำมาปลูกต้นเงาะ โดยเฉพาะสิ่งแรกที่สำคัญในส่วนของการผลิตนั้นคือการเพาะเมล็ดพันธุ์ โดยในประเทศไทยนั้นจะมีเงาะอยู่ 4 สายพันธุ์ คือ



รูปที่ 4.71 เเจาะพันธุ์โรงเรียน

พันธุ์โรงเรียน

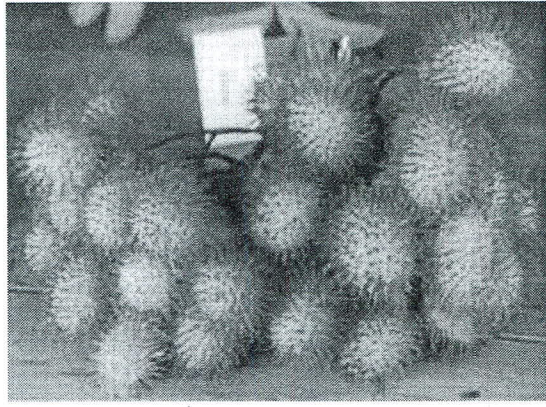
พันธุ์โรงเรียนเป็นพันธุ์ที่ได้รับความนิยมสูงในประเทศไทย ลักษณะผลเมื่อแก่จัดเปลือกจะเป็นสีแดงสวยงาม ปลายขนเป็นสีเขียว รสชาติหวาน เนื้อกรอบ เปลือกเมล็ดไม่แข็งจนเกินไป เป็นเเจาะพันธุ์ที่หาได้ง่ายตามตลาดทั่วไปในประเทศไทย



รูปที่ 4.73 เเจาะพันธุ์สีทอง

พันธุ์สีทอง

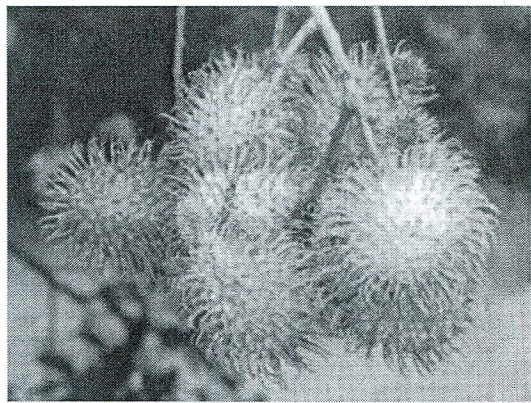
มีปลูกมากในจังหวัดจันทบุรีและตราด ส่วนใหญ่พ่อค้าคนกลางจะนำมาขายปนกับเเจาะโรงเรียน เนื่องจากมีลักษณะคล้ายกัน โดยเเจาะพันธุ์นี้จะมีผลที่ใหญ่ ขนยาวสีแดง ปลายสีเขียว เมื่อสุกเปลือกจะมีสีแดงเข้ม เมล็ดค่อนข้างแบนปนน้ำตาล เมื่อเก็บจากต้นใหม่ๆ รสชาติจะหวานอมเปรี้ยว แต่ถ้าทิ้งไว้ 1-2 คืน จะมีรสหวานขึ้นและมีกลิ่นหอม



รูปที่ 4.72 เเจาะพันธุ์สีชมพู

พันธุ์สีชมพู

พันธุ์สีชมพูเป็นเเจาะพันธุ์พื้นเมืองของจังหวัดจันทบุรี ที่มาของชื่อคือการที่เมื่อผลสุกดีแล้ว เปลือกจะเป็นสีชมพู ไม่แดงจัดเหมือนเเจาะโรงเรียน และมีขนที่ยาวกว่า รสชาติหวานแต่เนื้อเหนียวกว่าโรงเรียนเล็กน้อย ปลูกมากในภาคตะวันออก แต่มีข้อเสียคือเก็บได้ไม่นาน เพราะเนื้อจะเป็นน้ำและขนอ่อนช้ำเกินไป



รูปที่ 4.74 เเจาะพันธุ์น้ำตาลกรวด

พันธุ์น้ำตาลกรวด

เเจาะพันธุ์ผสมระหว่างพันธุ์บางยี่ขันและพันธุ์โรงเรียน ผลลักษณะคล้ายเเจาะโรงเรียน เมื่อสุกแล้วจะมีสีเหลืองเข้ม มีขนสีชมพูและปลายสีเขียว เปลือกค่อนข้างหนา เนื้อสีขาวขุ่น มีรสเปรี้ยวอมฝาดเมื่อผลเริ่มห่าม แต่เมื่อสุกเต็มที่จะมีรสหวานแหลม กลิ่นหอม เนื้อกรอบ เมล็ดแบนค่อนข้างกว้างและสันสีขาวอมเหลืองเหมือนงาช้าง

1.1 รูปแบบการผลิตเงาะ

เงาะแต่ละพันธุ์จะมีลักษณะเด่นแตกต่างกันไปในด้านราคาและวิธีการปลูก ก่อนที่จะใช้เงาะระยะหนึ่งเพื่อรอผลผลิตตามคำสั่งซื้อจากผู้ค้า และรอการเก็บเกี่ยวเพื่อให้ผู้ค้ามารับซื้อผลผลิต ซึ่งในระยะเวลาการเก็บเกี่ยวนั้น โดยปกติแล้วเงาะจะเริ่มออกดอกเมื่อปลูกได้ประมาณ 3-4 ปี ส่วนปริมาณผลผลิตจะขึ้นอยู่กับพันธุ์ อายุ และการดูแลรักษาของเกษตรกร โดยมีช่วงเวลาผลิตเงาะเพื่อส่งออก 3 ช่วงเวลา คือ ช่วงผลิตมาก จะอยู่ในเดือน พฤษภาคม จนถึงมิถุนายน ส่วนช่วงที่สองจะมีระยะเวลาตั้งแต่ เมษายน และกรกฎาคม จนถึง กันยายน ด้านระยะเวลาการผลิตน้อยจะอยู่ในเดือน มกราคม ถึงมีนาคม และตุลาคม จนถึงธันวาคม อย่างไรก็ตามเงาะก็ยังเป็นสินค้าส่งออกที่ทำรายได้ให้กับประเทศไทยได้อยู่ทุกช่วงเวลา

ทั้งนี้เงาะเริ่มผลิติดอกออกผลจนถึงช่วงเก็บเกี่ยวได้จะใช้เวลาประมาณ 130-160 วัน ซึ่งหากระยะเวลายาวนานเกินไปจะทำให้ เงาะออกมาหวานจัด ไม่อร่อย หรือระยะเวลาเร็วไป ผลจะอ่อนเกินไป เพราะฉะนั้นเงาะที่มีอายุกลางๆจะมีรสชาติ หอมหวานอร่อย เหมาะสำหรับส่งออกและกระจายภายในประเทศ หลังจากนั้นด้านวิธีการเก็บเกี่ยว เกษตรกรจะทราบดีว่าการเก็บเกี่ยวเงาะในช่วงแดดร้อนจัด จะทำให้เงาะสูญเสีย น้ำ และจะทำให้ร่วงอย่างรวดเร็ว จึงจะเลือกช่วงเวลาที่มืดด่อนๆ เช่น ในช่วงเช้า เพื่อรักษาคุณภาพของเงาะให้ดีที่สุด จากนั้นจึงเก็บเกี่ยวโดยการใช้น้ำขึ้นไต่บันไดขึ้นไปบนต้น แล้วตัดผลเงาะทิ้งข้อด้วยกรรไกรลงแข่งที่เตรียมไว้ ก่อนที่จะนำเข้าไปสู่ขั้นตอนหลังการเก็บเกี่ยว

พื้นที่ที่เก็บเกี่ยวผลเงาะจากต้นมาแล้วนั้น เกษตรกรจะรับนำผลผลิตเข้าสู่ที่ร่มโดยเร็ว ก่อนที่จะทำการตัดแต่งข้อเงาะให้เป็นผลเดี่ยวๆ โดยตัดก้านให้ชิดกับผล แล้วคัดผลที่ลักษณะที่ไม่ดี เช่น เจริญเติบโตไม่เต็มที่ มีรอยชำ รอยแตก รอยแผลจากการเก็บเกี่ยว หรือตำหนิจากโรคและแมลง ออกให้หมด ก่อนที่จะทำการคัดแยกผลผลิตที่จะขายต่อไปให้ผู้รวบรวมเพื่อส่งต่อไปภายในประเทศ และ ตัวแทนส่งออกที่จะส่งออกไปนอกประเทศเป็นสองประเภท ได้แก่ ถ้าเป็นตลาดภายในประเทศ เกษตรกรจะบรรจุเงาะลงในช่อง และรดน้ำเพื่อเพิ่มความชื้นให้กับผลเงาะและรอพ่อค้ามารับซื้อต่อไป ด้านการส่งออกไปต่างประเทศ เกษตรกรจะต้องรดน้ำเงาะก่อนการเก็บเกี่ยวประมาณ 2-3 วัน และเมื่อคัดผลตามเกรดที่ได้รับการว่าจ้างเรียบร้อยแล้วจะต้องทำการตัดขนาดและใช้แปรงขนอ่อนขัดแมลง รวมถึงเศษฝุ่นที่เกาะมากับผล ก่อนที่จะจุ่มผลเงาะลงในสารละลายบีโนมิล ความเข้มข้น 500 ส่วนในล้านส่วน แล้วจึงทำการผึ่งให้แห้ง บรรจุลงหีบห่อตามรูปแบบที่ลูกค้าต้องการ

1.2 การดำเนินการขายของเกษตรกรผู้ปลูกเงาะ

จากการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกเงาะพบว่า ปัจจุบันการซื้อขายผลผลิตเงาะของเกษตรกรแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ คือ การดำเนินการขายเอง การขายแบบเหมาสวน การขายผ่านกลุ่มเป็นสหกรณ์ และการขายแบบเกษตรกรพันธมิตรสัญญา (รูป 4.75) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.2.1 การดำเนินการขายเอง เป็นลักษณะที่เกษตรกรนำเงาะมาขายเองตามแผงหรือร้านของตนเองภายในจังหวัด หรือจะมีพ่อค้าท้องถิ่นมารับซื้อที่สวน หรือขายให้กับโรงงานแปรรูปเพื่อการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น เงาะกระป๋อง เงาะสอได้ เป็นต้น สำหรับกรณีนี้เกษตรกรจะเป็นผู้ดำเนินการเอง ทั้งเก็บเกี่ยว คัดแยก จัดเรียงลงตะกร้า และการส่งไปยังโรงงานแปรรูป โดยเกษตรกรอาจจะขายแยกตามเกรด หรือขายคละก็ได้ สำหรับกรณีที่นำไปขายที่จุดรับซื้อเกษตรกรต้องมีข้อมูลเกี่ยวกับข้อกำหนดรูปแบบผลผลิตที่รับซื้อของจุดรับซื้อ เพื่อสามารถจัดการผลผลิตให้ตรงกับรูปแบบที่จุดรับซื้อต้องการ ทั้งนี้ เกษตรกรต้องเป็นผู้ดำเนินการเองทั้งหมดในกระบวนการเก็บเกี่ยวผลผลิต การคัดเกรด การจัดเรียงลงลังหรือตะกร้า ตลอดจนการขนส่งเงาะไปยังจุดรับซื้อ

1.2.2 การดำเนินการขายแบบเหมาสวน เป็นลักษณะที่ผู้รวบรวมจะทำการติดต่อกับเกษตรกรผู้ผลิตเงาะว่าต้องการที่จะเหมาสวน ในราคาที่ตกลงกัน อาจจะเป็นการเหมาสวนทั้งหมด หรืออาจจะเหมาเพียงแค่บางส่วน ซึ่งเป็นลักษณะการขายก่อนที่ผลผลิตจะออกสู่ตลาด แต่การซื้อขายแบบเหมาสวนเกษตรกรจะไม่มีส่วนรับผิดชอบใดๆ ซึ่งจะทำให้ผู้รวบรวมดำเนินการเองทั้งเก็บเกี่ยว คัดเกรดผลผลิต จัดเรียงลงตะกร้า และส่งมอบ

1.2.3 การขายผ่านกลุ่ม/สหกรณ์ เป็นลักษณะที่เกษตรกรรวมกลุ่มกันเพื่อซื้อขายผลผลิต เพื่อเป็นการต่อรองราคาและปริมาณกับผู้รับซื้อ และจะได้เงาะในราคาที่อยู่ในระดับเดียวกัน โดยแต่ละกลุ่มหรือสหกรณ์จะมีระบบและรูปแบบการจัดการที่แตกต่างกันออกไป แต่กลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์ส่วนใหญ่จะมีการวางแผนด้านการผลิตและการตลาด

รวมถึงวิธีปฏิบัติสำหรับสมาชิกในกลุ่มเพื่อดูแลรักษาและควบคุมผลผลิตให้มีคุณภาพและมาตรฐานตรงกับความต้องการของลูกค้า

1.2.4 การขายผ่านระบบเกษตรพันธสัญญา (Contract Farming) เป็นรูปแบบที่เกิดจากความร่วมมือระหว่างบริษัทธุรกิจเอกชนหรือบริษัทต่างชาติดกับเกษตรกร โดยมีข้อตกลงร่วมกันให้เกษตรกรทำหน้าที่ผลิตภายใต้คำแนะนำและช่วยเหลือทางด้านวิชาการและการจัดการที่ทันสมัยของบริษัท และเมื่อได้ผลผลิต เกษตรกรจะต้องขายให้บริษัทคู่สัญญาซึ่งจะทำหน้าที่การตลาดให้ โดยบริษัทเอกชนหรือบริษัทต่างชาติจะได้รับประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม คือสามารถขยายฐานการผลิตทางแนวตั้ง ขยายตลาดจำหน่ายปัจจัยการผลิตของบริษัท และใช้ผลผลิตที่รับซื้อมาเป็นวัตถุดิบในโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ และบางครั้งเพื่อการส่งออก ตลาดนี้เป็นสัญญาที่ต้องกระทำชัดเจนแน่นอน ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ

การค้าเงาะแบบคัดเกรด ที่เกษตรกรหรือผู้ค้าจะมากัดเกรดสินค้าให้ตรงตามความต้องการ ก่อนจะตกลงซื้อขายเงาะกัน โดยจะนำเงาะมาใส่ในลัง ลังละประมาณ 20 กิโลกรัม ก่อนที่จะขนขึ้นรถหรือ จ้างรถบรรทุกอีกทีหนึ่ง

การค้าเงาะแบบเหมา และคละ ซึ่งเป็นวิธีที่พ่อค้าไม่ได้ใส่ใจในรายละเอียดว่าจะต้องคัดเกรดเสียเท่าไร นิยมขายตามท้องตลาดโดยการคละผลโตและผลเล็กเข้าด้วยกัน รวมถึงคละคุณภาพด้วย ก่อนที่จะจัดใส่ลังนำไปขายต่อให้กับพ่อค้ารายอื่นๆ

ด้านแปรรูป การขายแบบแปรรูปจะต้องผ่านการคัดเกรดเช่นเดียวกันรูปแบบแรก แต่รูปแบบนี้จะนำไปแปรรูปตามสภาพต่างๆ ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ซื้อ

ตารางที่ 4.59 ขั้นตอนการดำเนินงานของเกษตรกรสำหรับการจำหน่ายเงาะในประเทศและต่างประเทศ

