หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของผลไม้ในประเทศไทย

ผลไม้จัดได้ว่าเป็นสินค้าเกษตรกรรมที่สำคัญ ที่ทำรายได้ให้แก่เกษตรกรไทย ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศ ผลไม้ที่ปลูกในประเทศไทยนั้นบางชนิดสามารถปลูกได้ทุกภาค และมีคุณภาพทัดเทียมกัน แต่บางชนิดก็สามารถปลูกได้เพียงบางภาค หรือบางจังหวัดเท่านั้น สำหรับผลไม้ที่สามารถปลูกได้เพียงบางจังหวัดนั้น จะเป็นผลไม้ที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของจังหวัดค่อนข้างมาก และจะส่งผลประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศโดยส่วนรวม

ผลไม้ที่ปลูกได้ในประเทศไทยนั้นมีมากมาย แต่ที่สำคัญและเป็นที่นิยมบริโภคทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ ลำไย กล้วยหอม องุ่น ส้ม มะม่วง แตงโม สับปะรด และทุเรียน ฯลฯ ในบรรดาผลไม้สดที่สำคัญดังกล่าว ลำไย นับเป็นผลไม้ที่มีความสำคัญมากที่สุด เพราะเป็นผลไม้สดที่ทำรายได้จากส่งออกสูงสุดในหมวดผลไม้ ดังตารางที่ 1

จากตารางดังกล่าวนี้ เป็นสถิติของปริมาณและมูลค่าผลไม้สดส่งออกของไทย ตั้งแต่ปี 2521 - 2526 โดยที่ปริมาณมีหน่วยเป็นเมตริกตัน หรือ 1,000 กก. ส่วนมูลค่าการส่งออกมีหน่วยเป็นล้านบาท จากตารางจะเห็นว่า ลำไยเป็นผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดในหมวดผลไม้ส่งออก กล่าวคือ มีมูลค่าเพิ่มขึ้นจาก 34.9 ล้านบาทในปี 2521 มาเป็น 207.2 ล้านบาท ในปี 2526 เป็นที่น่าสังเกตว่ามูลค่าการส่งออกของลำไยได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และค่อนข้างสม่ำเสมอซึ่งต่างกับผลไม้ประเภทอื่น ที่มีอัตราการเพิ่มลดไม่แน่นอน

ตารางที่ 1 การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทย ระหว่างปี 2521 - 2526

หน่วย : ล้านบาท

ผลไม้	ปี 2521	ปี 2522	ปี 2523	ปี 2524	ปี 2525	ปี 2526	รวม ปี21-ปี26
กล้วย	30.08	31.94	28.29	43.47	51.08	25.03	210.52
มะม่วง	13.81	19.39	19.44	21.15	32.54	20.88	127.21
สับปะรด	0.43	0.06	0.19	0.34	4.48	2.62	8.12
ฝรั่ง,มังคุด อโวกาโด	1.95	1.38	1.46	6.15	5.43	2.04	18.41
ส้ม	16.35	8.37	11.97	9.96	32.99	31.21	110.85
ส้มโอ	12.78	13.67	18.44	17.06	36.91	27.35	126.21
องุ่น	20.12	23.90	18.08	27.03	37.75	20.39	147.27
ลำไย	34.89	55.77	92.19	154.28	296.52	207.15	840.80
แตงโม	1.03	1.36	1.08	2.24	2.16	3.07	10.94
เงาะ	1.76	1.76	1.26	3.75	3.95	3.55	16.03
ทุเรียน	23.37	31.17	37.61	83.41	58.38	64.46	298.40
น้อยหน่า	6.02	4.55	5.52	10.05	12.57	5.59	44.30
มะละกอ	10.67	15.35	15.76	35.16	68.50	82.46	227.90
อื่น ๆ	5.32	3.80	18.95	6.01	16.27	23.45	73.80
รวม	178.58	212.47	270.87	420.06	649.53	519.25	2,260.76

ที่มา : กรมศุลกากร

ตารางที่ 2 การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทย ระหว่างปี 2521 - 2526

หน่วย : ตัน.

ผลไม้	ปี 2521	ปี 2522	ปี 2523	ปี 2524	ปี 2525	ปี 2526	รวม ปี21-ปี26
กล้วย	19,170	19,202	12,724	16,197	18,388	9,649	95,330
มะม่วง	3,171	3,266	3,275	3,063	4,118	2,538	19,431
สับปะรด	94	6	36	33	318	249	736
ฝรั่ง,มังคุด อโวกาโด	293	180	150	589	567	42	1,821
ส้ม	4,495	1,432	1,408	1,226	4,276	4,356	17,193
ส้มโอ	2,130	1,996	2,229	2,033	2,763	2,657	13,808
องุ่น	1,911	2,089	1,561	1,368	1,994	1,335	10,258
ลำไย	1,371	3,286	3,084	5,517	10,315	7,320	31,493
แตงโม	539	568	343	561	700	958	3,669
เงาะ	304	234	116	413	523	273	1,863
ทุเรียน	2,478	3,096	3,516	4,361	2,346	2,824	18,621
น้อยหน่า	1,120	785	727	1,380	1,705	845	6,562
มะละกอ	4,511	6,038	5,332	9,575	12,444	16,393	54,293
อื่น ๆ	1,129	374	1,817	457	1,007	846	5,630
รวม	42,716	42,552	36,918	46,773	61,464	50,285	280,708

