

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางแก้ปัญหาการเก็บเกี่ยวและการจำหน่ายลำไยสดของเกษตรกร ตำบล ชั่วมุง อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ทบทวน แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

#### 2.1 การเก็บเกี่ยวและการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว (ธนชัย, 2549)

##### วิธีการเก็บเกี่ยว

การเก็บเกี่ยวลำไยจากต้นมักเริ่มเก็บตั้งแต่ตอนเช้าถึงบ่าย โดยใช้บันไดพาดไปบนต้นลำไย เพื่อปีนขึ้นไปหักช่อผล ถ้าช่อผลอยู่ไกลมือไม่สามารถเอื้อมถึง ก็ใช้ตะขอโน้มกิ่งมาหักช่อผล แล้วนำมาใส่ในช่องที่ผู้เก็บนำขึ้นไปด้วย เมื่อลำไยเต็มช่องแล้ว จึงหย่อนช่องลงมาเปลี่ยนช่องใหม่ขึ้นไปแทน นำช่อผลลำไยที่เก็บได้มาตัดแต่งเอาใบและก้านที่ไม่มีผลออก แต่ละช่อตัดให้ยาวประมาณ 5 นิ้ว คัดขนาดผลและบรรจุลงในภาชนะ เช่น ตะกร้าพลาสติก หรือกล่องกระดาษ ในการเก็บเกี่ยว ลำไยจะเก็บเกี่ยวครั้งเดียว ให้หมดทั้งต้น หรือไม่เกิน 2 ครั้ง

##### การบรรจุหีบห่อ

ภาชนะที่ใช้ในการบรรจุหีบห่อลำไยเพื่อจำหน่ายมีหลายชนิด คือ ช่อง ตะกร้าพลาสติก และกล่องกระดาษ คุณภาพและความสดของลำไยที่บรรจุกล่องกระดาษ หรือตะกร้าพลาสติกจะดีกว่าที่บรรจุช่อง ส่วนเปอร์เซ็นต์การเกิดโรคและแมลงของช่อง และตะกร้าพลาสติกจะมีแนวโน้มต่ำกว่า เพราะการถ่ายเทอากาศดีกว่า ถ้าพิจารณาถึงความเหมาะสม ความสะดวกต่อการขนส่ง ดูสวยงาม เป็นระเบียบ และเป็นที่ยอมรับกันมากควรเลือกใช้กล่องกระดาษ หรือตะกร้าพลาสติก

ตลาดภายในประเทศ เนื่องจากการขนส่งลำไยภายในประเทศใช้เวลา 1-2 วัน จึงนิยมใช้ช่องรองกัน และปิดหน้าด้วยใบลำไย แต่พบผลร่วงเป็นจำนวนมาก เพราะช่องที่ใช้บรรจุมีขนาดใหญ่เกินไป ควรใช้ช่องที่มีขนาดบรรจุลำไย 10 กิโลกรัม เนื่องจากช่องเป็นภาชนะที่ราคาถูก จึงนิยมใช้กันมากในตลาดภายในประเทศ และตลาดใกล้เคียง เช่น ตลาดในประเทศมาเลเซีย

ตลาดต่างประเทศ ภาชนะที่ใช้บรรจุมีหลายขนาด ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้นำเข้า ต้องการภาชนะประเภทไหน การบรรจุในตะกร้าพลาสติก ซึ่งขณะนี้กำลังเป็นที่นิยมของลูกค้าชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศสิงคโปร์ เพราะสามารถตรวจสอบคุณภาพได้ง่าย สะดวกต่อการซื้อขาย และมองดูสวยงามน่าซื้อ สำหรับประเทศในแถบยุโรปจะใช้กล่องกระดาษ เนื่องจากมีน้ำหนัก

เบา ลดค่าขนส่งทางอากาศ โดยบรรจุกล่องละ 15-20 กิโลกรัม โดยภายในกล่องใหญ่บรรจุเป็นกล่องเล็ก ๆ 4 กล่อง

การบรรจุลำไยควรคัดเลือกผลที่สมบูรณ์และมีคุณภาพ ตามความต้องการของตลาด บรรจุให้เต็มพอดี ไม่แน่น ไม่หลวมเกินไป และไม่ควรรบรรจุผลเลยเหนือภาชนะที่ใช้บรรจุ เพราะเวลาปิดฝาจะทำให้ลำไยด้านบนได้รับความเสียหาย เนื่องจากแรงกดโดยตรงเมื่อวางภาชนะบรรจุซ้อนกัน และยิ่งก่อให้เกิดปัญหาการวางภาชนะเรียงซ้อนกันทำให้ภาชนะบรรจุเคลื่อนที่ และสั่นสะเทือนตลอดเวลาขณะที่ยานพาหนะเคลื่อนที่ก่อให้เกิดความเสียหายกับลำไยที่บรรจุข้างใน

### ตารางที่ 1 การเลือกภาชนะบรรจุลำไย

ลักษณะที่ต้องพิจารณา	ภาชนะบรรจุที่เหมาะสม		
	เข่ง	ตะกร้าพลาสติก	ลังกระดาษ
1. ตลาดปลายทาง	ตลาดท้องถิ่น	ตลาดแถบเอเชีย เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์	ตลาดแถบยุโรป
2. ขนาดภาชนะบรรจุ	10 กิโลกรัม	10-11 กิโลกรัม	10 และ 15 กิโลกรัม
3. การขนส่ง	ทางบก	ทางบก	ทางอากาศ

### การลดอุณหภูมิ

ลำไยเป็นผลไม้ที่เน่าเสียง่าย เนื่องจากมีปริมาณน้ำตาลสูง แม้ว่าอัตราการหายใจจะอยู่ในระดับปานกลางก็ตาม การลดอุณหภูมิของลำไยก่อนเก็บรักษาที่อุณหภูมิต่ำ หรือขนส่งโดยรถห้องเย็นจะทำให้ช่วยรักษาคุณภาพของลำไยสดได้นานวัน เพราะจะช่วยลดอัตราการหายใจ การคายน้ำ และลดความร้อนที่ติดมากับผล ทำให้ห้องเย็นทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ในการยืดอายุการเก็บรักษาลำไยสด ทำได้โดยการจุ่มลำไยที่บรรจุในตะกร้าหรือกล่องกระดาษเคลือบไขในน้ำเย็นอุณหภูมิ 2-5 องศาเซลเซียส นาน 10-15 นาที อุณหภูมิของน้ำต้องรักษาให้คงที่โดยการเติมน้ำแข็ง และจะต้องทิ้งให้ผลสะเด็ดน้ำ ก่อนนำเข้าห้องเย็น เพื่อเก็บรักษาหรือขนส่ง

### การเก็บรักษา

อุณหภูมิที่เหมาะสมหากต้องการเก็บรักษาระยะยาวคือ 2-5 องศาเซลเซียส ซึ่งหากเก็บไว้ที่มีความชื้นสัมพัทธ์สูงร้อยละ 90-95 จะเก็บได้นาน 30-45 วัน ในขณะที่หากเก็บไว้ที่อุณหภูมิ 5-10 องศาเซลเซียสจะเก็บไว้นาน 20-30 วัน โดยคุณภาพของลำไยสดยังเป็นที่ยอมรับในท้องตลาด

