

## บทที่ 3 ผลการศึกษา

การศึกษาโครงสร้างตลาดและวิถีตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง ในปีการผลิต 2543 ได้ทำการศึกษาออกเป็น 3 หัวข้อใหญ่ ๆ คือ หัวข้อแรก ศึกษาถึงโครงสร้างตลาดและวิถีตลาดของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง หัวข้อที่สอง ศึกษาถึงการบริหาร จัดการด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง หัวข้อที่สาม ศึกษาถึงปัญหา อุปสรรคในด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง โดยการศึกษาจากเอกสารงานวิจัย เอกสารทางวิชาการที่ผ่านการวิเคราะห์แล้ว รายงานที่เกี่ยวข้องจากส่วนราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้อง นำมาวิเคราะห์ เปรียบเทียบและหาข้อสรุป โดยเน้นการศึกษาผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งแบบอบแห้งเปลือกเป็นประเด็นหลัก ซึ่งผลการศึกษาพอ สรุปได้ดังนี้

### 3.1 สถานการณ์การผลิตและกระจายผลผลิตของลำไยในปี 2543

สถานการณ์การผลิตลำไยในปีการผลิต 2543 ของประเทศไทย เป็นปีการผลิตที่มีปริมาณผลผลิตออกสู่ตลาดมากที่สุด เนื่องจากมีการขยายพื้นที่ปลูกลำไยมากขึ้น ประกอบกับการค้นพบสารเคมีที่ช่วยกระตุ้นการออกดอกของลำไย ตลอดจนสภาพภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการติดดอกออกผล ซึ่งผลการศึกษาด้าน สถานการณ์การผลิตมีดังนี้

#### 3.1.1 แหล่งผลิตลำไย

ในปีการผลิต 2543 พื้นที่ปลูกลำไยที่ให้ผลผลิตแล้ว มีจำนวน 331,069 ไร่ แยกเป็นภาคเหนือจำนวน 307,769 ไร่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 12,856 ไร่ และภาคกลางจำนวน 10,444 ไร่ จังหวัดที่มีพื้นที่ปลูกที่ให้ผลผลิตแล้วมากที่สุดของภาคเหนือ คือ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 113,522 ไร่ รองลงมาได้แก่จังหวัดลำพูน จำนวน 109,751 ไร่ จังหวัดเชียงราย จำนวน 32,471 ไร่ จังหวัดพะเยา จำนวน 13,195 ไร่ จังหวัดน่าน จำนวน 10,897 ไร่ จังหวัดลำปาง จำนวน 10,230 ไร่ จังหวัดตาก จำนวน 9,497 ไร่ และจังหวัดแพร่ จำนวน 8,206 ไร่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดเลย จำนวน 9,307 ไร่ จังหวัดหนองคาย จำนวน 2,507 ไร่ และจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 1,042 ไร่ ภาคกลางมีเพียงจังหวัดเดียว คือ จังหวัดจันทบุรี จำนวน 10,444 ไร่ (ตารางที่ 1 )

ตารางที่ 1 เนื้อที่เพาะปลูกไร่ที่ให้ผลผลิตแล้ว ผลผลิต และผลการพยากรณ์ ปี 2543 และผลผลิตต่อไร่ ปี 2544 รายจังหวัด

ประเทศ/ภาค/จังหวัด	เนื้อที่ให้ผล (พันไร่)		ผลผลิต (พันตัน)		ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)			
	2543	2544	% +/-	2543	2544	% +/-		
รวมทั้งประเทศ	331.069	357.887	8.10	358.420	227.323	-36.58	635	-41.37
ภาคเหนือ	307.769	332.113	7.91	336.874	214.891	-36.21	647	-40.91
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	12.856	14.616	13.69	11.144	6.518	-41.51	446	-48.56
ภาคกลาง	10.444	11.158	6.84	10.402	5.914	-43.15	530	-46.79
เชียงใหม่	32.471	37.937	16.83	32.763	24.356	25.66	642	-36.37
พะเยา	13.195	15.232	15.44	13.472	9.733	-27.75	639	-37.41
ลำปาง	10.230	10.680	4.40	10.240	6.686	-34.71	926	-37.46
ลำพูน	109.751	116.811	6.43	123.909	76.161	-38.53	652	-42.25
เชียงใหม่	113.522	119.709	5.45	126.577	81.402	-35.69	680	-39.01
ตาก	9.497	10.056	5.89	9.488	5.129	-45.94	510	-48.95
แพร่	8.206	9.173	11.78	9.125	4.779	-47.63	521	-53.15
น่าน	10.897	12.515	14.85	11.300	6.645	-41.19	531	-48.79
เลย	9.307	10.589	13.77	8.516	4.945	-41.93	467	-48.96
หนองคาย	2.507	2.909	16.04	2.053	1.181	-42.47	406	-50.43
นครราชสีมา	1.042	1.118	7.29	0.575	0.352	-31.83	351	-36.41
จันทบุรี	10.444	11.158	6.84	10.402	5.914	-43.15	996	-46.79

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

### 3.1.2 ปริมาณผลผลิตลำไย

ปริมาณผลผลิตลำไยในปีการผลิต 2543 จากการพิจารณาทางด้านพื้นที่การผลิต พบว่า พื้นที่ให้ผลผลิตลำไยในปี 2539-2542 มีอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 7 ของพื้นที่ให้ผลผลิต ต่อมาในปี 2543 พื้นที่ให้ผลผลิตลำไยเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยในปี 2539-2542 พบว่ามีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 23 ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของปี 2539-2542 ถึงร้อยละ 16 ในด้านปริมาณผลผลิตที่ได้ ค่าเฉลี่ยปริมาณผลผลิตในปี 2539-2542 มีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 80 แต่ในปี 2543 มีอัตราค่าเฉลี่ยเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยปี 2539-2543 เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 116 ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของปี 2539-2542 ถึงร้อยละ 36 ในส่วนของปริมาณผลผลิตต่อไร่มีค่าเฉลี่ยผลผลิตต่อไร่ในปี 2539-2542 เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.82 แต่ในปี 2543 ผลผลิตต่อไร่เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราเพิ่มของผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ ในปี 2539-2542 พบว่ามีอัตราค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 69 ซึ่งสูงกว่าอัตราเพิ่มค่าเฉลี่ยของผลผลิตต่อไร่ในปี 2539-2542 ถึงร้อยละ 68.18

จากปริมาณผลผลิตลำไยในปีการผลิต 2543 จำนวน 358,420 ตัน ซึ่งพิจารณาจากพื้นที่ให้ผลผลิต ปริมาณผลผลิต ผลผลิตต่อไร่ จะเห็นได้ว่า ในปี2543 มีอัตราเพิ่มที่สูงขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยในปี 2539-2542 เนื่องมาจากเกษตรกรได้มีการขยายพื้นที่การปลูกลำไยเพิ่มมากขึ้น สภาพภูมิอากาศเอื้ออำนวยต่อการติดดอก ประกอบการการค้นพบสารเคมีที่ช่วยกระตุ้นการออกดอกของลำไย ทำให้ปริมาณผลผลิตลำไยในปี 2543 มีปริมาณที่มากกว่าปีที่ผ่าน (ตารางที่ 2 )

ตารางที่ 2 พื้นที่ให้ผลผลิตแล้ว ผลผลิต อัตราการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ ผลผลิตและผลผลิตต่อไร่ และผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ของลำไยปี 2539-2543

ปี	พื้นที่ให้ผลผลิต (ไร่)	%การเปลี่ยนแปลงพื้นที่ให้ผลผลิต	ผลผลิต (ตัน)	%การเปลี่ยนแปลงผลผลิต	ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)	%การเปลี่ยนแปลงผลผลิตต่อไร่
2539	239,393	-	236,428	-	988	-
2540	258,964	+8	250,359	+5	967	-2.12
2541	275,108	+6	33,771	-87	123	-87.28
2542	295,137	+7	142,553	+322	483	392.68
ปริมาณเฉลี่ยปี 2539-2542	267,150	7	165,777	80	640	101.09
2543	331,069	+233	358,420	+116	1,082	+69

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร

### 3.1.3 การกระจายผลผลิตลำไยในปี 2543

ในปีการผลิต 2543 ปริมาณผลผลิตลำไยของประเทศไทยมีจำนวนมากที่สุดเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยผลผลิตในปี 2539 มีปริมาณ 236,428 ตัน เพิ่มขึ้นเป็น 358,420 ตันในปี 2543 ซึ่งผลผลิตลำไยที่ได้ในปี 2543 เมื่อแบ่งตามเกรด พบว่า เป็นลำไยเกรด เอเอ ร้อยละ 30 จำนวน 107,526 ตัน เกรดเอและบี ร้อยละ 50 จำนวน 179,210 ตัน เกรด ซี ร้อยละ 20 จำนวน 71,684 ตัน จากผลผลิตลำไยของประเทศทั้งหมดในปี 2543 พบว่า ประมาณร้อยละ 30 จำนวน 107,526 ตัน เป็นการส่งออกเป็นลำไยสดไปจำหน่ายยังต่างประเทศ และร้อยละ 15 จำนวน 53,763 ตัน เป็นการบริโภคภายในประเทศ ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 55 เป็นการนำเอาผลผลิตลำไยไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยแปรรูปเป็นลำไยกระป๋อง ร้อยละ 10 จำนวน 35,842 ตันและแปรรูปเป็นลำไยอบแห้ง ร้อยละ 45 จำนวน 161,289 ตัน (รูปที่ 8)

จากการกระจายผลผลิตลำไยในปี 2543 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา พบว่า การกระจายผลผลิตในส่วนของการบริโภคภายในประเทศ ในปี 2539-2542 มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 18.75 ของปริมาณผลผลิตลำไยทั้งหมด เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2543 พบว่า การบริโภคภายในประเทศลดลงเหลือร้อยละ 15 ของปริมาณผลผลิตลำไยทั้งหมด ซึ่งลดต่ำกว่าค่าเฉลี่ยการบริโภคภายในประเทศของปี 2539-2542 ถึงร้อยละ 3.75 สาเหตุเนื่องมาจากในปี 2543 สภาพภูมิอากาศในประเทศไทยเอื้ออำนวยต่อการติดดอกออกผลของไม้ผลเกือบทุกชนิดในประเทศไทย เช่น ลิ้นจี่ เงาะ พุรีเยน มังคุด ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการเลือกบริโภคผลไม้ได้มากและหลากหลายมากขึ้น

