

มาตรการช่วยเหลือการตลาดลำไยของรัฐบาล ปัจจุบันและอนาคต ครั้งที่ 3 :

การวางแผนการผลิตและการตลาดลำไย ปี 48

วันจันทร์ที่ 17 มกราคม พ.ศ. 2548

ณ ห้องประชุม นคร ณ ลำปาง ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มาตรการช่วยเหลือการตลาดลำไยของรัฐบาล ปัจจุบันและอนาคต ครั้งที่ 3 :

คุณจรัส ศุภศิริ ประธานสหกรณ์ชาวสวนลำไยภาคเหนือ ได้กล่าวถึงการแก้ไขปัญหาลำไยที่ผ่านมาว่าไม่ได้หยิบยกปัญหาที่แท้จริงออกมาแก้ไข เช่น ปี 47 รัฐบาลกำหนดนโยบายช่วยเหลือการตลาดลำไยดีแต่ไม่สามารถปฏิบัติได้ เกษตรกรบางส่วนยังไม่ได้รับเงินจากการรับอบแห้งผลผลิต วันที่ 18 มกราคม พ.ศ. 2548 นี้ทางสำนักนายกรัฐมนตรี ได้มอบหมายให้ ธกส. วางแผนแก้ไขปัญหาลำไยปี 48 ร่วมกับกลุ่มเกษตรกร เพื่อหาเจ้าภาพในการแก้ไขปัญหาลำไย สิ่งที่กลุ่มเกษตรกรหลายกลุ่มกำลังผลักดันเป็นการแก้ไขปัญหาที่ปลายเหตุ ความจริงทุกองค์กรไม่สามารถรวมตัวกันได้ ทุกกลุ่มอยากเป็นใหญ่ เราจะมีวิธีการอย่างไรในการหลอหลอมให้เข้าใจตรงกัน

ปัญหาด้านการตลาดลำไยที่เกิดขึ้นทุกปี เนื่องมาจากมีขบวนการใหญ่ที่จ้องแต่จะรับผลประโยชน์เพียงกลุ่มเดียว ตั้งแต่ปี 43 เป็นต้นมา บริษัทที่ประมูลได้ยังคงเป็นบริษัทเดิม หรือบริษัทในเครือที่มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการบริหารใหม่ เช่น ปี 43 บ.ซีเตอ ปี 46 บ.เอโกรโปรดักต์เนตเวิร์ค ปี 47 บ.ปอเฮง ซึ่งก็คือ บ.ทีอี บ.ซีเตอ บ.อีเจ็จ และ บ. เอโกรโปรดักส์เนตเวิร์ค ร่วมกันตั้งบริษัทใหม่ แต่ผู้บริหารยังเป็นชุดเดิม

การนำเสนอแนวทางแก้ปัญหาในปี 48 จึงมีการพูดถึงความเป็นไปได้ในการรวบรวมผู้ซื้อที่รับซื้อลำไยภายในประเทศเป็นองค์กรเดียว และรับซื้อผลผลิตในราคาเดียวกัน บริหารการตลาดเอง ซึ่งปัจจุบันมีผู้ค้ามากกว่า 50 ราย และรวมองค์กรเกษตรกรให้เป็นผู้ผลิตเพียงอย่างเดียว ให้มีการผลิตที่มีคุณภาพ และรวบรวมการผลิตในรูปของเครือข่าย องค์กรที่จะเข้ามาร่วมในภาครัฐ ได้แก่ ธกส. โดยปล่อยผู้ให้บงองค์กรเกษตรกรเพื่อผลิตลำไย การสั่งซื้อจะผ่านจากองค์กรจุดเดียว และมีการจ่ายเงินผ่าน ธกส. ซึ่งจะนำไปหักในเกษตรกรรายนั้นๆ ต่อไป แต่ยังไม่ได้กำหนดเรื่องดอกเบี้ย นอกจากนี้ยังมีการกำหนดมาตรการทางด้านราคาในกลุ่มของผู้ซื้อ ทำให้องค์กรเกษตรกรสามารถควบคุมต้นทุนและกำหนดการผลิตได้

ความล้มเหลวของการรับจำนำลำไย เนื่องจากมีผลประโยชน์มหาศาล ทำให้มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เสียหายเนื่องจากเข้าไปทำเรื่องการตรวจสอบคุณภาพ (QC) ลำไย โดยคนที่ดำเนินการ QC ไม่ใช่คนผลิตและขาดความรู้ การ QC ขัดแย้งกับเกษตรกรและคนที่ทำลำไยมาหลายปี การรับรองไม่ตรงกันเนื่องจากความขัดแย้งขององค์กร เงินจาก อดท. 4,000 กว่าล้านบาทไปกับลำไยสด ไม่มีการจ่ายให้กับผู้ทำลำไยแห้ง เกิดการหักหลังกัน ผลผลิตของบริษัทปอเฮงสูญหายจำนวน 43,000 ตัน ซึ่งรัฐบาลจะเอาผิดกับเกษตรกรที่รับอบให้ปอเฮงจำนวน 248 ราย ลำไยอบแห้ง 95,000 ตัน ก็ยังหาคนรับผิดชอบไม่ได้ ซึ่งทางสหกรณ์ชาวสวนลำไยภาคเหนือจะจัดประชุมให้ผู้รับอบแห้งทั้ง 248 ราย เพื่อรับมือกับแผนงานของรัฐบาล โดยจะเสนอปัญหาที่เกิดขึ้นขณะการอบ เช่น การที่รัฐนำลำไยเปลือกบาง (ที่ไม่ใช่พันธุ์ต่อ) มาให้เกษตรกรอบแห้ง ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งไม่มีคุณภาพ และการส่งมอบบรรจุภัณฑ์ลำไย จนถึงขณะนี้บางกลุ่มก็ยังไม่ได้รับกล่อง รวมทั้งเรียกร้องให้รัฐรับผิดชอบก่อน จากนั้นเกษตรกรจึงจะรับผิดชอบคืนรัฐ เช่นเดียวกัน