### การอบซัลเฟอร์ไดออกไซด์

การอบซัลเฟอร์ไดออกไซด์นิยมใช้กับผู้ส่งออกลำไย เพื่อยับยั้งการเจริญเติบโตของเชื้อรา และฟอกสีของเปลือกลำไยให้เป็นสีเหลืองสวย แหล่งของก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ที่ใช้ในการอบมีอยู่ 2 ทางคือ ใช้ก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์เหลวจากถังก๊าซความดันสูง หรือจากการเผาผงกำมะถันโดยตรง ซึ่งวิธีที่สองเป็นวิธีที่นิยมใช้ เนื่องจากมีราคาถูก แม้ว่าการจัดการจะค่อนข้างยุ่งยากอยู่บ้าง และทำให้การคายเคืองได้ ดังนั้นการใช้สารซัลเฟอร์ไดออกไซด์จึงต้องใช้อย่างระมัดระวัง และจะต้องมีการดูดเอาก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ที่เหลือหลังการอบแล้วออกไปกำจัดก่อนที่จะทำการเปิดห้องอบ เพื่อลดอันตรายของซัลเฟอร์ไดออกไซด์ต่อผู้ปฏิบัติงาน

วิธีการปฏิบัติในการรมควันเพื่อให้ได้มาตรฐาน จะใช้อัตราส่วนของน้ำหนักผลไม้ (กรัม หรือ กิโลกรัม) ต่อปริมาตรของห้องรมควัน (มิลลิเมตรหรือลิตร) เป็น 1.5

## 2.2 แนวคิดด้านการตลาดและการจัดการระบบการขนส่งลำไย

### วิธีการตลาดลำไย

การซื้อขายลำไยจากเกษตรกรถึงผู้บริโภค ได้ผ่านผู้ที่ทำหน้าที่ทางการตลาดสรุปเป็นภาพรวมได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการตลาดลำไยในท้องถิ่น

ผู้เกี่ยวข้อง	บทบาท
เกษตรกร	จำหน่ายผลผลิตให้กับพ่อค้าท้องถิ่น พ่อค้าขายปลีก พ่อค้าขายส่งต่างจังหวัด พ่อค้าขายส่งกรุงเทพฯ โรงงานแปรรูป ผู้ส่งออกและขายให้กับผู้บริโภคภายในประเทศโดยตรง
พ่อค้าในหมู่บ้าน	จำหน่ายผลผลิตต่อไปให้กับพ่อค้าท้องถิ่น พ่อค้าขายส่งต่างจังหวัด พ่อค้าขายส่งกรุงเทพฯ พ่อค้าขายปลีก ผู้ส่งออก และโรงงานแปรรูป
พ่อค้าท้องถิ่น	จำหน่ายผลผลิตต่อไปให้กับพ่อค้าขายส่งกรุงเทพฯ โรงงานแปรรูป และผู้ส่งออก
โรงงานแปรรูป	รับซื้อผลผลิตแล้วนำมาทำการแปรรูปเป็นลำไยอบแห้ง ลำไยกระป๋อง และลำไยแช่แข็ง จำหน่ายภายในประเทศ และส่งออกไปต่างประเทศ
พ่อค้าขายส่งกรุงเทพฯ	จำหน่ายผลผลิตให้กับพ่อค้าขายปลีก พ่อค้าต่างจังหวัด และผู้บริโภคภายในประเทศ
พ่อค้าขายส่ง	จำหน่ายผลผลิตให้กับพ่อค้าขายปลีก และผู้บริโภคภายในประเทศ

### การกำหนดราคาซื้อขายลำไย

ในการกำหนดราคาซื้อขายลำไยของพ่อค้า จะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย ๆ อย่าง ที่สำคัญ (ศูนย์วิจัยและพัฒนาลำไยและลิ้นจี่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2543) ได้แก่

1. ปริมาณผลผลิตที่ออกมาในแต่ละปี
2. พันธุ์ของลำไย ซึ่งลำไยที่ได้ราคาสูงคือ พันธุ์สีชมพู รองลงมาได้แก่ พันธุ์เบี้ยวเขียว  
แห้ว อีคอง
3. ขนาดและคุณภาพของลำไย
4. ปริมาณความต้องการของตลาดกรุงเทพฯ ฯ
5. ราคาและปริมาณส่งออกต่างประเทศ
6. ราคาซื้อขายในวันที่ผ่านมา
7. จำนวนพ่อค้าขายส่งและขายปลีก

### การกำหนดราคาซื้อขายลำไยในท้องถิ่น

ในการกำหนดราคาซื้อขายลำไยของพ่อค้าในท้องถิ่น จะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย ๆ อย่าง ที่สำคัญ ได้แก่

1. ปริมาณของผลผลิตในแต่ละวัน
2. พันธุ์ของลำไย
3. ขนาดและคุณภาพของลำไย
4. ความต้องการของตลาดในแต่ละวัน

### ตลาดลำไย

#### พ่อค้าขายส่งในหมู่บ้าน

พ่อค้ารายย่อยที่อยู่ตามหมู่บ้านซึ่งจะทำการรับซื้อลำไยจากเกษตรกร โดยตรง โดยจะส่งผลผลิตลำไยสดที่ซื้อมาต่อไปให้กับล้งหรือพ่อค้าขายส่งในจังหวัด

#### พ่อค้าขายส่งต่างจังหวัดหรือล้ง

พ่อค้าขายส่งต่างจังหวัดจะรับซื้อลำไยสดจากเกษตรกร โดยตรง หรือรับซื้อลำไยสดต่อจากพ่อค้าขายส่งในหมู่บ้าน เพื่อนำไปแปรรูปหรือส่งไปตามตลาดต่าง ๆ ในประเทศต่อไป

### ตลาดลำไยภายในประเทศ

การบริโภคลำไยสดในประเทศไทยช่วงปี 2543-2549 มีสัดส่วนอยู่ระหว่างร้อยละ 6 ถึง ร้อยละ 24 ของปริมาณผลผลิตทั้งหมด ซึ่งเห็นได้ว่า การบริโภคลำไยสดในช่วงปี 2543-2549 มีอัตราเพิ่มขึ้น/ลดลงเฉลี่ยร้อยละ 6 ต่อปี โดยการบริโภคลำไยสดภายในประเทศปี 2549 ซึ่งคิดเป็น สัดส่วนร้อยละ 24 ของปริมาณผลผลิตทั้งหมด ลดลงจากปี 2543 ร้อยละ 6 ซึ่งมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 6 ของปริมาณผลผลิตทั้งหมด ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ปริมาณการบริโภคลำไยสดภายในประเทศ ปี 2549

ปริมาณ : ตัน

ปี	ปริมาณผลผลิตลำไย สด	ปริมาณบริโภค ภายในประเทศและที่อยู่ ในคลังของภาคเอกชน	สัดส่วนบริโภคภายในต่อ ปริมาณผลผลิตทั้งหมด (ร้อยละ)
2543	417,321	116,673.00	27.96
2544	250,098	48,497.00	19.39
2545	429,518	132,579.90	30.87
2546	369,323	719.80	0.19
2547	597,272	84,914.10	14.22
2548	712,178	175,243.30	24.61
2549	471,892	80,758.00	17.11

ที่มา : รายงานความก้าวหน้าโครงการศึกษาเพื่อหาแนวทางบริหารจัดการลำไยอย่างเป็นระบบ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2549.