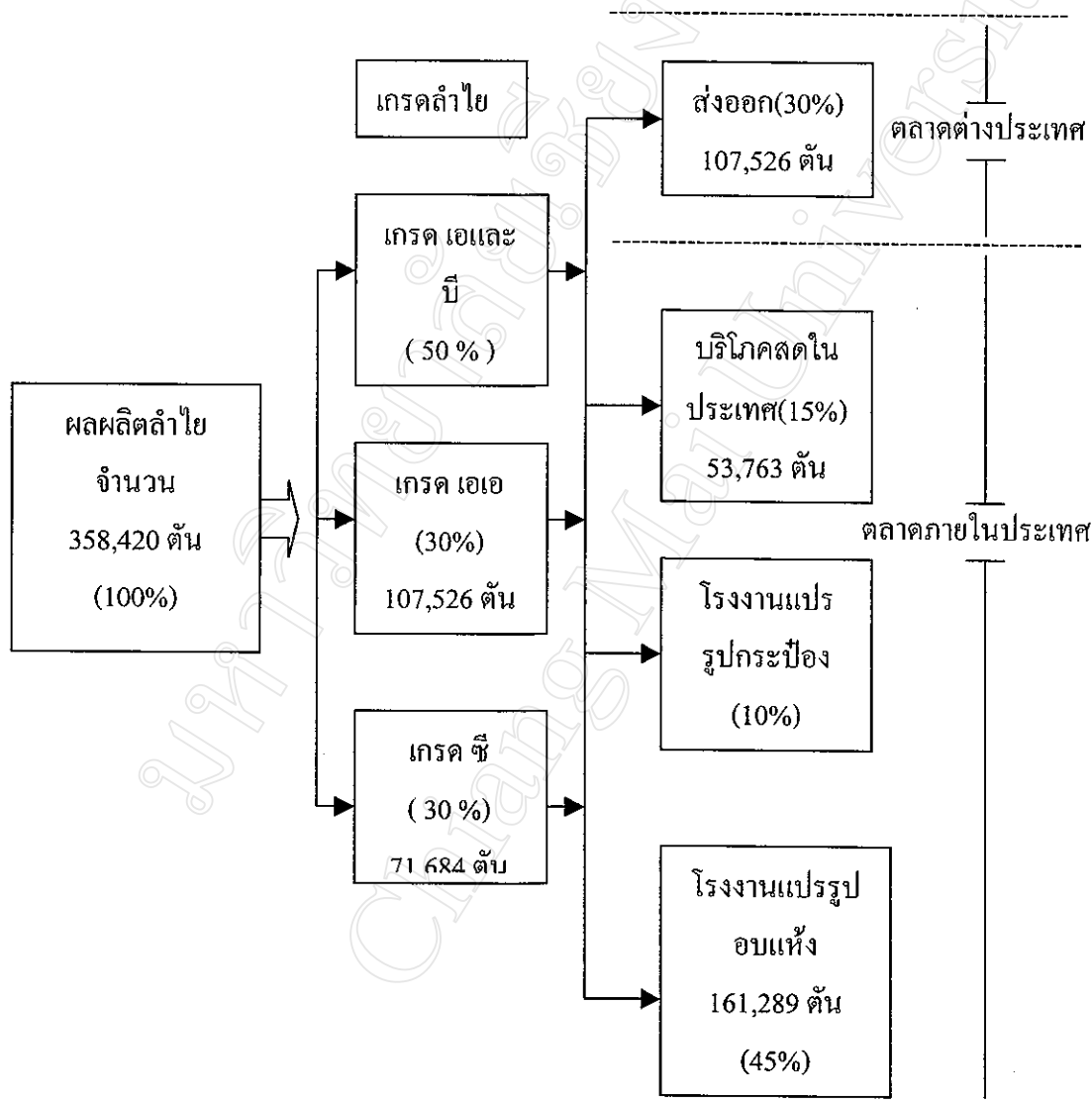
ในด้านการกระจายผลผลิตลำไยสดในการส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศ ในปี 2539-2542 มีค่าเฉลี่ยในการส่งออกร้อยละ 26.50 ของปริมาณผลผลิตลำไยทั้งหมด เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2543 พบว่า ปริมาณการส่งออกลำไยสดไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศ มีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 30 ของปริมาณผลผลิตของลำไยทั้งหมด ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยในปี 2539-2542 ถึงร้อยละ 3.5 เนื่องจากได้มีการขยายตลาดส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศให้กว้างขวางยิ่งขึ้น โดยเฉพาะประเทศอินโดนีเซียและแคนาดา

สำหรับการกระจายผลผลิตลำไยในรูปของการแปรรูปเป็นลำไยกระป๋อง ในปี 2539-2542 มีค่าเฉลี่ยในการแปรรูปเป็นลำไยกระป๋องร้อยละ 12.5 ของปริมาณผลผลิตลำไยทั้งหมด เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2543 พบว่า การกระจายผลผลิตลำไยในรูปลำไยกระป๋องมีสัดส่วนที่ลดลงเหลือร้อยละ 10 ของปริมาณผลผลิตลำไยทั้งหมด ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของปี 2539-2542 ถึงร้อยละ 2.5 สาเหตุเนื่องมาจากความต้องการบริโภคลำไยกระป๋องของตลาดต่างประเทศลดลง

ในส่วนของการกระจายผลผลิตลำไยในรูปของการแปรรูปเป็นลำไยอบแห้ง ในปี 2539-2542 มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 42.25 ของปริมาณผลผลิตลำไยทั้งหมด เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2543 พบว่า การกระจายผลผลิตเพื่อแปรรูปเป็นลำไยอบแห้ง มีอัตราเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 45 ของปริมาณผลผลิตลำไย

ทั้งหมดซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยในปี 2539-2542 ร้อยละ 2.75 เนื่องจากในปีการผลิต 2543 มีปริมาณผลผลิตออกสู่ตลาดในปริมาณที่มาก ส่งผลให้ราคาลำไยสดตกต่ำ ประกอบกับลำไยอบแห้งเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศมากโดยเฉพาะประเทศจีน ซึ่งมีความต้องการมากและเป็นตลาดที่สำคัญ

จากการกระจายผลผลิตลำไยสดในปี 2543 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงไม่เกินร้อยละ 5 แสดงว่าวิถีตลาดของลำไยไม่เปลี่ยนแปลง แม้ว่าปริมาณผลผลิตลำไยจะมีปริมาณเพิ่มมากขึ้นอย่างมากในปี 2543 ก็ตาม ( ตารางที่ 3 )



รูปที่ 8 โครงสร้างการผลิตและการกระจายผลผลิตลำไยปี 2543

ที่มา : สำนักวิจัยเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร กรมการค้าภายใน

หมายเหตุ : การแปรรูปได้รวมการบริโภคภายในประเทศประมาณ 30 % ของผลิตภัณฑ์ไว้แล้ว

: อัตราการแปรรูป ลำไยสดเป็นลำไยอบแห้ง เท่ากับ 3 : 1

ตารางที่ 3 การกระจายผลผลิตลำไยในปี 2539-2543

ลักษณะตลาด	2539		2540		2541		2542		2543	
	ปริมาณ(ตัน)	ร้อยละ	ปริมาณ(ตัน)	ร้อยละ	ปริมาณ(ตัน)	ร้อยละ	ปริมาณ(ตัน)	ร้อยละ	ปริมาณ(ตัน)	ร้อยละ
บริโภคสดภายในประเทศ	23,642	10	25,035	10	11,145	33	31,362	22	53,763	15
การส่งออกลำไยสด	75,657	32	75,108	30	6,754	20	34,213	24	107,526	30
การแปรรูปลำไยกระป๋อง	35,464	15	37,554	15	3,377	10	14,255	10	35,842	10
การแปรรูปลำไยอบแห้ง	101,665	43	112,662	45	12,495	37	62,723	44	161,289	45
รวม	236,428	100	250,359	100	33,771	100	142,553	100	358,420	100

ที่มา : สำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตร กรมการค้าภายใน (2543)

### 3.2 โครงสร้างตลาดและวิถีตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง

การศึกษาโครงสร้างตลาดของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งพิจารณาถึงลักษณะโครงสร้างตลาดองค์ประกอบที่สำคัญของโครงสร้างตลาด ซึ่งตลาดของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งมีลักษณะพิเศษกว่าผลผลิตชนิดอื่นตรงที่ผลผลิตจะไหลออกสู่ตลาดต่างประเทศเป็นสำคัญ ผู้ประกอบการค้าส่วนใหญ่จึงเกี่ยวพันกับพ่อค้าต่างประเทศ การตลาดจะมุ่งตอบสนองความต้องการในต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่

#### 3.2.1 ลักษณะทั่วไปของโครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง

ลักษณะทั่วไปของโครงสร้างตลาด พิจารณาจากขนาดและจำนวนของผู้ผลิตในโครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง ขนาดของผู้ผลิตจะมีลักษณะขนาดของการผลิตขนาดเล็ก เป็นผู้ผลิตรายย่อย เป็นการผลิตที่ใช้แรงงานในครัวเรือนเป็นหลักและเป็นการแปรรูปที่เป็นการเพิ่มมูลค่าของผลผลิตจากสวนของเกษตรกรชาวสวนลำไย ทำให้มีผู้ผลิตลำไยอบแห้งเป็นจำนวนมาก ทั้งเกษตรกรชาวสวนลำไยและเกษตรกรที่ทำการแปรรูปลำไยอบแห้งที่รับซื้อผลผลิตลำไยสดนำมาแปรรูปอีกทีหนึ่ง

ลักษณะของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งซึ่งจากกระบวนการแปรรูปลำไยอบแห้งจำแนกได้ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ ประเภทแรก ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งแบบอบแห้งเปลือก ประเภทสอง ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งแบบแกะเนื้อสีดำ ประเภทสามผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งแบบแกะเนื้อสีทอง

#### 3.2.2 องค์ประกอบที่สำคัญของโครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง

องค์ประกอบที่สำคัญของโครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งประกอบไปด้วยส่วนต่าง ๆ ที่สำคัญดังนี้

ผู้ผลิตรายย่อย เป็นผู้ประกอบการที่เป็นเกษตรกรผู้ผลิตลำไย ซึ่งจะนำเอาผลผลิตของตนเองมาทำการผลิตลำไยอบแห้งซึ่งมีสัดส่วนของการผลิตประมาณร้อยละ 63.86 ของผลผลิตลำไยอบแห้งทั้งหมดเพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้ผลิตและผู้รวบรวม ร้อยละ 8.33 ผู้รวบรวม ร้อยละ 36.44 ผู้รวบรวมและผู้ส่งออก ร้อยละ 10.86 ผู้ผลิต ผู้รวบรวมและผู้ส่งออก ร้อยละ 8.23

ผู้ผลิตและผู้รวบรวม เป็นผู้ประกอบการผลิตและรวบรวมลำไยอบแห้ง ซึ่งมีสัดส่วนการผลิตร้อยละ 24.40 ของปริมาณผลผลิตลำไยอบแห้งทั้งหมดและรวบรวมผลผลิตจากผู้ผลิตรายย่อยมาอีก ร้อยละ 8.33 ซึ่งจะจำหน่ายต่อให้แก่ผู้ผลิตผู้รวบรวมและผู้ส่งออก ร้อยละ 10.54 และผู้นำเข้า ร้อยละ 6.76 และผู้รวบรวมและผู้ส่งออก ร้อยละ 15.43