กิจกรรม	รายละเอียดแต่ละกิจกรรม
ติดต่อผู้ซื้อ	เกษตรกรจะทำการติดต่อกับผู้รับซื้อหรือพ่อค้ารวบรวมเพื่อเตรียมการในการเก็บเกี่ยวผลผลิต
เก็บเกี่ยวผลผลิต	เกษตรกรจะจ้างคนงานเพื่อมาเก็บเกี่ยวผลผลิต ตามความต้องการของพ่อค้ารวบรวม
คัดแยกคุณภาพ	คัดแยกคุณภาพตามระดับของเงาะ ซึ่งขึ้นอยู่กับความต้องการของพ่อค้า เช่นชั้นพิเศษ ชั้น 1 และชั้น 2
บรรจุ	ทำการตกแต่งผลให้สวยงามและทำการบรรจุเงาะที่แยกคุณภาพใส่ลัง ซึ่งลังหนึ่งจะบรรจุได้ประมาณ 20 กิโลกรัม
เตรียมการจัดส่ง	นำลังเงาะไปจัดเรียงในจุดที่เตรียมการจัดส่ง ซึ่งรถบรรทุกที่จะขนส่งต้องมีเหล็กกันเพื่อป้องกันลังเสียหาย
ส่งมอบ	เกษตรกรรอพ่อค้ารวบรวมมารับ หรือทางเกษตรกรจะเป็นคนส่งผลผลิตเอง ตามสัญญาที่ตกลงกันได้
ที่มา จากการสำรวจ	

2. พ่อค้ารวบรวมผลผลิต/ลัง

ลัง โดยทั่วไปจะมีหน้าที่ในการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรโดยตรง หรืออาจจะมียานพาหนะในแต่ละหมู่บ้านติดต่อกับเกษตรกรโดยตรง ลังจะกระจายผลผลิตไปยังผู้ค้าส่งในตลาดกรุงเทพฯ ผู้ค้าต่างจังหวัด หรือผู้ค้าจร โดยที่ลังจะดำเนินการคัดแยก คัดเกรดเพื่อบริโภคภายในประเทศหรือการส่งออก จัดเรียงผลผลิตลงตะกร้า และส่งมอบเองทั้งหมด สำหรับรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงานของลังแสดงดังตาราง 4.60

ตารางที่ 4.60 ขั้นตอนการดำเนินงานของพ่อค้าผู้รวบรวมผลผลิต/ล้ง สำหรับการซื้อขายเงาะในประเทศและต่างประเทศ

กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม
ประเมินผลผลิต	ล้งจะทำการสำรวจผลผลิตเงาะของเกษตรกรในพื้นที่พร้อมเก็บเกี่ยว ซึ่งพ่อค้าเหล่านี้จะคาดคะเนระยะเวลาในการเก็บเกี่ยวในแต่ละสวนได้ และจะสามารถกำหนดช่วงเวลาซื้อได้
ติดต่อเกษตรกร	ติดต่อเกษตรกรเพื่อบอกหรือทำการซื้อขายผลผลิต และระบุวันที่จะเข้ามารับซื้อเงาะที่สวน โดยทั่วไปพ่อค้าเหล่านี้จะมีคนงาน เพื่อดำเนินการเก็บเกี่ยว และจัดเรียงลงตะกร้า
จัดหาและรวบรวมผลผลิต	ล้งในปัจจุบันจะใช้วิธีการจัดหาและรวบรวมผลผลิตใน 2 รูปแบบหลัก คือ ใช้วิธีการรับซื้อจากเกษตรกรโดยตรง และไปเก็บพร้อมรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรด้วยตนเอง หรือใช้วิธีการให้เกษตรกรนำผลผลิตมาส่งที่จุดรับซื้อของล้ง
คัดแยก/คัดเกรด	
บรรจุ/จัดเรียงลงตะกร้า	กิจกรรมในส่วนนี้ ล้งจะเป็นผู้จัดหาคนงานมาเองทั้งหมด ซึ่งการดำเนินการในแต่ละขั้นตอนนั้นคล้ายคลึงกับกรณีบริษัทส่งออกต่างชาติ
จัดส่ง/ส่งมอบ	

3. พ่อค้าส่ง/Supplier/ Broker

เป็นผู้รับสินค้าจากผู้รวบรวมหรือเกษตรกร ก่อนที่จะนำสินค้ามากระจายให้กับ พ่อค้าปลีก และตลาดไท ต่างๆ ทั้งนี้พ่อค้าส่งถือว่าเป็นผู้เล่นหลักที่มีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดราคาของเงาะ เพราะเมื่อสินค้าถูกส่งมาจากพ่อค้ารวบรวม พ่อค้าส่งจะทำการตั้งราคาหรือเพิ่มราคาเพื่อให้ได้กำไรเท่าที่พ่อค้าส่งต้องการ

เนื่องจากเงาะเป็นผลไม้ที่เป็นที่นิยมในประเทศไทย ดังนั้นการกระจายสินค้าจากพ่อค้าส่งไปสู่พ่อค้าในต่างจังหวัด และตลาดไท จึงเป็นจุดกระจายผลผลิตที่สำคัญ เนื่องจากช่องทางนี้ถือว่าเป็นช่องทางหลักที่จะทำให้ผลผลิตประเภทเงาะนั้นตรงไปสู่มือของผู้บริโภคโดยตรง ดังนั้น พ่อค้าที่ต้องการจะซื้อสินค้าจากผู้รวมนั้น จะต้องมีความต้องการที่แน่ชัดเสียก่อน เพื่อให้ผู้รวบรวมรู้ถึงปริมาณ และ คุณภาพของผลผลิตที่ต้องการ ก่อนที่จะทำการจัดส่งมาให้ยังพ่อค้าตลาดในกรุงเทพมหานคร และ พ่อค้าต่างจังหวัด เพื่อไปกระจายผลผลิตสู่พ่อค้าปลีกอีกทอดหนึ่ง ซึ่งจะบรรจุในบรรจุภัณฑ์ดังรูปที่ 4.75 และ 4.76



ที่มา จากการสำรวจ
รูปที่ 4.75 เงาะในบรรจุภัณฑ์รอการขนส่งเพื่อจำหน่าย



ที่มา จากการสำรวจ
รูปที่ 4.76 บรรจุภัณฑ์เงาะสำหรับร้านค้าสมัยใหม่

4. ผู้ประกอบการ ตัวแทนการส่งออก/ ผู้รวบรวมผลผลิตส่งออก

จะทำหน้าที่เป็นผู้เล่นที่คอยคัดเกรด รวมถึงขั้นตอนทางพิธีการศุลกากร ซึ่งเป็นขั้นตอนที่มีความยุ่งยาก ในปัจจุบันผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะใช้วิธีการว่าจ้างตัวแทน ชิปปิ้ง (Shipping) ซึ่งเป็นตัวแทนของผู้ส่งออก/ ผู้รวบรวมส่งออกในการดำเนินการพิธีการศุลกากรรวมถึงการจัดหาตู้และหัวลากตู้คอนเทนเนอร์เพื่อรับเงาะที่พร้อมจะส่งออก การจัดทำใบขนส่ง ยื่นใบขนส่งสินค้าต่อเจ้าพนักงานศุลกากร ณ ด่านศุลกากร การส่งเงาะสดออกนอกประเทศไปยังตลาดต่างประเทศให้แก่ผู้นำเข้า เพื่อสร้างความสะดวกให้กับผู้รับซื้อเพื่อส่งออกหรือตัวแทนผู้ส่งออก

ตารางที่ 4.61 ขั้นตอนการดำเนินงานของผู้ส่งออก สำหรับการจำหน่ายเงาะในต่างประเทศและต่างประเทศ

กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม
จัดเตรียมส่ง /มอบตะกร้า	ส่งมอบตะกร้าให้แก่เกษตรกรและพ่อค้า
รับตะกร้า	ในช่วงเย็นแต่ละวัน จะทำการรับตะกร้าหรือกล่องที่บรรจุเงาะแล้วจากเกษตรกรและพ่อค้า
ตรวจสอบ/คัดแยกสินค้า QC	ส่งไปยังแผนกตรวจสอบคุณภาพและคัดแยก ซึ่งจะมีพนักงานที่มีประสบการณ์และความชำนาญเฉพาะทำหน้าที่ในการตรวจสอบคุณภาพ และจะมีการบันทึกปริมาณที่นำมาขายแต่ละเกรด ณ จุดนี้ เพื่อให้เกษตรกรหรือพ่อค้านำไปรับเงินที่ฝ่ายบัญชี
บรรจุ	แผนกติดสายรัดตะกร้าและติดสติ๊กเกอร์ ซึ่งสายรัดตะกร้าและสติ๊กเกอร์จะเป็นสีเดียวกัน แต่ละสีบ่งบอกเกรดของเงาะและราคาที่แตกต่างกันออกไป
การจองตู้	ทางผู้รับซื้อเป็นผู้ทำการจองตู้ หัวลาก และเรือจากบริษัทชิปปิ้งล่วงหน้าก่อน พร้อมระบุวันที่มาส่งสินค้า
รอยืนยัน	รอคำยืนยันจากบริษัทชิปปิ้งว่ามีตู้ว่าง และพื้นที่ในเรือว่างหรือไม่
ยืนยัน/กำหนดวันเอาหัวลาก	เมื่อได้รับคำยืนยันแล้ว ผู้รับซื้อจะทำการรับรู้จากบริษัทชิปปิ้งสำหรับจัดเรียงกล่องบรรจุเงาะ และกำหนดวันให้หัวลากมาลากตู้คอนเทนเนอร์ไปยังท่าเรือ
บรรจุเข้าตู้คอนเทนเนอร์	พนักงานทำการขนย้ายกล่องไปเรียงในคอนเทนเนอร์ห้องเย็นซึ่งมีการปรับระดับอุณหภูมิให้เหมาะสม
พิธีการศุลกากร	ดำเนินการเอกสารด้านศุลกากร (การเดินตัว) โดยทั่วไปจะใช้บริการผ่านทางบริษัทชิปปิ้ง
รับเอกสารจากทางท่าเรือ	ในใบจะระบุชื่อเรือ ท่าเรือ ช่องที่จอด และปลายทางที่สินค้าจะไป โดยใบนี้จะให้คนขับรถนำไปด้วยเพื่อสามารถผ่านด่านตรวจได้ ซึ่งสินค้าต้องไปถึงท่าเรือก่อนเรือออก 1 วัน (24ชม.) และไม่เกิน 3 วัน
ขนส่ง	หลังจากการจัดเรียงกล่องเต็มตู้แล้ว จะทำการขนส่งไปท่าเรือ
ลูกค้าปลายทางรับสินค้า	ณ จุดนำเข้า/การรับรองคุณภาพสินค้าและปล่อยสินค้าเพื่อผ่านพิธีการศุลกากร - เจ้าหน้าที่ CIQ ประจำเมืองท่านำเข้าจะทำการตรวจสอบผลไม้สดที่นำเข้า ณ จุดนำเข้า - การตรวจสอบในขั้นนี้จะตรวจสอบหีบห่อและตัวสินค้า(ปริมาณ คุณลักษณะ และคุณภาพ)โดยเทียบเคียงกับ เอกสาร/หลักฐานในการขออนุญาตนำเข้า หากถูกต้องและมีความปลอดภัย ถูกลักษณะ ก็จะอนุญาตให้นำเข้าได้ - อาจมีการสุ่มตรวจตัวอย่างสินค้าตามข้อกำหนดเพื่อส่งตรวจสอบในห้องปฏิบัติการหากไม่แน่ใจในคุณลักษณะ คุณภาพ ความปลอดภัยของสินค้าโดยอาจส่งปล่อยสินค้าออกไปก่อน หากนำเข้าง่ายและคาดว่าจะไม่น่าจะมีอันตรายต่อผู้ บริโภคโดยจะแจ้งผลการตรวจวิเคราะห์ภายหลัง

8.1 การคัดเกรด

เงาะที่จะส่งออกนอกประเทศจะถูกแบ่งเป็น 3 ชั้นคุณภาพได้แก่

1. ชั้นพิเศษ (Extra Class)

เป็นผลเงาะที่มีสีปานกลาง ผลสมบูรณ์ มีรสชาติดี เนื้อหนา สะอาด ปลอดภัยไร้พิษ ไม่มีตำหนิใดๆ ขนาดผลสม่ำเสมอ เงาะชั้นนี้มีคุณภาพที่ดีที่สุด ตรงตามพันธุ์ ในกรณีที่มีตำหนิต้องเป็นตำหนิเพียงเล็กน้อย ซึ่งจะไม่ส่งผลกระทบต่อรูปลักษณ์ทั่วไปของผลิตผล ทั้งนี้จะต้องถูกจัดเรียงอยู่ในบรรจุภัณฑ์ที่ไม่กระทบต่อผล และคุณภาพการเก็บรักษาด้วย

2. ชั้นหนึ่ง (Class I)

เป็นเงาะที่คุณภาพดี คล้ายกับชั้นพิเศษที่ตรงตามพันธุ์ ผลเล็กกว่าชั้นพิเศษ รูปทรงมีตำหนิได้เล็กน้อย โดยจะต้องมีตำหนิรวมแล้วไม่เกิน 5 เปอร์เซ็นต์ของพื้นผิวทั้งหมด ซึ่งยังไม่รวมถึงตำหนิของขนเงาะ

3. ชั้นสอง (Class II)

คล้ายกับเงาะชั้นที่หนึ่ง โดยจะต้องปราศจากโรคแมลงและตำหนิที่ทำให้คุณภาพภายในเสียหาย ซึ่งระดับชั้นสองนี้นั้นจะบังคับว่าสภาพรูปทรงของเงาะจะมีตำหนิได้ไม่เกิน 10% ของผลผลิต

จากนั้นนำสินค้าทั้งหมดนั้นไปตรวจสอบคุณภาพของผลไม้ที่กรมวิชาการเกษตรและกรมศุลกากร ที่จะต้องผ่านใบรับรองปลอดโรคพืช สารตกค้าง หรือแมลง (ถ้าประเทศผู้นำเข้าร้องขอ) รวมถึงการติดข้อมูลผู้ขายส่ง ประเภทของสินค้า ไว้ที่บรรจุภัณฑ์ด้วย เพื่อสร้างความชัดเจนและเพื่อเป็นใบรับรองในการขนส่งไปยังต่างประเทศ ก่อนที่จะผ่านมายังพิธีการศุลกากร ได้แก่ระบบ Manual และ ระบบ EDI ที่ศุลกากร ในการตรวจสอบสินค้าก่อนที่จะนำขึ้นพาหนะขนส่ง

ทั้งนี้ในประเทศไทยนั้นการส่งออกสินค้าไปยังประเทศอื่นๆ ซึ่งตามสถิติแล้ว ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกเงาะสดในปีล่าสุด เป็นมูลค่า 153,65 ล้านบาท และเงาะแปรรูปประเภทสอได้สับปะรดในปี 2554 เท่ากับ 67.20 ล้านบาท ด้านปีล่าสุด เงาะแปรรูปสอได้สับปะรดนั้น ไม่มีการส่งออกไปยังต่างประเทศ ดังตารางที่ 4.62

ตารางที่ 4.62 แสดงมูลค่าการส่งออกเงาะสดและแปรรูปของประเทศในตั้งแต่ปี 2551-2555 (หน่วย: ล้านบาท)

สินค้า/ปี	2551	2552	2553	2554	2555
เงาะสด	1.16	2.55	51.74	44.88	153.65
เงาะแปรรูป สอได้สับปะรด	52.16	54.50	51.85	67.20	0

ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยใช้อ้างอิงข้อมูลจาก Global Trade Atlas, 2556

อย่างไรก็ตามก่อนที่จะทำการส่งออกไปยังต่างประเทศนั้น การเก็บรักษาเงาะนั้นเป็นส่วนสำคัญที่สุด เนื่องจากถ้าหากวางแผนและเตรียมการส่งออกเงาะที่ไม่มีประสิทธิภาพ จะทำให้ผลผลิตเสียหายในระหว่างการขนส่งได้ เพราะฉะนั้นในการที่จะทำการส่งออกไปยังต่างประเทศนั้นหลังจากเก็บเกี่ยว ควรเก็บรักษาเงาะด้วยการลดอุณหภูมิด้วยน้ำเย็น โดยนำมาแช่ในน้ำเย็นจัดเพื่อกำจัดจุลินทรีย์ที่ติดมากับผิว ก่อนที่จะเก็บรักษาไว้ในห้องเย็นที่มีอุณหภูมิ 13-15 องศาเซลเซียส ที่ความชื้นสัมพัทธ์ 90-95 เปอร์เซ็นต์ จะทำให้สามารถเก็บรักษาผลผลิตได้นานถึง 1-3 สัปดาห์ ก่อนที่จะทำการขนส่งออกไป (เฉลิมชัย, 2556)