แผนการตลาดลำไย ประจำปี 2548

โดย คุณวิภาดา ตริสัถย์ พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่

มติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2547 ให้กระทรวงพาณิชย์จัดทำแผนจังหวัด ดังต่อไปนี้

1. การขยายตลาดสินค้าผลไม้ไทย
 - กระทรวงพาณิชย์เป็นเจ้าภาพ

- กลุ่มจังหวัดแหล่งผลิตกำหนดยุทธศาสตร์ร่วมกัน
 - ประสานงานกระทรวงพาณิชย์
2. การปรับโครงสร้างการผลิตผลไม้
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์เป็นเจ้าภาพ เน้นการกระจายสด
 - กลุ่มจังหวัดแหล่งผลิตร่วมกันกำหนดยุทธศาสตร์
 - กรมการค้าภายใน รับผิดชอบการตลาดภายในประเทศ
 - กรมส่งเสริมการส่งออก รับผิดชอบตลาดต่างประเทศ
 - กรมการค้าภายใน เป็นผู้ประสานดำเนินการ

การขยายตลาดสินค้าผลไม้ไทยกลุ่มจังหวัดล้านนา

ด้านการผลิต

1. มีข้อมูลพื้นที่ปลูก ปริมาณผลผลิตย้อนหลัง 3 ปี
2. จัดทำปฏิทินสินค้าเกษตร
3. จัดทำฐานข้อมูล ทะเบียนผู้ปลูก
4. ข้อมูลสวนผลไม้ที่ได้ GAP และมีศักยภาพพร้อมพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ด้านการตลาด

1. หาปริมาณความต้องการภายในจังหวัด
 - บริโภคคนละ 0.5 กก. ต่อคนต่อฤดูกาล (ลำไย)
 - เข้าโรงงานแปรรูป ใช้ในการวางแผนการกระจายผลผลิต
2. ข้อมูลตลาดต้นทาง
 - ผู้รวบรวมผลผลิตในพื้นที่ (จตุรรวบรวม)
 - แหล่งกระจายผลผลิตในพื้นที่
 - โรงอบ
3. ข้อมูลตลาดปลายทาง
 - ผู้รวบรวมผลผลิตในพื้นที่ (จตุรรวบรวม)
 - แหล่งกระจายผลผลิตในพื้นที่ (ตลาดกลาง, ตลาดสด)

แนวทางการขยายตลาดลำไย ปี 48

ตลาดภายในประเทศ

1. กระจายผลผลิตออกนอกแหล่งผลิตและเชื่อมโยงตลาดภายในประเทศ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้
 - ขึ้นทะเบียนตลาดต้นทางและปลายทาง
 - กำหนดจตุรรวบรวมและผู้เข้าร่วมโครงการ
 - ดำเนินการรวบรวมผลผลิตส่งให้จังหวัดปลายทาง
 - จังหวัดต้นทางตรวจสอบสินค้าและออกไปส่งสินค้า
 - จังหวัดปลายทางรับสินค้าและจ่ายค่าขนส่ง
2. จัดการรณรงค์การบริโภคผลไม้ภายในประเทศ (เน้นกลุ่มเป้าหมาย นักท่องเที่ยวต่างชาติ) โดยจัดงาน Thai Fruit Paradise ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่

3. จัดตลาดนัดลำไย (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์)
4. ประชาสัมพันธ์การบริโภคผลไม้ผ่านสื่อต่างๆ (กรมการค้าภายใน)
5. สนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนปลอดดอกเบี้ยสำหรับการแปรรูปให้กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ โรงงานแปรรูป
6. หาข้อมูลการผลิตภายใน เพื่อการส่งออกภายนอก

ตลาดต่างประเทศ

1. จัดงานแสดงสินค้าผลไม้และเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ
2. ส่งเสริมการขายผลไม้ไทยร่วมกับห้างในต่างประเทศ
3. จัดคณะผู้แทนการค้ามาไทย
4. จัดคณะผู้แทนการค้าไปต่างประเทศ
5. การพัฒนาสินค้าเพื่อสนับสนุนการส่งออก เช่น ขนาดบรรจุภัณฑ์
6. การพัฒนาบุคลากรทั้งในและต่างประเทศ เพื่อหาช่องทางขยายการส่งออก
7. การพัฒนาระบบข้อมูลการค้า

ประเด็นแสดงความคิดเห็น

❖ การรวมกลุ่มของเกษตรกรเป็นเรื่องที่ดี แต่ในทางปฏิบัติทำได้ยาก เนื่องจากลำไยเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีผลประโยชน์มหาศาล

❖ หน่วยงานรัฐควรสนับสนุนการกระจายผลผลิตออกนอกแหล่งผลิต โดยให้ทุนหมุนเวียนแก่พ่อค้ารายย่อย รายละไม่เกิน 250,000 บาท และสนับสนุนค่าขนส่ง เพื่อซื้อลำไยถึงสวนของเกษตรกร นอกจากนี้ยังต้องขึ้นทะเบียนประวัติพ่อค้ารายย่อยไว้ และกำหนดราคาประกันลำไยสดไม่ต่ำกว่า 20 บาท/กก.

❖ ให้รัฐสนับสนุนค่าขนส่ง เพื่อให้พ่อค้าเริ่มแหล่งเงินทุน และมีแรงจูงใจ ดังกรณีของ อ.ดอยเต่า ซึ่งไม่มีจุดรับซื้อ ลำไยจะถูกลำเลียงโดยพ่อค้ารายย่อยไม่น้อยกว่า 10 – 20 ตัน ต่อวัน ไปยัง จ.สงขลา หาดใหญ่ ขอนแก่น สุพรรณบุรี และจากที่อื่นๆ หากส่งเสริมพ่อค้ารายย่อยเหล่านี้จะทำให้สามารถระบายผลผลิตได้ดี แต่ไม่สนับสนุนให้กลุ่มหรือสหกรณ์ดำเนินการเอง เพราะไม่มีความชำนาญในพื้นที่ปลายทาง และไม่รู้แหล่งจำหน่าย ภาครัฐควรมีการสนับสนุนตลาดกลางท้องถิ่นที่ชัดเจน เนื่องจากที่ผ่านมามีเงื่อนไขมากมาย ทั้งการค้าประกัน การทำรายละเอียดข้อมูล ซึ่งมีความยุ่งยากในระยะเบื้องต้น

