

บทที่ 6

สรุปและข้อเสนอแนะ

การนำเข้าลำไยสดจากประเทศไทยในอำเภอซือเหมาเมืองผู้เออร์ มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อทราบสถานการณ์การนำเข้าและการบริโภค ลำไยสดของสาธารณรัฐประชาชนจีน ขั้นตอนการส่งออกลำไยสดของประเทศไทยและขั้นตอนการนำเข้าลำไยสดของสาธารณรัฐประชาชนจีน และทัศนคติของผู้บริโภคและผู้ขายลำไยสดในอำเภอซือเหมาเมืองผู้เออร์ มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีนที่มีต่อลำไยสดของประเทศไทย

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย ข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ ข้อมูลปฐมภูมิได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคลำไยสดของไทย 100 ตัวอย่างและผู้ขายลำไยสดของไทย 13 ตัวอย่างในอำเภอซือเหมา โดยสอบถามข้อมูลจากผู้บริโภคลำไยสด 3 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค ทัศนคติของผู้บริโภคอำเภอซือเหมาต่อลำไยสดของไทย และปัญหาและข้อเสนอแนะ สำหรับผู้ขายลำไยสดของไทยในอำเภอซือเหมาสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามแบบคำถามเปิด (Open-Ended Questions) ส่วนข้อมูลทุติยภูมิเป็นข้อมูลเกี่ยวข้องกับกรนำเข้าและการบริโภคลำไยสดของ ประเทศจีน ขั้นตอนการส่งออกลำไยสดของประเทศไทยและขั้นตอนการนำเข้าลำไยสดของ ประเทศจีน ซึ่งค้นคว้า รวบรวม จากวารสาร บทความ งานวิจัย รายงาน เอกสารของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ประมวลความรู้เบื้องต้นและใช้เป็นพื้นฐานในการออกแบบการศึกษา ข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) และการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าไคสแควร์ (Chi-Square) ซึ่งสามารถสรุปการศึกษาและมีข้อเสนอแนะในการศึกษาได้ดังนี้

6.1 สรุปการศึกษา

ผลการศึกษาด้านสถานการณ์การนำเข้าและการบริโภคลำไยสดของสาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 ถึงปี พ.ศ. 2553 ประเทศจีนมีปริมาณและมูลค่าการนำเข้าลำไยสดจากไทยเพิ่มมากขึ้น ขณะที่ราคา (FOB) ต่อหน่วยของลำไยสดไทยส่งออกไปจีนมีความผันแปรอยู่ในช่วง 14-18 บาทต่อกิโลกรัม แต่มีแนวโน้มลดต่ำลง อันเนื่องมาจากมาตรการภาษีกลุ่มประเทศอาเซียนเดิมและจีน อัตราภาษีศุลกากรนำเข้าที่ประเทศจีนกำหนดใช้สำหรับลำไยสดของไทย คือ

อัตราร้อยละ 18 จากราคานำเข้า โดยมีสูตรการลดภาษีสำหรับอาเซียนเดิม 6 ประเทศและจีนสำหรับ
ลำไยสด จะมีอัตราภาษีเท่ากับร้อยละ 10 ร้อยละ 5 และร้อยละ 0 ในปี พ.ศ.2547 2548 และ 2549

ผลการศึกษาด้านขั้นตอนการส่งออกลำไยสดของประเทศไทยและขั้นตอนการนำเข้าลำ
ไยสดของสาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่า ขั้นตอนการส่งออกลำไยสดไทยทั้งหมดมี 5 ขั้นตอน
ได้แก่ ยื่นความจำนองขอเป็นผู้ส่งออกลำไยรับรองปลอดโรคพืช สารตกค้าง หรือแมลง ผู้ส่งออกขอ
ใบรับรองด้วย ขอนหนังสือรับรองคุณภาพอาหาร หรือผลิตผลเกษตรเพื่อการส่งออกผ่านพิธีการทาง
ศุลกากร ภายหลังการส่งออก รายงานการส่งออกที่ศูนย์ผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรเพื่อการส่งออกทราบ
ภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันที่ส่งออกแต่ละครั้ง และขั้นตอนการนำเข้าของจีนมี ผู้นำเข้ายื่นขอ
ใบรับรองการนำเข้า ดำเนินพิธีการศุลกากรเพื่อประเมินภาษีมูลค่าเพิ่ม ตรวจสอบคุณภาพสินค้า
สำหรับเส้นทางทางขนส่งเพื่อการส่งออกลำไยสดทางด้านศุลกากรจากภาคเหนือตอนบนของไทย
ไปยังอำเภอซือเหมา เมืองผู้เออร์ มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน ในปัจจุบันประกอบด้วย
เส้นทางทางแม่น้ำโขง กับเส้นทางถนน R3A จากการพิจารณาขนาดของเรือและฤดูน้ำ พบว่าเรือ
ขนาดใหญ่ในช่วงฤดูน้ำมากจะมีค่าขนส่งต่อหน่วยลูกที่สุด