### ตลาดลำไยภายในประเทศจำแนกตามกลุ่มสินค้า

1. ลำไยสด ตลาดลำไยสดที่สำคัญ คือ ตลาดภายในกรุงเทพฯ ซึ่งได้แก่ ตลาดมหานาค ตลาดสี่มุมเมือง ปากคลองตลาด และตลาดไท ซึ่งการบริโภคลำไยสดส่วนใหญ่เป็นลำไยเกรด A ที่เหลือจากการส่งออกและลำไยเกรด B นอกจากนี้ ลำไยยังกระจายไปยังตลาดตามต่างจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ โดยพ่อค้าจะนำรถบรรทุกไปรับซื้อเองที่สวน หรือที่จุกรับซื้อหรือพ่อค้าต่างจังหวัด อาจซื้อจากพ่อค้าขายส่งในกรุงเทพฯ แล้วนำไปจำหน่ายยังจังหวัดของตน หรือจำหน่ายไปตาม จังหวัดต่าง ๆ ของประเทศ ซึ่งตลาดรวบรวมที่สำคัญมักอยู่ในจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางการค้าใน

ภูมิภาคนั้น ๆ เช่น หาดใหญ่ สงขลา นครศรีธรรมราช นครสวรรค์ นครราชสีมา และขอนแก่น เป็นต้น

2. ลำไยกระป๋อง ส่วนใหญ่ตลาดภายในประเทศของลำไยกระป๋อง มักจะกระจายอยู่ตามร้านค้าทั่วไป หรือตามศูนย์การค้าต่าง ๆ

3. ลำไยอบแห้ง ตลาดจะมีอยู่ทั่วไปตามร้านค้าทั่วไป หรือตามศูนย์การค้าต่าง ๆ

#### ตลาดลำไยต่างประเทศ

มูลค่าการส่งออกลำไยสดไปยังต่างประเทศในช่วงปี 2543-2549 มีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.6 ต่อปี ซึ่งหากเปรียบเทียบอัตราการเติบโตของมูลค่าการส่งออกระหว่างปี 2549 กับปี 2543 พบว่าในปี 2549 มีมูลค่าการส่งออกรวมทั้งสิ้น 2,116 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2543 ที่มีมูลค่าการส่งออก 2,041 ล้านบาท ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ภาพรวมมูลค่าการส่งออกลำไยสดปี 2543-2549

ปี	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
2543	98,950	2,041
2544	101,305	1,911
2545	113,167	1,940
2546	81,924	1,698
2547	115,479	2,166
2548	133,646	2,165
2549	119,430	2,116

ที่มา : รายงานความก้าวหน้าโครงการศึกษาเพื่อหาแนวทางบริหารจัดการลำไยอย่างเป็นระบบ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้. 2549.

โดยภาพรวมแล้ว มูลค่าการส่งออกในแต่ละผลิตภัณฑ์ของลำไย คือ ลำไยสด ลำไยแช่แข็ง ลำไยอบแห้ง และลำไยกระป๋อง มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตลอดทุกปี ซึ่งตลาดส่งออกที่สำคัญในแต่ละผลิตภัณฑ์ มีดังนี้

1. ลำไยสด มีตลาดหลักที่สำคัญ คือ ฮองกง รองลงมาได้แก่ มาเลเซีย อินโดนีเซีย แคนาดา สิงคโปร์ จีน ตามลำดับ โดยการนำเข้าลำไยสดของฮองกงเป็นการส่งออกต่อไปยังจีน ส่วน สวิตเซอร์แลนด์ ฟิลิปปินส์ อินเดีย และบรูไน มีการนำเข้าลำไยสดเพียงเล็กน้อย

2. ลำไยแช่แข็ง มีตลาดหลักที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา รองลงมา ได้แก่ ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น และฮ่องกง ตามลำดับ แต่การส่งออกลำไยแช่แข็ง ยังถือว่าปริมาณการส่งออกที่น้อย เมื่อเทียบกับปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์ลำไยประเภทอื่น ๆ

3. ลำไยอบแห้ง มีตลาดหลักที่สำคัญคือ ฮ่องกงและจีน รองลงมา ได้แก่ สิงคโปร์ เกาหลีใต้ สวิตเซอร์แลนด์ และมาเลเซีย ส่วนสหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส และแคนาดา มีการนำเข้าลำไยอบแห้งเพียงเล็กน้อย

### 2.3 ปัญหาทางด้านการตลาดลำไย (อารี, 2532)

ปัญหาทางด้านการตลาดลำไยที่สำคัญ ดังนี้

1. เกษตรกรขาดข้อมูลข่าวสารทางการตลาดที่ทันสมัย
2. การที่รัฐบาลมีนโยบายการพัฒนาลำไย โดยการเพิ่มผลผลิตให้มากขึ้นจะก่อให้เกิดปัญหาลำไยล้นตลาด ซึ่งจะส่งผลให้ราคาลำไยตกต่ำ
3. ข้อมูลทั้งทางด้านการผลิตและการตลาดที่ได้จากการประมาณการบางปีคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง ทำให้ยากต่อการวางแผนการผลิตและการตลาด
4. ขาดระบบการตลาดที่ดี เนื่องจากเกษตรกรยังมีลักษณะที่ต่างคนต่างขาย ทำให้ขาดอำนาจต่อรอง รวมทั้งเกษตรกรยังมีความรู้ในเรื่องของตลาดกลางค่อนข้างน้อย
5. การใช้ก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ ยังไม่เป็นที่ยอมรับในตลาดต่างประเทศมากนัก
6. ไม่มีหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในการกำหนดราคาซื้อขาย ทำให้พ่อค้าคนกลาง นายหน้า และกลุ่มพ่อค้าเร่ มีบทบาทในระบบตลาดสูง และมีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาซื้อขายจากเกษตรกรในราคาต่ำ
7. ราคาลำไยมีการแปรผันสูง ทำให้เกษตรกรไม่สามารถทราบราคาขายที่แน่นอนได้
8. ขาดระบบการจัดการด้านการตลาดและมาตรการเพื่อสร้างเสถียรภาพของราคา ทำให้ราคาปรับขึ้นลงทุกวันตามจำนวนลำไยที่เก็บเกี่ยวมากหรือน้อยในแต่ละวัน
9. ปัญหาการขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์และเที่ยวบินในการขนส่ง
10. การส่งออกลำไยสดที่ไม่แก่จัดหรือลำไยอบแห้งที่มีเชื้อรา ทำให้ต่างประเทศขาดความเชื่อถือเกิดความเสียหายแก่ผู้ส่งออกและประเทศชาติ
11. ตลาดลำไยส่วนใหญ่ยังอยู่ในประเทศแถบเอเชีย ตลาดในทวีปยุโรปยังถือว่าแคบ
12. การเผยแพร่หรือการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับลำไยไทยในต่างประเทศ ยังมีน้อยเกินไป
13. คุณภาพของผลผลิตไม่มีมาตรฐานที่แน่นอน โดยเฉพาะอย่างยิ่งมาตรฐานตามความต้องการของตลาด ปัจจุบันยังไม่มีกำหนดมาตรฐานลำไยที่ชัดเจน มาตรฐานที่ใช้กันอยู่