❖ กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินการกระจายผลผลิตออกนอกแหล่งผลิตตั้งแต่ปี 45 แต่ควรมีการนำประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นกับเกษตรกร พ่อค้า ไปปรับปรุงวิธีการให้สมบูรณ์มากขึ้น เช่น การเบิกจ่ายเงินปลายทางล่าช้าจากระบบการทำงานของรัฐ

❖ ปัญหาที่สำคัญของลำไย ได้แก่ การบริหารงานขององค์กรไม่เป็นไปตามแนวทางที่วางไว้ และไม่สิ้นสุดที่เกษตรกร หน่วยงานควรกระจายแผนการปฏิบัติ และหาแนวทางการดำเนินงานลงสู่ระดับเกษตรกรให้ได้ ในส่วนของภาครัฐเองมีข้อมูลในทุกด้าน แต่ขาดการเชื่อมโยงและการเปิดเผยข้อมูล

❖ ประเด็นเรื่องสารตกค้างไม่ได้เป็นปัญหาสำคัญในการกระจายผลผลิตผ่านทางกระทรวงพาณิชย์ในปี 2545 ปัญหาสำคัญ ได้แก่ คุณภาพของผลผลิต และการคัดขนาด ซึ่งเกษตรกรจะถูกกดราคาจากพ่อค้าปลายทาง ดังนั้น การกำหนดขนาดต้นทางและปลายทางต้องมีความเข้าใจตรงกันและมีมาตรฐานเดียวกัน

การกำหนดพื้นที่จุดรับซื้อ และการขึ้นทะเบียน

❖ ควรกำหนดพื้นที่ให้ชัดเจน และอยู่ในหมู่บ้าน เพื่อป้องกันปัญหาการขนส่งของเกษตรกร

❖ หน่วยงานที่รับผิดชอบต้องหารือกับตัวแทนของเกษตรกรเพื่อกำหนดเกณฑ์ของจุดรับซื้อ เพื่อป้องกันปัญหาการหักหัวคิว ในปี 45 ส่วนกลางเป็นผู้กำหนดเกณฑ์ และให้ทางจังหวัดคัดเลือกพื้นที่ที่เหมาะสม

❖ กระบวนการดำเนินการไม่ได้หมายความว่าผลผลิตทั้งหมดจะต้องผ่านจุดรับซื้อเพียงจุดเดียว เนื่องจากจุดรับซื้อเป็นเพียงการแทรกแซง และกระตุ้นระบบตลาดเท่านั้น การค้าในตลาดปกติยังต้องดำเนินการต่อไป

❖ ปัญหาที่เคยเกิดขึ้นกับกระทรวงพาณิชย์ คือ คุณภาพ และขนาด ขบวนการของพ่อค้า คือ เมื่อส่งสินค้าถึงปลายทางแล้วจะถูกกดราคา การกำหนดขนาดต้องให้ทั้งต้นทางและปลายทางมีความเข้าใจตรงกันและมีมาตรฐานเดียวกัน ที่ถูกต้องผู้ซื้อควรเป็นผู้ตรวจสอบคุณภาพ ณ จุดรับซื้อเอง

❖ ประเด็นปัญหาด้านคุณภาพ เกิดจากการกำหนดขนาดที่ไม่มีมาตรฐานที่ชัดเจน การปฏิบัติไม่เปิดโอกาสให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน การคัดและบรรจุลำไยสดลงตะกร้าทำด้วยตา ไม่ใช่เครื่องคัดแยกที่ได้มาตรฐาน อาจมีความเป็นไปได้หากไม่มัดลำไยजू แต่ตัดให้ติดกันและผ่านเครื่องคัดแยกคล้ายลำไยอบและบรรจุในบรรจุภัณฑ์ ซึ่งในระยะแรกผู้บริโภคอาจไม่คุ้นเคย

❖ เกษตรกรมีความต้องการจุดยืนทางปฏิบัติที่ชัดเจนต่อมาตรฐานลำไยสด

❖ จุดรับซื้อควรมีการประกาศให้ทราบล่วงหน้า และชัดเจนโดยทั่วกัน สามารถรองรับผลผลิตของเกษตรกรในพื้นที่ได้ พร้อมทั้งมีคณะกรรมการจากหลายฝ่ายเป็นผู้ตรวจสอบคุณภาพ โดยที่พ่อค้าต้องยอมรับการตรวจสอบนั้นด้วย

❖ สิ่งที่ต้องพิจารณา คือ ความสามารถในการจัดตั้งตลาดกลาง หรือจุดรับซื้อ และการเข้าถึงข้อมูลของเกษตรกร

❖ การกำหนดโควตาในจุดรับซื้อจะทำให้เกษตรกรได้รับความเดือดร้อน

เกณฑ์ของจุดรับซื้อ เป็นความเห็นในเบื้องต้นของทั้งจากภาครัฐ สถาบันเกษตรกร และเกษตรกร ดังนี้

1. มีสถานที่กว้างขวาง การคมนาคมสะดวก
2. สามารถตรวจสอบคุณภาพของผลผลิตได้ (มาตรฐานเดียวกันทั้งต้นทางและปลายทาง)
3. ต้องมีทุนหมุนเวียนพอสมควร
4. มีโรงอบซัลเฟอร์ไดออกไซด์ที่ได้มาตรฐาน
5. ได้รับการรับรองจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ หรือกระทรวงพาณิชย์
6. การซื้อขายกำหนดให้ใช้มาตรฐานราคากลาง
7. สินค้าที่ซื้อขายสามารถตรวจสอบแหล่งที่มาของผลผลิตได้

จุดรับซื้อ และตลาดกลาง ในแง่ของกระทรวงพาณิชย์

ตลาดกลาง คือ จุดที่ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกัน ต้องมีผู้ซื้อหลายราย แต่ในการดำเนินการจริงๆ มักมีผู้ซื้อเพียงรายเดียวและผู้ขายหลายราย กระบวนการเป็นไปตามกลไกของตลาด