ผู้ผลิตผู้รวบรวมและผู้ส่งออกลำไยอบแห้ง มีสัดส่วนการผลิตร้อยละ 11.74 ของผลผลิตลำไยอบแห้งทั้งหมดและรวบรวมลำไยอบแห้งจากเกษตรกรผู้ผลิตรายย่อยร้อยละ 8.23 จากผู้รวบรวมร้อยละ 12.76 และผู้ผลิตและผู้รวบรวมร้อยละ 10.54 เพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้นำเข้าใน สัดส่วนร้อยละ 43.25

ผู้รวบรวม เป็นผู้รับซื้อผลผลิตลำไยอบแห้งจากผู้ผลิตรายย่อยมาในอัตราร้อยละ 36.44 เพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้รวบรวมและผู้ส่งออกในสัดส่วนร้อยละ 23.70 และผู้ผลิตผู้รวบรวมและผู้ส่งออกในสัดส่วนร้อยละ 12.74

ผู้รวบรวมและผู้ส่งออก เป็นผู้ที่รับซื้อผลผลิตลำไยอบแห้งจากเกษตรกรผู้ผลิตรายย่อย ในสัดส่วนร้อยละ 10.86 และจากผู้รวบรวมในสัดส่วนร้อยละ 23.70 และผู้ผลิตและผู้รวบรวม ร้อยละ 15.43 เพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้นำเข้าในสัดส่วนร้อยละ 49.99

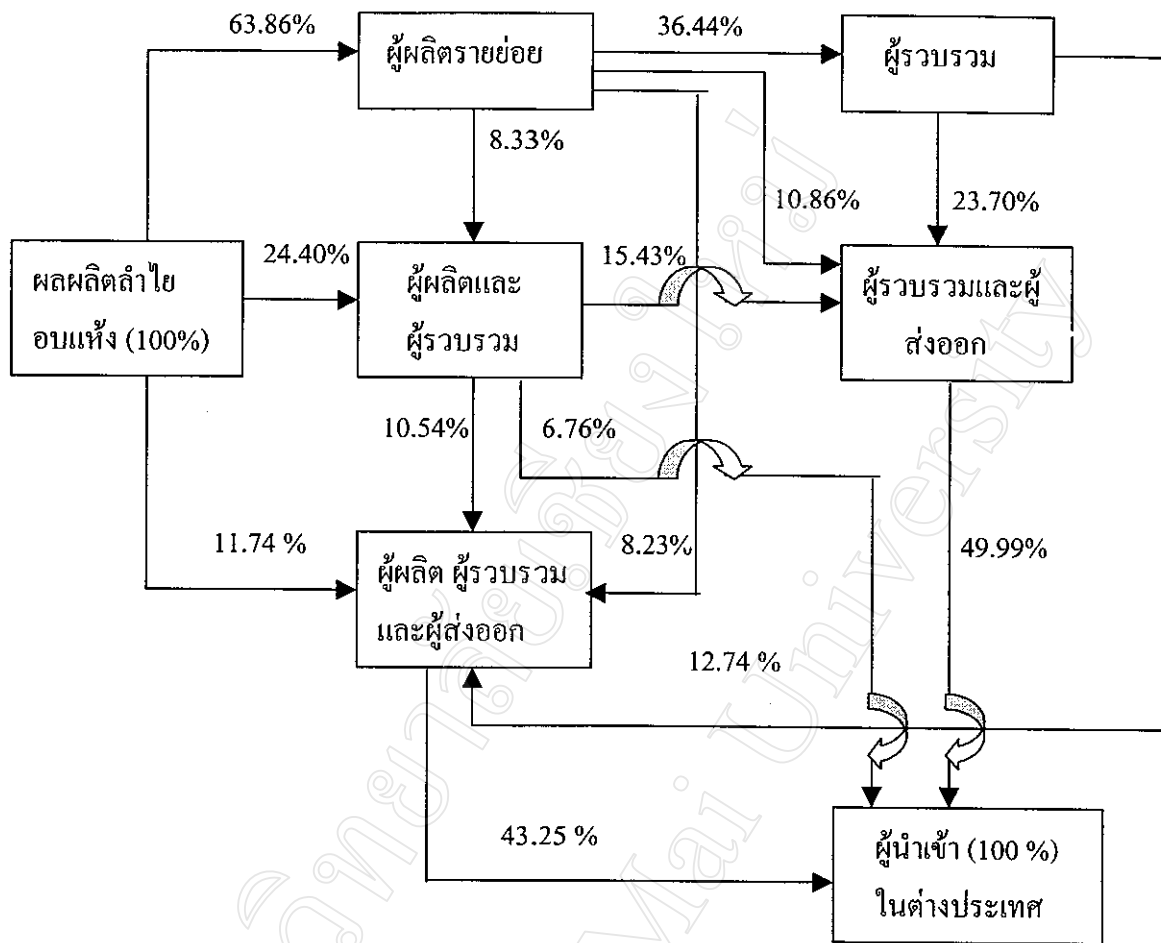
ผู้นำเข้าลำไยอบแห้ง เป็นผู้ที่รับซื้อลำไยอบแห้งจากผู้ผลิตและผู้รวบรวมในสัดส่วนร้อยละ 6.76 และจากผู้ผลิตผู้รวบรวมและผู้ส่งออกในสัดส่วนร้อยละ 43.25 จากผู้รวบรวมและผู้ส่งออกในสัดส่วนร้อยละ 49.99 รวมผลผลิตลำไยอบแห้งถึงผู้นำเข้าในต่างประเทศ 100 % เพื่อจำหน่ายต่อให้ผู้ค้าปลีกในต่างประเทศ

### 3.2.3 วิถีตลาดของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง

วิถีตลาดของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง ตั้งแต่เกษตรกรผู้ผลิตจนถึงมือผู้บริโภคในประเทศ สามารถผ่านช่องทางการตลาดต่าง ๆ ได้ในหลาย ๆ ลักษณะดังนี้

- 1)ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งที่ผลิตโดยเกษตรกรผู้ผลิตรายย่อย จะถูกขายให้แก่ผู้รวบรวม, ผู้ผลิตและผู้รวบรวม, ผู้ผลิตผู้รวบรวมและผู้ส่งออก
- 2)ผู้ผลิตและผู้รวบรวมจำหน่ายผลผลิตลำไยอบแห้งให้แก่ผู้ผลิตและผู้รวบรวมและผู้ส่งออกหรือ ผู้นำเข้าลำไยอบแห้งจากต่างประเทศ
- 3)ผู้ผลิตผู้รวบรวมและผู้ส่งออก จำหน่ายผลผลิตลำไยอบแห้งให้แก่ผู้นำเข้าจากต่างประเทศ เพื่อจัดจำหน่ายให้แก่ผู้ค้าปลีกในต่างประเทศต่อไป
- 4)ผู้รวบรวม จำหน่ายผลผลิตลำไยอบแห้งที่รวบรวมจากผู้ผลิตรายย่อยให้แก่ผู้รวบรวมและผู้ส่งออก หรือผู้ผลิตผู้รวบรวมและผู้ส่งออก
- 5)ผู้รวบรวมและผู้ส่งออก จำหน่ายผลผลิตลำไยอบแห้งให้แก่ผู้นำเข้าจากต่างประเทศ เพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้ค้าปลีกในต่างประเทศเพื่อจำหน่ายให้ผู้บริโภคในต่างประเทศต่อไป
- 6)ผู้นำเข้าลำไยอบแห้ง จำหน่ายให้แก่ผู้ค้าปลีกในต่างประเทศ เพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคต่อไป





รูปที่ 9 โครงสร้างตลาดและวิถีตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง  
ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร(2543)

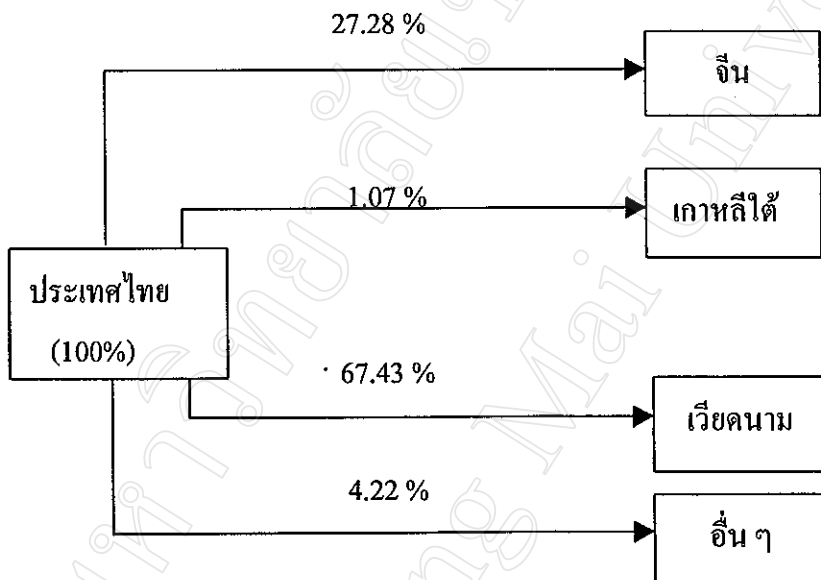
จากการพิจารณาในด้านโครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง ในปี 2543 พบว่า ตลาดของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งมีลักษณะพิเศษแตกต่างจากสินค้าอย่างอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นสินค้าที่สนองความต้องการของผู้บริโภคจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะประเทศจีน แตกต่างกันในด้านของแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์เท่านั้น โดยในปีการผลิต 2543 นั้นแหล่งผลิตที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งมาจากเกษตรกรผู้ผลิตรายย่อยถึงร้อยละ 63.86 จากผู้ผลิตและผู้รวบรวม ร้อยละ 24.4 จากผู้ผลิต ผู้รวบรวมและผู้ส่งออก ร้อยละ 11.74

ในด้านวิถีตลาดของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งในปี 2543 พบว่าวิถีตลาดของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งจากแหล่งผลิตผู้ผลิตรายย่อย ผู้ผลิตและผู้รวบรวม ผู้ผลิต ผู้รวบรวมและผู้ส่งออก จะผ่านไปยังผู้รวบรวม ผู้รวบรวมและผู้ส่งออก จนไปถึงผู้นำเข้า

### 3.2.4 การตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง

ตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งที่สำคัญเป็นตลาดในต่างประเทศ ส่วนตลาดภายในประเทศนั้นมีความสำคัญน้อยมากมักจะเป็นการบริโภคเพียงเล็กน้อยเท่านั้นเอง ซึ่งในด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งนั้น สามารถแยกออกเป็นตลาดตามชนิดของผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