ทั้งนี้ด้านการส่งออกจะแบ่งออกเป็นสามประเภท ตามรูปแบบการขนส่งต่างๆ ซึ่งในประเทศไทยนั้น การส่งออกเงาะมีเพียงสองประเภท เนื่องจากเงาะของไทยนั้นจะไม่ถูกส่งออกผ่านรูปแบบเรือขนส่ง แต่จะส่งผ่านเครื่องบิน (ไปประเทศญี่ปุ่น) และส่งผ่านเส้นทางทางบก (สปป. ลาว และ สหภาพเมียนมาร์) ดังนั้น ขั้นตอนในการส่งออกไปยังต่างประเทศมีขั้นตอนดังตารางที่ 4.63

ตารางที่ 4.63 แสดงขั้นตอนการจัดส่งสินค้าประเภทเงาะไปต่างประเทศ

ขั้นตอน	รายละเอียดขั้นตอน
1. จัดซื้อสินค้า	เกษตรกรจะส่งผลผลิตมาที่พ่อค้าส่งออก หรือพ่อค้าส่งออกจะเป็นผู้ไปรับผลผลิตมาเอง ซึ่งจะต้องทำการคัดคุณภาพเรียบร้อยแล้ว
2. ทำความสะอาด	เมื่อรับสินค้าที่คัดคุณภาพมาเรียบร้อยแล้วจะทำการล้างเพื่อฆ่าเชื้อโรค และทำความสะอาดผลผลิตให้มีคุณภาพสูงสุด
3. ควบคุมคุณภาพ	การนำผลผลิตมาตรวจสอบรหัสสินค้า และตรวจสอบคุณภาพของผลผลิตอีกครั้ง
4. การจัดเรียง	จัดเรียงผลผลิตเพื่อรอทำการอบไอน้ำฆ่าเชื้อโรค และทำการรักษาคุณภาพของผลผลิต
5. เก็บรักษา	ทำการเก็บรักษาสผลผลิตด้วยความเย็นและไอน้ำฆ่าเชื้อโรค
6. แบ่งประเภท	แบ่งประเภทเงาะตามความต้องการของลูกค้า เช่นคุณภาพ ขนาด พันธุ์
7. ตัดฉลากสินค้า	ติดฉลากสินค้า หากเป็นสินค้าที่จะต้องผ่านการรับรองคุณภาพจากประเทศนั้นๆ
8. บรรจุภัณฑ์	สินค้าจะต้องบรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่ปลอดภัย ตามชนิดและรหัสที่กำหนดไว้
9. ประทับตรา	ทำการบรรจุสินค้า ปิดผนึกด้วยแถบพลาสติกใส ก่อนที่จะประทับตราบรรจุภัณฑ์
10. รอกการจัดส่ง	ขนส่งสินค้าไปเก็บไว้ในห้องที่มีอุณหภูมิ13-15 องศา รอกการจัดส่งสินค้าไปยังสนามบิน
10.5 จัดส่ง	ทำการจัดส่งสินค้าผ่านตู้คอนเทนเนอร์ เพื่อไปยังประเทศต่างๆ เช่น สเปน. ลาว สหภาพเมียนมาร์ จีน และ เวียดนาม ผ่านรูปแบบการขนส่งทางบก

ที่มา จากการสำรวจ

ทั้งนี้ด้านการส่งออกผลผลิตเงาะออกไปต่างประเทศนั้น ประเทศคู่ค้าที่สำคัญของประเทศไทยมีอยู่หลายประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะอยู่ในทวีปเอเชียทั้งนั้น ได้แก่ เวียดนาม มาเลเซีย กัมพูชา สหภาพเมียนมาร์ จีน สิงคโปร์ ออสเตรเลีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซาอุดีอาระเบีย บาห์เรน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อินเดีย อินโดนีเซีย บังคลาเทศ สเปน.ลาว เกาหลีเหนือ แต่ถ้าวัดจากสถิติการส่งออกไปยังคู่ค้ามากที่สุด เวียดนามเป็นประเทศที่มีสถิติมูลค่าการส่งออกมากที่สุดถึง 509 ล้านบาท (ข้อมูลการส่งออกปี 2555) ซึ่งการจัดการด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ ทั้งสามช่องทางจะใช้รถบรรทุกธรรมดาเพื่อขนส่งเงาะไปยังลูกค้า หรือผู้ว่าจ้าง รวมถึงการค้าขายแดนจากพ่อค้ารวบรวมเช่นกันที่จะใช้รถบรรทุกในการขนส่ง เพื่อลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นออกไป แต่ถึงกระนั้น ถ้าหากมีการขนส่งออกนอกประเทศ รถตู้คอนเทนเนอร์ปรับอากาศ จะเป็นการขนส่งที่สำคัญในการรักษาอุณหภูมิของสินค้าประเภทผลไม้ได้อย่างดี เนื่องจากการขนส่งไปยังต่างประเทศนั้นต้องใช้ระยะเวลาหลายวัน ดังนั้นในการขนส่งทางพื้นดิน พ่อค้าผลไม้ส่วนใหญ่จะใช้บริการขนส่งผ่านรถที่บรรทุกตู้คอนเทนเนอร์เป็นหลัก ผ่านเส้นทาง R3, R9 จะเป็นวิธีที่ค่อนข้างสะดวกที่สุด

9. ผู้นำเข้าต่างประเทศ

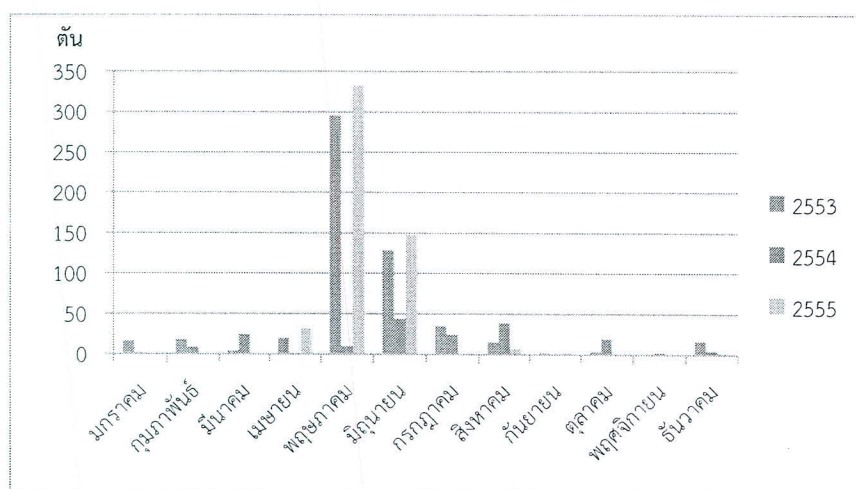
9.1 ผู้นำเข้าและพ่อค้าส่งในสหภาพเมียนมาร์

โดยปกติแล้วการส่งออกเงาะของประเทศไทย จะเน้นไปที่การค้าขายแดนระหว่างไทยกับสหภาพเมียนมาร์ ซึ่งประกอบไปด้วยด่านสังขละบุรี ด่านเชียงแสน ด่านแม่สาย ด่านเชียงดาว ด่านแม่สอด ด่านประจวบคีรีขันธ์ ด่านแม่สะเรียง ด่านแม่ฮ่องสอน ด่านระนอง ด่านแม่กลอง และด่านศุลกากรส่วนกลางอื่นๆ ซึ่งการขนส่งเงาะนั้นจะขนส่งผ่านตู้คอนเทนเนอร์ผ่านแดนไปยังสหภาพเมียนมาร์ ทั้งนี้ก่อนที่พ่อค้าหรือผู้ส่งออกของไทยจะทำการส่งออกสินค้าไปยังชายแดนสหภาพเมียนมาร์ ก็มีการตกลงกับตัวแทนนำเข้ารายย่อยของฝั่งสหภาพเมียนมาร์เสียก่อน ก่อนที่จะทำการตรวจสอบสภาพสินค้าว่ามีสารพิษหรือมีโรคอะไรติดมากับผลไม้หรือไม่ ซึ่งขั้นตอนนี้จะต้องตรวจสอบตามมาตรการของกรมศุลกากรของสหภาพเมียนมาร์ จากนั้น ตัวแทนนำเข้ารายใหญ่จะนำสินค้าไปแจกจ่ายให้กับตลาดการค้าหลักของสหภาพเมียนมาร์และพ่อค้าส่ง ซึ่งพ่อค้าทั้งสองรายนี้ จะทำการรับสินค้าบรรจุอยู่ในลังที่มีความปลอดภัย ก่อนที่จะส่งต่อไปให้กับรายย่อยอื่นๆ

1. ปริมาณผลผลิตเงาะที่เข้าไปจำหน่ายในสหภาพเมียนมาร์

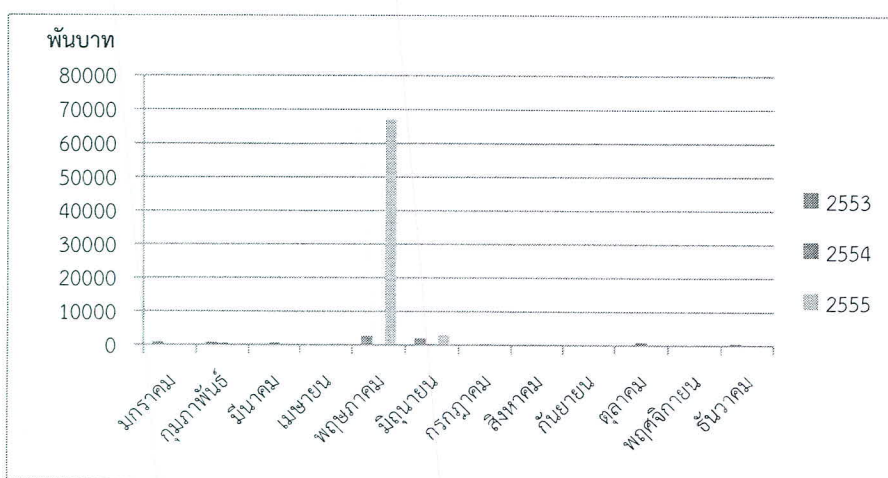
การส่งออกผลผลิตเงาะไปสหภาพเมียนมาร์ ความต้องการของพ่อค้าจะไม่มีแน่นอนเนื่องจากการค้าชายแดนระหว่างไทย-สหภาพเมียนมาร์ เป็นแค่การค้าขายระยะสั้น เพราะฉะนั้นปริมาณผลผลิตเงาะนั้นจะขึ้นๆ ลงๆ ตามความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลานั้นๆ

ด้านความต้องการของผู้บริโภคตามปกติแล้ว ชาวพม่ามักจะบริโภคเงาะตามฤดูกาล จะไม่มีความต้องการที่มั่นคงดังเช่นประเทศจีนที่มีความต้องการที่ชัดเจนกว่า ดังนั้นจะสอดคล้องกับปริมาณการส่งออกเงาะไปสหภาพเมียนมาร์ที่จะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับฤดูกาลเป็นหลัก ดังตารางที่ 4.64 และรูปที่ 4.77, 4.78 จะเห็นว่าในช่วงเดือน เมษายน พฤษภาคม และมิถุนายน จะมีปริมาณและมูลค่าการนำเข้าเงาะจากประเทศไทยของสหภาพเมียนมาร์เป็นจำนวนที่สูง แสดงให้เห็นถึงความต้องการของผู้บริโภคที่มีมากในช่วงเวลาดังกล่าว เพราะฉะนั้นปริมาณและความต้องการของผู้บริโภคในสหภาพเมียนมาร์จึงมีความสอดคล้องกัน



ที่มา คำนวณโดย ผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556

รูปที่ 4.77 แสดงปริมาณการส่งออกเงาะของประเทศไทยไปสหภาพเมียนมาร์



ที่มา คำนวณโดย ผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556

รูปที่ 4.78 แสดงมูลค่าการส่งออกเงาะของประเทศไทยไปสหภาพเมียนมาร์

ตารางที่ 4.64 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกเงาะไปสหภาพเมียนมาร์ ปี 2553-2555 (ปริมาณ: ตัน, มูลค่า: พันบาท)

เดือน	2553		2554		2555	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
มกราคม	16.422	943.29	1.5	45	1.335	31.6
กุมภาพันธ์	17.967	931.95	8.961	583.28	-	-
มีนาคม	4.044	235.476	24.43	691.334	-	-
เมษายน	19.762	250.844	0.948	53.76	31.96	639.125
พฤษภาคม	295.742	2817.112	9.79	139.32	333.03	67110.87
มิถุนายน	128.674	2078.169	43.775	387.74	147.225	2953.02
กรกฎาคม	34.979	325.666	24.482	400.52	1.28	25.8
สิงหาคม	15.407	182.58	39.08	-	7.78	0.153
กันยายน	2.1	119.25	0.2	7	2.19	73.05
ตุลาคม	3.61	173.29	19.432	1011.8	0.89	52.68
พฤศจิกายน	1.3	59.4	2.478	81.5	-	-
ธันวาคม	16.762	627.04	4.58	245.6	1.721	98.554

ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556

ผู้นำเข้าและพ่อค้าส่งในสปป. ลาว

ด้านการส่งออกเงาะของประเทศไทยไปยังสปป. ลาว โดยผ่านด่านเชียงของ ด่านเชียงแสน ด่านนครพนม ด่านทุ่งช้าง ด่านบึงกาฬ ด่านมุกดาหาร ด่านเชียงคาน ด่านท่าลี่ ด่านหนองคาย ด่านเขมราฐ และ ด่านพิบูลย์มังสาหาร ซึ่งใช้การขนส่งรูปแบบรถบรรทุกผ่านภาคพื้นดินเช่นเดียวกับการขนส่งไปสหภาพเมียนมาร์

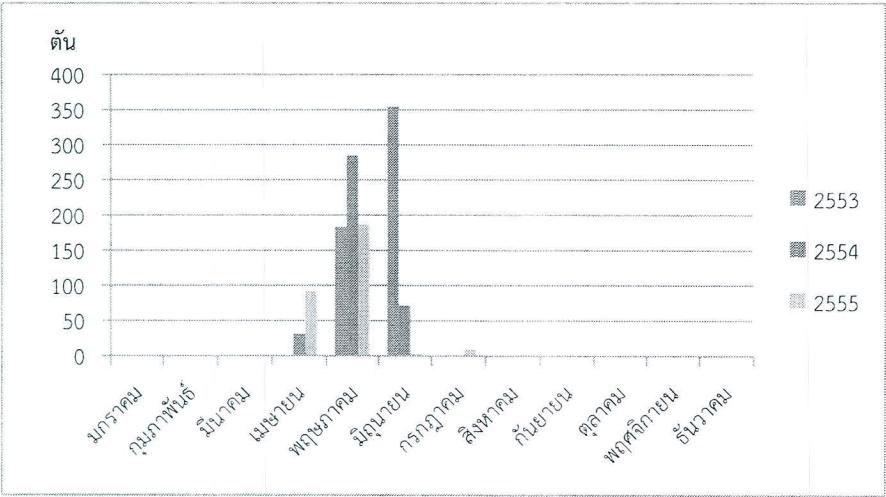
พ่อค้าส่งออกของไทยจะทำการส่งออกสินค้าผ่านชายแดนสปป. ลาว ซึ่งก่อนหน้านี้จะต้องมีการทำสัญญาซื้อขายกันแบบชั่วคราว และมีปริมาณที่ไม่แน่นอนในแต่ละเดือน แต่ถึงกระนั้นทางสปป. ลาวก็มีมาตรการทางสินค้าเช่นเดียวกันกับสหภาพเมียนมาร์ ที่ต้องตรวจเช็คสินค้าก่อนทุกครั้งก่อนที่จะนำผลไม้เข้ามาในประเทศเพื่อตรวจสอบสภาพสินค้าว่ามีสารพิษหรือมีโรคอะไรติดมากับผลไม้หรือไม่ ตามขั้นตอน จากนั้นตัวแทนนำเข้ารายใหญ่จะนำสินค้าไปแจกจ่ายให้กับตลาดการค้าหลักของสปป. ลาว และพ่อค้าส่ง ซึ่งจะทำการกระจายสินค้านี้ไปยังผู้บริโภค ตลาดชุมชน และทำการส่งออกไปต่างประเทศหรือ Re-Export อีกครั้งหนึ่ง