จุดรับซื้อ ใช้ในกรณีที่ทางราชการมีมาตรการในการช่วยเหลือสนับสนุน การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นถ้ามีเกษตรกรเข้าร่วมจะทำให้การแก้ปัญหาดีขึ้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระบบตลาด

- กรมการค้าภายใน พาณิชย์จังหวัด
- กรมส่งเสริมการค้าส่งออก
- ธกส.
- สวพ. (GAP)
- สหกรณ์ / กลุ่ม
- เกษตรกร / ผู้ค้าอิสระ
- บริษัท / พ่อค้ารายใหญ่
- สำนักนายกรัฐมนตรี เป็นผู้ควบคุม

การเข้าถึงตลาดลำไยในประเทศจีน โดย คุณสายณรงค์ รัตนนท์ ชมรมผู้ปลูกลำไย

คุณสายณรงค์ รัตนนท์ ในอดีตเป็นผู้ปลูกลำไยมานานหลายปี ปัจจุบันได้ผันตัวเองเป็นนักวิจัยอิสระ ทำงานวิจัยด้านการตลาดจีนกว่า 3 ปี ในมณฑลยูนนาน และกวางสี

- ปี 41 เดือนธันวาคมวิชาการเกษตรว่าลำไยจะล้นตลาด
- ปี 42 เขียนลงวารสารเคหะการเกษตร เตือนว่า สารโพแทสเซียมคลอไรด์จะทำให้ชาวสวนขายลำไยไม่ออก
- การคาดคะเนวันนี้ ลำไยไทยจะล้นตลาดไปอีกหลายปี (ถ้าไม่จี้ นักการเมืองจะไม่ช่วย เนื่องจากฐานของนักการเมืองไม่ใช่เกษตรกร และไม่คุ้นเคยกับการเกษตร)

ส่วนหนึ่งของแหล่งที่มาของข้อมูล

- คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รายงานการวิจัย เรื่อง การเพิ่มศักยภาพการกระจายสินค้าระหว่างภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยและจีนตอนใต้
- การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อหาแนวทางเพิ่มศักยภาพการกระจายสินค้าระหว่างภาคเหนือตอนบนของไทยและจีนตอนใต้ โดยมีขอบเขตการศึกษาสินค้าลำไยอบแห้ง
- อ.อักษรศรี พานิชสาส์น ม.ธรรมศาสตร์
- สำนักปลัดกระทรวงพาณิชย์ (คุณพิษณุ เจริญมหาศาล)

ข้อระวังในการศึกษาเรื่องประเทศจีน

- จีนมีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
- จีนเปรียบเสมือนกลุ่มประเทศยุโรป หนึ่งประเทศหลายสิบระบบ
- มีผู้คนหลากหลาย
- มีประชากร 1300 ล้านคน
- มีพื้นที่กว้างขวางมาก
- คนที่รู้เรื่องจีนอย่างถ่องแท้ ยังไม่เคยพบ คนที่เก่งเรื่องเมืองจีนจริงๆ ไม่บอกว่าตนเองเป็นผู้เชี่ยวชาญเรื่องจีน
- คนส่วนมากรู้เรื่องเมืองจีน อย่าง ตาบอด คล่าข้าง

แหล่งผลิตลำไยในจีน

แหล่งผลิตลำไยในจีนที่สำคัญ ได้แก่ มณฑลกวางสี กวางตุ้ง ฟูเจี้ยน และมณฑลที่อยู่ริมทะเล ได้แก่ ยูนนาน และไหหลำ ซึ่งลำไยในจีนมีความหลากหลายมาก ดังเช่นลำไยต้นเตี้ยที่มณฑลกวางตุ้ง

ประชากร

ประชากรในประเทศจีนทั้งหมด 1,300 ล้านคน เป็นคนในเมือง 500 ล้านคน และเป็นคนในชนบท 800 ล้านคน ซึ่งมีฐานะยากจน รายได้ของคนในเมืองและคนในชนบทมีความแตกต่างกันมาก ซึ่งความเหลื่อมล้ำนี้อาจก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม

ปัญหาทั่วไปในการทำการค้ากับจีน

- กฎระเบียบมาก แต่ละมณฑลมีสิทธิการสร้างกฎระเบียบเองได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งไม่ขัดกับกฎระเบียบของรัฐบาลกลาง
- กฎระเบียบ และวิธีการปฏิบัติเปลี่ยนแปลงไปเร็วมาก
- แต่ละมณฑลมีการกีดกันกันเอง ส่งสินค้าข้ามมณฑลยาก

- แต่ละมณฑลมีความแตกต่างกันมาก
- ปัญหาด้านการขนส่ง อาหารสด ผลไม้สด ขนส่งไกลทำได้ลำบาก
- ปัญหาด้านการจ่ายใต้โต๊ะ
- ปัญหาเรื่องการร่วมลงทุนกับคนจีน (อย่าเชื่อใจโดยง่าย) กรณีตัวอย่าง : กลุ่มมิตรผลที่ทำธุรกิจน้ำตาลกับจีน

ความหนาแน่นของประชากรในจีน

มณฑลที่มั่งคั่งจะอยู่ทางด้านตะวันออกริมทะเล และมีประชากรอยู่อย่างหนาแน่น สำหรับที่มีประชากรเบาบางจะขายยาก เพราะการกระจายสินค้าลำบาก และเนื่องจากการขนส่งลำบากทำให้ยังมีคนในประเทศจีนที่ไม่รู้จักลำไยอยู่มาก โดยเฉพาะมณฑลทางเหนือที่มีอากาศหนาว

ปริมาณลำไยส่งออกไปจีน และฮ่องกง ปี 46

ลำไยที่ส่งไปยังจีนส่วนหนึ่งจะถูกส่งผ่านฮ่องกง ซึ่งมีปริมาณส่งออกลำไยสดในฤดู ลำไยสดนอกฤดู และลำไยอบแห้ง จำนวน 10,000, 38,000 และ 170,000 ตัน ตามลำดับ