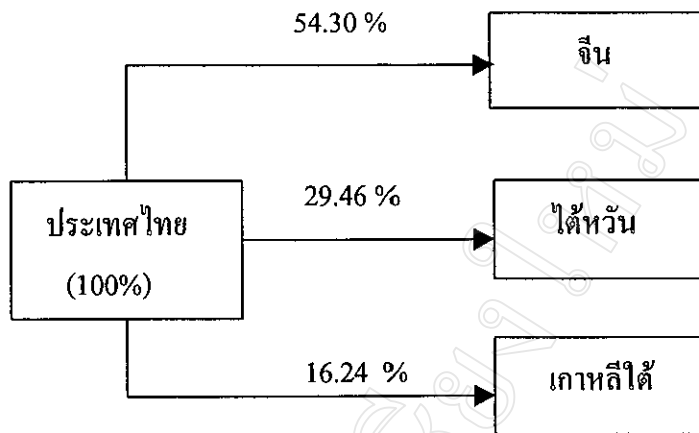
1) ตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งแบบอบแห้งเปลือก เป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดและมีคุณภาพดี ตลาดที่สำคัญได้แก่ประเทศจีน ร้อยละ 27.28 ประเทศเวียดนาม ร้อยละ 67.43 ซึ่งลำไยอบแห้งที่เข้าไปในประเทศเวียดนาม เป็นลำไยอบแห้งที่จะส่งต่อไปยังประเทศจีนต่อหนึ่ง และประเทศเกาหลีใต้ ร้อยละ 1.07 และประเทศอื่น ๆ ร้อยละ 4.22 อาทิ เช่น ประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย ใต้หวัน



รูปที่ 10 การกระจายผลผลิตลำไยอบแห้งแบบอบแห้งเปลือก

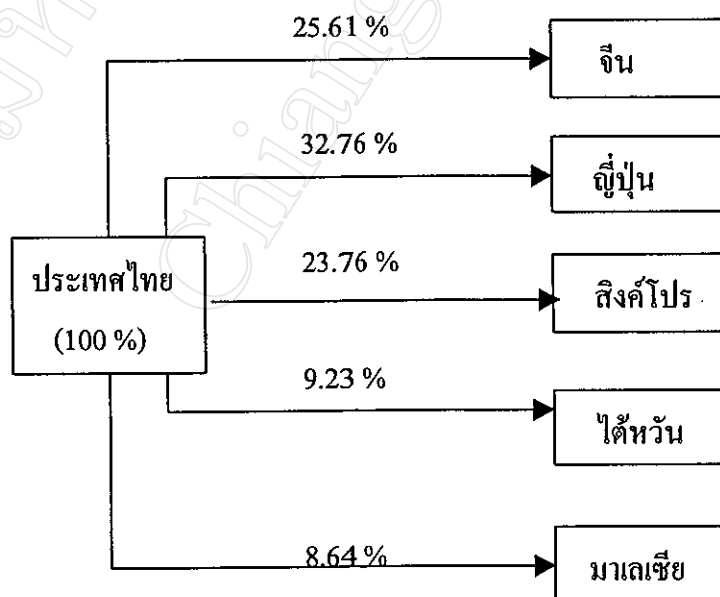
ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร (2543)

2) ตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งแบบแกะเนื้อ จะเป็นตลาดของลำไยอบแห้งที่มีคุณภาพค่อนข้างต่ำ เนื่องจากวัตถุดิบที่นำมาผลิตเป็นลำไยอบแห้งแบบแกะเนื้อนั้นเป็นแบบคละเกรด ซึ่ง ตลาดที่สำคัญของลำไยอบแห้งแบบแกะเนื้อที่สำคัญได้แก่ ประเทศจีนร้อยละ54.30 ประเทศใต้หวันร้อยละ 29.46 ประเทศ เกาหลีใต้ ร้อยละ 16.24 ซึ่งโดยเฉพาะเกาหลีใต้จะนำเข้า เพื่อนำไปใช้เป็นส่วนประกอบของยา



รูปที่ 11 การกระจายผลผลิตลำไยอบแห้งแบบแกะเนื้อ  
ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร (2543)

3) ตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งแบบแกะเนื้อสีทอง จะเป็นตลาดลำไยอบแห้งที่มีคุณภาพดี มีราคาค่อนข้างสูง มีการคัดเกรด บรรจุหีบห่อที่สวยงาม ตลาดของลำไยอบแห้งแบบแกะเนื้อสีทอง ที่สำคัญได้แก่ ตลาดประเทศ ญี่ปุ่น ร้อยละ 32.76 ประเทศจีน ร้อยละ 25.61 ประเทศไต้หวัน ร้อยละ 23.76 ประเทศสิงคโปร์ ร้อยละ 9.23 ประเทศมาเลเซีย ร้อยละ 8.64 โดยเฉพาะญี่ปุ่นจะนำเข้าเฉพาะ ลำไยอบแห้งแบบแกะเนื้อสีทองเกรดคัดพิเศษเท่านั้น



รูปที่ 12 การกระจายผลผลิตลำไยอบแห้งแบบแกะเนื้อสีทอง  
ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร (2543)

จากปริมาณ และมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งแบบอบทั้งเปลือกในปี 2543 เห็นได้ว่า ตลาดส่งออกที่สำคัญ 5 อันดับแรกของประเทศไทย อันดับหนึ่งได้แก่ ประเทศเวียดนาม มีปริมาณและมูลค่าการส่งออก ร้อยละ 67.43 และ 62.63 ตามลำดับ อันดับสองได้แก่ประเทศจีน มีปริมาณและมูลค่า การส่งออกร้อยละ 27.28 และ 29.48 ตามลำดับอันดับสามได้แก่เกาหลีใต้ มีปริมาณและมูลค่า ร้อยละ 1.07 และ 1.92 อันดับสี่ได้แก่ประเทศสิงคโปร์ มีปริมาณและมูลค่า ร้อยละ 0.53 และ 2.69 อันดับที่ยี่ห้าได้แก่ประเทศแคนาดา มีปริมาณและมูลค่าการส่งออก ร้อยละ 0.06 และ 0.73 ตามลำดับ และประเทศอื่น ๆ ซึ่งตลาดส่งออกประเทศเวียดนามมีส่วนแบ่งการตลาดที่สูงมาก เป็นช่องทางผ่านของลำไยอบแห้งจากประเทศไทยก่อนเข้าสู่ประเทศจีนอีกต่อหนึ่งสาเหตุนี้เนื่องมาจากอัตรากำไรสุทธากว่าที่ผ่านเข้าทางช่องกมมีอัตราที่สูง ผู้นำเข้าจึงหันไปนำเข้าลำไยอบแห้งโดยผ่านช่องทางทางประเทศเวียดนาม ซึ่งมีอัตรากำไรสุทธากว่าที่ต่ำกว่า เป็นการลดต้นทุนในการดำเนินการของผู้นำเข้า (ตารางที่ 4 )

ตารางที่ 4 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยอบแห้งไปต่างประเทศ ปี2543

ประเทศ	ปริมาณ(ตัน)	ร้อยละ	มูลค่า(ล้านบาท)	ร้อยละ
จีน	15,253.613	27.28	711.763	29.48
สิงคโปร์	301.008	0.53	64.903	2.69
เกาหลีใต้	599.053	1.07	46.399	1.92
มาเลเซีย	91.174	0.16	5.048	0.21
สหราชอาณาจักร	22.156	0.03	0.712	0.02
แคนาดา	36.952	0.06	17.697	0.73
ฝรั่งเศส	4.422	0	0.933	0.03
เวียดนาม	37,699.972	67.73	1,512.599	62.63
อื่น ๆ	1,895.650	3.44	54.810	2.29
รวม	55,904	100	2,414.867	100

ที่มา : กรมศุลกากร

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงร้อยละของปริมาณลำไยอบแห้งและร้อยละของมูลค่าลำไยอบแห้ง

ในส่วนองปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยอบแห้งแยกเป็นรายประเทศในปี 2543 เมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยปริมาณและมูลค่าของปี 2539-2542 พบว่า ประเทศจีน มีปริมาณและมูลค่าการนำเข้าที่ลดลงจากค่าเฉลี่ยปริมาณและมูลค่าของปี 2539-2542 จำนวนร้อยละ 93.64 และ 87.5 ลดลงในปี 2543 เหลือปริมาณและมูลค่า ร้อยละ 27.28 และ 29.48 เนื่องจากผู้นำเข้า จากประเทศจีน หันมานำเข้าลำไยอบแห้งจากประเทศไทยผ่านช่องทางทางประเทศเวียดนาม ส่วนปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยอบแห้งไปยังประเทศอื่น ๆ ในปี 2543 มีปริมาณและมูลค่าสูงกว่าปริมาณและมูลค่าเฉลี่ยของปี 2539-2542 โดยเฉพาะประเทศเวียดนาม มีปริมาณและมูลค่าสูงกว่าค่าเฉลี่ยในปี 2539-2542 เป็นอันมาก จากปริมาณและมูลค่าร้อยละ 1.39 และ 1.47 มาเป็นปริมาณและมูลค่าร้อยละ 67.73 และ 62.63 ตามลำดับ สาเหตุตั้งที่ได้กล่าวมาแล้ว ส่วนประเทศอื่น ๆ นั้นเนื่องจากลำไยอบแห้งเป็นที่รู้จักและนิยมบริโภคกันแพร่หลายมากขึ้น โดยเฉพาะผู้บริโภคที่มีเชื้อสายจีนที่อาศัยอยู่ในประเทศต่าง ๆ นิยมบริโภคลำไยอบแห้งมากขึ้น (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกจำ요บแห้ง ปี 2539-2543 แยกเป็นรายประเทศ

ประเทศ	2539		2540		2541		2542		ปริมาณเฉลี่ย		มูลค่าเฉลี่ย	
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปี2539-2542 (ตัน) (%)	ปี2539-2542 (ล้านบาท) (%)	ปริมาณ (ตัน) (%)	มูลค่า (ล้านบาท) (%)
จีน	25,705	952.97	36,432	1,955.42	734.00	58.41	5,962	346.41	17208.25(93.64)	828.3(87.5)	5253.612(27.28)	711.763(29.48)
สิงคโปร์	140	26.49	221	50.20	38.00	8.95	125	31.03	131(1.4)	29.166(3.06)	301.008(0.53)	64.903(2.69)
เกาหลีใต้	31	3.72	316	41.98	-	-	-	-	173.5(.94)	22.847(2.32)	599.053(1.07)	46.399(1.92)
มาเลเซีย	54	5.47	96	11.33	15.00	3.86	34	5.06	49.75(.27)	6.428(.65)	91.174(0.16)	5.048(0.21)
สหราชอาณาจักร	40	6.80	1	0.03	0.25	0.09	2	0.10	10.72(.05)	1.75(0.18)	22.156(0.03)	0.712(0.02)
แคนาดา	7	2.09	13	4.93	3.00	0.71	62	9.48	21.25(0.11)	4.3(0.45)	36.952(0.06)	17.697(0.73)
ฝรั่งเศส	3	0.92	7	2.65	3.00	1.15	2	0.95	3.75(0.02)	1.41(0.14)	4.442(0)	0.933(0.03)
เวียดนาม	-	-	-	-	0.50	0.04	513	28.93	256.75(1.39)	14.48(1.47)	37699.95(67.73)	1,512.599(62.63)
อื่น ๆ	870	47.60	989	76.33	152.25	12.26	70	14.79	520.312(2.82)	37.74(3.9)	1,895.65(3.44)	54.81(2.29)
รวม	26,850	1,046.06	38,075	2,142.86	946.00	85.46	6,770	436.73	18,375.28(100)	946.42(100)	55,904(100)	2,414.867(100)