1. ปริมาณผลผลิตเงาะที่เข้าไปจำหน่ายในสปป. ลาว

การส่งออกผลผลิตเงาะไปสปป. ลาวความต้องการของพ่อค้าจะมีความแน่นอนเนื่องจากการค้าชายแดนระหว่างไทย-สปป.ลาว เป็นการขายแบบการค้าขายระยะสั้น เพราะฉะนั้นจะสอดคล้องกับข้อมูลของการส่งออกจากประเทศไปที่จะมีมากมีน้อยเป็นช่วงระยะเวลาในแต่ละปี

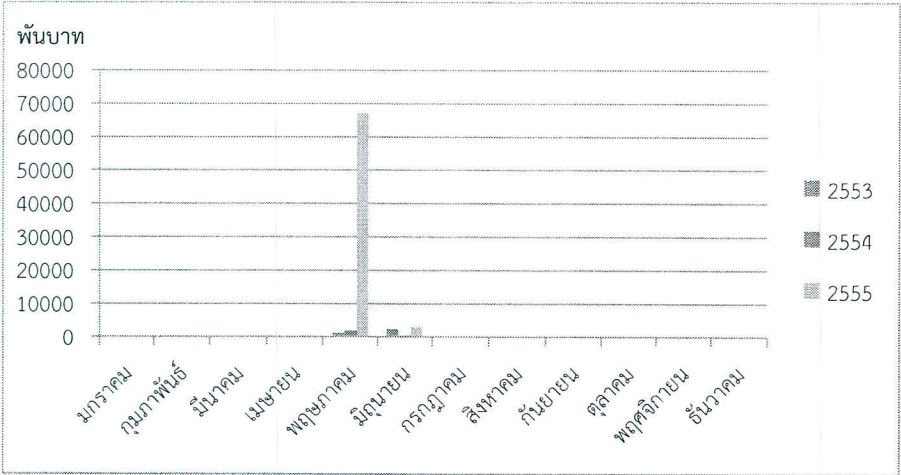
ด้านความต้องการของผู้บริโภค การรับประทานเงาะนั้นจะไม่ทานผลไม้ทุกฤดู จะทานเฉพาะบางฤดูของผลไม้เท่านั้น ดังนั้นยังความต้องการที่ไม่ชัดเจนและช่วงระยะเวลาของการบริโภค ผู้ค้าจึงนำเข้าเงาะในปริมาณที่ไม่มีความแน่นอน หาก

พิจารณาดังตารางที่ 4.65 และรูปที่ 4.79, 4.80 จะเห็นว่าในช่วงพฤษภาคมและมิถุนายนจะเป็นช่วงที่สปป.ลาว นำเข้าสินค้าประเภทผลไม้ชนิดเงาะมากที่สุดและ มีการนำเข้าสินค้าทุกปีในช่วงนี้ เทียบกับเดือนอื่นๆ จะไม่มีความแน่นอนในแต่ละปี ซึ่งจะทำให้เราเห็นความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน



ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556

รูปที่ 4.79 ปริมาณการส่งออกเงาะของประเทศไทยไป สปป. ลาว



ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556

รูปที่ 4.80 มูลค่าการส่งออกเงาะของประเทศไทยไป สปป.ลาว

ตารางที่ 4.65 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกเงาะไปสปป.ลาว ตั้งแต่ปี 2552-2554 (ปริมาณ: ตัน, มูลค่า: พันบาท)

เดือน	2552		2553		2554	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
มกราคม	-	-	-	-	-	-
กุมภาพันธ์	-	-	-	-	-	-
มีนาคม	-	-	-	-	-	-
เมษายน	-	-	31.9	255.9	92.171	564.514
พฤษภาคม	183.28	1254.75	285.162	1984.576	186.349	67110.87
มิถุนายน	354.664	2451.535	72.081	542.834	4.176	2953.02
กรกฎาคม	0.8	5.2	-	-	9.72	25.8
สิงหาคม	-	-	-	-	1.8	0.153
กันยายน	-	-	1	7.728	-	-
ตุลาคม	-	-	-	-	-	-
พฤศจิกายน	-	-	-	-	-	-
ธันวาคม	-	-	-	-	-	-

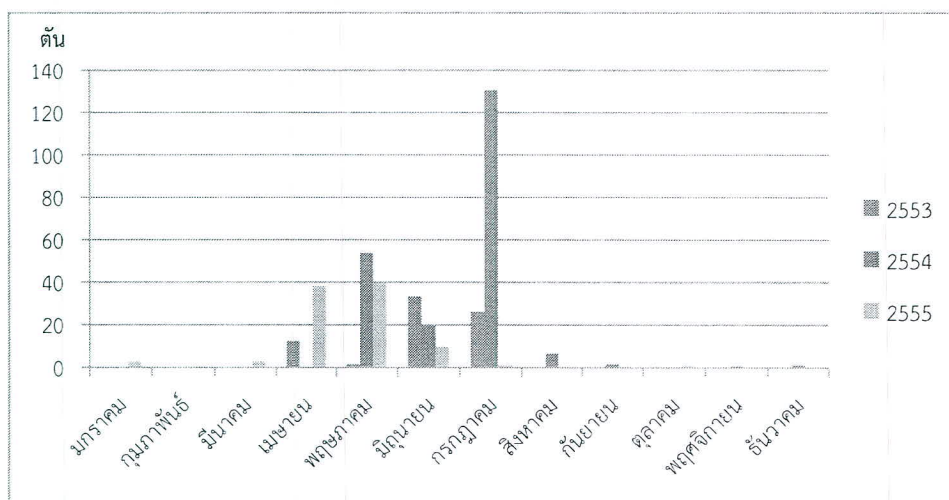
ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2556

ผู้นำเข้าและพ่อค้าส่งในประเทศจีน

ด้านการส่งออกเงาะไปยังประเทศจีนนั้น จะต้องใช้ระยะเวลาการเดินทางที่นาน ดังนั้นเรื่องสำคัญที่จะต้องกระทำก่อนที่จะทำการส่งออกนั้นคือการคำนวณและหาวิธีการเก็บรักษาผลไม้นี้ให้มีความสดใหม่และยืดอายุจนกว่าจะไปถึงประเทศจีน ดังนั้นบรรษัท อุนหนุมิตู้คอนเทนเนอร์ จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการขนส่งไปยังประเทศจีน ทั้งนี้ในการขนส่งไปยังประเทศจีนนั้น

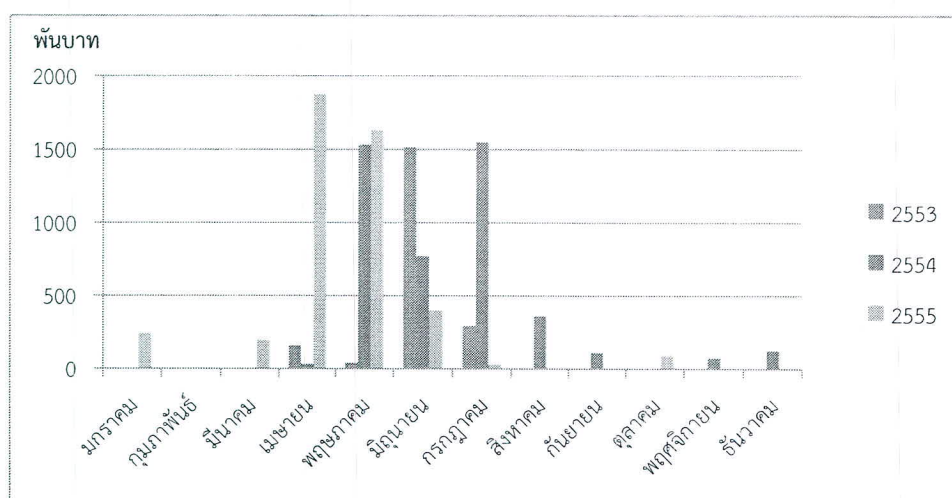
ปริมาณผลผลิตเงาะที่เข้าไปจำหน่ายในประเทศจีน

การส่งออกผลผลิตเงาะไปจีนนั้นปริมาณการส่งออกจะชัดเจนมากขึ้น แต่ยังมีปริมาณที่ไม่มีความแน่นอนอยู่ในการนำเข้าเงาะจากประเทศไทยต่างจากสหภาพเมียนมาร์และสปป. ลาว ที่จะมีช่วงเดือนที่ชัดเจน แสดงให้เห็นถึงความต้องการที่มีมาเรื่อยๆ ไม่เน้นฤดูกาลของผลไม้ แต่จากตารางที่ 4.66 และ รูปที่ 4.81, 4.82 จะพบว่า ยังมีปริมาณการนำเข้าเงาะที่คงที่อยูในช่วงเดือนมิถุนายน ซึ่งพิจารณาได้ว่า เป็นช่วงที่ผลผลิตออกมากและความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศจีนก็มากตามผลผลิตที่ผลิตได้



ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556

รูปที่ 4.81 แสดงปริมาณการส่งออกเจาะของประเทศไทยไปประเทศจีน



ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556

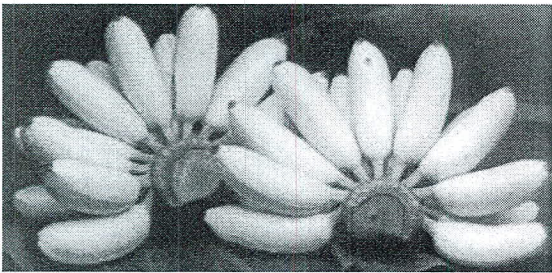
รูปที่ 4.82 แสดงมูลค่าการส่งออกเจาะของประเทศไทยไปประเทศจีน

ตารางที่ 4.66 ปริมาณและมูลค่าส่งออกเงาะไปประเทศจีนตั้งแต่ปี 2553-2555 (ปริมาณ: ตัน, มูลค่า: พันบาท)

เดือน	2553		2554		2555	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
มกราคม	-	-	-	-	2.685	243.32
กุมภาพันธ์	-	-	-	-	-	-
มีนาคม	-	-	-	-	2.969	194.4
เมษายน	12.486	160.261	0.45	33	38.413	1877.67
พฤษภาคม	1.7	41.523	53.891	1535.232	39.732	1633.49
มิถุนายน	33.564	1515.734	19.598	772.017	9.88	400.03
กรกฎาคม	26.319	293.563	130.579	1549.07	1	30
สิงหาคม	-	-	6.63	362.635	-	-
กันยายน	-	-	1.87	111.1	-	-
ตุลาคม	-	-	-	-	1.208	92.11
พฤศจิกายน	-	-	0.858	77.77	-	-
ธันวาคม	-	-	1.402	127.05	-	-

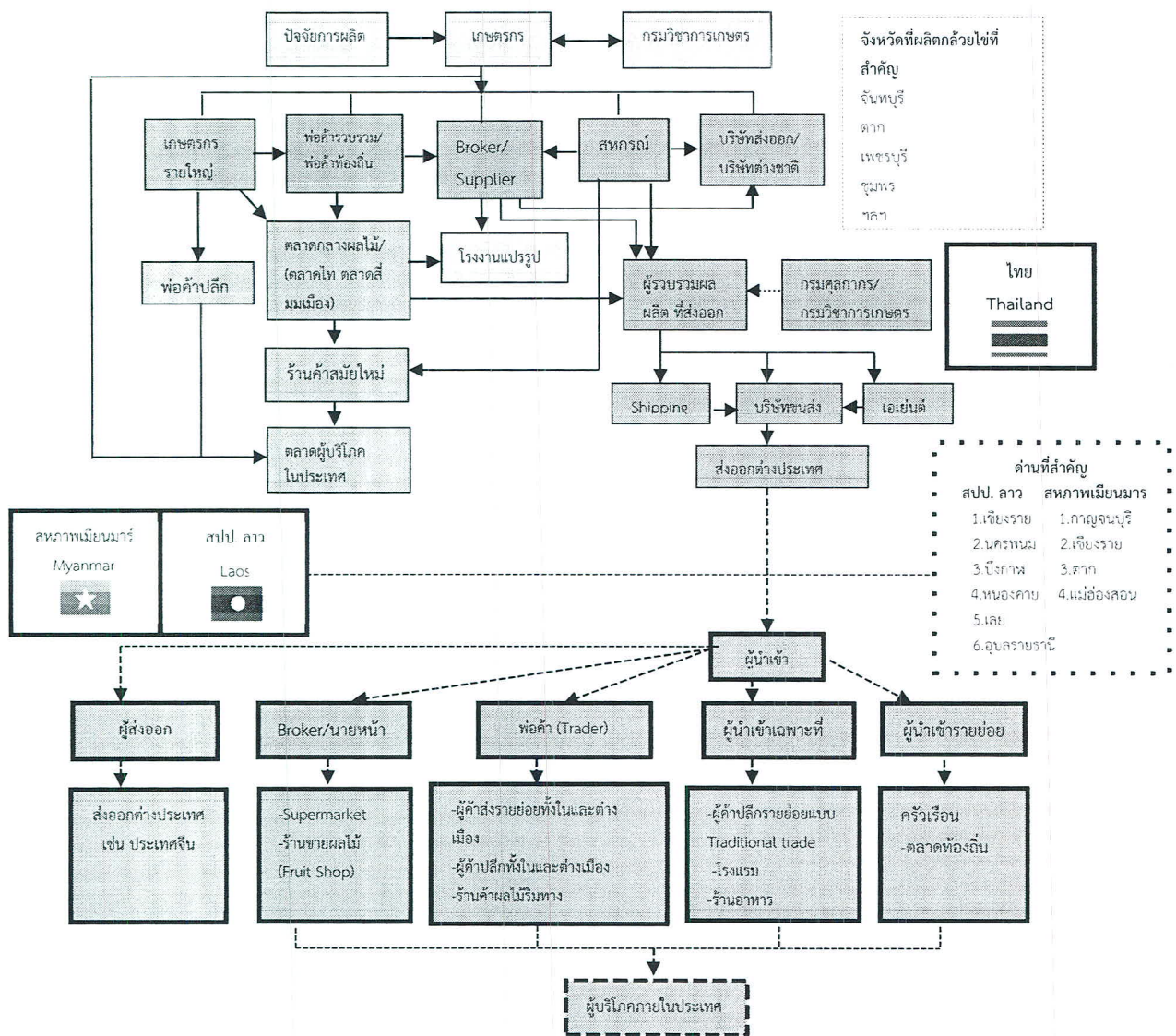
ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556

4.4.4 การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานกล้วยไข่



กล้วยไข่เป็นผลไม้ที่มีรสชาติหอมหวาน มีผลสีเหลืองทองซึ่งเรียงตัวกันอย่างเป็นระเบียบสวยงาม กล้วยไข่ได้รับความนิยมบริโภคภายในประเทศ และยังเป็นที่นิยมในตลาดต่างประเทศอีกด้วย โดยเฉพาะในตลาดผลไม้ของประเทศจีนและฮ่องกง