มาตรฐานที่ใช้กันอยู่เป็นมาตรฐานตามความต้องการของประเทศผู้ซื้อเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งไม่เป็นที่ยอมรับในระดับสากลทำให้เป็นอุปสรรคต่อการค้าระหว่างประเทศ

14. การดำเนินมาตรการในกรณีของการแทรกแซงและปล่อยให้เกิดการตกค้างสินค้าข้ามปีในทุกปีการผลิตส่งผลกระทบต่อให้กลไกราคาดำเนินไปตามเงื่อนไขปัจจัยที่เป็นจริงของแต่ละฤดูกาลผลิต

15. ไม่มีมาตรการสนับสนุนส่งเสริมให้ผู้ผลิตจัดการผลผลิตและทำการตลาดด้วยตนเองและตกอยู่ภายใต้การจัดการของกลุ่มธุรกิจการค้าและระบบคนกลางหน้าค้าค้าขาย โดยไม่มีอำนาจการต่อรองใดๆ

16. การกีดกันการตลาดด้วยมาตรการด้านภาษีนำเข้าของบางประเทศที่สูงกว่ามาตรฐานสากล

## 2.4 มาตรฐานลำไยของประเทศไทย

สำนักงานมาตรฐานและตรวจสอบสินค้าเกษตร (2551) ได้กล่าวถึงรายละเอียดของมาตรฐานลำไยของประเทศไทย ดังนี้

1. คุณภาพขั้นต่ำ (Minimum Requirements) ทุกชั้นของมาตรฐานลำไย ต้องมีคุณภาพดังนี้ เว้นแต่จะมีข้อกำหนดเฉพาะของแต่ละชั้น และเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับไม่ได้ตามที่ระบุไว้เป็นผลลำไยสดทั้งหมด มีลักษณะคุณภาพที่ดี ไม่น่าเสียดาย ต้องไม่มีความบอบช้ำ และตำหนิที่เห็นเด่นชัด ปลอดภัยจากศัตรูพืชเท่าที่เป็นไปได้ในทางปฏิบัติ ปลอดภัยจากความเสียหายอันเนื่องจากศัตรูพืชเท่าที่เป็นไปได้ในทางปฏิบัติ ปลอดภัยจากความเสียหายอันเนื่องจากอุณหภูมิต่ำ ปลอดภัยจากกลิ่นและรสผิดปกติ ยกเว้นกลิ่นอันเกิดจากการใช้วัตถุเจือปนอาหารตามข้อกำหนด

2. การแบ่งชั้นคุณภาพ (Classification) แบ่งเป็น 3 ชั้นคุณภาพ

ศูนย์วิจัยและพัฒนาลำไยแม่โจ้ (2549) ได้กล่าวถึงลักษณะการแบ่งชั้นคุณภาพของลำไย ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การแบ่งชั้นคุณภาพ (Classification) ลำไย

ชั้น	ลักษณะ
ชั้นพิเศษ	ต้องมีคุณภาพดีที่สุด ตรงตามพันธุ์ ผลต้องปลอดภัยจากตำหนิ ยกเว้นตำหนิผิวเผินเล็กน้อย โดยไม่มีผลต่อรูปลักษณ์ทั่วไปของผลิตผลคุณภาพ คุณภาพการเก็บรักษา และการจัดเรียงสินค้าในภาชนะบรรจุ



ตารางที่ 5 (ต่อ) การแบ่งชั้นคุณภาพ (Classification) ลำไย

ชั้น	ลักษณะ
ชั้นหนึ่ง	ต้องมีคุณภาพดีตรงตามพันธุ์ ผิวมีตำหนิได้เล็กน้อยโดยไม่มีผลต่อรูปลักษณะคุณภาพ คุณภาพการเก็บรักษา และการจัดเรียงสินค้าในภาชนะบรรจุ ตำหนิผิวเล็กน้อยโดยพื้นผิวตำหนิรวมต่อผลไม่เกิน 0.5 ตารางเซนติเมตร
ชั้นสอง	ชั้นนี้รวมผลลำไยที่ไม่เข้าชั้นชั้นที่สูงกว่า แต่มีคุณภาพชั้นต่ำ พื้นผิวมีตำหนิรวมต่อผลไม่เกิน 0.5 ตารางเซนติเมตร โดยยังคงคุณภาพคุณภาพการเก็บรักษา และการจัดเรียงสินค้าในภาชนะบรรจุ

ข้อกำหนดเรื่องขนาด ขนาดของผลจะพิจารณาจากจำนวนผลต่อกิโลกรัม ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ขนาด (ศูนย์วิจัยและพัฒนาลำไยและลิ้นจี่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2543) ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ข้อกำหนดเรื่องขนาด

ขนาด	จำนวนผล/กก.	
	ลำไยช่อ	ลำไยเดี่ยว
1	< 85	< 91
2	85 - 94	91 - 100
3	95 - 104	101 - 111
4	105 - 114	112 - 122
5	> 115	> 123

ข้อกำหนดเกณฑ์ความคลาดเคลื่อน (ระดับคุณภาพที่รับได้) (ศูนย์วิจัยและพัฒนาลำไยแม่โจ้, 2549)

1. เกณฑ์ความคลาดเคลื่อนเรื่องคุณภาพ (Quality Tolerances) ตารางที่ 7

ตารางที่ 7 เกณฑ์ความคลาดเคลื่อนเรื่องคุณภาพ

ชั้น	ลักษณะ
ชั้นพิเศษ	ยอมให้มีผลลำไยที่คุณภาพไม่เป็นไปตามข้อกำหนดของชั้นพิเศษแต่เป็นไปตามคุณภาพของชั้นหนึ่งหรือยกเว้นว่าคุณภาพยังอยู่ในเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนของคุณภาพชั้นหนึ่งปนมาได้ไม่เกิน 5% โดยจำนวนหรือน้ำหนัก
ชั้นหนึ่ง	ยอมให้มีผลลำไยที่คุณภาพไม่เป็นไปตามข้อกำหนดของชั้นหนึ่งแต่เป็นไปตามคุณภาพของชั้นสองหรือยกเว้นว่าคุณภาพยังอยู่ในเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนของคุณภาพชั้นสองปนมาได้ไม่เกิน 10% โดยจำนวนหรือน้ำหนัก
ชั้นสอง	ยอมให้มีผลลำไยที่คุณภาพไม่เป็นไปตามข้อกำหนดของชั้นสองหรือไม่ได้คุณภาพขั้นต่ำปนมาได้ 10% โดยไม่มีผลเน่าเสียจนไม่เหมาะต่อการบริโภค

