

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การนำเข้าลำไยสดจากประเทศไทยในอำเภอซือเหมา เมืองผู้เออร์ มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน

ผู้เขียน นางสาว หยาง หยาง สวี

ปริญญา วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (ธุรกิจเกษตร)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.ดร. พัฒนา เจียรวิริยะพันธ์

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

ผศ.ดร. เขียวเรศ เขาวนพูนผล

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์สำคัญ คือ เพื่อทราบสถานการณ์การนำเข้าและการบริโภค ลำไยสดของประเทศจีน เพื่อทราบขั้นตอนการส่งออกลำไยสดของประเทศไทยและขั้นตอนการนำเข้าลำไยสดของประเทศจีน นอกจากนี้ยังได้ทำการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเพื่อทราบถึงทัศนคติของผู้บริโภคและผู้ขายลำไยสดในอำเภอซือเหมา เมืองผู้เออร์ มณฑลยูนนาน ประเทศจีนที่มีต่อลำไยสดของประเทศไทยโดยรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากผู้บริโภคจำนวน 100 รายและผู้ขายจำนวน 13 ราย ในอำเภอซือเหมา ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และไคสแควร์ ส่วนข้อมูลทุติยภูมิรวบรวมจากวารสาร บทความ งานวิจัย รายงาน เอกสารของหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อใช้ประมวลความรู้เบื้องต้นและใช้เป็นพื้นฐานในการออกแบบการศึกษา

ผลการศึกษาด้านสถานการณ์การนำเข้าและการบริโภคลำไยสดไทยในจีน พบว่า หลังจากการ เปิดเสรีการค้าผักและผลไม้ระหว่างไทยกับจีน มีปริมาณและมูลค่า การนำเข้าลำไยสดจากไทยเพิ่มมากขึ้น แต่ราคา (FOB) ต่อหน่วยมีแนวโน้มลดต่ำลง โดยขั้นตอนการส่งออกลำไยสดของประเทศไทยและขั้นตอนการนำเข้าลำไยสดของประเทศจีนมีความเข้มงวดมาก

ผลการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคลำไยสดในอำเภอซือเหมาที่มีต่อลำไยสดของไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มี

การศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่า มีอาชีพเป็นข้าราชการ สถานภาพสมรส สมาชิกคนอื่นในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกัน 1-3 คน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2,001-3,000 หยวน (คิดเป็นเงินไทย 10,000-15,000 บาท) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนในการบริโภคผลไม้ 101-200 หยวน (คิดเป็นเงินไทย 500-1,000 บาท) ในด้านความรู้ความเข้าใจ ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจที่ดีต่อลำไยสดไทย และรู้จักผลไม้ไทยหลากหลายชนิด ในด้านความคิดเห็น ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือเรื่องความปลอดภัยจากสารอันตราย สำหรับความรู้สึกต่อผลไม้ที่มาจากประเทศไทย ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 93 คิดว่าผลไม้ไทยมีความหลากหลาย รongลงมาคือ ราคาค่อนข้างสูง รสชาติดี อร่อย และคุณภาพค่อนข้างดี ตามลำดับ ในด้านการแสดงออกพบว่า ลำไยสดของไทยอยู่อันดับที่ 6 ของผู้บริโภคที่บริโภคบ่อย ๆ และอยู่อันดับที่ 1 ของผลไม้ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศที่ผู้ตอบเคยบริโภคและนิยมลำไยสดจากไทยมากกว่าและซื้อบ่อยกว่าลำไยสดผลิตในจีน และผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อลำไยมาใช้รับประทานเป็นผลไม้ โดยส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง ช่วงเดือนที่ซื้อบ่อยที่สุด คือ กรกฎาคม-กันยายน จะซื้อในร้านค้าขายผลไม้มากที่สุด ผู้บริโภคส่วนใหญ่เมื่อได้ข้อมูลจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้วจะทำการซื้อทันที และส่วนใหญ่ซื้อปีละ 3-5 ครั้ง ครั้งละ 1 กิโลกรัม และไม่เกิน 10 กิโลกรัมต่อปี และผู้บริโภครู้สึกค่อนข้างพอใจต่อลำไยสดไทย

ผลการศึกษาทัศนคติของผู้ขายในอำเภอชื่อเหมาต่อลำไยสดของประเทศไทย พบว่าผู้ขายในตลาดชื่อเหมาส่วนใหญ่จำหน่ายลำไยสดของไทยมากกว่าสิบปี ยอดขายต่อปีของผู้ขายร้านขายผลไม้หรือตลาดสด ซูเปอร์มาร์เก็ตและผู้ขายรายใหญ่ในตลาดขายส่ง ประมาณปีละหลายร้อยกิโลกรัมถึงหนึ่งตัน 20 ตันและ 100 ตันตามลำดับ ถ้าไรที่ได้ประมาณร้อยละ 30 40 และ 50 ตามลำดับ ผู้ขายบางรายจะพยายามลดราคาขายของลำไยสดไทยให้ต่ำลง เพื่อได้รับความสนใจจากผู้บริโภค เส้นทางรถขนส่งลำไยสดของไทยมายังอำเภอชื่อเหมา มีสองเส้นทางมี ทางบกผ่านเส้นทาง R3A และทางเรือผ่านเส้นทางแม่น้ำโขง ปัญหาที่ผู้ขายประสบในการขายลำไยสดของไทยได้แก่ ระยะเวลาที่เก็บได้ไม่นาน เน้นเสี้ง่าย และลำไยสดนอกฤดูกลางซึ่งมีราคาค่อนข้างแพง จึงจะส่งผลให้เกิดการปลอมปนลำไยสดของไทยกับจีน