ห่วงโซ่อุปทานของกล้วยไข่นั้นมีกระบวนการตั้งแต่การจัดการปัจจัยที่ใช้ในการผลิต การเพาะปลูกและพื้นที่เพาะปลูก รวมไปถึงกระบวนการในการเก็บเกี่ยวผลผลิตกล้วยไข่ คัดคุณภาพ ก่อนที่จะกระจายผลผลิตสู่ผู้รับซื้อ ผู้แปรรูปหรือตลาดหลักต่างๆ และส่งผ่านไปยังตลาดปลายทางทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งประกอบด้วยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องดังต่อไปนี้ (รูปที่ 4.83)



รูปที่ 4.83 แสดงโซ่อุปทานขั้นตอนการกระจายผลไม้ประเภทกล้วยไข่ในประเทศไทย

หากพิจารณาถึงรูปที่ 4.83 ที่แสดงห่วงโซ่อุปทานของเงาะที่กระจายสินค้าภายในประเทศและการส่งออกนอกประเทศ ผ่านกลไกต่างๆของการไหลผ่านของสินค้า ได้แก่ เมื่อปัจจัยการผลิตส่งผ่านมายังเกษตรกรเพื่อทำการปลูกกล้วยไข่ จากนั้นเกษตรกรจะทำการเก็บเกี่ยวเพื่อส่งผ่านไปยังเกษตรกรรายใหญ่ พ่อค้าผู้รวบรวม โบลเกอร์ บริษัทต่างประเทศ ก่อนที่จะกระจายไปยัง ตลาดไท พ่อค้าปลีก และผู้บริโภคในที่สุด สามารถแยกประเภทของผู้เล่นในห่วงโซ่อุปทานเป็นข้อๆ ดังนี้

1. เกษตรกร

เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไข่มีอยู่มากในจังหวัด จันทบุรี ตาก เพชรบุรี กาญจนบุรี และชุมพร พันธุ์กล้วยไข่ที่นิยมเพาะปลูก ได้แก่ พันธุ์กำแพงเพชรซึ่งได้รับความนิยมในการส่งออกไปยังตลาดผู้บริโภคประเทศจีนและฮ่องกงเป็นอย่างมาก สำหรับฤดูกาลเพาะปลูกกล้วยไข่เริ่มมีการเพาะปลูกในช่วงเดือนกันยายนจนถึงพฤศจิกายนและมีผลผลิตให้ตลอดทั้งปี กล้วยไข่จะถูกขายตามรูปแบบของผลผลิตเช่น ขายเป็นหวีหรือเป็นกิโลกรัม และผู้รับซื้อมีหลายรูปแบบ ทั้งผู้ค้าส่ง ผู้ประกอบการส่งออก และบริษัทจากต่างประเทศ

1.1 รูปแบบการผลิต

หลังจากการเก็บเกี่ยว ในส่วนต่อมานี้คือขั้นตอนการขาย ซึ่งการขายกล้วยไข่ขึ้นอยู่กับผลผลิตที่ได้ตามคุณภาพของกล้วย นอกจากจะแบ่งเป็นตามขนาดแล้วจะแบ่งตามความสุกหรือดิบของกล้วย ผลผลิตที่จะส่งต่อไปให้ผู้ซื้อสามารถจำแนกได้ดังนี้

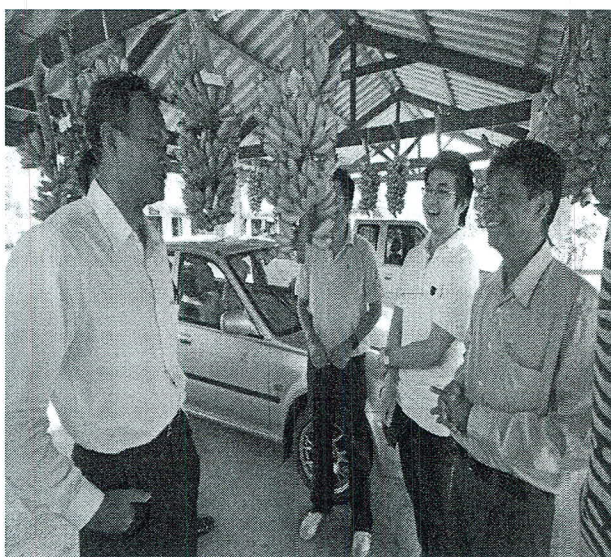
กล้วยดิบมีคุณภาพ

เป็นกล้วยที่เก็บขณะที่ยังดิบอยู่ และผลกล้วยมีสภาพสมบูรณ์ไม่มีข้อตำนิ มีน้ำหนักตามมาตรฐาน มีผิวสวย และไม่มีโรค ดังรูปที่ 4.84 และ 4.85 กล้วยชนิดนี้ผู้รับซื้อจะเป็นนายหน้ารับซื้อ ล้าง หรือ ผู้ประกอบการส่งออกไปยังต่างประเทศ ซึ่งตลาดที่มีความต้องการกล้วยไข่มากที่สุดได้แก่ประเทศจีน นอกจากนี้ในบางกรณียังมีผู้ประกอบการนำเข้าโดยตรงจากประเทศจีนมาซื้อหรือเหมาสวนไปโดยตรง โดยใช้การขนส่งทางบก ราคากล้วยไข่ส่งออกที่ขายในประเทศจีนมีราคาสูงกว่าในประเทศไทยคิดเป็น 50-60 บาท ต่อκιโลกรัม ซึ่งการส่งออกเป็นการสร้างผลกำไรให้แก่ผู้ส่งออกอย่างมาก

นอกจากตลาดในต่างประเทศแล้ว ตลาดในประเทศก็ยังมีบทบาทสำหรับกล้วยไข่ประเภทนี้อีกด้วย โดยพ่อค้าคนกลางทำการขายในประเทศ ซึ่งตลาดที่สำคัญในการค้าส่งกล้วยไข่ ได้แก่ ตลาดไท ตลาดสี่มุมเมือง เป็นต้น สำหรับราคาขายส่งจากสวนนั้นมีตั้งแต่ 8-20 บาทต่อκιโลกรัม หรือถ้าขายเป็นตัง คิดเป็นตังละ 100-120 บาท (1 ตังมีกล้วยอยู่ 6 หวี, 1 หวีประกอบด้วย กล้วย 12 ผล) สำหรับการซื้อกล้วยจากสวนนั้นพ่อค้าคนกลางหรือผู้รวบรวมจะซื้อในราคาขายส่งจากสวนและจะตกลงกับสวนเกี่ยวกับการรับส่งและคัดสินค้าตามเงื่อนไข แต่ส่วนใหญ่แล้วผู้ซื้อจะไปคัดเกรดเองเพื่อเป็นการลดต้นทุนในการขนส่งในลำดับถัดไป



ที่มา จากการสำรวจ
รูปที่ 4.84 ตัวอย่างกล้วยไข่ที่มีคุณภาพตาม
มาตรฐานการส่งออก



ที่มา จากการสำรวจ
รูปที่ 4.85 การให้คำแนะนำด้านการคัดเลือก/คัดเกรด
กล้วยไข่

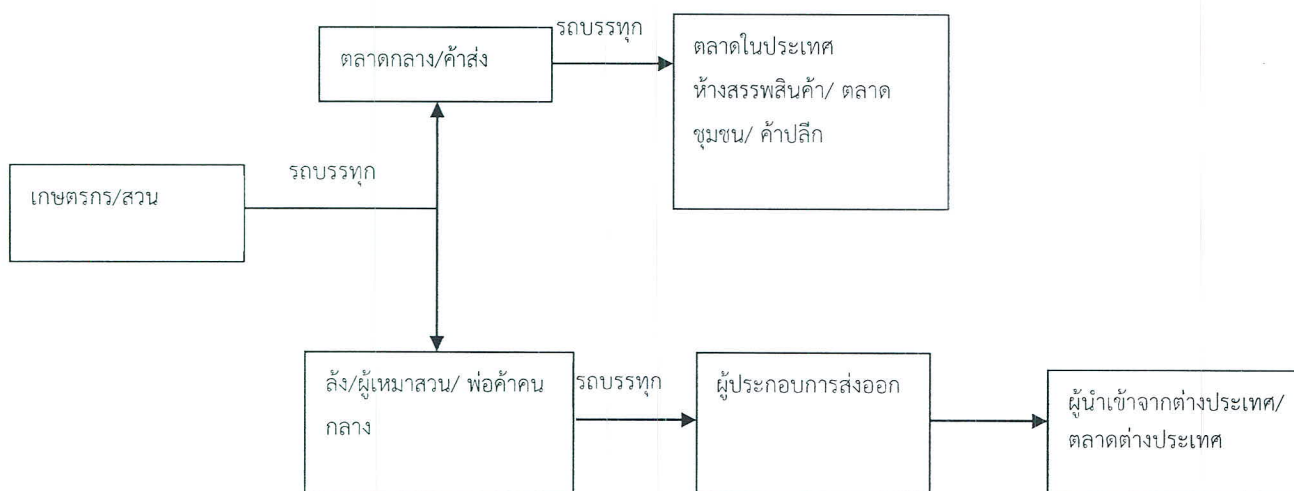
กล้วยที่ไม่สมบูรณ์

กล้วยที่ไม่สมบูรณ์ ทั้งสุกและดิบ เป็นกล้วยที่ผิวไม่สวย เป็นโรคราดำ น้ำหนักไม่ได้มาตรฐาน หรือผลกล้วยหลุดออกจากหวี จะมีมูลค่าของราคาขายที่ลดลง ซึ่งจุดหมายปลายทางของกล้วยประเภทนี้จะเน้นขายในประเทศ ทั้งในตลาดท้องถิ่นและตลาดศูนย์รวมอย่างตลาดสี่มุมเมืองและตลาดไท สำหรับราคาขายส่งสำหรับกล้วยไข่ต่อหวีที่ตลาดไทยแบ่งตามขนาดกล้วยขนาดเล็กอยู่ที่ 5-10 บาท ต่อหวี ขนาดกลางอยู่ที่ 14-18 บาทต่อหวี และ ขนาดใหญ่อยู่ที่ 28-35 บาทต่อหวี สำหรับกล้วยที่สุกจนเกือบเต็มที่แล้วจะมีผู้รับซื้ออีกประเภท ได้แก่ ผู้แปรรูปหรือสหกรณ์แปรรูป จะเป็นผู้ซื้อกล้วยประเภทนี้จากสวนเพื่อนำไปแปรรูปและเป็นการเพิ่มมูลค่า จากนั้นกระจายสินค้าสู่ทั้งในและต่างประเทศ

1.2 การดำเนินการขายผลผลิตกล้วยไข่

จากการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไข่พบว่า ปัจจุบันการซื้อขายผลผลิตกล้วยไข่ของเกษตรกรนั้นจำแนกเป็น 3 รูปแบบหลักได้แก่ 1. เกษตรกรเข้าถึงตลาดศูนย์รวมหรือผู้ประกอบการเอง 2. นายหน้ารับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร (รวมถึงล้ง, พ่อค้าคนกลาง) 3. การค้าขายในรูปแบบสหกรณ์ 4. ผู้นำเข้าจากต่างประเทศเป็นผู้ซื้อเอง

2. นายหน้า ล้ง พ่อค้าคนกลาง



รูปที่ 4.86 แสดงโซุ่ปทานขั้นตอนการค้าระหว่างเกษตรกรและผู้นำเข้าจากต่างประเทศ

รูปแบบนี้นายหน้าผู้รับซื้อ จะเป็นผู้ซื้อจากเกษตรกร โดยจะคัดเลือกซื้อในรูปแบบ เป็นตั่ง(เครือ) เป็นกิโลกรัม ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขต่างๆ ซึ่งบางสวนมีการทำ Contract Farming โดยตรงกับผู้ประกอบการส่งออก รูปแบบการค้าประเภทนี้พ่อค้าคนกลางที่รับกล้วยจากสวนจะนำกล้วยไข่ไปส่งออกสู่ต่างประเทศทั้งโดยตรงและผ่านผู้ประกอบการส่งออก รวมถึงขายส่งในตลาดไทและตลาดสี่มุมเมือง ส่วนราคาในการรับซื้อของพ่อค้าคนกลางจากสวนอยู่ที่ 10-40 บาทต่อกิโลกรัมขึ้นอยู่กับคุณภาพของกล้วย

ตลาดเป้าหมายหลักในตลาดต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศจีน ฮองกง และการค้าชายแดน สู่เส้นทางสาย R9 เข้าสู่ สปป.ลาว และเวียดนาม ถึงแม้ว่าตลาดค้าส่งต่างประเทศจะมีผลกำไรสูงกว่า แต่ก็มีสินค้าบางส่วนที่ไม่ได้มาตรฐานที่ต้องขายในประเทศ โดยขายในตลาดชุมชน ตลาดค้าปลีก และห้างสรรพสินค้าทั่วไป

3. ผู้นำเข้าต่างประเทศ

4.1 ผู้นำเข้าและพ่อค้าส่งในสหภาพเมียนมาร์

สหภาพเมียนมาร์นั้นไม่มีการนำเข้ากล้วยจากประเทศไทย เนื่องมาจากผู้บริโภคในสหภาพเมียนมาร์นั้นมีการเพาะปลูกกล้วยในระดับครัวเรือนเพื่อบริโภคในครัวเรือน สหภาพเมียนมาร์จึงไม่นิยมนำเข้ากล้วยจากประเทศไทยแต่นำเข้าผลไม้ชนิดอื่นแทนเช่น ทูเรียน มังคุด หรือเงาะ เป็นต้น

4.2 ผู้นำเข้าและพ่อค้าส่งในสปป.ลาว

ด้านการส่งออกกล้วยไข่ของประเทศไทยไปยังสปป. ลาว โดยผ่านด่านเชียงของ ด่านเชียงแสน ด่านนครพนม ด่านทุ่งช้าง ด่านบึงกาฬ ด่านมุกดาหาร ด่านเชียงคาน ด่านท่าลี่ ด่านหนองคาย ด่านชมราฐ และ ด่านพิบูลมังสาหาร ซึ่งใช้การขนส่งรูปแบบรถบรรทุกผ่านภาคพื้นดินเช่นเดียวกับผลไม้ชนิดอื่นๆ ก่อนที่จะทำการขนส่งไปยังผู้นำเข้ารายใหญ่และรายย่อยแล้วจึงจะกระจายผลไม้ไปยังพ่อค้าตามตลาดหลักของสปป.ลาว แต่จากการสำรวจพบว่า การนำเข้ากล้วยไข่ของพ่อค้าลาวในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าเพื่อส่งต่อไปยังประเทศจีน(ตอนใต้)

1. ปริมาณการนำเข้า และความต้องการของผู้บริโภคในสปป.ลาว

ในอดีต สปป.ลาวไม่มีการนำเข้ากล้วยไข่จากประเทศไทยเลยจนกระทั่งในปี พ.ศ. 2555 สปป.ลาวมีการนำเข้ากล้วยไข่จากไทยเป็นปริมาณ 14 ตัน มีมูลค่าที่ 63,977 บาท (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556) ดังตารางที่ 4.67 ซึ่งคาดว่า เป็นการนำเข้าเพื่อส่งออกไปยังประเทศจีนที่มีความต้องการในการบริโภคสินค้ากล้วยไข่มากกว่า อีกทั้งพ่อค้าชาวจีนนิยมนำเข้ากล้วยไข่จากไทยเพราะว่านิยมผลไม้สีเหลืองทองเพื่อการไหว้สักการะบรรพบุรุษ อย่างไรก็ตามการบริโภคกล้วยในสปป.ลาวนั้นผู้บริโภคไม่ได้คำนึงถึงชนิดของกล้วย แต่ว่าจะบริโภคกล้วยที่เพาะปลูกอยู่ทั่วไปในประเทศทั้งกล้วยไข่ กล้วยหอม และกล้วยชนิดอื่นๆ ส่วนการนำเข้ากล้วยไข่ของสปป.ลาว เป็นการค้าทางชายแดนโดยผ่านเส้นทางสาย R9 และ R3A