## 2. เกณฑ์ความคลาดเคลื่อนเรื่องขนาด (Size Tolerances)

ยอมให้ลำไยทุกชั้นมีขนาดที่ใหญ่หรือเล็กน้อยในชั้นถัดไปปนมาได้ไม่เกิน 20% สำหรับลำไยที่ขายเป็นช่อ และไม่เกิน 10% สำหรับลำไยที่ขายเป็นผลเดี่ยว โดยจำนวนหรือน้ำหนัก

### ข้อกำหนดเรื่องการจัดเรียง

1. ความสม่ำเสมอ (Uniformity) ลำไยที่บรรจุในแต่ละภาชนะบรรจุต้องสม่ำเสมอและเป็นพันธุ์เดียวกัน คุณภาพและขนาดต้องสม่ำเสมอ ส่วนของผลที่มองเห็นในภาชนะต้องเป็นตัวแทนของทั้งหมด

2. การบรรจุหีบห่อ (Packaging) ต้องบรรจุในภาชนะที่สามารถเก็บรักษาลำไยได้เป็นอย่างดี วัสดุที่ใช้ในการบรรจุต้องสะอาดและมีคุณภาพเพื่อป้องกันความเสียหายอันจะมีผลต่อลำไย การปิดฉลากต้องใช้หมึกพิมพ์หรือกาวที่ไร้พิษ บรรจุภัณฑ์ต้องมีคุณภาพ ถูกอนามัย ถ่ายเทอากาศได้และมีคุณสมบัติทนทานต่อการปฏิบัติการณ์ขนส่ง และรักษาลำไยได้ บรรจุภัณฑ์ต้องปราศจากกลิ่นและวัตถุแปลกปลอม

3. การจัดเรียง (Presentation) ผลลำไยต้องมีการจัดเสนอในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งดังต่อไปนี้

- ผลเดี่ยว ลำไยที่ตัดเป็นผลเดี่ยวต้องเหลือขั้วไว้ประมาณ 5 มิลลิเมตร
  - ลำไยช่อ ต้องมีผลติดอยู่ไม่ต่ำกว่า 3 ผล และความยาวช่อต้องไม่เกิน 15 ซม.
- อนุญาตให้มีผลร่วงระหว่างการขนส่งได้ไม่เกิน 10% โดยจำนวน หรือน้ำหนักของแต่ละบรรจุภัณฑ์

#### สารปนเปื้อน (Contaminants)

สารพิษตกค้างในผลลำไยต้องอยู่ภายใต้พิกัดสูงสุดของสารพิษตกค้างดังต่อไปนี้

Azinphos-methyl	ไม่เกิน 1 มิลลิกรัม / กิโลกรัม
Dicofol	ไม่เกิน 5 มิลลิกรัม / กิโลกรัม

#### วัตถุเจือปนอาหาร (Food Additives)

อนุญาตให้ลำไยที่ผ่านการรมด้วยซัลเฟอร์ไดออกไซด์ มีซัลเฟอร์ไดออกไซด์ในเนื้อลำไยได้ไม่เกิน 10 มิลลิกรัม / กิโลกรัม

#### สุขลักษณะ (Hygiene)

ผลิตผลในมาตรฐานนี้ ให้ดำเนินการไปตามหลักการทั่วไปของการปฏิบัติที่ถูกต้องทางการเกษตร (Good Agricultural Practice : GAP)

### 2.5 การบริหารจัดการลำไยของรัฐ

#### นโยบายการบริหารจัดการ ปัญหาการเก็บเกี่ยว และการจำหน่าย

การแก้ไขปัญหาลำไยโดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีมาตรการการบริหารจัดการลำไยของรัฐระหว่างปี พ.ศ. 2543 - 2549 อาจพิจารณาเรื่องมาตรการดำเนินงานเป็น 2 ช่วง คือ ปีพ.ศ. 2543 - 2547 เป็นการใช้มาตรการแทรกแซงตลาดลำไยอบแห้งและการรับซื้อลำไยสดเพื่อการแปรรูป และปีพ.ศ. 2548 - 2549 เป็นการดำเนินงานโดยการปลดปล่อยให้เป็นไปตามกลไกตลาด โดยใช้เครือข่ายของสถาบันเกษตรกรและการใช้การสนับสนุนกลไกการส่งออก มีหน่วยงานที่ต้องดำเนินงานคือ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกระทรวงพาณิชย์ (ศูนย์วิจัยและพัฒนาลำไยแม่โจ้, 2549)

**นโยบายการบริหารจัดการปัญหาการเก็บเกี่ยวที่มีผลต่อเกษตรกรในระดับท้องถิ่น  
นโยบายและมาตรการภาครัฐในปี 2546**

**มาตรการกระจายลำไยภายในประเทศ :**

1. สนับสนุนให้กระจายผลผลิตออกนอกแหล่งผลิต โดยสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนปลอดดอกเบี้ยจำนวน 600 ล้านบาท ให้กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมการค้าภายใน จัดสรรให้จังหวัดแหล่งผลิตและจังหวัดปลายทาง 500 ล้านบาท และองค์กรคลังสินค้า (อคส.) 100 ล้านบาทไปดำเนินการ กระจายผลผลิตออกนอกแหล่งผลิต ระยะเวลาดำเนินการ พฤษภาคม ถึงกันยายน 2546 โดยให้ค่าบริหารจัดการ ค่าใช้จ่ายในการกระจายผลไม้นี้ตามเกณฑ์ หากเกิดผลกำไรหรือขาดทุนจากการจำหน่ายให้นำส่งคืนกำไรหรือชดเชยภาระขาดทุนจากกองทุน ลชก.
2. คณะกรรมการเพื่อแก้ไขปัญหาเกษตรกรอันเนื่องมาจากผลิตผลการเกษตรระดับจังหวัด กำกับดูแลการดำเนินการ และบริหารจัดการเกี่ยวกับการใช้เงิน ได้แก่ ค่าบริหารจัดการค่าใช้จ่ายจัดซื้อจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการกระจายผลไม้นี้ตามเกณฑ์