ที่มา : กรมศุลกากร

### 3.2.5 ปริมาณและราคาของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง

ในปีการผลิต 2543 ผลผลิตลำไยสดที่นำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง มีปริมาณ 161,289 ตัน ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งแบบอบแห้งเปลือก ในปี 2543 ประเทศไทยส่งออกลำไยอบแห้งแบบอบแห้งเปลือกไปยังต่างประเทศ ทั้งหมด จำนวน 55,904 ตัน มูลค่า 2,412.86 ล้านบาท ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยปริมาณของการส่งออกในปี 2539-2542 พบว่ามีปริมาณสูงกว่าจากปริมาณค่าเฉลี่ยในปี 2539-2542 จำนวน 18,160 ตัน ค่าเฉลี่ยปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ 186 ในปี 2543 มีปริมาณส่งออก จำนวน 55,904 ตัน คิดเป็นปริมาณที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 207 ซึ่งสูงกว่าถึงร้อยละ 121 ส่วนมูลค่าการส่งออกเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยในปี 2539-2542 พบว่ามีมูลค่าการส่งออกที่สูงกว่า จากมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยในปี 2539-2542 มีมูลค่า 927.77 ล้านบาท ค่าเฉลี่ยมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 172 ในปี 2543 มีมูลค่าการส่งออก จำนวน 2,414.864 ล้านบาท คิดเป็นปริมาณที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 260 ซึ่งสูงกว่าถึงร้อยละ 88 ในด้านของราคาเฉลี่ยของลำไยอบแห้ง ในปี 2543 เมื่อเปรียบเทียบกับราคาเฉลี่ยในปี 2539-2542 พบว่า ราคาเฉลี่ยของปี 2543 มีอัตราเพิ่มที่ลดลงจากปี 2539-2542 คือจากราคาเฉลี่ยของปี 2539-2542 ลดลงร้อยละ 4.5 แต่ปี 2543 ราคาเฉลี่ยลดลงถึงร้อยละ 30.89

จากเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงของปริมาณ มูลค่าและราคาเฉลี่ยของลำไยอบแห้งแบบอบแห้งเปลือกในปี 2543 เปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยในปี 2539-2542 จะเป็นได้ว่า ในด้านปริมาณ และมูลค่าการส่งออกมีสัดส่วนการส่งออกที่มีปริมาณและมูลค่าเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี เนื่องจากลำไยอบแห้งเป็นที่นิยมของผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ ประกอบกับเกษตรกรผู้ปลูกลำไยหันมานำ ผลผลิตลำไยสดมาแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งมากขึ้น แต่ในด้านการเปลี่ยนแปลงของราคาเฉลี่ย ลำไยอบแห้ง มีการเปลี่ยนแปลงในอัตราที่ลดลง เนื่องจากว่าในปีการผลิต 2543 ปริมาณผลผลิต ลำไยสดมีปริมาณมาก ทำให้เกษตรกรหันมาแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งเป็นจำนวนมาก ทำให้ผลผลิตลำไยอบแห้งในตลาดมีปริมาณมากกว่าความต้องการ ประกอบกับคุณภาพของลำไยอบแห้งไม่ได้มาตรฐาน ทำให้ผู้นำเข้าประสบภาวะขาดทุนและกำหนดราคาซื้อต่ำลง เพื่อลดความเสี่ยงในด้านคุณภาพของลำไยอบแห้ง เมื่อถึงตลาดปลายทาง (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ปริมาณ มูลค่า ราคาเฉลี่ย ของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งแบบอบแห้งเปลือก ปี 2539-2543

ปี	ปริมาณ (ตัน)	%การ เปลี่ยนแปลง ปริมาณ	มูลค่า (ล้านบาท)	%การ เปลี่ยนแปลง มูลค่า	ราคาเฉลี่ย (บาท)	เปอร์เซ็นต์ การ เปลี่ยนแปลง ราคา
2539	26,850	-	1,046.061	-	38.95	-
2540	38,075	+41	2,142.864	+104	56.28	144
2541	946	-97	85.457	-96	90.33	166
2542	6,770	+615	436.727	+510	64.50	-28
% การเปลี่ยนแปลงเฉลี่ยปี2539-2542	18,160	186	927.77	172	62.51	-4.5
2543	55,904	207	2,414.864	260	43.20	-30.89

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจการค้า กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของศุลกากรและจากการคำนวณ

### 3.3 การบริหารจัดการด้านการตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง

การศึกษาด้านการบริหารจัดการด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง เป็นการศึกษาถึงกระบวนการจัดการผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง ตั้งแต่การรวบรวมจากผู้ผลิตจนถึงผู้นำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งผลการศึกษาด้านการบริหาร จัดการด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง พอสรุปได้ดังนี้

#### 3.3.1 การรวบรวม

การรวบรวมลำไยอบแห้งของผู้ประกอบการค้าประเภทต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น สามารถกระทำได้ 3 ทาง ได้แก่ การผลิตเอง การรวบรวมจากผู้ผลิตรายย่อยต่างๆ ไป หรือรวบรวมจากลูกค้าพันธมิตร หรือลูกค้าสมาชิกหรือสมาชิกที่ได้มีการติดต่อตกลงทางการค้ากันด้วยวาจา ผู้รวบรวมรายใหญ่ๆ จะมีสำนักงานรับซื้อผลผลิตที่เป็นหลักแหล่งแน่นอน อาจเป็นบ้านพัก อาคารพาณิชย์ โกดัง หาก



ผู้ประกอบการค้าที่เป็นโรงงานแหล่งรับซื้อก็จะเป็นโรงงานนั่นเอง ซึ่งแหล่งรับซื้อมักคิดเส้นทางคมนาคม ผู้ผลิตรายย่อยที่ต้องการขายผลผลิตจะต้องนำผลผลิตมาขายยังแหล่งรับซื้อ ซึ่งอาจนำเอาตัวอย่างมาให้ผู้รับซื้อดูราคาก่อน เมื่อพอใจราคาจึงนำผลผลิตมาขายหรือนำผลผลิตมาขายโดยไม่ดูราคาก่อนก็ได้ ในกรณีนี้ผู้ขายผลผลิตมักจะสืบราคามาก่อนเป็นการล่วงหน้าว่าผู้ซื้อรายใดได้ราคาเป็นอย่างไร เมื่อตัดสินใจจะขายให้ใครก็จะขนผลผลิตไปขายยังแหล่งรับซื้อโดยตรงเมื่อผู้รับซื้อผลผลิตได้เห็นสินค้าจะตีราคารับซื้อ ซึ่งส่วนใหญ่การรับซื้อลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อจะเป็นการตีราคาตามเกรดของผลผลิต โดยการประเมินคร่าว ๆ ด้วยสายตาจากสีและลักษณะเนื้อของผลผลิต ส่วนลำไยอบแห้งทั้งเปลือกจะตีราคาตามเกรด ซึ่งผู้ขายอาจคัดมาก่อนหรือผู้ซื้อที่มีเครื่องคัดเกรดบริการให้ฟรี เมื่อรู้เกรดแล้วจึงตีราคา

ในด้านสถานภาพการแข่งขันในการรับซื้อผลผลิต เนื่องจากผู้ผลิตลำไยอบแห้งรายย่อยมีจำนวนมาก การรับซื้อผลผลิตลำไยอบแห้งในลักษณะผู้ประกอบการค้าคอยรับซื้อผลผลิตอยู่ ณ แหล่งรับซื้อของตน ผู้ผลิตรายย่อยที่ต้องการขายผลผลิตต้องนำผลผลิตไปขายยังจุดรับซื้อเหล่านั้น ลักษณะเช่นนี้เป็นลักษณะการค้าที่เรียกว่า “ตลาดผู้ซื้อ” อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการค้าลำไยอบแห้งส่วนใหญ่มักจะรับคำสั่งซื้อจากผู้นำเข้ามาก่อน จึงรู้ว่าตนเองต้องซื้อผลผลิตจำนวนเท่าใดจึงจะพอเพียงและต้องส่งมอบผลผลิตเมื่อใด ในบางครั้งก็ต้องใช้กลยุทธ์การขึ้นราคารับซื้อ เพื่อให้ได้ผลผลิตในปริมาณที่ต้องการ ซึ่งโดยปกติผู้ประกอบการรายย่อยจะขายผลผลิตให้แก่ ผู้ประกอบการค้าที่ได้ราคารับซื้อสูงก่อน

### 3.3.2 คัดเกรดและบรรจุภัณฑ์

ในด้านการจัดการคุณภาพของผลผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง มีการกำหนดมาตรฐานคุณภาพลำไยอบแห้ง โดยสามารถแบ่งออกได้ดังนี้

ลำไยอบแห้งแบบอบทั้งเปลือก แบ่งคุณภาพออกตามขนาดของผลผลิตเป็นเกรดต่าง ๆ ดังนี้

เกรด AA ผลลำไยมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 24 - 27 มิลลิเมตร

เกรด A ผลลำไยมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 21 - 23 มิลลิเมตร

เกรด B ผลลำไยมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 17 - 20 มิลลิเมตร

เกรด C ผลลำไยมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 17 มิลลิเมตร

เกรด รวม ไม่มีการคัดขนาดของผลลำไย

นอกจากนี้คุณลักษณะเพิ่มเติมของลำไยอบแห้งทั้งเปลือกที่ตลาดต้องการ จะประกอบไปด้วยเปลือกไม่แตก ไม่บวม สีเปลือกมีสีน้ำตาล ไม่มีรอยเปื้อนเนื้อลำไยต้องแห้งมีความชื้นไม่เกิน 18% ไม่มีมอดหรือแมลงอื่นทำลาย

ลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อสีทอง แบ่งคุณภาพออกตามสีและลักษณะเนื้อลำไย และขนาดเป็นเกรด A และเกรดคละ