ตารางที่ 4.67 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกกล้วยไข่ไปสปป.ลาว ปี 2555 (ปริมาณ: ตัน, มูลค่า: บาท)

เดือน/ปี	2555	
	ปริมาณ	มูลค่า
พฤศจิกายน	14	63,977

ที่มา สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556

4.3 การนำเข้ากล้วยไข่จากประเทศจีน

1. ปริมาณการนำเข้า และความต้องการของผู้บริโภคในประเทศจีน

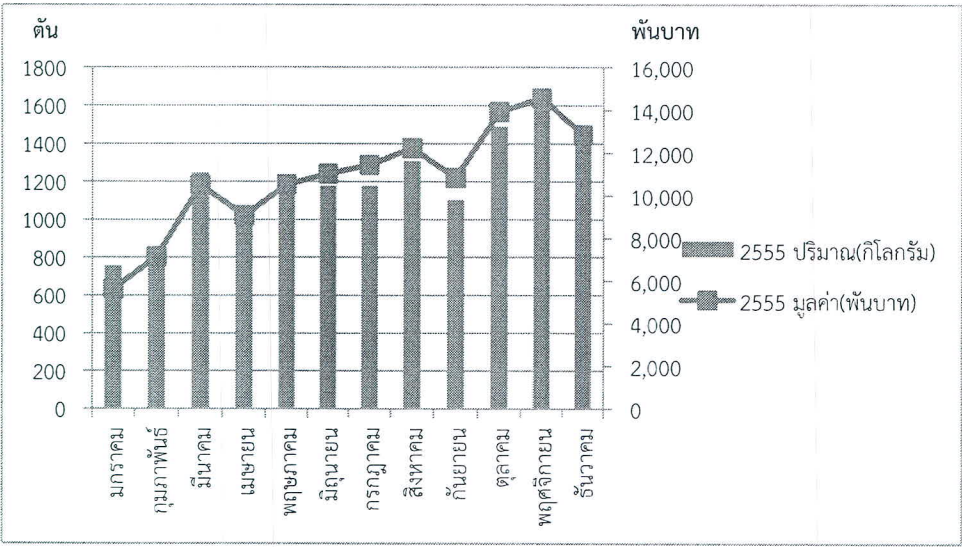
ประเทศจีนมีความต้องการในการนำเข้ากล้วยไข่จากไทยอยู่ค่อนข้างสูง โดยมีปริมาณมากถึง 14,337.8 ตัน คิดเป็นมูลค่ามากถึง 129.75 ล้านบาท ในปี 2555 (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556) โดยปริมาณการนำเข้าเริ่มสูงขึ้นตั้งแต่เดือนพฤษภาคมและมีการนำเข้าสูงขึ้นไปจนถึงเดือนพฤศจิกายนที่มีปริมาณการนำเข้ามากถึง 9,039 ตันและมีมูลค่าสูงถึง 84.57 ล้านบาท ทั้งนี้ผลผลิตกล้วยไข่ในภาคตะวันออกมีการส่งออกสู่ประเทศจีนค่อนข้างสูง โดยการส่งออกสู่ประเทศจีนนั้นส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบค้าผ่านชายแดน โดยจะมีผู้นำเข้าจากจีนมาติดต่อที่สวนโดยตรงและซื้อในรูปแบบเหมาสวน และใช้การขนส่งทางบกทั้งเส้นทาง R3A ผ่าน สปป.ลาว สู่ประเทศจีน และอีกเส้นทางคือเส้นทาง R9 จากภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยสู่สปป.ลาว และมุ่งสู่จุดหมายปลายทางที่ประเทศจีนตอนใต้เข้าสู่เมืองการค้าสำคัญ ได้แก่ ปักกิ่ง ฉงชิ่ง และเสฉวน

ส่วนด้านตลาดที่สำคัญ ได้แก่ตลาดการค้าชุมชนและห้างสรรพสินค้า อาทิ คาร์ฟู และ ห้างIto Yokado ซึ่งความต้องการของผู้บริโภคนั้นมีสูงเกือบตลอดทั้งปี และมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นอีก ซึ่งแผนภาพต่อไปนี้แสดงถึงมูลค่าและปริมาณการนำเข้ากล้วยไข่จากไทยของประเทศไทยในปี 2555 ดังตารางที่ 4.68 และรูปที่ 4.87

ตารางที่ 4.68 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกกล้วยไข่ไปประเทศจีน ปี 2555

2555		
เดือน	ปริมาณ(ตัน)	มูลค่า(ล้านบาท)
มกราคม	755.70	5.62
กุมภาพันธ์	839.54	7.14
มีนาคม	1,247.23	10.50
เมษายน	986.78	9.08
พฤษภาคม	1,138.10	10.52
มิถุนายน	1,178.10	11.04
กรกฎาคม	1,179.11	11.44
สิงหาคม	1,308.54	12.24
กันยายน	1,104.31	10.84
ตุลาคม	1,490.35	13.93
พฤศจิกายน	1,640.98	14.56
ธันวาคม	1,469.08	12.86

ที่มา รวบรวมโดย ผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556

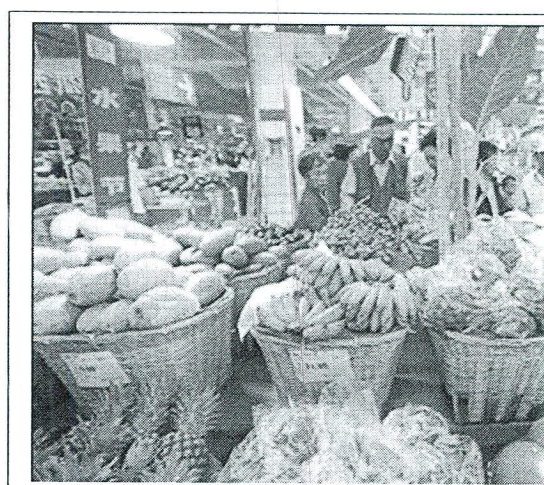
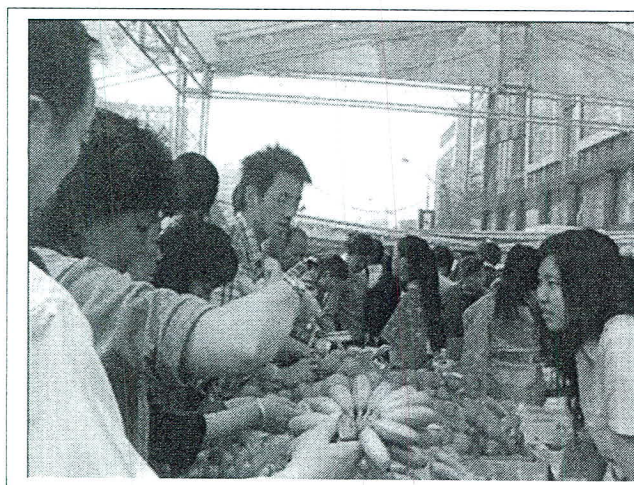


ที่มา คำนวณโดย ผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจาก สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556

รูปที่ 4.87 มูลค่าและปริมาณการนำเข้ากล้วยไข่รายเดือนของประเทศจีนจากประเทศไทย ในปี 2555

2. ตลาดผู้บริโภคในประเทศจีน

ตลาดผู้บริโภคในประเทศจีนเป็นตลาดผู้บริโภคที่มีกำลังการซื้อสูง ผู้บริโภคในประเทศจีนนิยมนำเข้ากล้วยไข่จากประเทศไทยเนื่องจากกล้วยไข่มีผิวสีเหลืองทอง และมีรสชาติที่ถูกปากชาวจีนส่วนใหญ่ ฉะนั้นกล้วยไข่จึงได้รับการขนานนามว่า กล้วยจักรพรรดิ และมีตลาดสำคัญได้แก่ ห้างสรรพสินค้า และตลาดชุมชน ดังรูปที่ 4.88 และ 4.89



รูปที่ 4.88 กล้วยไข่ในตลาดมณฑลยูนนาน ประเทศจีน



รูปที่ 4.89 กล้วยในห้างสรรพสินค้าประเทศจีน

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นถึงความเชื่อมโยงและกิจกรรมต่างๆ ในโซ่อุปทานผลไม้สดของไทยในปัจจุบัน แต่ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่าผู้เล่นในโซ่อุปทานนั้นส่วนใหญ่ได้มีการคาดการณ์ถึง แนวโน้มและการคาดการณ์ถึงผลกระทบที่จะเกิดกับรูปแบบการจัดการโซ่อุปทานและการตลาดผลไม้สดในอนาคต อันเนื่องมาจากการก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนของไทยในปี 2558 ผู้วิจัยจึงได้ทำการรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในโซ่อุปทานผลไม้สดเพื่อการส่งออกของไทยเพื่อวิเคราะห์ถึงแนวโน้มและรูปแบบการเปลี่ยนแปลงของโซ่อุปทาน (Supply Chain Re-designed) ในอนาคต และสถานการณ์ด้านราคาของผลไม้สดไทยในตลาดสหภาพเมียนมาร์และสปป.ลาว ซึ่งจะทำการอธิบายรายละเอียดในส่วนถัดไปนี้

4.5 สถานการณ์ราคาจำหน่ายผลไม้สดของไทยในตลาดสหภาพเมียนมาร์และสปป.ลาว

จากการสัมภาษณ์และรวบรวมข้อมูล พบว่าราคาผลไม้สด: ทูเรียน มังคุด เงาะ และกล้วยไข่ ที่เกษตรกรขายได้จะมีราคาก่อนช่วงที่จะต่ำกว่าราคาส่งออกและราคาขายปลีกในประเทศมาก ซึ่งราคาที่ในตลาดขายปลีกสหภาพเมียนมาร์และสปป.ลาวนั้น จะมีราคาที่สูงกว่าราคาที่ส่งออก ประมาณกิโลกรัมละ 20 บาท โดยราคามังคุดในสปป.ลาว ขายในราคากิโลกรัมละ 50 คิดเป็นร้อยละ 100 ของราคาส่งออก และในตลาดสหภาพเมียนมาร์ ขายที่ราคากิโลกรัมละ 35 บาท ซึ่งต่างจากราคาที่เกษตรกรขายได้มาก ด้านราคาทุเรียนในตลาดต่างประเทศก็มีราคาที่สูงเช่น โดยราคาในสหภาพเมียนมาร์และสปป.ลาว ขายที่ราคา 80 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งเพิ่มขึ้นจากราคาส่งออกร้อยละ 33.33 เท่ากัน

นอกจากนี้เงาะ และกล้วยไข่ ยังขายได้ราคาที่สูงเช่นเดียวกัน โดยราคาเงาะในตลาดสหภาพเมียนมาร์อยู่ที่กิโลกรัมละ 45 บาท และในสปป.ลาว มีราคาอยู่ที่กิโลกรัมละ 60 บาท ส่วนกล้วยไข่นั้นจะขายเป็นหวี โดยทั้ง 2 ประเทศจะมีราคาที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งมีราคาอยู่ที่หวีละ 35-40 บาท ดังตารางที่ 4.69

ตารางที่ 4.69 เปรียบเทียบราคาผลไม้สดที่เกษตรกรขายได้ ราคาส่งออก และราคาขายปลีกในตลาดต่างประเทศ

ผลไม้	ราคาที่เกษตรกรขายได้ (เฉลี่ยต่อปี)	ราคาส่งออก (เฉลี่ยต่อปี)	Δ%	ราคาจำหน่าย(ตลาดขายปลีก)ในต่างประเทศ			
				สปป.ลาว	Δ%	สหภาพเมียนมาร์	Δ%
ทุเรียน	47.58	60	26.10%	80	33.33%	80	33.33%
มังคุด	18.71	25	33.62%	50	100.00%	35	40.00%
เงาะ	32.75	42	28.24%	60	42.86%	45	7.14%
กล้วยไข่ (หวี)	20.04	33	64.67%	35	6.06%	40	21.21%

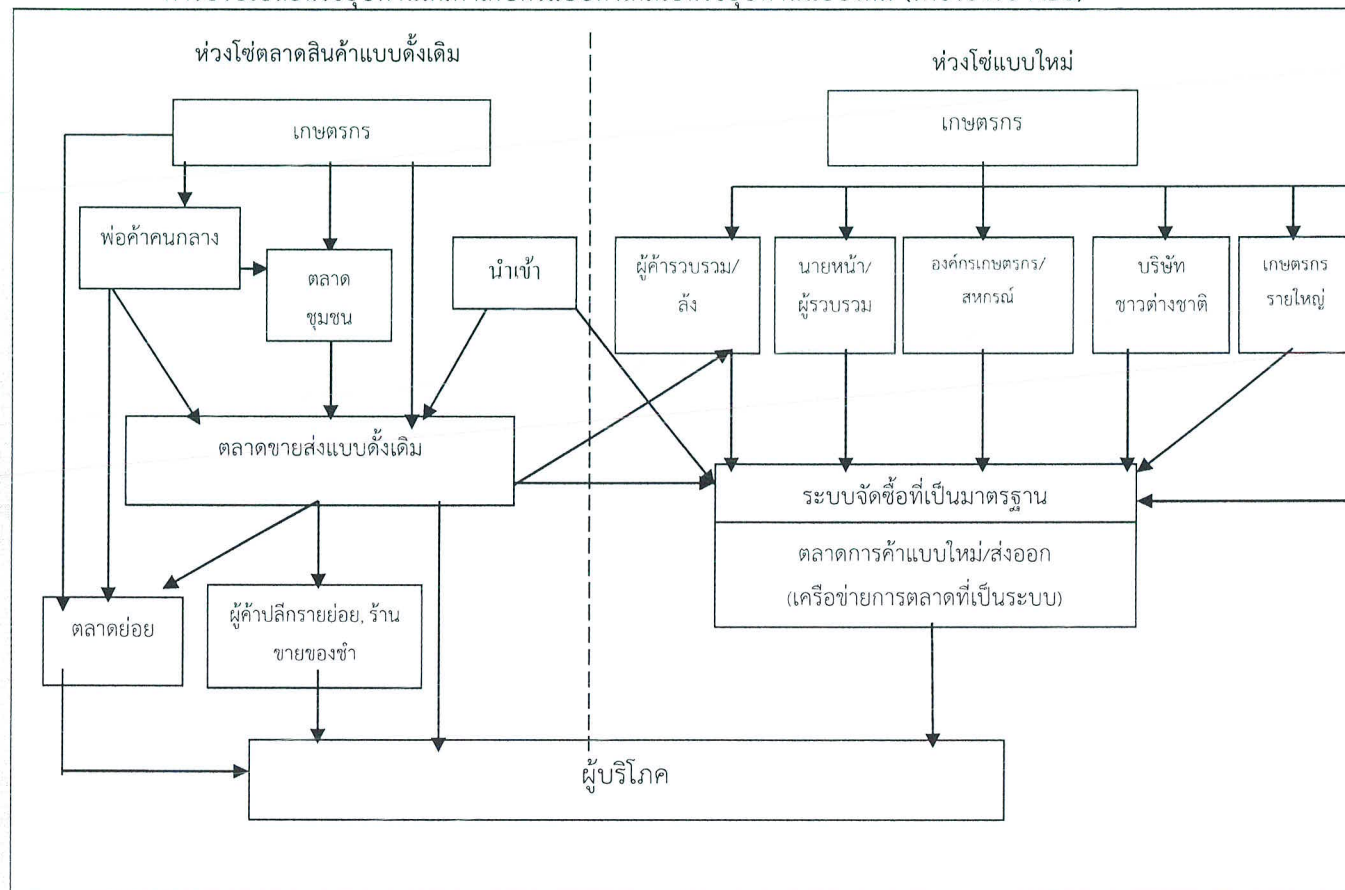
4.6 ช่องทางการกระจายผลไม้ในปัจจุบัน และอนาคต (ASEAN)