ตลาดลำไยสดในจีน

มณฑลที่บริโภคลำไยมากส่วนใหญ่อยู่ริมทะเล และทางใต้ ได้แก่ เซี่ยงไฮ้ ปักกิ่ง สำหรับมณฑลกวางตุ้งบริโภค ลำไยร้อยละ 7 ของปริมาณทั้งหมด เนื่องจากมีประชากรมากถึง 80 ล้านคน นอกจากนี้ผู้บริโภคยังมีรายได้สูงและนิยมของจากต่างประเทศ

ปริมาณส่งออกลำไยสดไปจีนและฮ่องกง ปี 43 – 46

ปี	ปริมาณ (ตัน)
2543	14,429.85
2544	22,349.63
2545	29,069.39
2546	57,494.22

การบริโภคลำไยสดในฤดูลดลงมาก เนื่องจากจีนผลิตได้เอง แต่การบริโภคนอกฤดูยังเพิ่มสูงขึ้น แต่หากส่งมากไปก็อาจมีปัญหา

เส้นทางขนส่งลำไยสดจากไทยไปจีน

ผลผลิตลำไยร้อยละ 90 จะถูกส่งไปยังมณฑลกวางโจว จากนั้นจึงส่งต่อไปยังมณฑลอื่น เพราะสามารถรองรับการขนส่งขนาดใหญ่ และมีตู้คอนเทนเนอร์และตู้เย็นขนาดใหญ่ ผลผลิตอีกร้อยละ 10 จะส่งไปยังเจียงหนานและเซี่ยงไฮ้ สำหรับเจียงหนานเคยเป็นตลาดใหญ่ แต่เมื่อประมาณ 2 ปีที่ผ่านมาตลาดก็ดีขึ้นมาแทน แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของจีนที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว

มณฑลเสฉวน ชงติง มีผลไม้ไทยขายมาก แต่ก็เสียหายมากเช่นกันเพราะต้องขนส่งไกล จากมณฑลกวางโจวผ่านทางเซี่ยงไฮ้โดยทางรถไฟหรือรถ ซึ่งจะง่ายกว่าการขนส่งโดยตรงเนื่องจากความเข้มงวดของด่านศุลกากร เส้นทางขนส่งจึงเสี่ยงส่งผ่านกวางโจวมากกว่า

คุณภาพลำไยสดที่วางขายในจีน

ซูเหลียง	คล้ายอีตอ แต่เปลือกสีดำ
ชื่อเจี๋ยะ	คล้ายเบี้ยวเขี้ยว แต่ลูกเล็ก เปลือกไม่ค่อยสวย
ฟูเจี้ยน	ไม่อร่อย
ต้าหูหยวน	ลูกใหญ่มาก จืด ทำอบแห้ง
ไทย	ผิวสวย ร่มก่ามะถัน ไม่สด ร่มก่ามะถันแล้วไม่อร่อย เนื่องจากกรรมมากไป

ปัญหาการทำตลาดลำไยสดในจีน

- คนไทยไม่สามารถควบคุมการกระจายสินค้าในจีน ได้
 - บางครั้งไม่รู้เลยว่าสินค้าของตนกระจายไปที่ไหนบ้าง
 - คนไทยไม่สามารถควบคุมคุณภาพในจีนได้
- ซึ่งสอดคล้องกับกรณีลำไยแห้งด้วยเช่นกัน

ปัญหาการทำตลาดลำไยอบแห้งในจีน

มณฑลที่บริโภคลำไยอบแห้งมากคล้ายกับมณฑลที่บริโภคสด อยู่บริเวณริมทะเล และยังไม่แน่ใจสำหรับการกระจายไปยังมณฑลอื่น แต่ลำไยอบแห้งจะได้เปรียบในแง่ของการกระจายเนื่องจากไม่เน่าเสีย ปริมาณส่งออกลำไยแห้งไปจีนและฮ่องกง ปี 43 – 46 เพิ่มขึ้นเร็วมาก โดยร้อยละ 90 ขนส่งผ่านทางแม่น้ำโขงเข้าคุนหมิง (มณฑลยูนนาน) ร้อยละ 30 เข้าผู้เถียน (มณฑลฟูเจี้ยน) ร้อยละ 10 ผ่านผู้เถียนไปอี้ฮู (มณฑลจี๋เกียง) และร้อยละ 80 ถึงอี้ฮูโดยตรง

ในอดีตการส่งออกลำไยอบแห้งอยู่แค่ผู้เถียน แต่ปัจจุบันอี้ฮูได้พัฒนาเป็นตลาดสินค้าขายส่งสำคัญของจีน

ข้อได้เปรียบในการทำการค้าผ่านมณฑลชายแดนของจีน เช่น ยูนนาน กวางสี

- จีนให้สิทธิพิเศษส่งเสริมการค้าชายแดน สร้างกฎระเบียบเองที่ดีกว่ามาก
- กฎระเบียบท้องถิ่นดีกว่า
- เอาหูไปนา เอาตาไปไร่ มีการคอร์รัปชันมาก

คุณภาพลำไยอบแห้งที่วางขายในจีน

ผู้เถียน	ดีที่สุด
ไทย	ใช้ได้
เวียดนาม	ไม่ดี เมล็ดใหญ่ เนื้อบาง
กวางตุ้ง กวางสี	ไม่ทราบ

การผลิตลำไยอบแห้งที่ผู้เถียน

ใช้เตาอิฐและอบแห้งด้วยฟืน อบแห้ง 2 ครั้งใช้เวลารวม 4-5 วัน ถือว่ามีความประณีตมากกว่าของไทย เนื่องจากมีแรงงานถูก

การค้าแบบจีทูจี (เกี่ยวกับลำไย) (Government to Government)

- ปัจจุบันเกือบไม่มีเลย
- ภาครัฐของมณฑลส่วนใหญ่มีหน่วยงานในสังกัดที่ทำธุรกิจเชิงพาณิชย์ มีรัฐบาลที่เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่
- ผู้ว่า CEO ของไทยหลายท่านยกคณะไปค้าขายกับจีน ไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร

การทำการค้ากับจีนควรทำการค้าแบบถูกต้องหรือไม่

กรณีศึกษา บริษัทมิตรผลทำการค้าน้ำตาลกับประเทศจีนแบบถูกต้องหมด ได้แนะนำว่าไม่ควรทำแบบถูกต้อง เพราะมีความยุ่งยาก ในปัจจุบันการส่งของผ่านยูนิคอนและกวางโจวทำได้ยาก เนื่องจากประเทศจีนปรับการทำงานเข้าสู่ระบบมากขึ้น ทำให้การขนส่งยากขึ้น การติดสินบนก็ยากขึ้นตาม

ศูนย์มณีดำหมิง

- ตั้งอยู่ที่คุนหมิง ยูนิคอน
- เป็นของเอกชน
- บริษัทไทยแห่งแรกที่มีสิทธิทำการกระจายสินค้าในจีนได้
- คาดว่าจะเป็นศูนย์กระจายสินค้าไทยในจีน
- มีศูนย์แสดงสินค้าไทยในจีนอย่างถาวร (5000 ตร.ม.)
- จัดงานแสดงสินค้าทุกเดือน
- มีข้อมูลช่วยพ่อค้าไทย

สถานการณ์การส่งออกลำไยอบแห้งของไทยไปได้ดี แต่หากผลผลิตเพิ่มขึ้นอาจก่อให้เกิดปัญหาเพิ่มขึ้นอีก ลำไยอบแห้งเฉพาะเนื้อ มีปริมาณการส่งออกน้อยมาก การส่งออกผู้ค้าต้องรู้เรื่องระบบตลาดให้ดี เพราะมีตลาดอยู่แล้ว และมีหลายราคา แต่ประเทศไทยเสียเปรียบทางด้านแรงงาน

ข้อเสนอแนะจาก 3 แหล่งที่อ้างอิง

- รู้เขา
- หาดตลาดใหม่
- หาดตัวแทนเพิ่ม ติดต่อกับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ รายชื่อผู้ค้าของจีน
- ไปดู เจริญกับศูนย์กลางขายลำไยในจีน ที่กวางโจว อี้ฮู เชียงไฮ้
- ประชาสัมพันธ์ให้คนจีนได้รู้จัก และคุ้นเคยกับสินค้ามากขึ้น มีหลายคนยังไม่รู้จัก
- หาเส้นทางกระจายสินค้าเพิ่มขึ้น ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย พัฒนาท่าเรือเชียงแสน ถนน แม่น้ำโขง
- เน้นรวมกลุ่ม
- ให้อำนาจ และ สส. ช่วยเจรจา

การดำเนินงานของกรมส่งเสริมการส่งออก

- การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จัดงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ
- การจัดคณะผู้แทนทางการค้า ชูตพาณิชย์ ประจำอยู่ที่มณฑลกวางโจว คุนหมิง เชียงไฮ้ และปักกิ่ง ในอนาคตมีแผนเพิ่มเจ้าหน้าที่ให้มากขึ้น

ประเด็นแสดงความคิดเห็น

➢ ในเดือนพฤศจิกายนที่ผ่านมา สหกรณ์ผู้ปลูกลำไยภาคเหนือได้ประชุมร่วมกับกระทรวงพาณิชย์และกรมส่งเสริมการส่งออกที่เมืองคุนหมิงเพื่อเปิดตลาดแลกเปลี่ยนสินค้านระหว่างไทยและจีน แต่ผลที่ได้จากการประชุมกลับเป็นการเปิดตลาดของไทยมากกว่า ประเทศจีนยอมรับข้อตกลงเรื่องการค้าลำไยน้อยมาก เนื่องจากจีนมีตลาดใหญ่ และมีระบบการจัดการของผู้ค้าอยู่แล้ว พ่อ

ค้าย่อยที่จะมาทำกับไทยจึงได้รับอิทธิพลเหล่านี้ ข้อตกลงในการแลกเปลี่ยนสินค้าโดยคิดมูลค่าสินค้าที่แลกกับลำไยไม่สามารถยอมรับได้เพราะมูลค่าสินค้าของจีนน้อยกว่า เช่น พืชผักผลไม้ เป็นต้น

➢ ศูนย์มณีตำหมิงเกิดขึ้น เนื่องจากสินค้าไทยผ่านศุลกากรยากมาก การจัดตั้งศูนย์ทำให้สินค้าของไทยผ่านโดยไม่ต้องผ่านกระบวนการภาษี และราคาถูกลง

➢ จีนเอาเปรียบทางด้านศุลกากรกับไทยมาก เช่น ในฤดูแล้ง แม่น้ำโขงแห้ง ประเทศไทยเอื้อให้จีนมาก โดยการปล่อยน้ำให้เรือลง และให้ขึ้นของภายใน 15 วัน แต่พอประเทศไทยจะส่งสินค้าไป ประเทศจีนจะปิดเขื่อนทำให้ไทยขนส่งสินค้าได้น้อย ถ้าน้ำแห้งจะบรรทุกลำไยได้น้อย กว่าที่จะถึงด่านศุลกากรของจีนใช้เวลามากกว่า 7 วัน และการออกโค้ดสินค้าของไทยและจีนไม่ตรงกัน

➢ เกษตรกรเห็นว่า ปัจจุบันยังไม่มืองค์กรใดทั้งภาครัฐและสถาบันเกษตรกร ออกมารับผิดชอบเกษตรกรผู้ปลูกลำไยอย่างชัดเจน จึงอยากให้สถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เป็นแกนนำในระยะแรกในกำหนดบทบาทให้เกษตรกรหรือสถาบันของรัฐอย่างชัดเจน และเนื่องจากนโยบายของรัฐจะเปลี่ยนไปเมื่อรัฐบาลถ่ายโอนอำนาจ จึงควรจัดตั้งองค์กรอิสระเป็น “สถาบันการค้าลำไยแห่งชาติ” โดยให้รัฐบาลออกเป็นพระราชกฤษฎีกาและอาศัยยึดเกาะกับพระราชบัญญัติมหาชน