ผลการศึกษาด้านข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้บริโภคลำไยสดของประเทศไทยในอำเภอ
ซือเหมา เมืองผู้เออร์ มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่า ในกลุ่มผู้บริโภคตัวอย่าง
ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 60.00 มีอายุในช่วงอายุ 31-40 ปีมาก
ที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.00 ทางด้านการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้บริโภคตัวอย่างมีการศึกษาปริญญาตรี
หรือเทียบเท่ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.00 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 69.00
สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 89.00 สมาชิกคนอื่นในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกัน 1-3 คน ด้าน
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่าอยู่ในช่วง 2,001-3,000 หยวน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.00 ค่าใช้จ่าย
เฉลี่ยต่อเดือนในการบริโภคผลไม้ 101-200 หยวน คิดเป็นร้อยละ 69.00

ผลการศึกษาด้านทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอซือเหมา เมืองผู้เออร์ มณฑลยูนนาน
สาธารณรัฐประชาชนจีนต่อลำไยสดของประเทศไทย พบว่า ในด้านความรู้ความเข้าใจ ผู้บริโภคส่วนใหญ่
ทราบที่มาของลำไยสดคิดเป็นร้อยละ 96.00 และเคยซื้อลำไยสดที่นำเข้าจากประเทศไทยคิด
เป็นร้อยละ 84.00 ผู้บริโภคมากกว่าร้อยละ 50.00 รู้จักคุณประโยชน์ของลำไยสดมีบำรุงโลหิต แก่
นอนไม่หลับ จี๋ลิ้ม ใจสัน และบำรุงหัวใจและร่างกาย โดยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 50.00) รู้จักชนิดของ
ผลไม้มาจากประเทศไทยมี ลำไยสด มังคุด มะม่วง ทูเรียน แก้วมังกร ในด้านความคิดเห็น ส่วน
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องปลอดภัยจากสารอันตรายมากที่สุด
รองลงมาคือ รสชาติ กับเนื้อหนาสดใหม่และเมล็ดเล็ก ตามลำดับ ผู้บริโภคทั้งเพศชายกับเพศหญิงต่าง

ให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยจากสารอันตรายมากที่สุด แต่ผู้บริโภคเพศชายให้ความสำคัญกับลักษณะภายนอกมากกว่าขนาดของผล ในขณะที่ผู้บริโภคเพศหญิงให้ความสำคัญกับขนาดของผลมากกว่าลักษณะภายนอก ในปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายกับเพศหญิงให้ความสำคัญเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพมากที่สุด รองลงมาคือ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน กับราคาถูก ตามลำดับ ในปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายกับเพศหญิงให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกของสถานที่ซื้อมากที่สุด รองลงมาคือ ความง่ายในการหาสถานที่ซื้อ กับความสะดวกของสถานที่ซื้อตามลำดับ ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่อง มีป้ายแสดงว่าลำไยมาจากประเทศไทยมากที่สุด รองลงมาคือ ให้ทดลองชิมกับ การโฆษณา ตามลำดับ แต่ผู้บริโภคเพศชายให้ความสำคัญเรื่องการจัดจูงจากผู้ขายมากที่สุด ในขณะที่เพศหญิงให้ความสำคัญเรื่องให้ทดลองชิมมากที่สุด

ผลการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลำไยสดของไทย จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไป จะให้ความสนใจเรื่องความปลอดภัยมากกว่ารสชาติ ยกเว้นผู้บริโภคที่มีอายุไม่เกิน 20 ปีที่ให้ความสนใจด้านรสชาติมากกว่าความปลอดภัยจากสารอันตราย ในด้านราคาผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคแต่ละช่วงอายุให้ความสำคัญเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพมากที่สุด รองลงมาคือ การมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจนและ ราคาถูก ตามลำดับ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคแต่ละช่วงอายุให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกของสถานที่ซื้อมากที่สุด รองลงมาคือ ความง่ายในการหาสถานที่ซื้อ และความสะดวกของสถานที่ซื้อ ตามลำดับ ในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ ไม่เกิน 20 ปี 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญเรื่องมีป้ายแสดงว่าลำไยมาจากประเทศไทยมากที่สุด ผู้บริโภคที่ช่วงอายุอื่น ๆ จะให้ความสำคัญในปัจจัยที่แตกต่างกัน

ผลการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยด้านตัวผลิตภัณฑ์ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อลำไยสดของไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยจากสารอันตรายมากที่สุดและให้คะแนนค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ หีบห่อบรรจุผลิตภัณฑ์ ในด้านราคาผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันให้ความสำคัญเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพมากที่สุด รองลงมาคือ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน และ ราคาถูก ตามลำดับ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกของสถานที่ซื้อมากที่สุด รองลงมาคือ ความง่ายในการหาสถานที่ซื้อ และความสะดวกของสถานที่ซื้อ ตามลำดับ ในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคทุกระดับรายได้

ยกเว้น 4,001-5,000 หยวน ให้ความสำคัญเรื่อง การให้ทดลองชิมอยู่ในระดับมาก ส่วนการมีป้ายแสดงว่าลำไยมาจากประเทศไทยนั้น ผู้บริโภคที่ทุกช่วงระดับรายได้ให้ความสำคัญต่อบ้างจึ่งดังกล่าวอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด มีเพียงช่วงระดับรายได้ 1,001-2,000 หยวนเท่านั้นที่ให้ระดับความสำคัญเพียงแค่ปานกลางและผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่า 1,000 หยวน ให้ความสำคัญเรื่อง การลด แลก แจก แถม มาก ผู้บริโภคส่วนใหญ่ (ร้อยละ 74.00) รู้สึกว่าลำไยสดที่นำเข้าจากประเทศไทยราคาค่อนข้างแพง สำหรับความคิดต่อผลไม้ที่มาจากประเทศไทย ผู้บริโภคมีจำนวนมากที่สุด รู้สึกว่ามีชนิดหลากหลาย รองลงมาคือ ราคาค่อนข้างสูง รสชาติดี อร่อย และคุณภาพค่อนข้างดีตามลำดับ