**นโยบายและมาตรการภาครัฐในปี 2547**

**มาตรการกระจายผลผลิตออกนอกแหล่งผลิต เป้าหมาย 20,000 ตัน :**

1. ให้สถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการรวบรวมผลผลิตลำไยสดระบายไปยังจังหวัดนอกแหล่งผลิต โดยสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการขนส่งและค่าบริหารจัดการให้กับสถาบันเกษตรกร เป้าหมาย 10,000 ตัน
2. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงมหาดไทย และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องจะร่วมกันเร่งระบายผลผลิตลำไยสดจากแหล่งผลิตไปสู่ตลาดใหม่ ๆ โดยเฉพาะในระดับอำเภอ ตำบล และหมู่บ้านทั่วประเทศ โดยสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียน และค่าใช้จ่าย เพื่อรับซื้อลำไยและจำหน่ายไปยังผู้บริโภคเป้าหมาย 10,000 ตัน
3. สนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนปลอดดอกเบี้ย 158 ล้านบาทให้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ดำเนินการกระจายลำไยสดออกนอกแหล่งผลิตไปสู่ผู้บริโภคทั่วประเทศ ทั้งในช่องทางตลาดเดิม และตลาดใหม่ และกระจายลำไยสดเพื่อการส่งออก ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนด โดยให้ค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อ จัดจำหน่าย การขนส่ง และค่าบริหารจัดการของส่วนราชการ และสถาบันเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ ตามเกณฑ์ที่กำหนด หากเกิดผลกำไรหรือขาดทุนจากการจำหน่ายให้นำส่งคืนกำไรหรือชดเชยภาระขาดทุนจากกองทุน ลชก. แล้วแต่กรณี

### มาตรการสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนแก่กลุ่มสหกรณ์การเกษตร :

ได้รับเงินอนุมัติเงินทุนหมุนเวียนจำนวน 200 ล้านบาท มีเป้าหมายให้เงินทุนหมุนเวียนปลอดดอกเบี้ยแก่สถาบันเกษตรกร กลุ่มเกษตรกรในการแปรรูปลำไยกระป๋อง โดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ นำไปจัดสรรให้สถาบันเกษตรกร กลุ่มสมาชิกและกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ที่ได้รับการสนับสนุนเครื่องมืออุปกรณ์ผลิตลำไยบรรจุกระป๋อง ยืมเป็นทุนหมุนเวียนในการรับซื้อลำไยสดจากเกษตรกรในราคารับซื้อตามเกณฑ์ปกติ แล้ว นำมาการแปรรูปเป็นลำไยกระป๋องที่มีคุณภาพและมาตรฐานรอการจำหน่ายต่อไป

### นโยบายและมาตรการภาครัฐในปี 2548

นโยบายและมาตรการ ในปี 2548 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีมาตรการหลัก เพื่อดำเนินการคือ

1. จัดการลำไยสดเป็นหลัก
2. รัฐจะไม่รับซื้อและไม่รับจำหน่าย
3. ใช้กลไกตลาดจัดการผลผลิต
4. ใช้สถาบันเกษตรกรเป็นกลไกหนึ่งในตลาด
5. รัฐจะช่วยประสานงานด้านการตลาด
6. ประสานงานกับสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และผู้ว่าราชการจังหวัดในพื้นที่ร่วมกันติดตามและแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่

### มาตรการกระจายลำไยสดในประเทศ เป้าหมาย 100,000 ตัน :

1. ให้สถาบันการเกษตรรวบรวมผลผลิตลำไย จำนวน 20,000 ตัน เพื่อกระจายไปยังจังหวัดปลายทางต่าง ๆ ทั่วประเทศผ่านเครือข่าย สถาบันการเกษตรกรและร่วมกับกระทรวงมหาดไทยกระจายไปสู่ระดับตำบล โดยกรมส่งเสริมสหกรณ์สนับสนุนเงินกู้จากกองทุนพัฒนาสหกรณ์ให้แก่สหกรณ์ วงเงิน 125 ล้านบาท อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 1 ต่อปี ส่วนกลุ่มเกษตรกรจะใช้เงินกู้จากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จำนวน 50 ล้านบาท อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 1 ต่อปี และรัฐชดเชยส่วนต่างดอกเบี้ยให้ธ.ก.ส.

2. ให้้องการตลาดเพื่อเกษตรกร (อ.ต.ก.) รวบรวมเพื่อกระจายผลผลิตไปยังตลาด อ.ต.ก. (Modern Trade) ตลาดภูมิภาค และอื่น ๆ จำนวน 10,000 ตัน โดยสหกรณ์ที่รวบรวมลำไยส่ง อ.ต.ก. กู้ยืมเงินจากกองทุนพัฒนาสหกรณ์ วงเงิน 62.50 ล้านบาท อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 1 ต่อปี

3. ให้นำกลไกตลาดปกติดำเนินการ จำนวน 70,000 ตัน โดยผู้ประกอบการค้าส่งลำไยสดในท้องถิ่นและจังหวัดในแหล่งผลิตทำการรวบรวมและจำหน่ายตลาดปลายทางให้แก่ผู้ประกอบการค้าส่งในตลาดไท ตลาดสี่มุมเมือง และตลาดในจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ

**มาตรการผลักดันการส่งออกลำไยสด เป้าหมาย 230,000 ตัน :**

1. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ร่วมกับกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงคมนาคม และผู้ส่งออกลำไยสดผลักดันการส่งออกลำไยสดไปต่างประเทศจำนวน 180,000 ตัน โดยภาครัฐจะช่วยอำนวยความสะดวกในด้านการส่งออก เช่น เร่งออกใบรับรองการตรวจสอบสารตกค้าง

2. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ร่วมกับกระทรวงพาณิชย์ ประสานงานจัดหาตลาดส่งออกไปยังประเทศจีนอีก 50,000 ตัน โดยจะจัดสรรให้ผู้ส่งออก ดำเนินการจัดส่งให้ผู้นำเข้าจากประเทศจีน ทั้งนี้ให้ผู้ส่งออกรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรในราคานำตลาด

3. สนับสนุนการส่งออกโดยชดเชยค่าใช้จ่ายเหมาจ่ายรวมค่าขนส่งให้สถาบันเกษตรกรและเอกชนที่ส่งออกลำไยสดและเข้าร่วมโครงการ ในอัตรา กิโลกรัมละ 2 บาท โดยผู้เข้าร่วมโครงการจะต้องรับซื้อลำไยในราคาที่กำหนด คือ ลำไยสดชั่งส่งออกจากเกษตรกร ในราคาไม่ต่ำกว่า เกรด AA 18/กก. เกรด A 15/กก.

เกรด B 11/กก. เพื่อรักษาระดับราคาลำไย จำนวน 30,000 ตัน วงเงิน 60 ล้านบาท

**มาตรการส่งเสริมการตลาดภายในประเทศ :**

สนับสนุนการส่งเสริมการตลาดภายในประเทศโดยการจัดงานเทศกาลและแจกชิมลำไยที่กรุงเทพฯและจัดงานต่างจังหวัด โดยร่วมกับกระทรวงมหาดไทย รวมทั้งรณรงค์ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ภายในประเทศ วงเงิน 49.55 ล้านบาท

**นโยบายและมาตรการภาครัฐในปี 2549**

นโยบายและมาตรการ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีมาตรการหลัก เพื่อดำเนินการในปี 2549 คือ

1. จัดการลำไยสดเป็นหลัก
2. รัฐจะไม่รับซื้อและไม่รับจำหน่าย
3. ใช้กลไกตลาดจัดการผลผลิต
4. ใช้สถาบันเกษตรกรเป็นกลไกหนึ่งในตลาด
5. รัฐจะช่วยประสานงานด้านการตลาด