ผลการศึกษาดังต้นชี้ให้เห็นว่า ในอำเภอชื่อเหมาผู้ขายส่งกับผู้ค้าปลีกได้รับกำไรหลาย

เท่าในการขาย ควรจะลดราคาทั้งการขายส่งและการขายปลีกให้กับผู้บริโภค เพิ่มความต้องการของผู้บริโภคในอำเภอชื่อเหมาที่มีต่อลำไยสดของไทย และควรส่งเสริมการบริโภคให้กลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,000 หยวนขึ้นไป จัดกิจกรรมส่งเสริมลำไยสดของไทยในอำเภอชื่อเหมาเพื่อให้ลำไยสดไทยได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักมากขึ้นในอำเภอชื่อเหมา

Independent Study Title Import of Fresh Longan from Thailand in Simao District, Puer City, Yunnan Province, People’s Republic of China

Author Miss Yang Yang Xu

Degree Master of Science (Agribusiness)

Independent Study Advisory Committee

Assoc. Prof. Dr. Pattana Jierwiriapant Advisor

Asst. Prof. Dr. Yaovata Chaovanapoonphol Co-advisor

ABSTRACT

The main objectives of this study was to gain insight about importing situation and consumption of Thai fresh longan in China, Thai’s export procedures of fresh longan and China’s import procedures of fresh longan, and the survey about attitudes of consumers and sellerstowards the Thai’s fresh longan was conducted in the Simao district, Puer City, Yunnan Province, People’s Republic of China. One hundred questionnaires were distributed to collect data from a sample group of population residing in Simao district. The information from questionnaire will be analyze using descriptive statistic included: frequency, percentage, mean and Chi-square. Secondary data was also collected. The results indicated that the majority of respondents were married female whose ages ranged between 31-40 years old, holding bachelor degree education. The main profession was official with average income of 2,001-3,000 RMB (about 10,000-15,000 Baht) and average expenditure on fruit consumption is 101-200 RMB (about 500-1,000 Baht). The average number of family members is 1-3.

The situation of importing and consumption of Thai fresh longan in China, after the Early Harvest Agreement in fruits and vegetables between Thailand and China, shows that volume and value of fresh longan from Thailand to China have been increasing over time.

However, the per unit Free on Board (FOB) price tends to decrease.

The results indicated that Thai’s procedure for and exporting fresh longan and China’s procedure for importing fresh longan are very strict. Survey about the knowledge understanding aspects of the respondents show that those who have a good understanding of fresh longan from Thailand also recognize various types of Thai fruits.

The investigation on the perception of respondents towards factors affecting the purchasing of Thai's longan was carried out. The top three highest concerns were absence of harmful substances follow by good taste and suitable price for quality. It was also found that the perception towards fruits from Thailand, in general were variety types, high price and good quality, respectively.

On the behavior aspects of the respondents, Thai fresh longan is the sixth kind of fruit that consumers consume frequently, and rank number one of imported fruit that consumers used to consume. They prefer and often buy Thai's fresh longan more than Chinese fresh longan. Chinese consumers consider fresh longan as fruit. People who influence purchasing decisions of fresh longans were the respondents themselves. They usually buy fresh longans during the month of July to September from assorted fruit stores, fresh markets or the supermarkets. Most of them purchase when they see the fruit available. They also used the information to evaluate fresh longan alternatives, e.g. with information obtained from certain sources, they would purchase right away. They bought fresh longans 3-5 times a year, at an average between 1 kilogram to 10 kilograms. They were quite pleased with Thai's fresh longan.

The study about the attitudes of sellers towards Thai's fresh longan, most of the sellers in Simao have been selling Thai's longan more than ten years. The average annual sales of the fruit stores or fresh markets, supermarkets and wholesale markets are about several hundred kilograms to one ton, 20 tons and 100 tons, with the profit of 30, 40 and 50 percent, respectively. Some sellers attempt to reduce the price of Thai's longan in order to get attention from consumers. Transporting routes of Thai's fresh longan to Simao District were through the R3A Road and the Mekong river. Problems facing the sellers in selling Thai's freshlongan has short storage period, perishable and off season price is quite expensive. As a result, sellers mixed the Chinese longan with Thai's longan.

From the study one can see that, wholesaler and retailer who sell Thai's longan in Simao can generate very high profit. Therefore, in order to increase the consumers' demand of the Thailand's fresh longan, the sellers should reduce the wholesale and retail prices. In addition, sellers should promote the consumption to consumers' group with average income more than 3,000 RMB. Promotion program to increase preference of Thai's longan should be conducted.