เกรด A หมายถึง ลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อที่ทำจากลำไยร่วงคัดหรือเกรด A , B นำมาคว้านเอาเฉพาะเนื้อผ่านการแช่สารละลายโปแตสเซียมเมตาไบซัลไฟท์ และอบจนความชื้นไม่เกิน 18% เนื้อ ลำไยเกรด A มีสีเหลืองทอง มีขนาดผลสม่ำเสมอไม่ขาด ไม่มีสิ่งเจือปน ใช้บริโภคได้ทันทีเหมือนผลไม้แห้งอื่น ๆ

เกรดคละ หมายถึง ลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อที่ทำจากลำไยร่วงมากว่าคว้านเอาเฉพาะเนื้อ แช่สารละลายโปแตสเซียมเมตาไบซัลไฟท์ นำไปอบจนแห้ง และความชื้นไม่เกิน 18% เนื้อลำไยเกรดคละมีสีทอง แต่ขนาดผลไม่สม่ำเสมอ มีรอยฉีกขาดบางเล็กน้อย ไม่มีสิ่งเจือปน ใช้บริโภคได้ทันทีเหมือนผลไม้แห้งอื่น ๆ

ลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อสีน้ำตาล แบ่งคุณภาพตามสีและลักษณะเนื้อของลำไย เป็น

เกรดคัด หมายถึง ลำไยอบแห้งเนื้อที่ทำการแกะเนื้อลำไยจากลำไยอบแห้งทั้งเปลือกที่เกือบแห้งและนำมาตากหรืออบจนแห้ง ลักษณะลำไยจะมีสีน้ำตาลทอง และน้ำตาลแดงมีลักษณะยังเป็นผล ความชื้นไม่เกิน 18% ใช้ทำน้ำลำไยหรือส่วนผสมของชาจีน

เกรดรวม หมายถึง ลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อที่ทำการแกะเนื้อลำไยจากลำไยอบแห้งทั้งเปลือกลักษณะเนื้อเป็นสีน้ำตาลแดงและน้ำตาลดำ ผลไม่สมบูรณ์ มีสิ่งเจือปนเล็กน้อย ใช้ทำน้ำลำไยหรือส่วนผสมชาจีน

ข้อสังเกต สำหรับการคัดเกรดลำไยอบแห้งก็คือ ลำไยอบแห้งทั้งเปลือกนั้นการคัดเกรดกระทำโดยการใช้เครื่องคัดเกรดตามขนาดของผลลำไย ทำให้การคัดเกรดมีความถูกต้อง เทียงตรงเป็นที่ยอมรับทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ส่วนการคัดเกรดลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อนั้น ยังไม่มีเครื่องมือแยกแยะสีและลักษณะของเนื้อลำไยที่ได้ความถูกต้องแม่นยำเลย การคัดเกรดแยกแยะกันด้วยสายตาผู้รับซื้อและด้วยเหตุผลที่ตลาดลำไยอบแห้งเป็นตลาดของผู้ซื้อ ผู้ซื้อจึงมีโอกาสเอารัดเอาเปรียบผู้ขาย โดยเฉพาะผู้ผลิตรายย่อยในเรื่องของเกรดลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อได้มาก

ในด้านการบรรจุภัณฑ์ของลำไยอบแห้งทั้งเปลือกและเฉพาะเนื้อจะมีความแตกต่างกัน บรรจุภัณฑ์ลำไยอบแห้งทั้งเปลือกจะบรรจุในถุงพลาสติกขนาด 15 และ 20 กิโลกรัม แล้วบรรจุลงในกล่องกระดาษอีกชั้นหนึ่ง ซึ่งกล่องกระดาษอาจมีตราของผู้ส่งออกแต่ละรายด้วย ส่วนการบรรจุภัณฑ์ของลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อจะบรรจุในถุงพลาสติกขนาด 20 กิโลกรัม แล้วบรรจุลงในปี๊บแล้วจึงบรรจุลงในกล่องกระดาษอีกชั้นหนึ่ง แต่ถ้าหากเป็นการบรรจุเพื่อจำหน่ายปลีกตลาดในประเทศ จะบรรจุในถุงพลาสติกขนาด 250 – 500 กรัม/ถุง หรือบรรจุในกล่องพลาสติก ขนาด 250 – 500 กรัม ซึ่งจะมีการคัดตราชื้อของผู้ผลิตไว้ที่ข้างกล่องด้วย

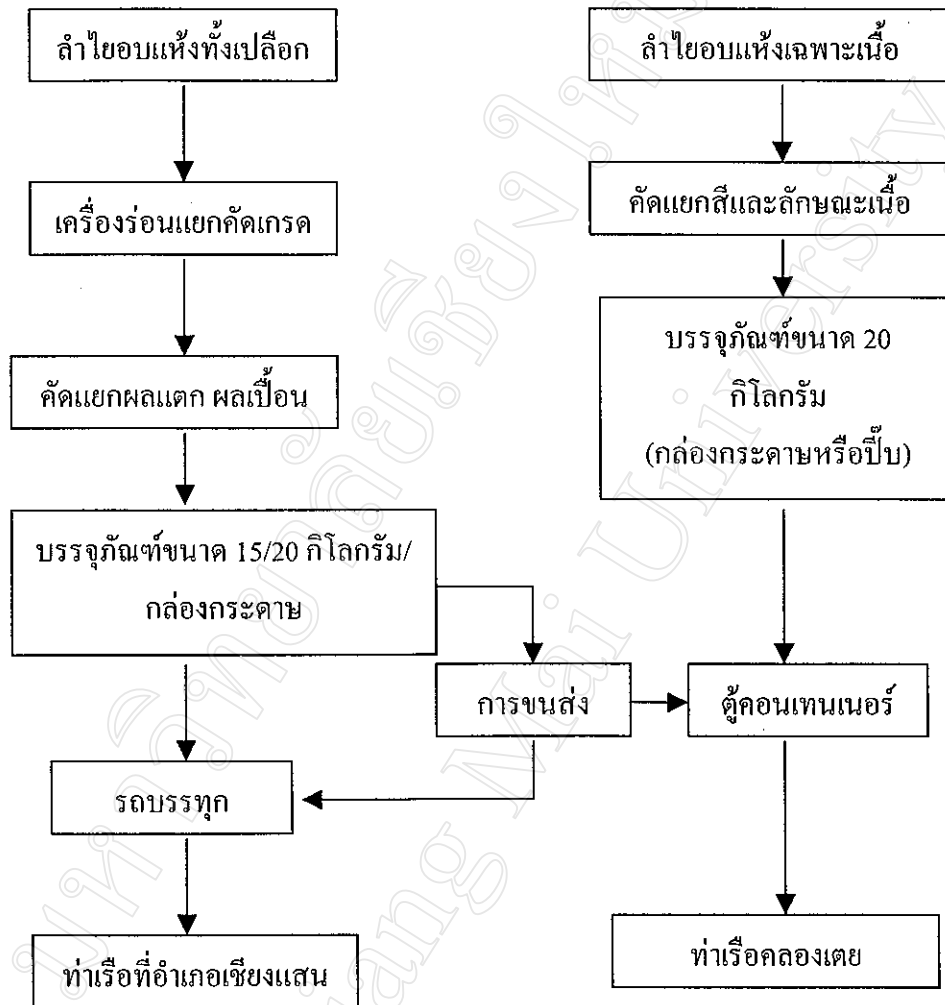
### 3.3.3 การเก็บรักษาและการขนส่ง

ผู้ประกอบการค้ามักไม่มีการเก็บรักษาผลผลิตก่อนจำหน่าย เนื่องจากตลาดลำไยอบแห้งมีระยะเวลาที่สั้น ผู้ประกอบการค้ารวบรวมผลผลิตได้ก็มักจะขายออกไปทันที การเก็บรักษาจะเป็นการเก็บเพียงระยะ เวลาสั้น ๆ โดยการคัดเกรดแล้วบรรจุในถุงพลาสติกแล้วบรรจุในกล่องกระดาษ ขนาด 15–20 กิโลกรัมวางซ้อนกันในโกดังที่มีฉนวน ซึ่งถ้าหากเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ ทั้งรวบรวมและส่งออกเมื่อระยะเวลาผ่านไปจะเก็บผลผลิตลำไยอบแห้งไว้ในห้องเย็นในอุณหภูมิประมาณ 6–9 °C ซึ่งสามารถที่จะเก็บรักษาผลผลิตลำไยอบแห้งได้เป็นระยะเวลานานเป็นปี ๆ ได้

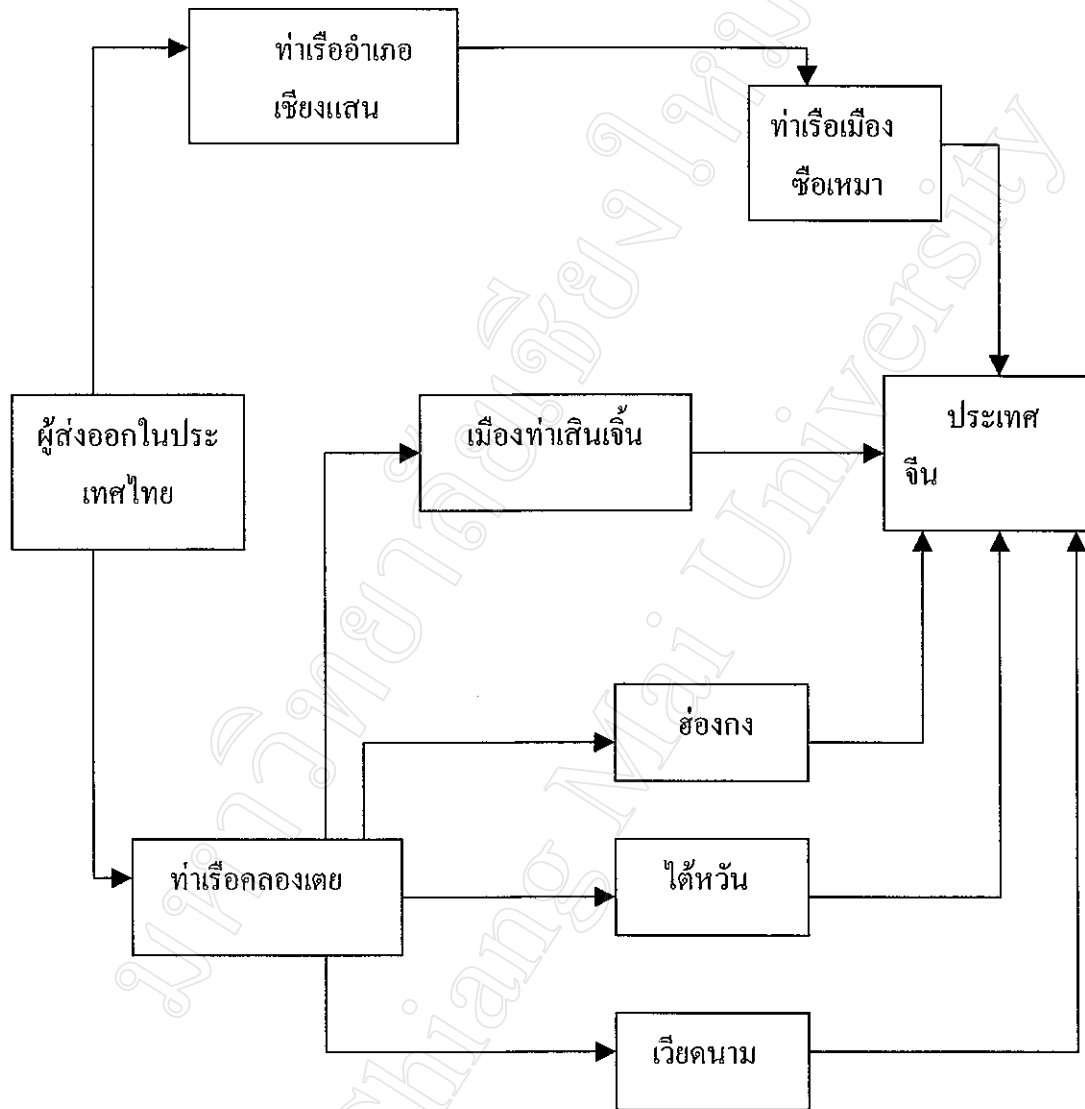
ส่วนลำไยอบแห้งเฉพาะเมื่อผู้รวบรวมและผู้ผลิตไม่นิยมเก็บไว้นาน เนื่องจากจะทำให้สีของลำไยเปลี่ยนไป เมื่อนานขึ้นโดยสีของเนื้อลำไยจะเปลี่ยนจากสีทองเป็นสีน้ำตาลเข้มภายในระยะเวลาประมาณ 30 วันซึ่งทำให้ผู้ค้าไม่มีการเก็บผลผลิตไว้เลยจะทำการผลิตรวบรวมแล้วส่งไปจำหน่ายยังตลาดของผู้บริโภค อย่างรวดเร็ว