ที่มา : กรมศุลกากร

ตารางที่ 3 การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทย ระหว่างปี 2521 - 2526

หน่วย : % ของมูลค่า

ผลไม้	ปี 2521	ปี 2522	ปี 2523	ปี 2524	ปี 2525	ปี 2526	รวม ปี21-ปี26
กล้วย	16.84	15.03	10.68	10.35	7.74	4.82	9.31
มะม่วง	7.73	9.13	7.18	5.04	4.93	4.02	5.63
สับปะรด	0.24	0.03	0.07	0.08	0.68	0.51	0.36
ฝรั่ง, มังคุด อโวกาโด	1.09	0.65	0.54	1.46	0.82	0.39	0.82
ส้ม	9.15	3.94	4.42	2.37	5.00	6.01	4.90
ส้มโอ	7.16	6.43	6.81	4.06	5.60	5.27	5.58
องุ่น	11.27	11.25	6.67	6.44	5.72	3.93	6.52
ลำไย	19.54	26.25	34.03	36.73	44.96	39.89	37.19
แตงโม	0.58	0.64	0.40	0.53	0.33	0.59	0.48
เงาะ	0.99	0.83	0.46	0.89	0.60	0.68	0.71
ทุเรียน	13.09	14.67	13.88	19.86	8.85	12.41	13.20
น้อยหน่า	3.37	2.14	2.04	2.39	1.91	1.08	1.96
มะละกอ	5.97	7.22	5.82	8.37	10.39	15.88	10.08
อื่น ๆ	2.98	1.79	7.00	1.43	2.47	4.52	3.26
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา : กรมศุลกากร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาโครงสร้างทางการตลาดของลำไยในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัญหาของผู้ผลิตลำไยในจังหวัดที่ผลิตได้จำนวนมากของประเทศ คือ จังหวัดเชียงใหม่และลำพูน
3. เพื่อศึกษาปัญหาทางการตลาดของลำไย ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาตลาดลำไยในอนาคต
4. เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาทางการตลาด และปัญหาด้านการผลิตของลำไย
5. เพื่อดูแนวโน้มทางการตลาดของลำไยในอนาคต

สมมติฐานที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1. ปัญหาที่สำคัญของผู้ผลิต คือ การกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง
2. ปัญหาที่สำคัญทางการตลาด คือ คุณภาพของลำไย และการตัดราคาขายซึ่งกันและกันของพ่อค้าคนกลาง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงโครงสร้างทางการตลาดของลำไย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์ปัญหา และสามารถแก้ไขปัญหาได้ตรงจุดมากขึ้น
2. ทำให้ทราบถึงปัญหาในการผลิต ตลอดจนแนวทางในการแก้ปัญหาที่จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ผลิต
3. ทำให้ทราบถึงปัญหาทางการตลาด ตลอดจนแนวทางแก้ไข ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ค้าส่งและผู้ส่งออก

ขอบเขตของการศึกษา

1. ศึกษาการตลาดของลำไย โดยยึดถือเอาส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการจำหน่าย เป็นเกณฑ์

2. ข้อมูลสถิติที่ใช้ประกอบการศึกษานี้ อยู่ในช่วงปี 2521 - 2527

3. ศึกษาปัญหาทางการตลาดของลำไย โดยมุ่งศึกษาในฤดูการผลิตปี 2527

4. ศึกษาปัญหาทางการตลาดของลำไย เฉพาะ 2 จังหวัดที่ผลิตลำไยได้มากที่สุดของประเทศ คือ จังหวัดเชียงใหม่ และลำพูน

วิธีดำเนินการศึกษา

วิธีการดำเนินการศึกษาสำหรับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สามารถจำแนกแหล่งที่มาของข้อมูลออกได้เป็น

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้มาจาก

ก. การสัมภาษณ์ (Interview) โดยการสอบถามและสัมภาษณ์ประมวลข้อคิดเห็นจากบุคคลในวงการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ข้าราชการของกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ข้าราชการของกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ข้าราชการของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ กระทรวงพาณิชย์ ข้าราชการของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำพูน กระทรวงพาณิชย์ พ่อค้าส่งออก เกษตรกรชาวสวนลำไย ฯลฯ

ข. การออกแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยการออกแบบสอบถามเกษตรกรชาวสวนลำไย ในจังหวัดเชียงใหม่ และลำพูน โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 100 ชุด แจกจ่ายโดยวิธีสุ่มตัวอย่าง (Random) ในช่วงที่ลำไยออกมากที่สุด คือ ประมาณเดือน กรกฎาคม ถึง สิงหาคม

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

โดยการศึกษาค้นคว้าจากบทความทางวิชาการ วารสาร และเอกสารอื่น ๆ ตลอดจนข้อมูลสถิติต่าง ๆ ทั้งที่เป็นภาษาไทย และภาษาต่างประเทศของหน่วยงานราชการ เอกชน และองค์การระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้อง