ผลการศึกษาด้านการแสดงออกพบว่า สำหรับผลไม้ที่ผู้ตอบแบบสอบถามบริโภคบ่อย ๆ ที่สุดคือแอปเปิ้ล รองลงมาคือ สาลี่ กล้วย แดงโม ส้ม ลำไยสด มังคุด มะม่วง ลิ้นจี่ ทูเรียน และแก้วมังกร ตามลำดับ ผลไม้มาจากต่างประเทศที่ผู้ตอบแบบสอบถามบริโภคมากที่สุดคือ ลำไยสดจากไทย รองลงมาคือ มังคุดไทย มะม่วงไทย องุ่นอเมริกา ลิ้นจี่ไทย ส้มอเมริกา ทูเรียนไทย แก้วมังกรไทย และส้มโอไทย ตามลำดับ เปรียบเทียบกับลำไยสดผลิตในประเทศจีน ผู้ตอบแบบสอบถามชอบลำไยสดนำเข้าจากไทยมากกว่าและซื้อบ่อยกว่า ส่วนมากเคยซื้อและบริโภคลำไยสดจากไทย มากกว่าร้อยละ 50.00 ซื้อมาใช้รับประทานเป็นผลไม้ รองลงมาคือ ตามฤดูกาลในขณะที่ซื้อ และทำเป็นอาหารตามลำดับ ในการตัดสินใจซื้อลำไยสดของไทย ส่วนมากตัดสินใจด้วยตนเอง ซื้อในช่วงเดือนกรกฎาคม-กันยายน สถานที่ซื้อลำไยสดของไทยมากที่สุดคือ ร้านค้าขายผลไม้ รองลงมาคือ ตลาดสด ซูเปอร์มาร์เก็ต ตามลำดับ สำหรับโอกาสที่ซื้อลำไยสดบ่อยที่สุด คือ เมื่อพบเห็น และสำหรับแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจซื้อ ส่วนมากทดลองบริโภคจริง เมื่อได้ข้อมูลจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้วจะทำการซื้อทันที จำนวนครั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อลำไยสดของไทยใน 1 ปีมากที่สุดคือ 3-5 ครั้ง รองลงมาคือ 5-10 ครั้ง ซื้อครั้งละ 1 กิโลกรัมมากที่สุด รองลงมาคือ ซื้อครั้งละ 2 กิโลกรัม ไม่เกิน 10 กิโลกรัมต่อปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากค่อนข้างพอใจต่อลำไยสดของไทย ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณซื้อลำไยสดของไทยต่อปีกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 3,000 หยวน ส่วนใหญ่มีปริมาณซื้อลำไยสดของไทยต่อปีไม่เกิน 10 กิโลกรัม ส่วนผู้ที่มีรายได้ 3,000 หยวนขึ้นไป ส่วนใหญ่มีปริมาณซื้อลำไยสดของไทยต่อปี 11-20 กิโลกรัม ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะจากผู้บริโภค พบว่า ปัญหาที่พบในการซื้อลำไยสดของไทยใหญ่ที่สุดคือ ระยะเวลาในการเก็บรักษาสั้นหรือเน่าเสียเร็ว รองลงมาคือ ราคา

ค่อนข้างแพง มีการเจือปนของสารเคมีในลำไยสดไม่ว่าจะเป็นสารเร่งทำให้ลำไยสดออกผลเร็วหรือ การพ่นสารกำจัด สารกันบูด และลำไยสดไทยไม่ค่อยสดใหม่ ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามมี ข้อเสนอแนะต่อลำไยสดของไทย ดังนี้ ร้อยละ 93.00 ให้ข้อเสนอแนะว่า พัฒนาเทคโนโลยีของการ รักษาความสดใหม่ของลำไยสดไทย มากกว่าร้อยละ 50.00 เสนอว่า ปรับลดราคาของลำไยสดของ ไทย เปิดร้านที่จำหน่ายเฉพาะลำไยสดของไทย เพื่อไม่ถูกกดโกงด้วยการปนพันธุ์ลำไยสดจีนกับ ไทย รวมไปถึงการปนขนาด ควรมีการโฆษณาลำไยสดของไทยให้แพร่หลาย เพื่อให้ผู้บริโภครู้จัก จุดเด่นของลำไยสดไทยมากขึ้น ตามลำดับ

ผลการศึกษาทัศนคติของผู้ขายในอำเภอชื่อเหมา เมืองผู้เออร์ มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐ ประชาชนจีนต่อลำไยสดของประเทศไทย พบว่า ในด้านการจัดจำหน่ายลำไยสดของไทยผู้ขายใน ตลาดชื่อเหมาส่วนใหญ่จำหน่ายลำไยสดของไทยมากกว่าสิบปี ปริมาณการขายต่อปีของผู้ขายร้าน ขายผลไม้หรือตลาดสด ซูเปอร์มาร์เก็ตและผู้ขายรายใหญ่ในตลาดขายส่ง ประมาณปีละหลายร้อย กิโลกรัมถึงหนึ่งตัน 20 ตันและ 100 ตันตามลำดับ ในตลาดชื่อเหมาไม่จำหน่ายลำไยสดจากประเทศ เวียดนาม และลำไยสดของไทยขายดีกว่าลำไยสดที่ผลิตในจีน ในด้านผลตอบแทน สำหรับผู้ขาย ร้านขายผลไม้หรือตลาดสดกำไรที่ได้จากการขายลำไยสดของไทยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 30.00 ถึง 40.00 สำหรับผู้ขายรายใหญ่ในตลาดขายส่ง กำไรที่ได้ประมาณร้อยละ 50.00 ในด้านสภาพการแข่งขัน ผู้ขายบางรายจะพยายามลดราคาขายของลำไยสดไทยให้ต่ำลง เพื่อให้ลำไยสดไทยของตนเป็นที่ นิยมนำคิงคุดจากคู่แข่ง และทำให้ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคเพิ่มขึ้นทันที ในด้านความรู้ เกี่ยวกับเส้นทางการขนส่งลำไยสดของไทยมายังอำเภอชื่อเหมา จากการสำรวจผู้ขายลำไยสดของ ไทยในอำเภอชื่อเหมา พบว่า เส้นทางการขนส่งลำไยสดของไทยมายังอำเภอชื่อเหมา มีสองเส้นทาง ได้แก่ ทางบกเส้นทาง R3A และทางเรือเส้นทางแม่น้ำโขง ในด้านปัญหาที่ผู้ขายประสบในการขาย ลำไยสดของไทยพบว่า ระยะเวลาที่เก็บได้ไม่นาน เน้าเสียหาย และลำไยสดนอกฤดูถูกลด ราคาจะค่อนข้างแพง จึงจะส่งให้เกิดการปลอมปนลำไยสดของไทยกับจีน