โดยประกอบด้วยมาตรการหลัก 3 เรื่อง ได้แก่การผลิตลำไยในฤดูปกติ การผลิตลำไยนอกฤดู และการควบคุมพื้นที่ปลูกลำไย ส่วนมาตรการการผลิตลำไยในฤดูปกติมุ่งเน้น การกระจายผลผลิต ได้แก่กระจายผลผลิตเพื่อบริโภคในประเทศและการส่งออก (ลำไยสด ลำไยอบแห้ง และลำไยสีทอง) การขยายตลาดส่งออกและการประชาสัมพันธ์ ส่วนการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตจะมุ่งเน้นลดพื้นที่ปลูกลำไย และการจัดการต้นลำไย

ในส่วนของการจัดการลำไยนอกฤดูนั้นจะมุ่งเน้นการจัดการผลผลิตและการตลาด ได้แก่ระบบการรับซื้อล่วงหน้า (Contact Farming) การใช้เทคโนโลยีการผลิตนอกฤดู และการเร่งมาตรการส่งออก ขณะที่มาตรการการควบคุมพื้นที่ปลูกลำไยจะดำเนินการจดทะเบียน ควบคุมพื้นที่ปลูก

#### มาตรการบริโภคภายในประเทศ เป้าหมาย 100,000 ตัน :

1. ให้สถาบันเกษตรกรกระจายผลผลิตลำไยสดช่อไปสู่ตลาดปลายทาง โดยผ่านเครือข่ายสหกรณ์โดยสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 1 ต่อปี จากคชก. วงเงิน 125 ล้านบาทให้สถาบันเกษตรกร กู้ยืมเพื่อดำเนินการรวบรวมผลผลิต และกระจายออกนอกแหล่งผลิต และคชก. ชดเชยค่าใช้จ่ายการตลาดเหมาจ่ายให้สถาบันเกษตรกรตั้งแต่วันที่ 6 กรกฎาคม ถึงวันที่ 5 กันยายน 2549 กิโลกรัมละ 3 บาท จำนวน 10,000 ตัน วงเงิน 30 ล้านบาท
2. ให้ภาคเอกชนที่ประกอบการค้าลำไยดำเนินการกระจายลำไยสดตามกลไกตลาดปกติ จำนวน 90,000 ตัน

#### มาตรการส่งเสริมการตลาดภายในประเทศ :

ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ภายในประเทศ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และสื่อต่าง ๆ จัดงานเทศกาลบริโภคลำไยและแจกซิมในจังหวัดต่าง ๆ เช่นจัดงานเปิดเทศกาลบริโภคลำไยที่กรุงเทพฯ และจังหวัดที่สำคัญ โดยใช้เงินใช้จ่ายขาดจาก คชก. จำนวน 35 ล้านบาท

#### ผลการดำเนินงาน

1. กรมส่งเสริมสหกรณ์ได้โอนเงินกู้ คชก. ให้แก่จังหวัดต่าง ๆ เพื่อรวบรวมลำไยสดช่อ 118.125 ล้านบาท และเงินกู้ คชก. เพื่อแปรรูปลำไยอบแห้งสีทอง 9.3 ล้านบาท มีสถาบันเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 42 แห่ง จำแนกเป็น
  - สถาบันเกษตรกรที่รวบรวมลำไยสดช่อ (เพื่อกระจายไปสู่จังหวัดปลายทาง) จำนวน 37 แห่ง ใน 6 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน ลำพูน ลำปาง วงเงินกู้ที่อนุมัติ เป็นเงิน 40.7245 ล้านบาท ปัจจุบันมีหนี้คงเหลือ 27.6515 ล้านบาท

- สถาบันเกษตรกรที่รวบรวมลำไยสด ( เพื่อแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งสีทอง ) 5 แห่ง ใน 2 จังหวัด คือ เชียงใหม่ ลำพูน กู้เงินจาก คชก. ไปดำเนินการ 1.25 ล้านบาท ปัจจุบันมีหนี้คงเหลือ 1.117 ล้านบาท

2. ปริมาณลำไยที่สถาบันเกษตรกรรวบรวมได้ ณ วันที่ 5 กันยายน 2549 จำนวน 12,226.621 ตันสด มูลค่า 118,160,929.68 ล้านบาท

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### ด้านการเก็บเกี่ยว

ศูนย์วิจัยและพัฒนาลำไยแม่โจ้ (2549) ได้ศึกษาต้นทุนในการผลิตลำไยในฤดู ผลการศึกษาพบว่า ต้นทุนในการผลิตลำไยในฤดูมีต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 9,316.63 บาทต่อไร่ โดยคิดเป็นต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร ในส่วนของต้นทุนผันแปร เกษตรกรจะมีต้นทุนที่ใช้จ่ายเป็นค่าวัสดุ ซึ่งเป็นปัจจัยการผลิต เป็นต้นทุนคงที่สูงสุด และค่าใช้จ่ายของต้นทุนการเก็บเกี่ยว เป็นต้นทุนผันแปรสูงที่สุดคิดเป็น ร้อยละ 49.43 ของต้นทุนรวมทั้งหมด

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นได้ทราบข้อมูลปัญหาการผลิตและจำหน่ายลำไยในภาคเหนือของไทย ตลอดจนความต้องการของผู้บริโภคลำไย และตลาดลำไยทั้งในและต่างประเทศ รวมไปถึงแนวทางในการพัฒนาการผลิตลำไยให้มีคุณภาพ ตรงกับความต้องการของตลาด ซึ่งผู้วิจัยจะได้ใช้แนวทางและความรู้ต่าง ๆ ที่ได้ มาปรับประยุกต์ และเป็นแนวทางให้เกิดประโยชน์ และให้มีความเหมาะสมกับสภาพพื้นที่

#### ด้านการจำหน่าย

ขวัญเดือน ( 2540 ) ได้ศึกษาบทบาทของกลุ่มเกษตรกรในการพัฒนาการผลิตลำไยในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน ไม่มีตลาดกลางของกลุ่ม และรัฐไม่มีแผนการผลิตและการตลาดให้แก่กลุ่มเกษตรกร

มนตรี ( 2542 ) ได้ศึกษาการผลิตและการตลาดของลำไยในสาธารณรัฐประชาชนจีน และประเทศไทย พบว่าการตลาดลำไยของประเทศไทย ประเทศไทยต้องพึ่งพาการส่งออกลำไยไปต่างประเทศสูงมาก ในปี พ.ศ. 2540 ส่งออกคิดเป็นร้อยละ 87.3 ของปริมาณการส่งออกลำไยทั้งหมดคิดเป็นปริมาณ 228,049 ตันลำไยสด โดยคิดเป็นปริมาณลำไยสดส่งออก 81,673 ตัน ลำไยแห้งส่งออก 114,231 ตันลำไยสด กระป๋อง 31,946 ตันลำไยสด และลำไยแช่แข็ง 239 ตันลำไยสด มีมูลค่าถึง 5,030.7 ล้านบาท ขณะที่บริโภคภายในประเทศประมาณ 40,000 ตันต่อปี