➢ แนวทางการผลิตลำไยของไทยที่ต้องผ่านกำแพงอิทธิพลของคนจีนที่กำลังทำการค้าอยู่ในประเทศไทย พ่อค้ารายย่อยต้องเสี่ยงกับการขาดทุนและการกดราคา และเกษตรกรยังต้องฝากชะตาไว้กับพ่อค้าเพียงกลุ่มเดียว หากลดกฎเกณฑ์ของผู้ที่มีอิทธิพลและสร้างแนวทางให้เกษตรกรเข้มแข็งโดยการรวมตัวของเกษตรกรจะทำให้พ่อค้ามาพึ่งเกษตรกร ต้นเหตุของปัญหาอยู่ที่เกษตรกร และองค์กรของรัฐต้องมีความจริงจังและช่วยกันแก้ปัญหาของเกษตรกร และเกษตรกรต้องรู้ปัญหาของตนเอง

➢ ลำไยสดขายในประเทศเพียง 20% เท่านั้น อีก 80% แปรรูปเป็นลำไยอบแห้งและส่งออก

ปัญหาการส่งออก

- รัฐควรมีการเจรจาในแง่ของเกณฑ์สินค้าที่จะนำไปร่วมในการแสดงสินค้า เนื่องจากปัจจุบันสินค้าต้องผ่านการตรวจสอบสารตกค้าง แต่เมื่อไปถึงสนามบินเกิดการล่าช้าของใบรับรองการตรวจสอบสารตกค้างที่ยังมาไม่ถึง

- ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์สินค้าของไทยผ่านสื่อของประเทศจีน (ที่มีทีวีมากกว่า 30 ช่อง) ให้มากขึ้น

- รัฐควรสนับสนุนการขนส่งสินค้าไปประเทศจีนทางอากาศโดยการเช่าเหมาลำเครื่องบิน เพื่อลดระยะเวลาการขนส่งจากที่ขนส่งทางเรือใช้เวลา 12 วัน เป็นทางอากาศซึ่งใช้เวลาเพียง 2 ชั่วโมง

- ทูตพาณิชย์ไม่ควรเป็นแต่เพียงผู้ให้ข้อมูล แต่ต้องวิเคราะห์ผู้ค้า และเป็นคู่ค้าให้กับเกษตรกรด้วย หลังจากกลั่นกรองผู้ซื้อที่จีนแล้ว

- หากเกษตรกรต้องการที่จะแลกเปลี่ยน หรือได้รับข้อมูลโดยตรงจากทูตพาณิชย์ในประเทศจีน ทางสำนักงานพาณิชย์จังหวัดรับจะเป็นผู้ประสานกับกรมส่งเสริมการส่งออก ซึ่งโดยปกติได้จัดขึ้นทุกปีอยู่แล้ว ที่ผ่านมาจัดที่ ม.แม่โจ้ เพื่อแสดงความต้องการผลไม้ของแต่ละประเทศในทวีปเอเชีย

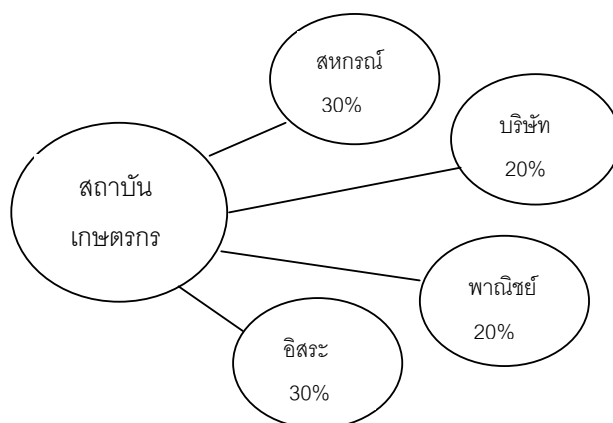
ทางออกการตลาดลำไยสำหรับปี 48

- การค้าขายพ่อค้าต้องได้รับผลประโยชน์ เกษตรกรต้องการเพียงการขายผลผลิตที่คุ้มทุนเท่านั้น และการผลิตที่มีคุณภาพ

- สถาบันเกษตรกรเคยศึกษาตลาดในจีนพบว่าผู้ค้าไม่ต่ำกว่า 10 ราย พบว่าแหล่งแหล่งการค้าของจีนกับไทยแตกต่างกัน ดังนั้นเกษตรกรไทยควรเป็นเพียงผู้ผลิตสินค้าให้ได้คุณภาพดีกว่า เนื่องจากเกษตรกรไม่มีทักษะด้านการค้า และกฎหมายของประเทศจีนกับประเทศไทยไม่เหมือนกัน

- หน่วยงานภาครัฐที่จะเป็นเจ้าภาพแก้ไขปัญหาลำไยปี 48 ควรมีการสำรวจปริมาณผลผลิต ช่วงเวลาที่ผลผลิตออกเต็มที่ให้ทั่วถึง และแก้ปัญหาไปในทิศทางเดียวกัน

- รัฐ
- เกษตรกรที่ไม่เข้าร่วมกลุ่มถือว่าเป็นเกษตรกรที่สามารถช่วยเหลือตนเองได้ โดยไม่ต้องการความช่วยเหลือจากทางภาค
 - การรวบรวมข้อมูลเพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อแก่ผู้ค้า ควรแยกออกจากกระบวนการและเทคนิคด้านการตลาด
 - ระบบเกษตรดีที่เหมาะสม (GAP) ได้ถูกประกาศเป็นพระราชกฤษฎีกาแล้ว หลังจากการลงนามตกลงแลกเปลี่ยนพีซกับจีน 5 ชนิด ต้องมีการจดทะเบียน GMP โรงรม และ GAP ในรายเกษตรกร ซึ่งในปัจจุบันมีประมาณเกือบ 40,000 กว่าแปลง การระบุหน่วยงานหลักที่มีหน้าที่รับผิดชอบไม่สำคัญเท่ากับการทำงานแบบไตรภาคีร่วมกันทุกภาคส่วน ทั้งในระดับเกษตรกร สถาบันเกษตรกร องค์กรและหน่วยงานภาครัฐต่างๆ ดังนั้น เกษตรกรที่ยังไม่ได้ลงทะเบียนต้องเริ่มดำเนินการ
 - สถาบันเกษตรกรมีทางเลือกในการจำหน่ายผลผลิตหลายทาง เช่น สหกรณ์ชาวสวนลำไยภาคเหนือ ร้อยละ 30, กลุ่มบริษัท เช่น ซี.พี ร้อยละ 20, พาณิชย์จังหวัด (จุดรับซื้อต้นทางปลายทาง เท่าที่พาณิชย์จังหวัดบริหารได้) ร้อยละ 20 และพ่อค้าอิสระ ร้อยละ 30 ซึ่งแต่ละตลาดมีความสามารถในการรับซื้อแตกต่างกัน แต่ละกลุ่มเกษตรกรก็มีความพร้อมในการจำหน่ายผลผลิตแตกต่างกัน และจึงเกิดคำถามว่า รัฐมีความยืดหยุ่นของนโยบายในการกระจายผลผลิตออกนอกแหล่งผลิตอย่างไร



ตัวอย่างการดำเนินงานและการวางแผนการตลาดของกลุ่มเกษตรกร

สหกรณ์การเกษตรทุ่งหัวช้าง

- สหกรณ์การเกษตรทุ่งหัวช้าง ปีที่ผ่านมาเกษตรกรและกลุ่มรวมตัวกันวางแผนกระจายผลผลิตออกนอกพื้นที่ภายในประเทศไว้เป็นอย่างดี แต่พอมิโครการจากรัฐเข้ามาทำให้การเตรียมการของกลุ่มต้องล้มเลิกไป
- รัฐควรชดเชยค่าขนส่งให้ผู้ค้า และการลดกฎระเบียบลงก็จะช่วยเกษตรกรทางอ้อมได้
- จุดรับซื้อใน อ.ลิ้ม-ทุ่งหัวช้างได้กำหนดไว้ 4 จุด เฉพาะที่ อ.ทุ่งหัวช้าง ลงได้จุดเดียว เนื่องจากเป็นอำเภอเล็ก ในแต่ละท้องถิ่นหากรู้ว่าผลผลิตกระจายมากน้อยในช่วงไหน จะช่วยในการวางแผนได้ และสามารถให้ภาครัฐเข้ามาแทรกแซงให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้

ตัวอย่างตารางเวลาแสดงจุดรวบรวมของแต่ละพื้นที่ รวมทั้งปริมาณผลผลิตที่จะออกมา

	จุดรวบรวม	ช่วงที่ผลผลิตออกเต็มที่	ปริมาณ (ตัน)
ทุ่งหัวช้าง (94 ราย)	1		185
ลิ้ม	4		
สารภี	2		

การเก็บข้อมูลปีที่แล้ว (2547) ทางกลุ่มได้สำรวจจำนวนสมาชิก ปริมาณผลผลิตที่คาดการณ์ไว้ก่อนฤดูการผลิตมาถึง ช่วงเวลาผลผลิตออกเต็มที่ ส่งให้สหกรณ์จังหวัด แต่ก็ไม่มีกรขยายผลเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ใดๆ อยากให้การแก้ปัญหาเป็นไปในทิศทางเดียวกัน หน่วยงานเจ้าภาพควรทำการสำรวจให้ทั่ว การรวบรวมข้อมูลเพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อแก่ผู้ค้า ซึ่งแยกออกจากกระบวนการและเทคนิคทางด้านการตลาด เกษตรกรที่ไม่เข้าร่วมกลุ่มถือว่าเป็นเกษตรกรที่มีความสามารถในการสนับสนุนตนเอง ไม่ต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐ

อ.สารภี

มีจุดที่สามารถรวบรวมผลผลิตได้ 2 จุด คือ สหกรณ์การเกษตรสารภี จำกัด และสหกรณ์ผู้ปลูกและผลิตลำไยอำเภอสารภี จำกัด

พร้าว

กลุ่มพร้าวเป็นกลุ่มระดับตำบล มีสมาชิกเพียง 800 ไร่ จากพื้นที่การผลิตทั้งหมดประมาณ 7,000 ไร่

ผลการสำรวจการตัดสินใจในการผลิตลำไยของเกษตรกร ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และลำพูนในช่วงเดือนธันวาคม 2547
(เอื้อเพื่อข้อมูลจาก อ.นิกร ยาอินตา)

จากการสำรวจการตัดสินใจของเกษตรกรชาวสวนลำไยในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และลำพูน รวม 1,046 ราย ได้ผลดังนี้

กรณีที่ 1 ตั้งใจทำในฤดู	346 ราย เท่ากับ 33.08%
กรณีที่ 2 ปล่อยไว้เฉยๆ ถ้าดอกก็เอากถ้าไม่ดอกก็ไปทำนอกฤดู	268 ราย เท่ากับ 25.62%
กรณีที่ 3 ตั้งใจทำนอกฤดู	432 ราย เท่ากับ 41.30%

เนื่องจากปีนี้มีความหนาวเย็นเป็นเวลานาน ทำให้ลำไยมีการออกดอกเต็มที่จึงคาดว่าจะมีผลผลิตลำไยในฤดู อย่างน้อยร้อยละ 60 ขึ้นไป

ประเด็นสำหรับการประชุม ครั้งที่ 4

1. ให้มีการระดมมาตรการแก้ไขปัญหาลำไย ปี 48 ต้องการให้เกิดภาพชัดเจนว่าการแก้ไขปัญหาในปี 48 จะทำอย่างไรบ้าง โดยสะท้อนจากสถาบันเกษตรกร การส่งสัญญาณถึงรัฐบาลว่าเกษตรกรต้องการอะไร และให้รัฐบาลช่วยเหลืออะไรบ้าง
2. เกษตรกรตอบสนองต่อแผนการตลาดลำไยปี 2548 ของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่อย่างไร และมีการวางแผนทางปฏิบัติด้านการตลาดไว้อย่างไรบ้าง รวมทั้งคาดว่าจะมีการกระจายผลผลิตออกสู่ตลาดเป้าหมายได้บ้าง จำนวนเท่าใด และเมื่อแต่ละกลุ่มมีตลาดเป้าหมายที่ชัดเจนแล้ว ต้องมีการศึกษาเงื่อนไขของตลาดนั้นๆ ด้วย