ช่องทางการจำหน่าย : ตลาดผลไม้สดในปัจจุบันอาศัยพ่อค้าคนกลางเป็นกลไกหลักในการเป็นผู้รวบรวมและจัดส่งสินค้าจากสวนไปยังผู้ประกอบการในลำดับต่างๆ จนถึงผู้บริโภค ดังนั้น ผลไม้จะผ่านจากตลาดกลางหรือตลาดค้าส่งในภูมิภาคไปสู่ตลาดกลางในกรุงเทพฯ (เช่น ตลาดสี่มุมเมือง ตลาดผลไม้ที่มหานาค ตลาดค้าส่งผักที่ปากคลองตลาด) และในที่สุดก็มาถึงตลาดสดค้าปลีกในเมือง รวมถึงบางส่วนจะถูกส่งต่อไปยังผู้ประกอบการส่งออกอีกด้วย และจากการวิจัยพบว่า ช่องทางการจำหน่ายผลไม้สดมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากภายหลังจากการเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยช่องทางการจำหน่ายจะมีความหลากหลายมากขึ้น อาทิ การจำหน่ายผ่าน Broker/Supplier การจำหน่ายผ่านสหกรณ์ที่มีความเข้มแข็งและเข้ามาหน้าที่ยี่ด้านการตลาดมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจำหน่ายผ่านผู้ประกอบการโดยตรง โดยเฉพาะผู้ประกอบการต่างชาติ อาทิ ผู้ประกอบการชาวจีน เป็นต้น (ดังรูปที่ 4.90 , 4.91)

การปรับเปลี่ยนโซ่อุปทานสินค้าเกษตรแบบดั้งเดิมเป็นโซ่อุปทานแบบใหม่ (เพื่อรองรับ AEC)

ลักษณะโซ่อุปทาน: ดั้งเดิม

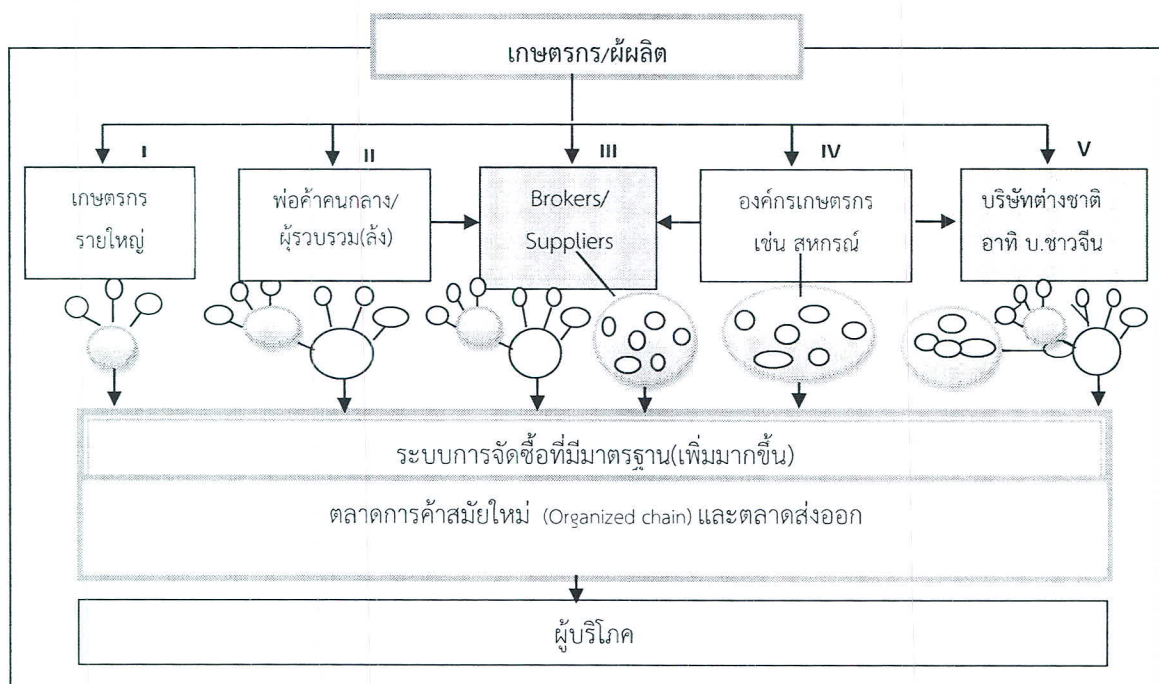
- มุ่งเน้นเรื่องการผลิต
- การผลิตที่ขาดระบบหรือการวางแผนล่วงหน้า (เป็นการผลิตระยะสั้น)
- โซ่อุปทานหลายชั้น
- สินค้าไม่มีความแตกต่าง
- มีการคัดคุณภาพน้อย
- มีการเพิ่มคุณค่าน้อย
- พ่อค้าส่งมีอำนาจสูง
- เป็นการตลาดแบบผลักดันสินค้าให้ผู้บริโภค



ลักษณะโซ่อุปทาน: ใหม่ (AEC)

- มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
- มุ่งเน้นด้านการจัดการและการวางแผนล่วงหน้า (เป็นการผลิตระยะยาว)
- มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย
- มีการคัดคุณภาพและติดฉลากของตัวเอง
- เน้นอาหารที่มีความปลอดภัย
- มีการตรวจสอบย้อนกลับ
- มีการสร้างคุณค่า
- ร้านค้าปลีกมีความสำคัญสูง
- มีโครงสร้างทางกายภาพแบบบูรณาการ มีข้อมูลและการควบคุม
- โลจิสติกส์เป็นหัวใจด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
- ICT เป็นตัวขับเคลื่อน
- เป็นตลาดแบบดึงดูดผู้บริโภค

รูปที่ 4.90 การปรับเปลี่ยนโซ่อุปทานสินค้าเกษตรแบบดั้งเดิมเป็นโซ่อุปทานแบบใหม่ (เพื่อรองรับ AEC)



รูปที่ 4.91 ช่องทางการจัดจำหน่ายผลไม้สดของเกษตรกรไทยในอนาคต ภายใต้บริบทอาเซียน

ทั้งนี้หากพิจารณาถึงช่องทางการจัดจำหน่ายผลไม้สดของเกษตรกรไทยในอนาคต ภายใต้บริบทการเป็นประชาคมอาเซียนจะพบว่า เกษตรกรจะมีช่องทางการจำหน่ายผลไม้มากกว่าช่องทางแบบเดิม โดยมีรายละเอียดดังนี้

ช่องทางที่ 1

เกษตรกร=> เกษตรผู้นำ=> พ่อค้าส่ง/พ่อค้า และ/หรือ ตลาดการค้าสมัยใหม่หรือส่งออก

เกษตรกรมีการเชื่อมต่อกับเกษตรกรผู้นำผู้ที่มีศักยภาพและมีขนาดใหญ่ เกษตรกรเหล่านี้มีการปฏิสัมพันธ์ในการค้าสมัยใหม่แบบ Sub-Contractor ของเกษตรกรผู้นำ เกษตรกรผู้นำจะปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับโซ่อุปทานการค้าสมัยใหม่เพื่อจะรับประกันคุณภาพของผลผลิต อย่างไรก็ตามการศึกษาค้างนี้พบว่าเกษตรกรที่เข้าร่วมในโซ่อุปทานการค้าสมัยใหม่ในช่องนี้ปกติจะทำการผลิตให้กับเกษตรกรผู้นำ โดยจะเป็นในรูปแบบสัญญาที่ไม่เป็นทางการ (การตกลงด้วยวาจา) และ โดยทั่วไปเกษตรกรจะใช้สินเชื่อหรือรับวัตถุดิบในการเพาะปลูกจากเกษตรกรผู้นำ เกษตรกรในโซ่อุปทานการค้าสมัยใหม่นี้ส่วนใหญ่จะมีแผนเพาะปลูกระยะสั้น และเกษตรกรจะไม่เคร่งครัดในข้อสัญญาอย่างไม่เป็นทางการที่ตกลงไว้กับเกษตรกรผู้นำ อีกนัยหนึ่งเกษตรกรบางรายสามารถขายผลผลิตในตลาดท้องถิ่นได้เนื่องมาจากการตกลงสัญญากันแบบไม่เป็นทางการ

ช่องทางที่ 2

เกษตรกร=> พ่อค้าส่ง/พ่อค้า=> นายหน้าการค้า/ผู้จัดหาผลผลิต และ/หรือ ตลาดการค้าสมัยใหม่หรือส่งออก

เกษตรกรในช่องทางนี้จะขายผลผลิตให้กับพ่อค้าส่งหรือพ่อค้าผู้รวบรวม หรือล้ง ที่ทำการจัดส่งผลผลิตไปยังตลาดการค้าสมัยใหม่ รวมถึงตลาดส่งออกต่างประเทศ เกษตรกรในช่องทางนี้โดยส่วนมากจะมีขนาดการผลิตขนาดเล็กที่มีแผนเพาะปลูกในระยะสั้นหรือขาดแคลนทุนในการผลิต ซึ่งมีลักษณะเหมือนกับเกษตรกรในช่องทางที่หนึ่ง เกษตรกรเหล่านี้ส่วนใหญ่มีความรู้ด้านการผลิตที่ติดพันพื้นฐานจากประสบการณ์ อย่างไรก็ตาม เกษตรกรเหล่านี้ยังขาดแคลนทักษะในการจัดการวัตถุดิบ ในช่องทางนี้ล้ง/พ่อค้าเป็นตัวกลางสำคัญในการกำหนดราคาตลาด รวมถึงเป็นผู้สนับสนุนเกษตรกรในด้านการผลิตและการตลาด เกษตรกรส่วนใหญ่ในช่องทางนี้จะมีการทำสัญญาข้อตกลงในการเพาะปลูกอย่างไม่เป็นทางการกับล้งเช่นกัน

การศึกษาค้นคว้าพบว่า ล้ง/พ่อค้า ต้องการมีแผนทางเลือก (Alternative Plan) เพื่อที่จะสนองความต้องการทางการตลาดของการค้าสมัยใหม่ เนื่องจากเกษตรกรบางรายไม่เข้าร่วม ล้ง/พ่อค้า บางรายจึงต้องใช้วิธีการซื้อผลผลิตจากเกษตรกรรายอื่นที่ไม่ได้เข้าร่วมสัญญาเพาะปลูก หรือ ตลาดท้องถิ่น และทำการคัดเลือกและบรรจุเพื่อส่งตลาดการค้าสมัยใหม่ทดแทน ในกรณีนี้ราคาและการชำระเงินจะกระทำวันต่อวัน ซึ่งราคาของผลผลิตจะแตกต่างกันตามราคาตลาดในแต่ละวัน

ช่องทางที่ 3

เกษตรกร=>นายหน้า/ผู้จัดหา=>ตลาดการค้าสมัยใหม่หรือส่งออก

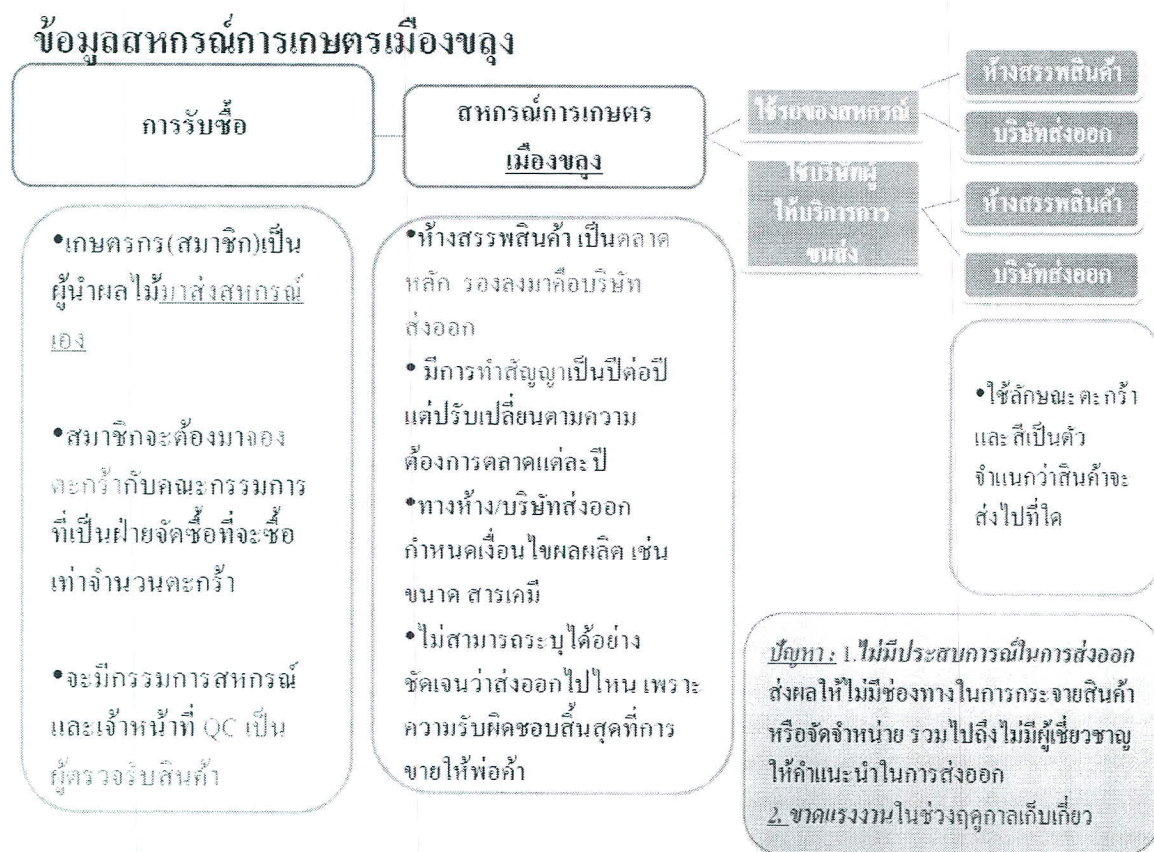
ช่องทางนี้มีความคล้ายคลึงกับช่องทางที่ 2 แต่เกษตรกรส่วนใหญ่ในโซ่การค้าสมัยใหม่นี้มีการทำสัญญาอย่างเป็นทางการและการทำแผนการผลิตระยะยาวที่มีเงื่อนไขทางการตลาดที่ดีกว่า ตัวอย่างเช่น ราคาและปริมาณการสั่งซื้อซึ่งจะดีและค่อนข้างคงที่ เกษตรกรที่เข้าร่วมในช่องทางนี้ส่วนมากจะมีความรู้ด้านการผลิตและทักษะการจัดการที่ดีโดยอาศัยประสบการณ์ของเกษตรกรและ/หรือ การอบรมต่างๆจากนายหน้า/ผู้จัดหา ในช่องทางนี้นายหน้า/ผู้จัดหา มีบทบาทสำคัญในการขึ้นหรือสนับสนุนเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการจัดการด้านการตลาด รวมทั้งให้คำปรึกษาด้านเทคนิคต่างๆ เช่น การควบคุมมาตรฐานคุณภาพ การคัดแยกและเงื่อนไขการจัดส่ง จากการสำรวจและสัมภาษณ์เกษตรกรพบว่า เกษตรกรที่เข้าร่วมในช่องทางนี้ส่วนใหญ่มีทักษะการผลิตและความสามารถในการจัดการด้านการตลาดที่สูงกว่าเกษตรกรใน ช่องทางที่ 1 และ 2 ในปัจจุบันช่องทางนี้เป็นส่วนสำคัญในโซ่อุปทานการค้าสมัยใหม่และมีส่วนแบ่งการตลาดสูงในตลาดรวม ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่า นายหน้า/ผู้จัดหาส่วนใหญ่มีการทำงานร่วม รวมถึงรักซื้อผลผลิตจากภาคส่วนต่างๆในโซ่อุปทาน ตัวอย่างเช่น พ่อค้าส่ง/พ่อค้า และกลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์เพื่อสนองต่อความต้องการของตลาดในปัจจุบัน