ในส่วนของการขนส่งผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะต้องทำการขนส่งสินค้าให้แก่ผู้นำเข้าจากต่างประเทศ โดยการจัดหาพาหนะขนส่ง การบรรจุหีบห่อ ให้กับผู้นำเข้าจากต่างประเทศ โดยผู้นำเข้าจากต่างประเทศเป็นผู้รับภาระค่าขนส่งทั้งหมด ซึ่งการขนส่งผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งเพื่อส่งออกไปยัง ประเทศจีน ในปี 2543 มีการขนส่งไปยังตลาดต่างประเทศผ่านช่องทาง 5 ช่องทาง คือ

- 1) เส้นทางที่นำเข้ามาโดยผ่านท่าเรือที่อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย โดยต้องตามแม่น้ำโขงผ่าน ประเทศลาว พม่า และไปขึ้นที่เมืองท่าซือเหมา ของประเทศจีน
- 2) เส้นทางผ่านท่าเรือคลองเตย แหลมฉบัง แล้วไปขึ้นที่เมืองท่าเถินเจิน ของประเทศจีน
- 3) เส้นทางผ่านท่าเรือคลองเตย แหลมฉบัง แล้วไปขึ้นที่ฮ่องกง แล้วต่อไปยังประเทศจีนอีกทอดหนึ่ง
- 4) เส้นทางผ่านท่าเรือคลองเตย แหลมฉบัง แล้วไปขึ้นที่ประเทศไต้หวันและจะถูกส่งต่อไปยังประเทศจีนอีกทอดหนึ่ง
- 5) เส้นทางผ่านท่าเรือคลองเตย แหลมฉบัง แล้วไปขึ้นที่ประเทศเวียดนามแล้วส่งต่อไปยังประเทศจีนอีกทอดหนึ่ง



รูปภาพที่ 13 แสดงขั้นตอนการเตรียมการในการส่งออกลำไยอบแห้ง



รูปที่ 14 ช่องทางการเคลื่อนย้ายลำไยอบแห้งจากประเทศไทยไปประเทศจีน

### 3.3.4 มาตรการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมแปรรูปลำไยอบแห้ง

#### 1) มาตรการควบคุมการนำเข้าและการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์

มาตรการควบคุมการนำเข้าลำไยอบแห้งมีการควบคุมการนำเข้าลำไยอบแห้งตามประกาศของกระทรวงพาณิชย์เรื่องการนำเข้าสินค้าเข้ามาในราชอาณาจักร พ.ศ. 2525 ในลำไยอบแห้งเป็นสินค้าที่ต้องขออนุญาตก่อนในการนำเข้า และมีการกำหนดอัตราภาษีการนำเข้าในอัตราร้อยละ 60 ของราคานำเข้า และแก้ไขตามข้อตกลงโดยลดอัตราภาษีเหลือขั้นสูงไม่เกินร้อยละ 30

มาตรการควบคุมการส่งออกลำไยอบแห้งนั้น ไม่มีมาตรการในการควบคุมการส่งออกแต่อย่างใด

#### 2) มาตรการการนำเข้าลำไยในต่างประเทศ

มาตรการนำเข้าลำไยในต่างประเทศ แยกออกเป็น 2 มาตรการ คือ

มาตรการด้านภาษี (ภาษีนำเข้า) และมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี โดยทั้งสองมาตรการจะแตกต่างกันตาม ประเภทผู้นำเข้า ดังนี้

มาตรการด้านภาษีนำเข้าลำไยอบแห้ง ประเทศฮ่องกง สิงคโปร์ ออสเตรเลีย แคนาดา สหรัฐอเมริกา ไม่เก็บภาษีนำเข้า ส่วนประเทศมาเลเซีย คิดอัตราร้อยละ 5 เกาหลีใต้ ร้อยละ 47 อินโดนีเซียร้อยละ 25

ในส่วนมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี ต้องมีใบอนุญาตจากส่วนงานของรัฐแต่ละประเทศ ซึ่งประเทศเกาหลีและออสเตรเลีย ห้ามนำเข้าลำไยสด และโดยมากต้องตรวจสอบสารตกค้างในลำไยที่จะนำเข้าและต้องติดฉลาก บรรจุหีบห่อให้ถูกต้อง และไม่อนุญาตให้มีสารตกค้าง  $SO_2$  บนเปลือกและเนื้อลำไย ส่วนประเทศสหรัฐและแคนาดา ต้องได้รับใบอนุญาตจากกระทรวงเกษตรของแต่ละประเทศก่อนการนำเข้า โดยเฉพาะสหรัฐไม่อนุญาตให้นำเข้าลำไยสด(รายละเอียดตารางที่ 7 )

ตารางที่ 8 มาตรการนำเข้าลำไยในต่างประเทศ ปี 2541

ประเทศ	มาตรการด้านภาษี (ภาษีนำเข้า)			มาตรการที่ไม่ใช่ภาษี
	ลำไยสด	ลำไยอบแห้ง	ลำไยกระป๋อง	
ฮ่องกง	ไม่เก็บ	ไม่เก็บ	ไม่เก็บ	- อนุญาตให้มีสาร SO <sub>2</sub> ตกค้างไม่เกิน 350 ppm.
สิงคโปร์	ไม่เก็บภาษีนำเข้าแต่เก็บภาษีสินค้าและบริการร้อยละ 3 ของมูลค่านำเข้า	ไม่เก็บ	ไม่เก็บ	- อนุญาตให้มีสาร SO <sub>2</sub> ตกค้างบนเปลือกได้ไม่เกิน 200 – 300 ppm. สำหรับเนื้อลำไยจะมีสาร SO <sub>2</sub> ตกค้างไม่ได้
มาเลเซีย	ค่าสินค้าและต้นละ 6,614 บาทที่มีไซส์สมาชิกอาเซียน อีกร้อยละ 5	ร้อยละ 5	ร้อยละ 20	- ไม่อนุญาตให้มีสาร SO <sub>2</sub> ตกค้างบนเปลือกและเนื้อลำไย - ขอบอนุญาตนำเข้าและต้องปิดป้ายหรือฉลากบนหีบห่อสินค้าตามกฎระเบียบที่มาเลเซียกำหนด
เกาหลี	ร้อยละ 47	ร้อยละ 47	ร้อยละ 47	- ห้ามนำเข้าลำไยสด - นำเข้าลำไยแห้งต้องมีใบอนุญาตจากกระทรวงสาธารณสุขและสวัสดิการของเกาหลีและหนังสือรับรองจากสมาคมผู้ค้าเกชชกัณฑ์เกาหลี
อินโดนีเซีย	ร้อยละ 25	ร้อยละ 25	ร้อยละ 25	- ไม่มี
ไต้หวัน	ร้อยละ 10	ร้อยละ 30	ร้อยละ 10	- ลำไยสดและแห้ง นำเข้าต้องขออนุญาตสภาเกษตรกรไต้หวัน
ออสเตรเลีย	ไม่เก็บ	ไม่เก็บ	ร้อยละ 21.2	- ไม่อนุญาตนำเข้าลำไยสด
แคนาดา	ไม่เก็บ	ไม่เก็บ	ร้อยละ 8.60	ผล ไม้สด - การตรวจตัวอย่างสินค้าโดยกระทรวงสาธารณสุขแคนาดา เพื่อหาสารพิษตกค้างจากการใช้ยาฆ่าแมลงและโรคพืช - การตรวจสินค้าโดยกระทรวงเกษตร เพื่อหาโรค แมลงผลไม้ - ผู้นำเข้าจะต้องมีใบอนุญาตจากกระทรวงเกษตรของแคนาดา

ประเทศ	มาตรการด้านภาษี (ภาษีนำเข้า)			มาตรการที่ไม่ใช่ภาษี
	ลำไยสด	ลำไยอบแห้ง	ลำไย กระป๋อง	
แคนาดา (ต่อ)				<p>ผลไม้แช่แข็ง กระป๋องและแปรรูป ภายใต้ Food and drugs Act and Regulation มีมาตรการต่าง ๆ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กำหนดให้ส่งตัวอย่างสินค้าเพื่อตรวจสอบ Food additives และส่วนผสมอื่น ๆ ที่ไม่อนุญาต</li> <li>- ป้ายฉลากและขนาดของภาษาที่บรรจุจะต้องเป็นไปตามที่กำหนด โดยต้องได้รับอนุมัติจาก Consumer and Corporate Affair Canada ก่อนนำเข้า</li> <li>- ป้ายฉลากสินค้าจะต้องมี 2 ภาษา คือ อังกฤษและฝรั่งเศส และมีรายละเอียดตามที่กำหนด โดยต้องได้รับอนุมัติจากกระทรวงเกษตรก่อน</li> </ul>
สหรัฐอเมริกา	ไม่เก็บ	ไม่เก็บ	ร้อยละ 2.44	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่อนุญาตให้นำเข้าลำไยสด</li> <li>- ลำไยแห้งและกระป๋องนำเข้าได้แต่ต้องเป็นไปตามกฤษฎีการณามัยของกระทรวงสาธารณสุข (UAFDA) และกระทรวงเกษตร (USDA)</li> </ul>
จีน	ร้อยละ 5 (MFN) ร้อยละ 80 (ทั่วไป)	ร้อยละ 48 (MFN) ร้อยละ 70 (ทั่วไป)	ร้อยละ 4-5 (MFN) ร้อยละ 80 (ทั่วไป)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ต้องมีใบรับรองพืชและแมลงและผ่านการตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่ของรัฐ</li> </ul>

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

หมายเหตุ : MFN : Most Favored Nation.