6.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง การนำเข้าลำไยสดจากประเทศไทยในอำเภอชื่อเหมา เมืองผู้เออร์ มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะที่จะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางและ เป็นประโยชน์ในการวางแผนการจัดการธุรกิจของลำไยสด ดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ในด้านผลิตภัณฑ์ ความปลอดภัยจากสารอันตราย เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ รสชาติ เนื้อสดใหม่และเยอะ เม็ดเล็กของลำไยสดที่นำเข้ามาจากประเทศไทย ดังนั้น ผู้ผลิตมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการควบคุมความปลอดภัยของลำไยสดจากสารอันตราย พัฒนาเทคโนโลยีของการป้องกันความสดใหม่ของลำไยสดไทยอย่างต่อเนื่อง

ด้านราคา

ผู้บริโภคในอำเภอชื่อเหมา ส่วนมากรู้สึกราคาลำไยสดที่นำเข้ามาจากไทยค่อนข้างแพง เปรียบเทียบกับผลไม้ที่ผลิตในประเทศจีน โดยเฉพาะในช่วงฤดูหนาว ทำให้ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำไม่สามารถซื้อลำไยสดจากไทยได้ ดังนั้น ควรปรับลดราคาขายของลำไยสดของไทยหน่อย จากข้อมูลสถิติการส่งออกของกรมศุลกากรพบว่า ระหว่างปี พ.ศ. 2544-2553 ราคา (Free On Board) ต่อหน่วยของลำไยสดไทยส่งออกไปจีนมีความผันแปรอยู่ในช่วง 14-18 บาทต่อกิโลกรัม แต่มีแนวโน้มลดต่ำลง ในขณะที่ราคาขายส่งลำไยสดไทยในตลาดประเทศจีนประมาณ 9-17 หยวนต่อกิโลกรัม คิดเป็นเงินไทยประมาณ 42-80 บาทต่อกิโลกรัม (อัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ยเดือนมกราคม 2554 เท่ากับ 4.72 บาท/หยวน) และสำหรับราคาขายปลีกลำไยสดของไทยในอำเภอชื่อเหมา อยู่ในช่วง 12-30 หยวนต่อกิโลกรัมในตลอดทั้งปี คิดเป็นเงินไทยประมาณ 57-142 บาทต่อกิโลกรัม (อัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ยเดือนมกราคม 2554 เท่ากับ 4.72 บาท/หยวน) จึงสามารถเห็นได้ว่า ผู้ขายส่งกับผู้ค้าปลีกได้รับกำไรหลายเท่าในการขายลำไยสดจากประเทศไทย จึงมีข้อเสนอแนะให้กับผู้ขายส่งกับผู้ค้าปลีกลำไยสดของไทยว่า ควรจะลดราคาทั้งการขายส่งและการขายปลีกให้กับผู้บริโภค ให้ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำก็สามารถซื้อลำไยสดของไทยได้ เพิ่มความต้องการของผู้บริโภคในอำเภอชื่อเหมาที่มีต่อลำไยสดของไทย นอกจากนั้น ผู้ขายต้องมีจรรยาบรรณในการตั้งราคา ให้ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของลำไยสดไทย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

- ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวกของสถานที่ซื้อ ดังนั้น ผู้จำหน่ายควรให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกของสถานที่ซื้อ โดยทำความสะอาดในสถานที่จำหน่ายให้ดีขึ้น เช่น ร้านค้าปลีกที่ติดกับถนน ควรให้ความสำคัญกับเรื่องของฝุ่นละอองที่พัดมาจากถนน
- เปิดร้านที่จำหน่ายเฉพาะผลไม้ที่มาจากประเทศไทย หรือแบ่งสัดส่วนให้ชัดเจนว่า ส่วนไหนเป็นผลไม้จากไทย เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถหาซื้อลำไยที่นำเข้ามาจากไทยได้ง่ายขึ้น และไม่ถูกโกงในการปนพันธุ์ลำไยสดจิ้นกับไทย และการปนขนาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องมีป้ายแสดงว่าลำไยมาจากประเทศไทยมากที่สุด รองลงมาคือ ให้ทดลองชิม และการโฆษณา ตามลำดับ ดังนั้น

- ผู้จัดจำหน่ายควรให้ความสำคัญเรื่องมีป้ายแสดงว่าลำไยมาจากประเทศไทยอย่างยังคงมีการชี้แจงให้ชัดเจนหรือภาชนะบรรจุที่มีข้อมูลรายละเอียดว่าเป็นลำไยไทยหรือปลอดสารและข้อมูลอื่น ๆ ที่จำเป็น โดยมีความซื่อสัตย์ต่อผู้บริโภค ไม่นำลำไยสดที่ผลิตในประเทศจีนมาปนกัน และใช้คำแนะนำให้แก่ผู้บริโภคว่าลำไยสดมาจากประเทศไทย รับประกันว่าเป็นของแท้ ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคได้เกิดความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อลำไยสดไปบริโภค
- เรื่องลำไยสดของไทยที่ผู้บริโภคทดลองชิม ผู้จัดจำหน่ายควรรับประกันว่าเป็นชนิดเดียวกันกับที่ชิม ไม่ปน ถ้าไม่ใช่ยินดีรับคืนลำไยคืน
- โฆษณาลำไยสดของไทยให้แพร่หลาย เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักจุดเด่นของลำไยสดที่นำเข้ามาจากประเทศไทยมากขึ้น
- ส่งเสริมการบริโภคให้กลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,000 หยวนขึ้นไป เนื่องจากผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,000 หยวนขึ้นไป ส่วนใหญ่มีปริมาณการซื้อลำไยสดของไทยต่อปี 11-20 กิโลกรัม ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีปริมาณการซื้อลำไยสดของไทยค่อนข้างมากในผู้บริโภคของอำเภอชื่อเหมา จึงควรจะมีวิธีการมาเจาะกลุ่มผู้บริโภคพวกนี้ เพื่อเพิ่มปริมาณการซื้อลำไยสดของไทยในอำเภอชื่อเหมา ซึ่งผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,000 หยวนขึ้นไป เป็นกลุ่มที่ต้องการสินค้า

ที่มีคุณภาพสูงและเน้นคุณภาพประโยชน์ของสินค้าที่มีต่อสุขภาพร่างกาย ในขณะที่
อำเภอชื่อเหมาฯ ไม่มีกิจกรรมที่ส่งเสริมการบริโภคลำไยสดของไทย ดังนั้น ควรจัด
กิจกรรมส่งเสริมลำไยสดของไทยในอำเภอชื่อเหมาฯ เช่น จัดงานในห้างระดับบนใน
อำเภอชื่อเหมาฯ ร่วมกับตลาดขายส่งผลไม้ของอำเภอชื่อเหมาฯ รวมถึงเผยแพร่
กิจกรรมผ่านสื่อต่าง ๆ ในอำเภอชื่อเหมาฯ จัดทำวัสดุและเอกสารเผยแพร่
ประชาสัมพันธ์ลำไยสดไทยระบุคุณภาพประโยชน์ต่าง ๆ เป็นภาษาจีน เพื่อให้ลำไยสด
ไทยได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับมากขึ้นในอำเภอชื่อเหมาฯ