ช่องทางที่ 4

เกษตรกร=>องค์กรของเกษตรกร=>นายหน้า/ผู้จัดหา และ/หรือ ห้างสรรพสินค้าสมัยใหม่

ช่องทางที่ 4 นี้เกษตรกรรายย่อยจะขายผลผลิตให้กับกลุ่มเกษตรกรหรือองค์กรของเกษตรกร (ตัวอย่างเช่น สหกรณ์) สหกรณ์จะขายผลผลิตไปยังนายหน้า/ผู้จัดหา และ/หรือตลาดการค้าสมัยใหม่ รวมถึงการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ เกษตรกรที่เข้าร่วมส่วนใหญ่ในโซ่การค้าสมัยใหม่นี้มีความสามารถในการผลิตสินค้าที่ดี แต่เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อยและขาดทักษะการจัดการ ดังนั้นเกษตรกรจะมีข้อจำกัดที่สำคัญในการเข้าร่วมโซ่การค้าสมัยใหม่ เกษตรกรจะได้รับประโยชน์ในการรวมกลุ่มในการรวมผลผลิตเพื่อขาย และจะเป็นประโยชน์ในเชิงการประหยัดต่อขนาด (Economics of Scale) และมีอำนาจในการต่อรองเจรจามากกว่าการเมื่อเปรียบเทียบกับการขายเอง เกษตรกรที่เป็นสมาชิกส่วนใหญ่จะได้รับการสนับสนุนบางประการจากโครงการของรัฐบาล องค์กรไม่หวังผลกำไรต่างๆ รวมถึงผู้ประกอบการที่มุ่งเน้นการร่วมธุรกิจกับเกษตรกรเพื่อต้องการช่วยเหลือสังคม ดังนั้นเกษตรกรในช่องทางนี้ส่วนใหญ่จะได้รับการสนับสนุนในหลายรูปแบบ อาทิ การให้คำปรึกษาทางเทคนิค กระทั่งถึงเงินบริจาค หรือเงินอุดหนุนเพื่อการลงทุน เช่น ตู้เก็บความเย็น เครื่องจักรในการแปรรูป และ การอบรมต่างๆ) เกษตรกรในช่องทางนี้บางครั้งได้รับการสนับสนุนจากตลาดการค้าสมัยใหม่ภายใต้โครงการของรัฐบาล

อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่า องค์กรของเกษตรกร/สหกรณ์การเกษตรส่วนใหญ่ยังขาดทักษะการจัดการและทักษะทางการจัดการธุรกิจและการตลาด ซึ่งเป็นข้อจำกัดของสหกรณ์ และเป็นสาเหตุของปัญหาต่างๆตามมาในระบบการจัดการโซ่อุปทานการค้าสมัยใหม่ของสหกรณ์หลายแห่ง รวมถึงความยั่งยืนของการดำเนินธุรกิจในระยะยาว ดังนั้นสหกรณ์บางแห่งจึงมีการทำงานร่วมกับผู้ประกอบการ รวมถึง นายหน้า/ผู้จัดหา เพื่อที่จะช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพที่สูงขึ้นและเกิดความยั่งยืนของการค้าในโซ่อุปทานการค้าสมัยใหม่ในระยะยาว ตัวอย่างเช่น การจัดการของสหกรณ์การเกษตรเมืองชล (ดังรูปที่ 4.92)



รูปที่ 4.92 ตัวอย่างการจัดการโซ่อุปทานผลไม้สดของสหกรณ์การเกษตรเมืองชล

ช่องทางที่ 5

เกษตรกร=> ผู้ประกอบการต่างชาติ=> ตลาดการค้าสมัยใหม่หรือส่งออก

เกษตรกรในช่องทางนี้ ส่วนใหญ่จะร่วมมือกับผู้ประกอบการต่างชาติเพื่อขายสินค้า เช่น ผู้ประกอบการชาวจีน เกษตรกรส่วนใหญ่มีลักษณะคล้ายกับช่องทางที่ 3 จากการศึกษาพบ ว่าผู้ประกอบการต่างชาติสามารถช่วยเกษตรกรรายย่อยในการพัฒนาผลประโยชน์ในด้าน ความมีเสถียรภาพ รวมถึงความยั่งยืนในการมีส่วนร่วมในระยะยาว ความร่วมมือระหว่างเกษตรกรและผู้ประกอบการต่างชาติอาจจะช่วยในด้านการประหยัดต่อขนาด (Economics of Scale) อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการต่างชาติส่วนใหญ่ทำงานร่วมกับตลาดต่างประเทศเพื่อเข้าร่วมระบบการค้าระหว่างประเทศและโลก ความร่วมมือนี้สามารถช่วยเกษตรกรรายย่อยได้รับราคาที่ดีขึ้นความถึงเพิ่มโอกาสทางการตลาดอีกด้วย

อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่า การปรับเปลี่ยนโซ่อุปทานผลไม้สดแบบดั้งเดิมเป็นโซ่อุปทานแบบใหม่ (เพื่อรองรับ AEC) อันเป็นผลจากการพัฒนาและขยายของตลาดอาเซียน ก่อให้เกิดประโยชน์และความท้าทายแก่เกษตรกรไทยเป็นอย่างมาก ในการเข้ามาจับตลาดในโซ่อุปทานการค้าสมัยใหม่ ซึ่งสามารถสรุปในตารางที่ 4.71 เนื่องจากโซ่อุปทานแบบเดิมมีความไม่แน่นอน เกษตรกรไม่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับผู้ซื้อผลผลิต และราคาขายที่ไม่แน่นอน ในขณะที่ตลาดในโซ่อุปทานแบบใหม่ (AEC) มีความแน่นอนที่สูงกว่า เกษตรกรมีความเชื่อมั่นว่าผลผลิตที่เก็บเกี่ยวจะได้ขายอย่างแน่นอน ถึงแม้ว่าการผลิตในโซ่อุปทานสมัยใหม่ ปัจจุบันส่วนใหญ่ไม่ได้มีการทำสัญญาหรือข้อตกลงกันเป็นทางการกับเกษตรกร แต่เกษตรกรยังคงเชื่อมั่นในการเข้าร่วมในโซ่อุปทานการค้าสมัยใหม่โดยรักษามาตรฐานและปรับปรุงคุณภาพให้ได้มาตรฐาน ตลาดการค้าสมัยใหม่ส่วนใหญ่เป็นแหล่งให้การสนับสนุน อย่างเช่น ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการการผลิต เทคโนโลยี และการอบรมทักษะการจัดการการเพาะปลูกเพื่อช่วยเกษตรกรพัฒนาระบบการผลิตและระบบการตลาด อีกทั้งตลาดการค้าสมัยใหม่ยังเอื้อให้เกษตรกรสามารถ

วางแผนการผลิตและกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ เช่น วันที่เพาะปลูก เก็บเกี่ยว จำหน่าย และ คาดการเงินหมุนเวียน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เกษตรกรในโซ่อุปทานตลาดการค้าสมัยใหม่มีความเชื่อในความต้องการผลผลิตที่คงที่และต่อเนื่องตลอดทั้งปี ซึ่งเกษตรกรก็ทำการเพาะปลูกอย่างต่อเนื่องที่แตกต่างจากตลาดสมัยเก่าที่เพาะปลูกตามฤดูกาลเท่านั้น แต่อย่างไรก็ตามระบบโซ่การค้าสมัยใหม่ก็ยังคงเผชิญกับความท้าทาย เช่น เกษตรกรรายย่อยที่ยังคงขาดหัวใจสำคัญในการเพาะปลูกต่างๆ เช่นระบบชลประทานที่ดี ซึ่งสามารถสรุปประโยชน์และความท้าทายของการปรับเปลี่ยนโซ่อุปทานผลไม้สดแบบดั้งเดิมเป็นโซ่อุปทานแบบใหม่ (เพื่อรองรับ AEC) ดังตาราง 4.70

ตารางที่ 4.70 ประโยชน์และความท้าทายของเกษตรกรต่อการปรับเปลี่ยนโซ่อุปทานผลไม้สดแบบดั้งเดิมเป็นโซ่อุปทานแบบใหม่ (เพื่อรองรับ AEC)

	ประโยชน์		ความท้าทาย
ศักยภาพ	การผลิต	- เกษตรกรสามารถมีแผนการผลิตที่เหมาะสมและตรงกับความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น - การผลิตจะเน้นการผลิตระยะยาวที่มีการวางแผน - ได้รับการสนับสนุนในด้านต่างๆ จากผู้รับซื้อ อาทิ เงินทุน เทคโนโลยี และระบบการจัดการ	- บางครั้งเกษตรกรอาจจะต้องใช้เงินลงทุนเพิ่มมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดรูปแบบใหม่ - เกษตรกรต้องมีทักษะด้านการจัดการทั้งทักษะด้านการผลิตและการตลาดเป็นอย่างดี - โอกาสที่คุณภาพผลไม้ของเกษตรกรจะไม่เป็นไปตามความต้องการหรือมาตรฐานที่ตกลงกัน(ล่วงหน้า)
	การสนับสนุน	- เกษตรกรจะสามารถเข้าถึงข้อมูลและรับทราบความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น - ได้รับการเรียนรู้จากการเปลี่ยนแปลงระบบการจัดการสู่การเป็นโซ่อุปทานสมัยใหม่เพื่อรองรับการเป็นอาเซียน - เกษตรกรจะได้รับการชำระเงินที่มีระบบและอาจจะช่วยเรื่องการออมหรือการขยายการลงทุนได้ในอนาคต	การจ่ายเงินของตลาดรูปแบบใหม่อาจจะมีความล่าช้ากว่าการจำหน่ายแบบดั้งเดิม (lateness of payment or 15-30 days credit)
แรงจูงใจ	การตลาด	- ได้รับการรับรองเรื่องตลาดและการรับซื้อผลผลิต - คำสั่งซื้อหรือการซื้อขายมีความยั่งยืนและมีเสถียรภาพมากขึ้น	- อาจจะมีความเสี่ยงด้านมาตรฐานและคุณภาพของสินค้าไม่เป็นไปตามข้อตกลง เนื่องจากการค้ารูปแบบใหม่เน้นคุณภาพและรูปลักษณ์ของสินค้าที่มีคุณภาพสูงมากขึ้น - ความเสี่ยงจากการถูกปฏิเสธการรับซื้อจากผู้รับซื้อ(หากคุณภาพไม่ได้) - ความเสี่ยงจากการสูญเสียพันธมิตรทางการค้าหากไม่สามารถผลิตสินค้าได้ตามข้อตกลง

	ประโยชน์	ความท้าทาย
ราคา	- โอกาสที่จะได้ราคาที่สูงขึ้นจากการขายแบบดั้งเดิม - ราคาสินค้ามีแนวโน้มที่จะมีเสถียรภาพมากขึ้น	- บางครั้งราคาในท้องตลาดอาจจะสูงกว่า - การตัดสินใจและการตั้งราคาเป็นของผู้ซื้อ

ที่มา จากการสัมภาษณ์และสำรวจผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานผลไม้สด

นอกจากนี้จากการศึกษายังพบว่า ลักษณะสำคัญของการมีส่วนร่วมของเกษตรกรในแต่ละโซ่อุปทาน ส่งผลต่อระดับของประโยชน์ที่เกษตรกรจะได้รับในแต่ละโซ่อุปทาน (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการอภิปรายกลุ่ม) อาทิ ราคาในโซ่อุปทานการค้าสมัยใหม่จะมีความคงที่ ซึ่งทำให้เกษตรกรสามารถคาดการณ์ผลกำไรได้ อันเป็นการช่วยเหลือเกษตรกรในการวางแผนการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ราคาของผลผลิตในโซ่อุปทานการค้าสมัยใหม่โดยทั่วไปจะสูงกว่าราคาของผลผลิตเฉลี่ยในตลาดแบบดั้งเดิม (ขึ้นอยู่กับขนาดและคุณภาพ) ซึ่งจะส่งผลต่อกำไรสุทธิของเกษตรกรในการเข้าร่วมโซ่อุปทานการค้าสมัยใหม่ ราคาในตลาดแบบดั้งเดิมอาจจะสูงกว่าบ้างในระยะสั้นในแต่ละปี ซึ่งส่งผลให้เกษตรกรที่ทำสัญญาเพาะปลูกขายผลผลิตในตลาดแบบดั้งเดิมแทนที่จะขายให้กับโซ่อุปทานการค้าสมัยใหม่ตามสัญญา อย่างไรก็ตามเกษตรกรบางรายในโซ่อุปทานการค้าสมัยใหม่ระบุว่า ผลประโยชน์ในระยะสั้นนี้ก่อให้เกิดความเสียหายในระยะยาว ซึ่งเกษตรกรอาจจะเสียโอกาสการได้รับการประกันตลาดบางส่วนหรือทั้งหมดในโซ่อุปทานการค้าสมัยใหม่ นอกจากนี้ราคาที่สูงชั่วคราวในตลาดแบบดั้งเดิม เกษตรกรบางรายที่ไม่มีงบประมาณมากพออาจจะไม่มีความพึงพอใจและมีความต้องการขายสินค้าแบบ ‘side-selling’ ในตลาดแบบดั้งเดิมเพื่อรับเงินสดทันที ในโซ่อุปทานการค้าสมัยใหม่

ในตลาดแบบดั้งเดิมไม่ต้องอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งการขาดความสัมพันธ์ในการติดต่อนี้ทำให้การเคลื่อนย้ายส่งต่อข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของความต้องการสินค้าในตลาดเป็นไปได้ยาก ส่วนในตลาดสมัยใหม่เกษตรกรได้รับผลสะท้อนกลับเกี่ยวกับลักษณะของสินค้ารวมถึงข้อเสนอแนะในกิจกรรมการผลิต หลังการเก็บเกี่ยว การคัดแยก และการบรรจุ ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้เกษตรกรพัฒนาคุณภาพ และ/หรือ ลดต้นทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดการค้าสมัยใหม่

ระเบียบในปัจจุบันในการเข้าร่วมโซ่อุปทานการค้าแบบใหม่ในประเทศไทยส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับ คุณภาพ ทางด้านการจัดการและมาตรฐานสินค้า อาทิ การปลอดจากสารยาฆ่าแมลง จำนวน ลักษณะ ขนาด และ ระยะเวลาจัดส่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ซื้อบางรายรับซื้อผลไม้เฉพาะที่เป็นการผลิตด้วยระบบการปฏิบัติด้านการเกษตรที่ดี ‘Good Agricultural Practices (GAP)’ ซึ่งส่งเสริมการใช้วัตถุดิบและการปฏิบัติที่มีผลต่อทำลายมนุษย์และสิ่งแวดล้อมน้อย ในอีกแง่หนึ่ง ตลาดแบบดั้งเดิม การคัดแยกและมาตรฐานไม่มีความสำคัญ ผลผลิตทั้งหมดสามารถขายได้โดยไม่คัดแยกขนาด ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้เกษตรกรขายผลผลิตในตลาดแบบดั้งเดิม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกรที่ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลและผลผลิตไม่ได้ตามมาตรฐานของโซ่อุปทานการค้าสมัยใหม่ (AEC) ยังเป็นปัจจัยที่ทำลายสำหรับเกษตรกรรายย่อย เพราะว่าพ่อค้าคนกลางในตลาดแบบดั้งเดิมจะรวบรวมผลผลิตเอง ในขณะที่เกษตรกรในโซ่อุปทานการค้าสมัยใหม่ส่วนใหญ่จะต้องขนส่งผลผลิตไปยังตลาดหรือจุดรับซื้อเอง