### 3) มาตรการส่งเสริมการตลาดลำไย

รัฐบาลได้มีมาตรการส่งเสริมการแปรรูปลำไยอบแห้ง เพื่อเป็นตลาดรองรับลำไยคุณภาพต่ำ โดยผ่านกรมการค้าภายในและกรมส่งเสริมการส่งออก ร่วมกับคณะเกษตรศาสตร์และคณะ



วิศวกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในปี 2539 ได้จัดการฝึกอบรมเกษตรกรในแหล่งการผลิต จังหวัดเชียงใหม่ ถ้าพูด ด้วยการสาธิตกระบวนการผลิตลำไยอบแห้งเพื่อให้ความรู้แก่เกษตรกร และผู้ประกอบการธุรกิจลำไย โดยการทำในรูปแบบสื่อในวิดีโอเทปเผยแพร่ เอกสารแผ่นพับการประชาสัมพันธ์ผ่านทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ พร้อมการสาธิตขั้นตอนต่าง ๆ ในการทำลำไยอบแห้ง และอีกส่วนหนึ่งได้ดำเนินโครงการผ่านคณะกรรมการนโยบายและมาตรการช่วยเหลือเกษตรกร (คชก.) ได้อนุมัติเงินทุนหมุนเวียนให้แก่กรมส่งเสริมสหกรณ์ กรมส่งเสริมการเกษตร เพื่อเป็นทุนในการจัดหาเตาอบลำไย วัสดุคืบในการอบลำไย และผ่านทางกระทรวงพาณิชย์ ช่วยเหลือโรงงานแปรรูป หรือช่วยอุดหนุนผลผลิตของลำไยสดที่มีปริมาณเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้รัฐบาลยังมีมาตรการส่งเสริมการจำหน่ายลำไยแปรรูปในด้านต่างประเทศ โดยการจัดแสดงงานสินค้าอาหารสำเร็จรูปในประเทศลูกค้าที่สำคัญ และร่วมมือกับห้างสรรพสินค้าในฮ่องกงและญี่ปุ่นเพื่อแนะนำลำไยอบแห้งแก่ผู้บริโภคในประเทศดังกล่าว

### 3.4 ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมแปรรูปลำไยอบแห้ง

ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมแปรรูปลำไยอบแห้งนั้น สามารถแยกปัญหาออกเป็น 3 ระดับ ตั้งแต่เริ่มขบวนการผลิตลำไย ขบวนการแปรรูป และด้านการตลาด ซึ่งพอสรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้

#### 3.4.1 ปัญหาระดับเกษตรกรผู้ผลิตลำไยสด

ปัญหาและอุปสรรคในระดับเกษตรกรผู้ผลิต ซึ่งเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบเพื่อป้อนขบวนการแปรรูปลำไยอบแห้งนั้น พบปัญหาดังนี้

1) ผลผลิตในแต่ละปีไม่แน่นอน เป็นธรรมชาติของลำไยที่จะให้ผลผลิตปีเว้นปี หากเกษตรกรไม่เอาใจใส่ดูแลอย่างจริงจัง ทำให้ราคาของลำไยสดในแต่ละปีเคลื่อนไหวแตกต่างกันมาก ซึ่งมีผลต่อการจัดการในส่วนของเกษตรกร คือ ตลาดคะแนนหรือวางแผนการผลิต การเก็บเกี่ยวล่วงหน้าไม่ได้เลย และผลกระทบเช่นเดียวกันนี้จะมีต่อผู้แปรรูปลำไยด้วย คือไม่สามารถกำหนดผลิตภัณฑ์แปรรูปลำไยและวางแผนการแปรรูปดังกล่าวล่วงหน้าอย่างสม่ำเสมอได้

2) โรคระบาดของลำไยที่ยังแก้ไขไม่ได้ เช่น โรคหงอย โรคไส้ดำ โรคกระจุกไม้กวาด ซึ่งมีผลโดยตรงต่อรายได้ของเกษตรกร

3) ผลผลิตต่อไร่ต่ำ เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นสวนขนาดเล็ก เฉลี่ยประมาณ 2.18 ไร่ต่อครอบครัว และปลูกลำไยพันธุ์ต่าง ๆ ปะปนกันไป ดังนั้น การดูแลรักษาจึงขึ้นอยู่กับฐานะทางเศรษฐกิจของเกษตรกรเองเป็นสำคัญ

4) ผลผลิตเข้าสู่ตลาดในเวลาเดียวกัน คือ ลำไยพันธุ์แก้ว เบี้ยวเขียวและชมพู จะเข้าสู่ตลาดในช่วงเดือนกรกฎาคมถึงสิงหาคม ทำให้ยากต่อการจัดการตลาดทั้งระดับเกษตรกรเจ้าของสวนและระดับเกษตรกรผู้แปรรูปหรือโรงงานแปรรูปลำไยก่อนที่ลำไยจะเน่าเสีย

### 3.4.2 ปัญหาระดับการแปรรูปลำไย

ในขั้นตอนการแปรรูปลำไย เกษตรกรผู้แปรรูปลำไยอบแห้ง มักประสบปัญหาในกระบวนการแปรรูป พอสรุปได้ดังนี้

1) วิธีการผลิตหรือเทคโนโลยีการแปรรูปลำไยยังไม่มีมาตรฐานที่แน่นอน เท่าที่ผ่านมาผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่สนใจเริ่มทำลำไยอบแห้งจากประสบการณ์ที่บอกต่อกัน และจากการทดลองทำเองในขนาดเล็กมาก่อนแล้วจึงขยายกิจการแปรรูปให้มากขึ้นและปรับปรุงวิธีการผลิตไปพร้อม ๆ กันด้วย เช่น การทำลำไยอบแห้งด้วยเตาอบเช่นเดียวกับเตาอบมโหฬารที่ใช้ฟืน เตากระบะจากต่างประเทศและที่ทำขึ้นเองที่ใช้น้ำมันโซล่าหรือแก๊ส และเตาตู้ที่ใช้แก๊สซึ่งเป็นวิธีการ ผลิตที่ให้ลำไยอบแห้งคุณภาพดีมาก แต่ราคาตู้อบที่ใช้แก๊สนี้ ยังมีราคาสูงเกินกว่าผู้ประกอบการโดยทั่วไปจะนำมาใช้ได้ คือ ในการแปรรูปลำไยอบแห้งผู้ประกอบการจะดัดแปลงแก้ไขเตาอบ เตากระบะที่ใช้อบลำไยเอาตามประสบการณ์ ซึ่งแตกต่างกันไปในรายละเอียดของวิธีการผลิตและผลผลิตลำไยแห้งที่ได้

2) เงินทุนและการสนับสนุนไม่เพียงพอ ผู้ประกอบการลำไยอบแห้งส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรเป็นผู้รวบรวมหรือรับซื้อลำไยอบแห้งท้องถิ่น เงินทุนที่ใช้หมุนเวียนได้จากการขายลำไยอบแห้งแล้วนำมารับซื้อลำไยอบแห้งจากเตาอื่นหมุนเวียนกันไป ผู้ประกอบการไม่สามารถจะเก็บลำไยอบแห้งเพื่อการต่อรองราคาขายได้เลย เพราะขาดเงินทุนหมุนเวียนดังกล่าว ถึงแม้รัฐบาลจะจัดตั้งคณะกรรมการนโยบายและมาตรการช่วยเหลือเกษตรกร (คชก.) ซึ่งมีบทบาทสนับสนุนการแปรรูปลำไย อบแห้งแล้วก็ตาม แต่ความช่วยเหลือดังกล่าวถูกจำกัดด้วยกฎระเบียบและความล่าช้าของระบบ ราชการเอง คือ เงินทุนช่วยเหลือของคชก.มาไม่ทันกับความต้องการของผู้ประกอบการ

3) แรงงานหายากและมีค่าจ้างสูง ทั้งนี้เป็นผลมาจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจของเมือง ทำให้มีการเคลื่อนย้ายแรงงานจากภาคเกษตรเข้าสู่ธุรกิจนอกภาคเกษตรมากขึ้น การขาดแคลนแรงงานดังกล่าวเกิดขึ้นตั้งแต่ระดับการแปรรูปลำไยอบแห้ง จะเห็นได้ว่า จะมีการว่าจ้างแรงงานชาวเขาและแรงงานต่างชาติเข้ามาทดแทนเพื่อแก้ปัญหาและลดต้นทุนการผลิต

### 3.4.3 ปัญหาระดับการตลาด

ปัญหาของอุตสาหกรรมแปรรูปลำไยในระดับตลาด ซึ่งเป็นปัญหาที่ต่อเนื่องมาจากระดับเกษตรกรผู้ผลิตลำไยสด ปัญหาระดับการแปรรูป และปัญหาในด้านการส่งออก ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

1) การขาดแคลนห้องเย็นในการเก็บรักษา ผลผลิตลำไยที่เข้าสู่ตลาดในช่วงเวลาเดียวกันทำให้ยากแก่การจัดการทางการตลาดและการแปรรูปก่อนลำไยจะเน่า ดังนั้น ถ้าสามารถยืดอายุการเก็บรักษาลำไยสดโดยการเก็บไว้ในห้องเย็นได้จะทำให้การจัดการทางการตลาดทำได้ง่ายขึ้น

2) การขาดอำนาจต่อรองเรื่องราคาของผู้ผลิตรายย่อยที่มีเงินทุนหมุนเวียนจำกัด เนื่องจากการขาดเงินหมุนเวียนทำให้ผู้ผลิตรายย่อยต้องรีบขายลำไยอบแห้งที่ผลิตได้ เพื่อนำมาซื้อลำไยสดสำหรับอบแห้งในรอบต่อไป ทำให้ขาดอำนาจต่อรองเรื่องราคา

3) คุณภาพของผลผลิตไม่มีมาตรฐานที่แน่นอน เนื่องมาจากในปัจจุบันยังไม่มีข้อกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ลำไยแปรรูปที่ชัดเจน มาตรฐานที่ใช้กันอยู่เป็นมาตรฐานตามความต้องการของประเทศผู้ซื้อเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งยังไม่เป็นที่ยอมรับในระดับสากลทำให้เป็นอุปสรรคต่อการค้าระหว่างประเทศ