พัชรินทร์ ( 2545 ) ได้ทำการศึกษาเรื่องการตอบสนองของตลาดต่อคุณภาพลำไยที่ระดับขายส่งในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน พบว่าครัวเรือนผู้บริโภคระบุจะพิจารณาความสดใหม่ พันธุ์ และราคา เป็นปัจจัยสำคัญต่อการเลือกซื้อลำไยสด ในขณะที่ขนาดของผลเป็นปัจจัยที่แทบไม่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อ อย่างไรก็ตาม เมื่อกำหนดให้ครัวเรือนผู้บริโภคระบุคุณภาพลำไยสดที่ต้องการพบว่า ครัวเรือนผู้บริโภคร้อยละ 89, 74, 69, และ 57 ต้องการลำไยที่มีผลขนาดใหญ่ กรอบเนื้อหา สีสผิวเป็นสีเหลืองทอง และรสหวานกลมกล่อมตามลำดับ การศึกษาเรื่องการตอบสนองของตลาดต่อคุณภาพลำไยในระดับท้องถิ่นพบว่า ขนาดของผลเฉลี่ยที่เพิ่มขึ้นแต่ละมิลลิเมตรและค่าความสว่างเฉลี่ยของสีผิวที่เพิ่มขึ้นแต่ละเปอร์เซ็นต์มีผลให้ราคาขายส่งลำไยสดช่อในตลาดขายส่งเพิ่มขึ้นกิโลกรัมละ 1.77 และ 1.35 บาท ตามลำดับ ส่วนความแข็งแรงของผลซึ่งถูกวัดด้วยแรงต้านที่มากที่สุดของทั้งเปลือกและเนื้อของผลผลิตต่อแรงกดที่เพิ่มขึ้นแต่ละกิโลกรัมต่อตารางเซนติเมตรมีผลให้ราคาลดลงกิโลกรัมละ 1.57 บาท นอกจากนี้ยังพบว่า ความแปรปรวนของขนาดผลที่เพิ่มขึ้นแต่ละหน่วยมีผลให้ราคาเพิ่มขึ้นกิโลกรัมละ 1.76 บาท

ด้วยเหตุที่พ่อค้าจะพิจารณาราคาของลำไยตามมาตรฐานและให้ราคาสูงขึ้นถ้าเห็นว่ามีผลขนาดใหญ่ป้อนมาในแต่ละเกรดมากขึ้น การศึกษาเกณฑ์การจัดชั้นลำไยช่อสดพบว่า ทั้งพ่อค้าท้องถิ่นที่มีการใช้การคาดคะเนทางสายตาและประสบการณ์ในการพิจารณาจัดชั้น และส่วนราชการใช้เพียงขนาดของผลเท่านั้นที่เป็นปัจจัยในการจัดชั้น แต่เมื่อเปรียบเทียบเกณฑ์ทั้งสองพบว่า เกณฑ์คุณภาพลำไยสดช่อของพ่อค้าท้องถิ่นสูงกว่าเกณฑ์ของทางราชการอย่างมีนัยสำคัญ แสดงถึงความไม่สอดคล้องของเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพลำไย สำหรับเกณฑ์การปลอมปนของขนาดผลที่ต่ำกว่าเกณฑ์ของแต่ละเกรดของทางราชการกำหนดไว้ไม่เกินร้อยละ 20 ของจำนวนผลหรือน้ำหนัก ส่วนพ่อค้าท้องถิ่นกำหนดไว้โดยเฉลี่ย 10.5 ซึ่งบางรายอาจกำหนดไว้ไม่เกินร้อยละ 0, 5, และ 20 เมื่อใช้เกณฑ์ดังกล่าวข้างต้นมาพิจารณาให้เกรดตามคุณภาพของลำไยช่อสดตัวอย่าง เปรียบเทียบกับเกรดที่พ่อค้ากำหนดในช่วงที่รับซื้อพบว่า พ่อค้าในตลาดท้องถิ่นให้เกรดคุณภาพลำไยช่อสดไม่สอดคล้องกับคุณภาพมาตรฐานที่พ่อค้ากำหนดเองถึงร้อยละ 60 – 70 ในจำนวนนี้ร้อยละ 8 – 13 เป็นการกำหนดเกรดที่ต่ำกว่าคุณภาพมาตรฐาน แต่ถ้าใช้เกณฑ์คุณภาพของทางราชการเป็นมาตรฐานจะมีลำไยช่อสดถึงร้อยละ 57 ที่ถูกพ่อค้าท้องถิ่นให้เกรดต่ำกว่าคุณภาพมาตรฐาน ดังนั้นเกษตรกรและหน่วยงานราชการที่ส่งเสริมเกษตรกรควรเน้นการผลิตหรือปรับปรุงการผลิตลำไยให้ได้ผลขนาดใหญ่ขึ้น รวมทั้งความสว่างหรือลดความคล้ำของสีผิว กรมวิชาการเกษตรหรือหน่วยงานรับผิดชอบควรให้การดูแลและกวดขันการคัดเกรดลำไยให้มากขึ้น นอกจากนี้ยังมีความจำเป็นที่จะต้องปรับปรุงทักษะของพ่อค้าท้องถิ่นและลูกจ้างที่ทำหน้าที่เป็นผู้คัดเกรดลำไยให้สามารถทำการคัดเกรดให้ตรงกับคุณภาพที่แท้จริงของผลผลิตลำไยสดช่อมากยิ่งขึ้น

นิชานา ( 2546 ) ได้ศึกษาสภาวะการส่งออกลำไยของไทยไปยังจีนภายหลังจากจีนเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก พบว่าลำไยอบแห้งมีมูลค่าการส่งออกในอัตราที่เพิ่มขึ้นหลังจากจีนเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก ในขณะที่การส่งออกลำไยสดเป็นไปในลักษณะตรงกันข้าม ลำไยของไทยมีสารตกค้างเกินมาตรฐานกำหนด ส่วนแนวทางการปรับนโยบายการส่งออกสินค้าเกษตรของไทย โดยการจัดให้มีองค์กรกลางเพื่อทำหน้าที่รวบรวมผลผลิตลำไย

รสรินทร์ ( 2547 ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อลำไยสด : กรณีศึกษาเปรียบเทียบผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพมหานคร มีกระบวนการตัดสินใจซื้อลำไยที่แตกต่างกัน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่จะค้นหาข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อลำไย ในเรื่องความปลอดภัยจากสารเคมีและแหล่งเพาะปลูกมากกว่า ขณะเดียวกันผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการประเมินทางเลือกในเรื่องรสชาติ ขนาดของผล ความสดใหม่ ราคาผลไม้ชนิดอื่นที่ซื้อแทนลำไย การลดราคา และความปลอดภัยจากสารเคมีมากกว่า ส่วนสถานที่ซื้อลำไยสดคือห้างสรรพสินค้ามากกว่า ระบุว่าพบปัญหาเรื่องการปนเปื้อนสารเคมี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved