

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารการตลาดเพื่อส่งออกทุเรียนของจังหวัดจันทบุรี” ผู้วิจัยได้มีกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัญหาทางการตลาดเพื่อการส่งออกทุเรียนของจังหวัดจันทบุรี และเพื่อศึกษาการสื่อสารการตลาดเพื่อส่งออกทุเรียนของจังหวัดจันทบุรีให้มีความสามารถในการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยเก็บข้อมูลจากการสังเกต สัมภาษณ์เชิงลึก และวิเคราะห์เนื้อหา สำหรับผลการวิจัย ผู้วิจัยแบ่งการศึกษาตามวัตถุประสงค์ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

1. ปัญหาทางการตลาดส่งออกทุเรียนของจังหวัดจันทบุรี

1.1 ปัญหาทางการตลาดทุเรียนเพื่อการส่งออกของจังหวัดจันทบุรีที่ผ่านมา

จากการสัมภาษณ์ ทำให้ทราบว่าปัญหาทางการตลาดทุเรียนเพื่อการส่งออกของจังหวัดจันทบุรีได้แนวทางดังนี้

“ตลาดการส่งออกของต่างประเทศมีมาตรการนำเข้าทุเรียนที่เข้มงวดเป็นพิเศษในเรื่องโรคและแมลง เช่น เพลี้ยแป้ง ราดำ และมด ชาวสวนต้องจัดการดูแลเรื่องเหล่านี้เป็นพิเศษ”

(ภานุวัชร ไหมแก้ว, สัมภาษณ์, 2563)

“ชาวสวนเกษตรกรบางส่วนยังตัดทุเรียนอ่อนที่ไม่มีคุณภาพ ทำให้ตลาดที่จะรับซื้อเค้าไม่มั่นใจ”

(ชายพงษ์ นิยมกิจ, สัมภาษณ์, 2563)

“ตอนนี้การส่งออกค่อนข้างแย่ การจะส่งทุเรียนออกขายไปต่างประเทศเข้มงวดมากด้วยความที่มีคนบางกลุ่มเห็นแก่ตัวที่ชอบตัดทุเรียนอ่อน ทำให้คุณภาพเราด้อยลงไป ต้องใช้เวลาในการเข้มงวดเรื่องคุณภาพมาตรฐานกับเกษตรกร”

(ลาวัลย์ พันธุ์นิล, สัมภาษณ์, 2563)

“ทุเรียนมีหลากหลายพันธุ์มากขึ้น คนกินมีตัวเลือกเยอะขึ้น แต่ก็มีคนกลุ่ม ๆ เดิมที่เคยส่งออกไปยังมารับซื้อปกติ เราก็คัดแต่ของมีคุณภาพส่งไป ”

(มุกดา แต่งเม. สัมภาษณ์. 2563)

“ มีปัญหาในเรื่องการขนส่ง ลำช้ามาก พอขนส่งล่าช้า ทุเรียนที่กำหนดวันไว้ที่จะสุก บางลูกก็สุกก่อนที่จะถึงมือคนกิน บางลูกก็เสียหายกันไป ปัญหาเยอะอยู่”

(โสภณ สุรชาติเมธิ. สัมภาษณ์. 2563)

“เวลาขนย้ายทุเรียนปัญหาค่อนข้างเยอะต้องป้องกันและระวังมาก อุปกรณ์ต่าง ๆ รถที่ใช้ในการขนย้ายผลผลิตต้องมีคุณสมบัติป้องกัน การปนเปื้อนของวัตถุอันตราย ศัตรูพืช และพาหะของโรค รวมทั้งต้องมีการขนย้ายผลผลิตด้วยความระมัดระวัง ไม่งั้นจะไม่ผ่านมาตรฐานอีก”

(วิทยา สุรชาติเมธิ. สัมภาษณ์. 2563)

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้านปัญหาทางการตลาด ทุเรียนเพื่อการส่งออกของจังหวัดจันทบุรี สามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปได้ดังนี้

จากปัญหาการส่งออกทุเรียนของจังหวัดจันทบุรี ไปยังประเทศต่าง ๆ นั้น ยังประสบปัญหาต่าง ๆ อยู่หลายด้าน เช่น ปัญหาของทุเรียนที่ไม่ได้คุณภาพไม่ผ่านเกณฑ์ฯ ทำให้เกิดปัญหาเรื่องการส่งออก เนื่องจากตลาดต่างประเทศที่ทำการส่งออกนั้นมีมาตรฐานการนำเข้าผลไม้ที่มีความเข้มงวดทำให้ทุเรียนนั้นไม่ได้คุณภาพตามเกณฑ์สากล ดังนั้นการให้ความรู้กับเกษตรกรในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพจึงเป็นเรื่องสำคัญ อีกทั้งเรื่องการขนส่งระหว่างประเทศนั้นใช้ระยะเวลาานทำให้ทุเรียนนั้นเกิดการสุกก่อนกำหนด หรือเกิดปัญหาที่แตกต่างกันออกไปตามระยะเวลาของการขนส่งที่เกิดกำหนดที่แจ้งไว้

1.2 สาเหตุอะไรที่เป็นอุปสรรคในการส่งออกทุเรียนของจังหวัดจันทบุรี

จากการสัมภาษณ์ ทำให้ทราบว่าสาเหตุที่เป็นอุปสรรคในการส่งออกทุเรียนของจังหวัดจันทบุรีได้แนวทางดังนี้

“ไม่ว่าทุเรียนจันทบุรีจะอยู่ในสถานการณ์แบบไหน แต่หากชาวสวนปรับตัว และผลิตทุเรียนที่มีคุณภาพ มีมาตรฐาน คนบริโภคนิยมบริโภคเช่นเดิมแน่นอน ยังขายคนในประเทศได้”

(ภาณุวัชร ใหมแก้ว. สัมภาษณ์. 2563)

“การให้ความรู้กับเกษตรกร ชาวสวนที่ปลูกทุเรียนเป็นเรื่องสำคัญที่ให้เค้าตระหนักถึงคุณภาพมาตรฐานของทุเรียน เพราะหากทุเรียนมีคุณภาพที่ดี คนบริโภคก็就会有ความมั่นใจในการกลับมาซื้อซ้ำ แต่จากที่มีคนเห็นแก่ตัวบางกลุ่มที่ชอบตัดทุเรียนอ่อนมาจำหน่าย ทำให้ทุเรียนจั้นนั้นเสียภาพพจน์ เราต้องพยายามสร้างชื่อเสียงให้ทุเรียนจั้นอย่างสม่ำเสมอ”

(ชายพงษ์ นิยมกิจ, สัมภาษณ์, 2563)

“การเข้มงวดในการตรวจสอบมาตรฐานของทุเรียน ยังเป็นเรื่องสำคัญ ไม่ว่าจะคนรับซื้อคนขายต้องมีจรรยาบรรณ นึกถึงคนบริโภคที่เค้าเสียเงินมาซื้อทาน จะได้ไม่เสียชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของทุเรียนจั้นทุรีด้วย”

(ลาวัลย์ พันธุ์นิล, สัมภาษณ์, 2563)

“ตอนนี้คัดทุเรียน ตรวจสอบคุณภาพเยอะกว่าแต่ก่อน ไม่รับซื้อทุเรียนอ่อน คิดถึงคนที่เค้าซื้อไปกินเยอะ ๆ”

(มุกดา แต่งเม, สัมภาษณ์, 2563)

“มีคนคัดทุเรียน และคอยตรวจสอบคุณภาพให้ทุเรียนหลายคนอยู่ ให้เป็นไปตามเกณฑ์การส่งออก และไม่รับซื้อทุเรียนที่ไม่ได้คุณภาพอยู่แล้ว”

(โสภณ สุรชาติเมธิ, สัมภาษณ์, 2563)

“การนำทุเรียนลงกล่อง ก่อนส่งออก มีการตรวจสอบคุณภาพ หลายขั้นตอน จะไม่นำส่งออกทุเรียนที่ไม่มีคุณภาพแน่นอน”

(วิทยา สุรชาติเมธิ, สัมภาษณ์, 2563)

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้านสาเหตุที่เป็นอุปสรรคในการส่งออกทุเรียนของจังหวัดจันทบุรี สามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปได้ดังนี้

ทุเรียนไม่ได้มาตรฐานสากล เริ่มต้นทางมากจากคนปลูกคือชาวสวน ต้องเริ่มคัดคุณภาพต้องการปลูกการให้สารอาหารบำรุง ที่ไม่มีสารเคมีปนเปื้อนมากเกินไปตามที่กำหนด ให้อยู่ในเกณฑ์ และไม่ตัดทุเรียนอ่อนที่ยังไม่แก่ตามเปอร์เซ็นต์ที่กำหนด จะทำให้ผลผลิตนั้นไม่ได้คุณภาพ ดังนั้นจึงควรเข้มงวดในการรับซื้อและมีเจ้าหน้าที่ในการตรวจสอบคุณภาพอย่างเข้มงวด และปัจจัยภายนอกนั้น จากหลายสถานการณ์ที่ต้องปรับเปลี่ยนไปตามสภาวการณ์ เช่น ในปัจจุบันการแพร่

ระบาดของโควิด 19 ทำให้การส่งออกมีปัญหาเป็นอย่างมาก การขนส่งทางเครื่องบินนั้นถูกระงับเที่ยวบิน เนื่องจากปิดประเทศ การขนส่งทางเรือมีความล่าช้า ทูเรียนสุกก่อนถึงมือผู้บริโภค ทำให้ไม่ได้มาตรฐานสากล

1.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกทุเรียนควรมีบทบาทในการส่งเสริมการส่งออกทุเรียนของจังหวัดจันทบุรี

จากการสัมภาษณ์ ทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกทุเรียนควรมีบทบาทอย่างไรในการส่งเสริมการส่งออกทุเรียนของจังหวัดจันทบุรีได้แนวทางดังนี้

“ในปัจจุบันชาวต่างชาติยังนิยมในการบริโภคทุเรียนจันทบุรีมาก พ่อค้าชาวต่างชาติลงมาติดต่อเพื่อซื้อขายก่อนผลผลิตจะออกก่อนล่วงหน้าตลอด หากมีการประชาสัมพันธ์ให้พ่อค้าชาวต่างชาติในหลายเมืองของประเทศนั้น ๆ เข้ามาซื้อ จะทำให้ทุเรียนจันทบุรีได้รับการส่งออกเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย”

(ภาณุวัชร ไหมแก้ว, สัมภาษณ์. 2563)

“ทุกภาคส่วนควรจับมือกัน ช่วยกันส่งเสริม ชูโลงให้กับทุเรียน สร้างชื่อเสียงให้ทุเรียนจันทบุรีมีคุณภาพมาตรฐานสากล เป็นที่ยอมรับ จะได้มีการส่งออกอย่างสม่ำเสมอในทุกปี”

(ชายพงษ์ นิยมกิจ, สัมภาษณ์. 2563)

“การให้พ่อชาวต่างชาติลงมาติดต่อซื้อขายตรงกับเกษตรกร เป็นทางเลือกหนึ่งที่ทำให้ชาวสวนเกษตรกรได้ราคาในการส่งออก ดังนั้นควรมีตลาดกลางในการเชื่อมโยงเกษตรกรกับผู้ซื้อโดยตรงในการพบปะพูดคุยเพื่อตกลงการซื้อขายกัน”

(ลาวัลย์ พันธุ์นิล, สัมภาษณ์. 2563)

“ภาครัฐควรเข้ามาช่วยสนับสนุนในเรื่องการขนส่งให้มีความสะดวกมากขึ้นในการส่งออก บางครั้งราคาส่งออกค่อนข้างสูงและมีปัญหาเยอะ อยากให้ปัญหาตรงนี้หมดไปจะได้ลดขั้นตอนความยุ่งยากในการส่งออก”

(มุกดา แต่งเม. สัมภาษณ์. 2563)

“การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เข้ามาช่วยในเรื่อง ประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้ในเรื่องการส่งออกไปต่างประเทศ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใส่ทุเรียน ให้มีความสวยงาม ทำให้น่าบริโภคมากขึ้น ตอนนี้มีผล เพราะแสดงถึงรสนิยมในการบริโภค อีกด้วย”

(โสภณ สุรชาติเมธี. สัมภาษณ์. 2563)

“การทำสื่อออนไลน์ให้ทุเรียนจันทบุรี มีผลกับวิธีการบริโภคของคนในปัจจุบันมากขึ้น การให้การท่องเที่ยวทำสื่อออนไลน์ เพื่อให้ชาวต่างชาติรู้จักทุเรียนจันทบุรีมากขึ้น น่าจะช่วยทำให้ ทุเรียนจันทบุรีมีชื่อเสียงและได้รับความนิยมในการซื้อทานเพิ่มมากขึ้น และมีกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลาย เชื้อชาติอีกด้วย”

(วิทยา สุรชาติเมธี. สัมภาษณ์. 2563)

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้านหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องกับการส่งออกทุเรียนควรมีบทบาทอย่างไรในการส่งเสริมการส่งออกทุเรียนของจังหวัด จันทบุรี สามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปได้ดังนี้

ในปัจจุบันจังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดที่เป้าหมายของพ่อค้าชาวต่างชาติเป็น จำนวนที่ให้ความสนใจในการลงมาติดต่อเพื่อการซื้อทุเรียนจากชาวสวนโดยตรง แต่หากการได้รับ การสนับสนุนจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้การช่วยเหลือในเรื่องนี้จะช่วยให้เกษตรกร มีความรู้ ความสามารถในการต่อรองกับพ่อค้าชาวต่างชาติได้ ทั้งการช่วยผลักดันทั้งคนในประเทศ มาเที่ยวและบริโภคทุเรียนจันทบุรี และควรทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ทั่วถึง ไปยังต่างประเทศ ทำให้ต่างประเทศรู้จักทุเรียนจันทบุรีอย่างแพร่หลาย หากต่างประเทศรู้จักจะทำให้เป็นที่ต้องการ มากขึ้น ทุเรียนจันทบุรีจะได้มีการส่งออกไปยังประเทศอื่นๆมากขึ้น ที่ไม่ใช่แค่เพียงประเทศจีน และประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน กรณีดังกล่าวสะท้อนให้เห็นได้จากคำสัมภาษณ์

1.4 แนวทางการแก้ปัญหาทุเรียนส่งออกของจังหวัดจันทบุรี

จากการสัมภาษณ์ ทำให้ทราบแนวทางการแก้ปัญหาทุเรียนส่งออกของจังหวัด จันทบุรี ได้แนวทางดังนี้

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

“จากที่รู้ว่าการส่งออก นั้นมีปัญหาในเรื่องการขนส่งทำให้ขาดความมั่นใจ การส่งทุเรียน ไปอาจจะทำให้ล่าช้า จะทำให้ทุเรียนนั้นสุกและจนกินไปจะได้รับความเสียหาย ปัจจุบันเลยจำเป็นต้องใช้คนที่รับจ้างจัดทุเรียนที่มีความสามารถโดยเฉพาะมาตัด เพื่อที่จะไม่ทำให้ผลผลิตเสียหาย”

(วีรนุช เจริญรัมย์. สัมภาษณ์. 2563)

“ปัญหาการกระจายทุเรียนภายในของต่างประเทศ เมื่อชาวสวนส่งไปถึงประเทศนั้น ๆ ถ้าไม่ได้กระจายทุเรียนไปเมืองอื่น ๆ แต่กระจุกตัวอยู่แค่เมืองหลัก ๆ น่าจะมีการแก้ปัญหา โดยการทำจุดกระจายทุเรียนไปในพื้นที่อื่น ๆ ของประเทศนั้น ๆ ด้วย”

(สุนิสา แจ็งกระจ่าง. สัมภาษณ์. 2563)

“ตอนนี้ประเทศเพื่อนบ้านมีการปลูกทุเรียนเพื่อการส่งออกเยอะมากขึ้น ทำให้ทุเรียน จันทบุรีนั้นมีคู่แข่งในการส่งออกทุเรียนเพิ่มมากขึ้น ชาวสวนต้องแก้ปัญหานี้ด้วยการสร้างสรรค์ ทุเรียนที่มีรสชาติอร่อยขึ้น และได้คุณภาพมากขึ้น”

(มาริส่า คุ่มพาล. สัมภาษณ์. 2563)

“จะส่งออกทุเรียน ควรคัดทุเรียนที่มีคุณภาพในการส่งออกจะช่วยให้คนกินมีความมั่นใจ ในการกลับมาซื้อซ้ำ หน่วยงานต่าง ๆ หรือภาครัฐควรให้ความรู้ตั้งแต่การผลิตทุเรียนกับชาวสวน เยอะ ๆ เพื่อที่จะได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ”

(มุกิตา สุรชาติเมธี. สัมภาษณ์. 2563)

“ควรให้ความรู้ความเข้าใจแก่เกษตรกร ผู้นำเข้า ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีกเกี่ยวกับการเก็บเกี่ยว และรักษาคุณภาพของผลไม้ในระหว่างการขนส่งและรอการขาย รวมทั้งเร่งสร้าง ขยาย และพัฒนา เครือข่ายกระจายสินค้าที่มีคุณภาพในต่างประเทศ เพื่อให้สามารถขยายตลาดผลไม้สดได้กว้างขวาง มากขึ้น ยกย่องคุณภาพ และลดต้นทุนสินค้าไปสู่ตลาดบริเวณดังกล่าว”

(มสัน วิไลต. สัมภาษณ์. 2563)

“หน่วยงานต่าง ๆ ควรสนับสนุนส่งเสริมและหรือร่วมดำเนินการเพื่อให้ผู้ประกอบการไทย เข้ามาจดทะเบียนนิติบุคคลเป็นผู้นำเข้าผลไม้ที่ได้รับอนุญาต เพื่อลดการพึ่งพาและสร้างอำนาจ ในการต่อรองกับผู้นำเข้าจากต่างประเทศ”

(สมใจ สุรชาติเมธี. สัมภาษณ์. 2563)

“ต้องการประชาสัมพันธ์ให้ชาวต่างชาติรู้จักและยอมรับในผลไม้ไทยกว้างขวางมากขึ้น อาทิ การจัดประกวดแข่งขันการบริโภคผลไม้ไทย และการจัดประกวดและมอบรางวัลผู้นำเข้า ผลไม้ดีเด่นประจำปี รวมทั้งประชาสัมพันธ์ข้อมูลสิทธิประโยชน์การนำเข้าผลไม้ไทยแก่ผู้นำเข้า ของชาวต่างชาติ”

(ณัฐธิชา ราพึงกิจ. สัมภาษณ์. 2563)

“จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับช่องทางจัดจำหน่ายสมัยใหม่และศูนย์ค้าส่ง/ปลีก ในตลาดเป้าหมายสำคัญ (In - store Promotion) อาทิ โลตัส ซูเปอร์เซ็นเตอร์ และคาร์ฟูร์ ซึ่งหนึ่งในสินค้าสำคัญที่กำหนดให้เข้าร่วมกิจกรรมฯ”

(นายอภิวัฒน์ บรรจง. สัมภาษณ์. 2563)

“ต่างประเทศได้กำหนดมาตรฐานควบคุมคุณภาพสำหรับผลไม้นำเข้าที่ค่อนข้างเข้มงวด แต่คุณภาพของผลผลิตทุเรียนของจันทบุรียังไม่ได้มาตรฐานบ่อยครั้งที่ตรวจพบว่า ทุเรียนการส่งออก มีปัญหาสารตกค้าง เนื่องจากยังมีเกษตรกรไม่ปฏิบัติตามวิธีการเกษตรและการผลิตที่เหมาะสม (GAP & GMP) ควรแก้ไขปัญหานี้ โดยให้มีหน่วยงานเข้าไปตรวจสอบ ตั้งแต่เริ่มขั้นตอนการผลิต”

(ภาณุวัชร ไหมแก้ว. สัมภาษณ์. 2563)

“ผู้บริโภคชาวต่างชาติต้องการบริโภคทุเรียนตลอดทั้งปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงฤดูฝน (เดือนพฤษภาคม - เดือนกันยายน) เนื่องจากเป็นช่วงที่มีผลผลิตมาก ราคาทุเรียนต่ำกว่าช่วงอื่น ๆ และช่วงฤดูหนาว (เดือนพฤศจิกายน - กุมภาพันธ์) เพื่อให้พลังงาน แต่เนื่องจากปริมาณผลผลิตมีน้อย ทำให้ทุเรียนมีราคาแพง ส่งผลให้อุปสงค์ในช่วงนี้ต่ำกว่าที่ควรจะเป็น”

(ชายพงษ์ นิยมกิจ. สัมภาษณ์. 2563)

“ในช่วงที่ต่างประเทศมีการจัดงานพวคมหกรรมอาหาร ควรนำทุเรียนไปวางจำหน่ายด้วย เพื่อให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย”

(ลาวัลย์ พันธุ์นิล. สัมภาษณ์. 2563)

“จัดงานแสดงสินค้าด้านอาหารและสินค้าทั่วไป โดยจัดกิจกรรมสาธิตการคัดเลือกปลูก และทดลองชิม รวมทั้งการเจรจาการค้าในสินค้าผลไม้สดและแปรรูปของไทย เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และความนิยมให้กับผู้บริโภคจีน อันจะเป็นประโยชน์ต่อการขยายการบริโภคของผลไม้ไทยในจีน”

(มุกดา แต่งเม. สัมภาษณ์. 2563)

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

“มีการปรับปรุงคุณภาพมาตรฐานของทุเรียนเป็นเรื่องสำคัญในการส่งออก การให้ความรู้กับชาวบ้านตั้งแต่กระบวนการผลิตแต่แรกจะทำให้เราสามารถควบคุมคุณภาพของทุเรียนเพื่อการส่งออกได้อย่างมีประสิทธิภาพ”

(โสภณ สุรชาติเมธี. สัมภาษณ์. 2563)

“ต้องให้ความรู้กับชาวสวนในการปลูกทุเรียนให้มีคุณภาพที่ดี มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการส่งออกที่ถูกต้อง”

(วิทยา สุรชติเมธี. สัมภาษณ์. 2563)

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้ทราบแนวทางการแก้ปัญหาทุเรียนส่งออกของจังหวัดจันทบุรี สามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปได้ดังนี้

จากปัญหาทุเรียนส่งออกของจังหวัดจันทบุรีนั้น ที่ผ่านมาจะพบว่า คุณภาพของทุเรียนผ่าน เกษตรกรมักเจอกับปัญหาและอุปสรรค ที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น สภาพภูมิอากาศที่แปรปรวน โดยมีแนวทางการแก้ปัญหาโดยการให้หน่วยงานภาครัฐเข้ามาตรวจสอบ และให้ความรู้ความช่วยเหลือมากขึ้น มีจุดระบายทุเรียนที่โดนพายุพัดหล่นให้ขายได้ ไม่ทิ้งให้เสียของ ต้องมีหน่วยงานที่นำเสนอทุเรียน ไปแสดงจัดนิทรรศการให้มากขึ้น

1.5 จังหวัดจันทบุรีกำหนดกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการส่งออกทุเรียน

จากการสัมภาษณ์ ทำให้ทราบแนวทางการกำหนดกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการส่งออกทุเรียน ได้แนวทางดังนี้

“ต้องการส่งออกทุเรียนในจำนวนมาก ๆ แต่ทุกปีต้องประสบเจอกับปัญหาอากาศที่แปรปรวน ส่งผลให้ทุเรียนไม่ได้คุณภาพการส่งออก อยากให้จังหวัดมีแนวทางในการป้องกันปัญหาแบบนี้ที่เกิดขึ้นทุก ๆ ปี”

(สุมาลี บรรจง. สัมภาษณ์. 2563)

“จังหวัดควรส่งเสริมให้มีการพบปะกับคนซื้อโดยตรง ซึ่งบางทีชาวสวนอย่างเราจะได้รับรู้ปัญหาของผลิตโดยตรงจากผู้ซื้อไปกินแล้วได้ผลตอบรับอย่างไรบ้าง”

(ณัฐธิดา พูลสมบัติ. สัมภาษณ์. 2563)

“การจัดอบรมให้ความรู้ วางแผน การแก้ไขปัญหาให้กับชาวสวนทุเรียน โดยมีผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำปรึกษาแนะนำในเรื่องการส่งออก”

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี (กชมล เคหะ. สัมภาษณ์. 2563)

“ทำประชาสัมพันธ์ทุเรียนให้ต่างประเทศรู้จักทุเรียนจันทบุรีเยอะ ๆ จะได้ส่งออกเพิ่มมากขึ้น”

(วิฑูรย์ ทองคำ. สัมภาษณ์. 2563)

“ควรไปติดต่อหลาย ๆ เมืองของจีน เขามีประชากรมากอยู่แล้ว ขยายส่งออกไปหลาย ๆ เมืองจะทำให้ขายทุเรียนได้มากขึ้น”

(ฉัญญรัตน์ บรรจง. สัมภาษณ์. 2563)

“ปัญหาการส่งออกเยอะ ยุ่งยาก ถ้าต้องการให้ส่งออกเยอะ น่าจะช่องทางในการให้ความรู้ เรื่องการส่งออกกับชาวสวนมากกว่านี้”

(ศุจิภรณ์ เต่าทอง. สัมภาษณ์. 2563)

“เคยจะไปขายส่งออก ทุเรียนที่ส่งออกได้มีจำนวนน้อย นอกนั้นโดนคัดตกไซค์ ทุเรียน เราไม่ได้มาตรฐานเค้า”

(ขงยูทธิ บรรจง. สัมภาษณ์. 2563)

“ให้ความรู้เกษตรกร ในการทำแผนการตลาดควบคู่ไปกับการผลิตทุเรียนด้วยน่าจะ ได้ผลดียิ่งขึ้น”

(วีรบุช เจริญรัมย์. สัมภาษณ์. 2563)

“จัดช่องทางประชาสัมพันธ์เพิ่มมากกว่าเดิมในการช่วยเหลือเวลาเกษตรกรประสบปัญหา ในการผลิตทุเรียน จะได้ผลิตทุเรียนให้มีคุณภาพสามารถส่งออกได้”

(สุนิสา แจ่มกระจ่าง. สัมภาษณ์. 2563)

“ควรมีการคัดเลือกทุเรียนที่มีคุณภาพดี มีมาตรฐานตามสากลไปจัดแสดงโชว์ในงาน นานาชาติ ในต่างประเทศบ่อย ๆ”

(มาริส่า กุ่มพาล. สัมภาษณ์. 2563)

“การจัดงานทุเรียนของจีนทบุรี ควรเพิ่มให้คนซื้อจากต่างประเทศเข้ามาร่วมงานเยอะ ๆ จะได้มีโอกาสพบปะกับเกษตรกรโดยตรงบ้าง”

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี (มธุติดา สุรชาติเมธิ. สัมภาษณ์. 2563)

“การส่งออกอยากให้จังหวัด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ อย่างสม่ำเสมอ จะได้มีความรู้ในเรื่องผลิตทุเรียนให้มีคุณภาพในการส่งออก”

(มสัน วิไลต. สัมภาษณ์. 2563)

“ทำปายประชาสัมพันธ์ ถึงการทำทุเรียนให้ได้มาตรฐานส่งออกเยอะ ๆ ชาวสวนจะได้ตระหนักให้ความสำคัญในเรื่องการส่งออก”

(สมใจ สุรชาติเมธี, สัมภาษณ์, 2563)

“ลงพื้นที่ให้ความรู้กับชาวสวน เจาะลึก ประเด็นการส่งออก ชาวสวนจะมีกำลังใจในการปลูกทุเรียน”

(ณัฐธิชา รำพึงกิจ, สัมภาษณ์, 2563)

“นำทุเรียนไปแสดงตามงานในต่างประเทศเยอะ ๆ จะทำให้ต่างประเทศรู้จักจังหวัดจันทบุรีของเรามีทุเรียนที่มีคุณภาพดี”

(นายอภิวัฒน์ บรรจง, สัมภาษณ์, 2563)

“คัดเลือกทุเรียนที่มีคุณภาพ นำประชาสัมพันธ์เป็นตัวอย่างในการผลิตทุเรียนให้มีคุณภาพ ให้ความรู้กับชาวสวนในการปลูกทุเรียนให้มีคุณภาพเยอะ ๆ”

(ภานุวัชร ไหมแก้ว, สัมภาษณ์, 2563)

“เวลาเราไปต่างประเทศจะเห็นได้ว่า ตามห้างสรรพสินค้าของต่างประเทศ จะมีทุเรียนวางจำหน่าย หากทุเรียนจันทบุรีได้มีการไปวางแสดงและจำหน่ายโดยตรงคิดว่าจะนำช่วยในเรื่องการส่งเสริมการส่งออก และได้ขยายฐานลูกค้าเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย”

(ชายพงษ์ นิยมกิจ, สัมภาษณ์, 2563)

“การส่งเสริมการส่งออก การขยายฐานลูกค้าเป็นเรื่องสำคัญ ไม่ควรยึดติดกับแค่ชาวจีนที่มีการซื้อขายอยู่กับเราอยู่เสมอ เราควรปรับเปลี่ยนหาแหล่งตลาดส่งออกใหม่อยู่เสมอ”

(ลาวัลย์ พันธุ์นิล, สัมภาษณ์, 2563)

“ทุเรียนที่จะส่งออกได้ต้องเป็นตามเกณฑ์คุณภาพการส่งออก ต้องดูต้นทางการผลิตตั้งแต่เริ่มต้นทุเรียนจะได้มีคุณภาพดี”

(มุกดา แต่งเม, สัมภาษณ์, 2563)

“ทุเรียนจันทบุรีเป็นทุเรียนที่มีคุณภาพเยอะ ต่างประเทศนิยมกินกันมากขึ้นกว่าเดิมเยอะ ถ้าประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์ให้ต่างประเทศเยอะน่าจะขายดีมาก”

(โสภณ สุรชาติเมธี. สัมภาษณ์. 2563)

“การตลาดเป็นสิ่งสำคัญ แล้วทุเรียนก็ต้องมีคุณภาพด้วย คนที่เค้าซื้อไปกินเค้าจะได้ติดใจ กลับมาซื้ออีก ”

(วิทยา สุรชาติเมธี. สัมภาษณ์. 2563)

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้านทราบแนวทางการกำหนดกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการส่งออกทุเรียน สามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปได้ดังนี้

การส่งเสริมการส่งออกทุเรียนของจังหวัดจันทบุรีนั้น ผู้ผลิตยังขาดความรู้ประสบการณ์ ในการติดต่อสื่อสารกับคู่ค้าต่างประเทศ ดังนั้นการให้การสนับสนุน ส่งเสริมให้มีการพบปะกันระหว่างผู้ซื้อ และผู้ขายโดยตรงจะช่วยให้เพิ่มการส่งออกได้ดี ทั้งยังผู้ซื้อยังสามารถบอกความต้องการของสินค้าได้โดยตรงกับผู้ผลิตอีกด้วย การจับมือร่วมกันทุกภาคส่วนงานในการผลิตทุเรียนให้มีคุณภาพเพื่อให้ได้ตามมาตรฐานสากลจากนั้นผลักดันให้มีการนำทุเรียนไปแสดงตามงานนานาชาติในประเทศ และต่างประเทศ เพื่อมีการเชื่อมความสัมพันธ์กับผู้ซื้อ ผู้ค้า โดยตรงสามารถเสนอขายสินค้าได้โดยตรงแก่ผู้ซื้อเป้าหมาย ส่งผลให้ผู้ส่งออกสามารถติดต่อซื้อขายได้ทันทีแล้ว ยังช่วยให้ผู้ส่งออกสร้างความสัมพันธ์กับคู่ค้ารายใหม่ ๆ มีโอกาสในการสำรวจตลาดศึกษาแนวโน้มสินค้า ร่วมการส่งเสริมการขายร่วมกับผู้ซื้อหรือห้างสรรพสินค้าโดยนำทุเรียนไปจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในห้างสรรพสินค้า หรือร้านค้าชั้นนำในต่างประเทศเพื่อเป็นการกระตุ้นการขายตัวของส่วนแบ่งตลาด ระดับผู้บริหาร โภค ด้วยการประชาสัมพันธ์ทุเรียนของจันทบุรีอีกด้วย

1.6 เกษตรกร หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง และผู้ประกอบการส่งออกทุเรียน ควรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวมาตรฐานคุณภาพทุเรียน

จากการสัมภาษณ์ ทำให้ทราบแนวทางให้เกษตรกร หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง และผู้ประกอบการส่งออกทุเรียน ควรมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวมาตรฐานคุณภาพทุเรียนเพื่อการส่งออกได้แนวทางดังนี้

“กรมส่งเสริมการเกษตร ด้านส่งเสริมการผลิต ให้ความรู้ชาวสวนพัฒนาคุณภาพทุเรียนให้ได้มาตรฐาน Gap เพื่อการส่งออก”

(สุมาลี บรรจง. สัมภาษณ์. 2563)

“ทุเรียนเป็นสินค้าที่สร้างรายได้จากการส่งออกให้กับจันทบุรี และประเทศไทยเป็นอย่างมาก จึงต้องให้ความรู้เพื่อให้เกษตรกรมีแนวทางในการทำเกษตรให้ได้ทุเรียนที่มีคุณภาพดีตามมาตรฐานที่กำหนด”

(ณัฐธิดา พูลสมบัติ. สัมภาษณ์. 2563)

“การให้ความรู้ในเรื่องมาตรฐาน GAP พืชอาหาร เพื่อการผลิตทุเรียนให้ถูกต้องและเหมาะสมเพื่อให้ได้ผลผลิตสูงและมีคุณภาพดีตรงตามมาตรฐานความต้องการของตลาด”

(กชมล เคหะ. สัมภาษณ์. 2563)

“ชาวสวนจำเป็นจะต้องศึกษาหาข้อมูลและติดตามสถานการณ์ต่าง ๆ เพิ่มเติมด้วย โดยเฉพาะการส่งออกไปยังต่างประเทศซึ่งต้องมีการรับรองทั้งมาตรฐาน GAP และมาตรฐานโรงคัดบรรจุผลไม้ GMP ด้วย”

(วิฑูรย์ ทองคำ. สัมภาษณ์. 2563)

“ต้องให้ความรู้กับชาวสวนในการใช้และเก็บ ปุ๋ย/สารเคมี อย่างถูกต้อง ห้ามใช้หรือเก็บรักษาสารเคมีที่ราชการประกาศห้ามใช้ สารเคมีที่ขึ้นทะเบียนถูกต้อง โดยอ่านฉลากและปฏิบัติตามวิธีใช้ ช่วงเวลา และปริมาณที่แนะนำไว้ในฉลากอย่างเคร่งครัด, ไม่ซื้อสารเคมีที่ร้านค้าแบ่งขาย หรือไม่ฉลาก”

(ธัญญรัตน์ บรรจง. สัมภาษณ์. 2563)

“มีการตรวจสอบไม่ให้ชาวสวนตัดทุเรียนที่ไม่มีคุณภาพ หรือทุเรียนอ่อน”

(ศุภจิกรณ์ เต่าทอง. สัมภาษณ์. 2563)

“หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องให้ความรู้ว่าเวลาใช้สารเคมีไปแล้ว ต้องมีการจดบันทึกไว้ จะได้มีประวัติในการใช้สารเคมีอย่างถูกต้องตามมาตรฐาน”

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ (ยงยุทธ บรรจง. สัมภาษณ์. 2563)

“ชาวสวนควรเปิดใจในการศึกษาข้อมูลความรู้ที่มีประโยชน์ในเรื่องของการส่งออก ทุเรียนว่ามีเงื่อนไขอะไรบ้าง”

(วีรนุช เจริญรัมย์. สัมภาษณ์. 2563)

“หลายหน่วยงานให้ความสำคัญกับชาวนา สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) ได้ดำเนิน โครงการพัฒนาศักยภาพเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนในพื้นที่เกษตรแปลงใหญ่ภาคตะวันออกให้ได้รับการรับรองมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) สำหรับพืชอาหาร (มกษ.9001 - 2556) ปี 2563”

(สุนิสา แจ่มกระจ่าง. สัมภาษณ์. 2563)

“การพัฒนาให้เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนจังหวัดจันทบุรี มีความรู้ความเข้าใจในหลักการปลูกทุเรียนให้ได้ตามมาตรฐาน GAP สามารถผลิตทุเรียนได้มีคุณภาพ มีความปลอดภัย ตรงตามความต้องการของตลาด และผู้บริโภค รวมถึงสามารถขายผลผลิตทุเรียนผ่านระบบตลาดสินค้าเกษตรออนไลน์ได้จะช่วยในการขยายการตลาดเพิ่มขึ้น”

(มาริส่า คุ่มพาล. สัมภาษณ์. 2563)

“การรวมกลุ่มของผู้ที่ปลูกทุเรียนก็เป็นเรื่องสำคัญ ทำให้มีการแลกเปลี่ยนพูดคุยถึงปัญหาและอุปสรรค เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขให้ได้ทุเรียนที่มีคุณภาพมาตรฐานเพื่อการส่งออก”

(มุกติตา สุรชาติเมธี. สัมภาษณ์. 2563)

“ชมรมที่ปลูกทุเรียนในพื้นที่ต่าง ๆ จะมีการประชุม อบรมเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้กันอยู่เสมอ ซึ่งได้เคยไปร่วมอบรมบ่อย ๆ”

(มสัน วิไลต. สัมภาษณ์. 2563)

“ได้รับความรู้จากหลายหน่วยงานที่เข้ามาอบรมให้ความรู้ในเรื่องการผลิตทุเรียนอย่างไรให้มีคุณภาพที่ดี ซึ่งก็ได้ดำเนินการตามกฏทุเรียนที่ออกมาถูกสวนมีคุณภาพ ผลสวยไม่มีราดำ”

(สมใจ สุรชาติเมธี. สัมภาษณ์. 2563)

“ได้ไปแลกเปลี่ยนความรู้กับชาวนาคนอื่นๆที่ปลูกทุเรียน เค้ามาให้ความรู้ทั้งในเรื่องการใช้ปุ๋ย การควบคุมการผลิตต่าง ๆ มีความรู้ที่เป็นประโยชน์อย่างมาก เวลาที่มีการอบรมก็จะมีคนบอกต่อ ๆ กันมากก็ไปเข้าร่วม”

(ณัฐธิชา ราพึงกิจ. สัมภาษณ์. 2563)

“ถ้าชาวสวนมีความรู้ เปิดใจในการปลูกทุเรียนตามความรู้แบบใหม่ที่ได้มาจะช่วยให้อุณหภูมิของทุเรียนส่งออกได้ ส่วนใหญ่ชาวสวนจะมีปลูกตามวิถีที่เค้าเคยปลูกมา ได้รับความรู้ความเชี่ยวชาญจากบรรพบุรุษที่ได้ถ่ายทอดความรู้ไว้ให้ การรับความรู้แบบใหม่ต้องพยายามให้ชาวสวนเข้าใจ”

(นายอภิวัฒน์ บรรจง. สัมภาษณ์. 2563)

“ความรู้ที่เค้ามาถ่ายทอดโดยส่วนตัวคิดว่าบางครั้งมีความไม่มั่นใจจริง เพราะเราปลูกมานานจะเข้าใจการปลูกทุเรียนได้ดีกว่า แล้วจะรู้ปัญหาของทุเรียนหมด”

(ภานุวัชร ไหมแก้ว. สัมภาษณ์. 2563)

“ชาวสวนบางคนทำสวนไม่ค่อยมีเวลาออกไปไหน เลยไม่ได้สนใจถึงความรู้ในการปลูกทุเรียนให้มีคุณภาพเพื่อการส่งออก เค้าปลูกแบบเดิมก็มีคนมารับซื้อแล้ว”

(ชายพงษ์ นิยมกิจ. สัมภาษณ์. 2563)

“การปลูกฝังให้ชาวสวน ผลิตทุเรียนที่มีคุณภาพ จะช่วยสร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดกับประเทศไทย ในการส่งออกทุเรียนที่มีคุณภาพ และมีรสชาติดี ”

(ลาวัลย์ พันธุ์นิล. สัมภาษณ์. 2563)

“ชาวสวนเค้าก็อยากมีความรู้เกี่ยวกับการปลูกทุเรียนให้มีคุณภาพ ที่จะสามารถส่งออกต่างประเทศได้ แต่บางคนอายุเยอะก็มีข้อจำกัดแตกต่างกันไป”

(มุกดา แต่งเม. สัมภาษณ์. 2563)

“จากการที่เคยได้คุยกับชาวสวน ต่างคนก็ต่างมีความรู้ความชำนาญในการปลูกทุเรียน แต่เค้าก็เปิดใจในการรับความรู้ใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มช่องทางในการขายให้ได้ราคาดี”

(โสภณ สุรชาติเมธี. สัมภาษณ์. 2563)

“ส่วนใหญ่ชาวสวนเค้าก็ปลูกตามที่เค้าเคยปลูกมาแบบทุกปี จะให้เค้ามาเปลี่ยนก็น่าจะยากหน่อย ต้องให้เค้ามีความรู้ ความเข้าใจ ว่าทำอะไรให้ทุเรียนที่คุณภาพตาม GAP เพื่อการส่งออก”

(วิทยา สุรชาติเมธี. สัมภาษณ์. 2563)

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้านแนวทางให้เกษตรกร หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง และผู้ประกอบการส่งออกทุเรียน ควรมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวมาตรฐานคุณภาพทุเรียนเพื่อการส่งออก สามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปได้ดังนี้

การให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพทุเรียนกับเกษตรกรนั้นเป็นเรื่องสำคัญเพราะเกษตรกรยังยึดติดกับการปลูกทุเรียนแบบเดิมที่มีการสืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่นใหม่ การปรับเปลี่ยนการปลูกทุเรียนรูปแบบใหม่เกษตรกรยังไม่มั่นใจกับผลผลิตที่จะได้รับ การให้ความรู้ ความเข้าใจในกระบวนการปลูกทุเรียน ดูแล รักษา การเก็บเกี่ยว จะทำให้อัตรการเสียหายลดน้อยลง อีกทั้งการใช้สารเคมีกำหนดตามเกณฑ์มาตรฐานการส่งออก ทำให้มีสารเคมีตกค้างในทุเรียนเกินกว่าข้อกำหนด สภาพภูมิอากาศนั้นมีผลต่อการผลิตทุเรียนเป็นอย่างมาก ผลผลิตจะสม่ำเสมอขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศอีกด้วย การจัดอบรมให้ความรู้กับเกษตรกรในการผลิตทุเรียนให้มีคุณภาพตามมาตรฐาน GAP สามารถผลิตทุเรียนได้มีคุณภาพ มีความปลอดภัย ตรงตามความต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

1.7 จุดเด่นของทุเรียนจังหวัดจันทบุรีที่ทำให้เป็นที่นิยมและยอมรับของผู้บริโภค

จากการสัมภาษณ์ ทำให้ทราบจุดเด่นของทุเรียนจังหวัดจันทบุรีที่ทำให้เป็นที่นิยม และยอมรับของผู้บริโภคได้แนวทางดังนี้

“จันทบุรีมีชาวสวนที่ปลูกทุเรียนมานานมาก จากรุ่นสู่รุ่น ทุเรียนที่มีอายุนานจะทำให้ผลผลิตที่มีรสชาติดีมาก ๆ นุ่มลิ้น”

(สุมาลี บรรจง. สัมภาษณ์. 2563)

“ทุเรียนจันทบุรี ส่วนใหญ่ชาวสวนตัดเปอร์เซ็นต์เป็นไปตามที่กำหนด ทำให้เนื้อของทุเรียนนั้นเป็นที่นิยมของคนที่ชอบทานทุเรียน ซึ่งก็มีความชอบที่แตกต่างกันออกไป บางคนชอบกินเนื้อและ บางคนชอบกรอบนอกนุ่มใน”

(ณัฐธิดา พูลสมบัติ. สัมภาษณ์. 2563)

“กระบวนการในการปลูกทุเรียนยังเป็นเรื่องที่สำคัญ หากชาวสวนสามารถปลูกทุเรียนให้มีคุณภาพ จะทำให้คนกินมีความเชื่อมั่น และกลับมาซื้อซ้ำอีก”

(กชมล เคะหะ. สัมภาษณ์. 2563)

“ทุเรียนจันทบุรี มีราคาที่สูงกินไหวตามกำลัง แล้วยังมีรสชาติที่ถูกใจ”

(วิฑูรย์ ทองคำ. สัมภาษณ์. 2563)

“ทุเรียนจันทน์ มีหลายพันธุ์ที่นิยมกิน เช่น หมอนทอง ก้านยาว หลิ่ง ๆ เคยได้ลองกินพวกมัน มีความชอบมาก เพราะมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว”

(ธัญญรัตน์ บรรจง. สัมภาษณ์. 2563)

“หลายสวนมีการเปิดการท่องเที่ยว กินทุเรียน กินผลไม้ไม่อื่น ทำให้ทุเรียนจันทน์ทุเรียนใครก็อยากมาลอง มาเที่ยวการท่องเที่ยวแบบนี้ ได้สัมผัสชีวิตชาวสวน เห็นสวนทุเรียนด้วย”

(ศุจิภรณ์ เต่าทอง. สัมภาษณ์. 2563)

“ทุเรียนจันทน์บุรี เปลือกบาง เนื้อหนา และเมล็ดเล็ก แต่ยังมีหลายสายพันธุ์ที่น่าลิ้มลองรสชาติ อีกทั้งยังมีจุดขายทุเรียนในจังหวัดจันทน์บุรีอยู่หลายจุด”

(ขงยุทธิ บรรจง. สัมภาษณ์. 2563)

“การประชาสัมพันธ์ของจังหวัด ทำให้คนต่างจังหวัดได้รับรู้ในช่วงฤดูกาลของทุเรียน และมีผู้คนนักท่องเที่ยวแวะเวียนเข้ามาซื้อทุเรียนเป็นจำนวนมาก”

(วีรนุช เจริญรัมย์. สัมภาษณ์. 2563)

“นักท่องเที่ยวมีความต้องการเข้ามาท่องเที่ยวในจันทน์บุรี ในช่วงฤดูกาลที่ผลไม้ รวมถึงทุเรียนออกเยอะ จะทำให้มีผู้คนมาท่องเที่ยวและซื้อทุเรียนกินเยอะ”

(สุนิสา แจ่มกระจ่าง. สัมภาษณ์. 2563)

“จุดเด่นของทุเรียนจันทน์บุรี มีรสชาติที่ดี คนที่ได้รับประทานทุกคนดีใจ และกลับมาซื้อซ้ำ”

(มาริส่า กุ่มพาล. สัมภาษณ์. 2563)

“ทุเรียนหมอนทอง เป็นที่นิยมมาก มาจันทน์บุรีแล้วต้องแวะซื้อกัน เพราะเนื้อจะกรอบนอกนุ่มใน เนื้อสวนทองอร่ามมาก”

(มุกติดา สุรชาติเมธี. สัมภาษณ์. 2563)

“ส่วนใหญ่ชาวสวนจะมีจรรยาบรรณในการตัดทุเรียน เพราะในจังหวัดนครราชสีมาไม่ให้ตัดทุเรียนอ่อนจำหน่าย จะมีคนบางกลุ่มที่เป็นพ่อค้า แม่ค้าที่มาจากที่อื่นชอบนำทุเรียนอ่อนมาขาย ทำให้จังหวัดเสียชื่อเสียง แต่คนจันทน์บุรีเองจะได้ตัดทุเรียนอ่อนมาขาย จะทำให้รสชาติของทุเรียนดีมากขึ้น ใครกินก็ดีใจ”

(มสัน วิไลต. สัมภาษณ์. 2563)

“ทุเรียนจันทบุรี ตัดในช่วงที่ได้เกณฑ์ เปอร์เซ็นต์เยอะ ทำให้ได้เนื้อที่สวย คุณารับประทาน
มาก”

(สมใจ สุรชาติเมธี. สัมภาษณ์. 2563)

“รสชาติของทุเรียนจันทบุรีเป็นจุดเด่นเฉพาะกลิ่น หอม ละมุน แล้วราคาไม่แพงเกินเอื้อม
สามารถซื้อกินไหว ”

(ณัฐริชา รำพึงกิจ. สัมภาษณ์. 2563)

“ทุเรียนจันทบุรี มีหลายพันธุ์ที่รสชาติ หอมอ่อนทอง ะนิ พวงมณี ยังมีอีกหลายพันธุ์ที่เริ่ม
มีชาวสวนปลูกมาขาย แล้วก็มีการคัด”

(นายอภิวัฒน์ บรรจง. สัมภาษณ์. 2563)

“ชาวสวนมีการพัฒนาการปลูกทุเรียน ทำให้ได้ผลผลิตทุเรียนที่มีคุณภาพ เนื้อสวย ลูกสวย”

(ภานุวัชร ไหมแก้ว. สัมภาษณ์. 2563)

“ทุเรียนจัน มีเนื้อดี เอาไปขายที่ไหนก็ขายดี คนกินมีความมั่นใจในรสชาติ ทุเรียนจันทบุรี
เป็นทุเรียนที่มีชื่อเสียง ลูกสวย แล้วในพลุนึงมีเนื้อเยอะ มีความคุ้มค่า”

(ชายพงษ์ นิยมกิจ. สัมภาษณ์. 2563)

“ในปัจจุบันชาวสวนมีการปรับวิธีการขาย กลยุทธ์แบบใหม่ให้เข้ากับการดำเนินชีวิตของ
คน การท่องเที่ยวแล้ว โปร โหมทผ่านสื่อออนไลน์ทำให้เกิดการแชร์แล้วทำให้คนเข้ามาท่องเที่ยวเยอะ
มากขึ้น การถ่ายรูปเนื้อทุเรียนสวยๆแล้วลง ก็มีผลทำให้คนเกิดความอยากกินแล้วดึงดูดคนมาซื้อ
มาเที่ยวด้วย”

(ลาวัลย์ พันธุ์นิล. สัมภาษณ์. 2563)

“เนื้อทุเรียนจันทบุรี มีสีเหลืองนวล สวย เนียน แล้วเม็ดเล็กมาก เนื้ออย่างเยอะ ใครก็ชอบ”

(มุกดา แต่งเม. สัมภาษณ์. 2563)

“ทุเรียนจัน มีเอกลักษณ์เด่น มีหลายพันธุ์ที่บางพื้นที่ไม่มีปลูก เช่น พวงมณี หลงลับแล ”

(โสภณ สุรชาติเมธี. สัมภาษณ์. 2563)

“จันทบุรี มีทุเรียนที่มีคุณภาพ ที่สำคัญรสชาติดี อาจจะเป็นเพราะพื้นที่ในการปลูกที่ทำให้ทุเรียนมีรสชาติดี”

(วิทยา สุรชติเมธี. สัมภาษณ์. 2563)

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้านทราบจุดเด่นของทุเรียนจังหวัดจันทบุรีที่ทำให้เป็นที่นิยมและยอมรับของผู้บริโภค สามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปได้ดังนี้

จุดเด่นของทุเรียนจันทบุรี มีหลายสายพันธุ์ที่คนนิยมบริโภค เช่น หมอนทอง ชะนี และยังมีพวงมณี ที่มีเนื้อสีเหลืองทอง เนื้อละเอียดรสชาติหวาน มัน แล้วเมล็ดเล็ก เนื้อเยื่อ ทำให้เป็นที่นิยมของชาวต่างชาติ โดยเฉพาะทุเรียนพันธุ์หมอนทองที่ชาวต่างชาติที่ชอบบริโภคทุเรียนจันทบุรีเป็นอย่างมาก มีพ่อค้าจากต่างชาติเดินทางตรงมารับซื้อตรง เพื่อนำไปจำหน่ายในต่างประเทศหลายเมืองด้วยกัน เพราะติดใจในรสชาติ การสร้างภาพลักษณ์ ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของทุเรียน รวมถึงภาพลักษณ์จังหวัดจันทบุรี ทั้งมิติในด้านการท่องเที่ยวจะช่วยผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งปัจจุบันสวนทุเรียนในจังหวัดจันทบุรี มีกลยุทธ์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวสวน จัดบุฟเฟ่ต์กินทุเรียน กินผลไม้ไม่อั้น เดินชมสวน ครัวชีชาวสวน เป็นต้น ทำให้ช่วยพัฒนาและส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว ผ่านโซเชียลต่าง ๆ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ อินตราแกรม ติ๊กต็อก ทวิตเตอร์ เมื่อคนที่มาท่องเที่ยวแล้วลงรูปผ่านสื่อพวกนี้จะทำให้ช่วยประชาสัมพันธ์ได้หลายมิติ ทั้งด้านการท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติได้รับรู้ และเห็นการท่องเที่ยว และต้องการเข้ามาชิมทุเรียนจันทบุรีมากขึ้น ได้กลุ่มผู้บริโภคเพิ่มขึ้น หลากหลายมากขึ้น โดยไม่จำเป็นต้องผ่านนายหน้า หรือพ่อค้าคนกลาง เพราะในปัจจุบันสื่อออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคนในทุก ๆ ด้านกรณีดังกล่าวสะท้อนให้เห็นได้จากคำสัมภาษณ์

2. การสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการส่งออกทุเรียนของจังหวัดจันทบุรี

2.1 การโฆษณาเกี่ยวกับคุณภาพทุเรียนของจังหวัดจันทบุรีเพื่อให้ผู้บริโภคในต่างประเทศ

จากการสัมภาษณ์ ทำให้ทราบแนวทางการโฆษณาเกี่ยวกับคุณภาพทุเรียนของจังหวัดจันทบุรีเพื่อให้ผู้บริโภคในต่างประเทศทราบ ได้แนวทางดังนี้

“ส่งเสริมให้เกษตรกรได้เรียนรู้จะอย่างไรให้สินค้าได้มาตรฐาน เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ซื้อ เป็นการส่งเสริมราคาให้เกษตรกรได้อีกด้วย”

(ชายพงษ์ นิยมกิจ. สัมภาษณ์. 2563)

“การสร้างเครือข่ายของกลุ่มผู้ปลูกทุเรียน จะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่มีประโยชน์ ในการผลิตทุเรียนให้มีคุณภาพที่ดี สร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ปลูกทุเรียน ให้มีความมั่นใจ ในกระบวนการผลิตทุเรียนให้มีคุณภาพมาตรฐานตามเกณฑ์การส่งออก”

(ลาวัลย์ พันธุ์นิล. สัมภาษณ์. 2563)

“นำเสนอรสชาติ คุณภาพของทุเรียนจังหวัดจันทบุรี ความสะอาด ปลอดภัยปลอดสารพิษตกค้าง โฆษณาติดตาม4แยกไฟแดง ตามพื้นที่ชุมชน และทางผ่าน”

(มุกดา แต่งเม. สัมภาษณ์. 2563)

“หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดจ้างออกแกลไนท์สำหรับจัดงานโฆษณาทุเรียนในต่างประเทศ พื้นที่ต่างประเทศ ซื่อพื้นที่โฆษณา ตามจุดสำคัญ ๆ ต่าง ๆ”

(โสภณ สุรชาติเมธิ. สัมภาษณ์. 2563)

“นำเสนอคุณสมบัติของทุเรียน มาตรฐานการผลิตให้ต่างชาติรู้ ต่างชาติจะได้สนใจ ในทุเรียนมากขึ้น และอยากที่จะซื้อทุเรียนของเรา”

(วิทยา สุรชาติเมธิ. สัมภาษณ์. 2563)

“ซื้อโฆษณาในช่องทางทีวีของต่างประเทศ นำเสนอทุเรียนในแง่บวก ทำให้ผู้บริโภคสนใจ มากขึ้น ๆ)”

(วีรนุช เจริญรัมย์. สัมภาษณ์. 2563)

“ทำการเน้นย้ำให้ผู้บริโภคเห็นถึงจุดดี จุดเด่นของทุเรียนจังหวัดจันทบุรี เพื่อตอกย้ำให้ ผู้บริโภคจดจำทุเรียนของเราได้”

(สุนิสา แจ่มกระจ่าง. สัมภาษณ์. 2563)

“ให้เกษตรกรได้เรียนรู้ วิธีผลิตทุเรียนที่ได้มาตรฐาน เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ซื้อ ปลอดภัย กินแล้วไม่มีทำลายสุขภาพ”

(มาริส่า คุ่มพาล. สัมภาษณ์. 2563)

“จัดทำเพจที่มีหลายภาษาเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลที่ได้หลากหลายมากขึ้น ไม่ใช่มีเพียงแต่ภาษาไทย ต้องมีภาษาอังกฤษ จีน เป็นต้น และทำคอนเท้นที่น่าสนใจอยู่ตลอดเวลา”

(มุกิตา สุรชาติเมธี. สัมภาษณ์. 2563)

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้านทราบแนวทางการโฆษณาเกี่ยวกับคุณภาพทุเรียนของจังหวัดจันทบุรี เพื่อให้ผู้บริโภคในต่างประเทศทราบสามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปได้ดังนี้

การโฆษณาเกี่ยวกับคุณภาพทุเรียนเป็นเรื่องสำคัญ แต่สิ่งที่สำคัญคือทุเรียนต้องมีคุณภาพที่ดี จากการสำรวจผู้วิจัยยังพบว่า สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) ได้ดำเนิน โครงการพัฒนาศักยภาพเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนในพื้นที่เกษตรแปลงใหญ่ ภาคตะวันออกให้ได้รับการรับรองมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) เพื่อพัฒนาให้เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียน มีความรู้ความเข้าใจในหลักการปลูกทุเรียนให้ได้ตามมาตรฐาน GAP สามารถผลิตทุเรียนได้มีคุณภาพ มีความปลอดภัย ตรงตามความต้องการของตลาด และผู้บริโภค รวมถึงสามารถขายผลผลิตทุเรียนผ่านระบบตลาดสินค้าเกษตรออนไลน์ เพื่อการส่งออกตามมาตรฐาน เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค สร้างความแตกต่างของสินค้า เพิ่มช่องทางการตลาด เมื่อทุเรียนของเรามีคุณภาพที่ดีจะทำให้ผู้บริโภคที่มีความเชื่อมั่น เชื่อใจและกลับมาซื้อซ้ำ กรณีดังกล่าวสะท้อนให้เห็นได้จากคำสัมภาษณ์

2.2 กิจกรรมที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับทุเรียนของจังหวัดจันทบุรี

จากการสัมภาษณ์ ทำให้ทราบกิจกรรมที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับทุเรียนของจังหวัดจันทบุรีได้แนวทางดังนี้

“สื่อออนไลน์มีอิทธิพลมาก ๆ กับพฤติกรรมของคนในปัจจุบัน ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรีได้ให้ความสำคัญในการทำสื่อ เพราะจันทบุรีเป็นเมืองท่องเที่ยวด้วย จึงต้องทำสื่อประชาสัมพันธ์ทุเรียนบวกกับการท่องเที่ยวควบคู่กันไป”

(ชายพงษ์ นิยมกิจ. สัมภาษณ์. 2563)

“การท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี ที่เห็นบ่อยมีสื่อในเฟสบุ๊ค ที่เข้าถึงคนได้ง่าย แล้วมี Youtube ที่ทำรูปแบบวีดีโอรูปแบบที่ทันสมัย นำเสนอด้านการท่องเที่ยวมาากินทุเรียนที่จันทบุรี ทำให้คนเข้ามากินทุเรียนจันทบุรีกันมาก เพราะสื่อประเภทนี้”

(ลาวัลย์ พันธุ์นิล. สัมภาษณ์. 2563)

“จัดงานเทศกาลของดีเมืองจันทร์ มหัศจรรย์ทุเรียนโลก งานนี้จัดขึ้นเป็นทุกปี เพื่อนำเสนอทุเรียนจันทร์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ทั้งในและนอกประเทศ ภายในงานก็จะให้มีการชิมทุเรียนสายพันธุ์ต่าง ๆ”

(มุกดา แต่งเม. สัมภาษณ์. 2563)

“รณรงค์การผลิตทุเรียนคุณภาพเพื่อการส่งออก อีกทั้งยังเพื่อรักษาคุณภาพและชื่อเสียงของผลไม้จันทบุรี”

(โสภณ สุรชาติเมธี. สัมภาษณ์. 2563)

“จัดการประกวดทุเรียนสวย พานักท่องเที่ยวชมชิมทุเรียนจากต้น เพื่อสร้างความพึงพอใจ มีรูปแบบของงานมุ่งเน้นประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยือน”

(วิทยา สุรชาติเมธี. สัมภาษณ์. 2563)

“สร้างเพจเฟสบุ๊คของจังหวัดจันทบุรี ค่อยนำเสนอ ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับงาน คุณภาพมาตรฐานทุเรียนของจังหวัดจันทบุรี เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ให้ผู้คนสนใจมากขึ้น

(สมใจ สุรชาติเมธี. สัมภาษณ์. 2563)

“นำเสนอด้านการท่องเที่ยวมากินทุเรียนที่จันทบุรี ทำให้คนเข้ามากินทุเรียนจันทบุรีกันมาก โดยนำเสนอให้เผยแพร่อย่างกว้างขวางมากขึ้น ให้กระจายทั้งในและต่างประเทศ”

(ณัฐธิดา พูลสมบัติ. สัมภาษณ์. 2563)

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้านทราบกิจกรรมที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับทุเรียนของจังหวัดจันทบุรี สามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปได้ดังนี้

จังหวัดจันทบุรีมีการทำสื่ออยู่หลายประเภท เช่น วิดีโอ ภาพถ่าย บล็อก เว็บไซต์ต่าง ๆ การทำประชาสัมพันธ์ในช่วงที่ทุเรียนออก ให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เข้าท่องเที่ยวชมสวนกินทุเรียนไม่อื่น แบบบุฟเฟ่ต์ซึ่งมันดีและทำให้เป็นที่นิยมมากขึ้น ในยุคสมัยปัจจุบัน



ภาพประกอบ 4 ข่าวสารจากสื่อออนไลน์ สวนทุเรียนแลนด์ จันทบุรี

ที่มา : สวนทุเรียนแลนด์ จันทบุรี. ออนไลน์. 2562

2.3 นิทรรศการ หรืองานแสดงสินค้าทุเรียนเป็นการเปิดโอกาสผู้บริโภค พ่อค้าคนกลางและผู้ส่งออกได้รู้จักทุเรียนของจังหวัดจันทบุรี

จากการสัมภาษณ์ ทำให้ทราบแนวทางว่านิทรรศการ หรืองานแสดงสินค้าทุเรียนเป็นการเปิดโอกาสผู้บริโภค พ่อค้าคนกลางและผู้ส่งออกได้รู้จักทุเรียนของจังหวัดจันทบุรี เป็นกิจกรรมที่ช่วยเพิ่มจำนวนลูกค้าที่มุ่งหวังหรือไม่อย่างไร ได้แนวทางดังนี้

“การสร้างคามเข้มแข็งให้กับชาวสวน จะทำให้ชาวสวนมีการผลิตทุเรียนที่มีคุณภาพดี เมื่อทุเรียนคุณภาพดี จะช่วยให้คนกินมีความมั่นใจในการกลับมาซื้อซ้ำ การประชาสัมพันธ์ของจังหวัดก็มีส่วนสำคัญ หากจังหวัดมีการจัดงานเพื่อสนับสนุนชาวสวนบ่อย ๆ จะทำให้ชาวสวนมีกำลังใจอีกด้วย”

(ชายพงษ์ นิยมกิจ. สัมภาษณ์. 2563)

“ทุก ๆ ปีจังหวัดจันทบุรีมีการจัดงานผลไม้ ในช่วงที่มีทุเรียนออกเยอะ ทำให้ทุกคนรู้ว่า ช่วงนี้เป็นช่วงที่ทุเรียนกำลังออกนะ มีผู้คนนักท่องเที่ยวเข้ามาซื้อทุเรียนกันเยอะ มาจากการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ ของจังหวัดจันทบุรีด้วย เช่น เฟสบุ๊ค ”

(ลาวัลย์ พันธุ์นิล. สัมภาษณ์. 2563)

“จัดงานสัมมนาวิชาการเกี่ยวกับทุเรียนของจันทบุรี โดยมีส่วนประกอบการส่งออกทุเรียนของจังหวัดจันทบุรีทั้งภาครัฐและเอกชน เข้ามาจัดเพื่อให้ความรู้แก่เกษตรกร”

(มุกดา แต่งเม. สัมภาษณ์. 2563)

“นิทรรศการให้ชาวสวนทุเรียนจังหวัดจันทบุรี มาออกบูทและนำเสนอขายทุเรียนของตัวเอง โดนภาครัฐและเอกชนเชิญชวนนักธุรกิจ ผู้ประกอบการส่งออกมาชมและติดต่อซื้อขายกับเกษตรกรโดยตรง”

(โสภณ สุรชาติเมธิ. สัมภาษณ์. 2563)

“มีการจัดงานสุดยอดของดีเมืองจันทร์ มหัศจรรย์ทุเรียนโลก เป็นประจำทุกปี และจัดให้ใหญ่ขึ้น ทุก ๆ ปี”

(วิทยา สุรชาติเมธิ. สัมภาษณ์. 2563)

“ประชาสัมพันธ์ผลผลิตทุเรียนคุณภาพ ต่อยอดพัฒนาทุเรียนไทยสู่สากล มีการจัดงาน Durian To Go by สร้างความเข้มแข็งองค์กรการเกษตร ขับเคลื่อนการผลิตและการตลาดทุเรียนให้ได้คุณภาพดี”

(กชมล เกษะ. สัมภาษณ์. 2563)

“รัฐบาลช่วยเหลือ โดยการขยายตลาดทุเรียนให้เพิ่มขึ้น หากตลาดประเทศจีนมีปัญหา จะได้มีตลาดอื่น ๆ เช่น ตลาดยุโรป เป็นต้น”

(วิฑูรย์ ทองคำ. สัมภาษณ์. 2563)

“เพิ่มความคล่องตัวในการกระจายผลผลิตก็จะส่งผลดีต่อเกษตรกรชาวสวนสร้างรายได้เข้าประเทศมากขึ้น ยิ่งกระจายสินค้าได้มากเท่าไร ก็สามารเพิ่มรายได้ให้ประเทศมากขึ้นเท่านั้น”

(ชัยวุฒรัตน์ บรรจง. สัมภาษณ์. 2563)

“สร้างความเข้มแข็งองค์กรเกษตรกร ขับเคลื่อนการผลิตและการตลาดทุเรียนให้ได้คุณภาพดี นำเสนอความรู้เทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิต”

(ศุภิภรณ์ เต่าทอง. สัมภาษณ์. 2563)

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้านทราบแนวทางว่า นิทรรศการ หรืองานแสดงสินค้าทุเรียนเป็นการเปิดโอกาสผู้บริโภค พ่อค้าคนกลางและผู้ส่งออกได้ รู้จักทุเรียนของจังหวัดจันทบุรี เป็นกิจกรรมที่ช่วยเพิ่มจำนวนลูกค้าที่มุ่งหวังหรือไม่อย่างไร สามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปได้ดังนี้

ผู้วิจัยได้พบว่าเมื่อต้นปี 2563 ที่ผ่านมา จันทบุรีประชาสัมพันธ์ผลผลิตทุเรียนคุณภาพต่อยอดพัฒนาทุเรียนไทยสู่สากล มีการจัดงาน Durian To Go by สร้างความเข้มแข็งองค์กรเกษตรกร ขับเคลื่อนการผลิตและการตลาดทุเรียนให้ได้คุณภาพดี นำเสนอความรู้เทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิต ลดต้นทุนการผลิต เพิ่มมูลค่าผลผลิต ให้เกษตรกร รวมทั้งการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนตามนโยบายเกษตร 4.0 ของรัฐบาลที่มุ่งหวังสร้างรายได้อย่างยั่งยืนแก่เกษตรกร เป็นต้น การจัดงานแบบนี้ จะช่วยให้การรวมกลุ่มของเกษตรกรชาวสวนทุเรียนมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อการพัฒนาผลผลิตทำให้ผลผลิตของเกษตรกรมีคุณภาพตามที่ตลาดต้องการ ส่งผลให้มีราคาดี และสามารถกำหนดราคาได้ตามที่ต้องการ สิ่งที่ต้องการให้หน่วยงานและรัฐบาลช่วยเหลือคือการขยายตลาดทุเรียนให้เพิ่มขึ้น หากตลาดประเทศจีนมีปัญหาจะได้มีตลาดอื่น ๆ กระจายผลผลิตได้ อย่างไรก็ตามการนำเข้าผลไม้ไทยในประเทศจีนมีพื้นที่ของการนำเข้ามีหลายจุดถ้ารัฐบาลสามารถประสานกับรัฐบาลจีนสร้างความมั่นใจและเพิ่มความคล่องตัวในการกระจายผลผลิตก็จะส่งผลดีต่อเกษตรกรชาวสวนสร้างรายได้เข้าประเทศ



ภาพประกอบ 5 ข่าวสารงานสุดยอดของดีเมืองจันทร์ มหกรรมทุเรียนโลก

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานระยอง. 2563 : 2

2.4 จังหวัดจันทบุรี มีหน่วยงานสนับสนุน มีบุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับกลไกทางการตลาดและสามารถดำเนินการส่งเสริมการตลาดส่งออกทุเรียนของจังหวัดจันทบุรี

จากการสัมภาษณ์ ทำให้ทราบหน่วยงานสนับสนุน มีบุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับกลไกทางการตลาดและสามารถดำเนินการส่งเสริมการตลาดส่งออกทุเรียนของจังหวัดจันทบุรีได้แนวทางดังนี้

“ถ้ามีช่องทางการขายทุเรียนที่หลากหลายจะช่วยให้กลไกราคาทุเรียนนั้นมีราคาดี จะมีช่วงราคาที่ทุเรียนแพง แต่เมื่อราคาแพงจะทำให้พ่อค้าเริ่มรับซื้อราคาสูงไม่ไหว จะมีคนกลาบบ่นราคา ที่ทำให้เกิดปัญหาจะทำให้ราคาทุเรียนลงได้ง่าย จะเป็นดีกับผู้ค้า”

(สุมาลี บรรจง. สัมภาษณ์. 2563)

“การเปิดสั่งที่รับซื้อทุเรียนในจันทบุรี ต้องมีการตรวจสอบอย่างเข้มงวด และผ่านเกณฑ์ตามมาตรฐานที่กำหนด”

(ณัฐธิดา พูลสมบัติ. สัมภาษณ์. 2563)

“จุดที่รับซื้อทุเรียนมีเจ้าหน้าที่ หน่วยงานเข้าไปช่วยกำกับดูแลในช่วงที่มีทุเรียนออกเป็นเรื่องที่ดี”

(กชมล เคหะ. สัมภาษณ์. 2563)

“เมื่อราคาทุเรียนต่ำ ชาวสวนควรปรับกลยุทธ์วิธีอื่น โดยการให้ความรู้กับชาวสวนเป็นเรื่องสำคัญในการบริหารจัดการการขายในรูปแบบใหม่ ๆ”

(วิฑูรย์ ทองคำ. สัมภาษณ์. 2563)

“ชาวสวนในปัจจุบัน ได้มีลูกหลานที่เรียนจบสูง ๆ เข้ามาช่วย เพราะงานหายาก ทำให้ลูกหลานต้องกลับมาทำสวน แล้วเข้ามาปรับกลยุทธ์ให้ บางสวนมีการศึกษาในเรื่องการส่งออกเอง มีการให้ความรู้กับสวนที่ใกล้เคียง และยังเปิดสวนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย”

(ฉัญฉวีรัตน์ บรรจง. สัมภาษณ์. 2563)

“การให้ความรู้กับเกษตรกรเป็นเรื่องสำคัญ ในการช่วยเหลือตนเองก่อนเป็นอันดับแรก เพราะหากรอการช่วยเหลือในช่วงที่ทุเรียนสุกจะทำให้เกิดความเสียหายมาก การให้ความรู้ กลยุทธ์

ในการปรับตัว เมื่อราคาต่ำ ก็อาจจะแนะนำให้ขายออนไลน์ เพราะในปัจจุบันการขนส่งมีการพัฒนาสามารถส่งผลไม้ได้แล้ว”

(ศุจิภรณ์ เต่าทอง. สัมภาษณ์. 2563)

“การนิยมปลูกทุเรียนกันมากของพื้นที่จันทบุรี เพราะเห็นอีกสวนขายดี ราคาดี ก็ปลูกตามทำให้ในช่วงที่ทุเรียนสุกพร้อมกันเยอะอาจจะล้นตลาด ส่งผลให้ราคาต่ำ อาจจะให้ความรู้ชาวสวนในด้านการแปรรูป เช่น ทำทุเรียนทอด ทุเรียนกวน ทุเรียนเชื่อม หรือแปรรูปอย่างอื่น ก็ช่วยเพิ่มราคาได้”

(ขงยุทธ์ บรรจง. สัมภาษณ์. 2563)

“ประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน เริ่มมีการปลูกทุเรียนกันมากขึ้น และมีการส่งออกเพื่อแข่งขัน หน่วยงานควรสนับสนุนในเรื่องการส่งออก ในการขยายการส่งออกไปประเทศอื่น ๆ เพิ่มมากขึ้น”

(วิรุช เจริญรัมย์. สัมภาษณ์. 2563)

“การส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์ทุเรียน การนำทุเรียนไปจัดแสดงตามงานนานาชาติในต่างประเทศ ตามจุดในห้างสรรพสินค้า จะทำให้เข้าถึงคนจีนมากกว่าเดิม โดยที่ไม่ต้องผ่านคนกลางในการขนส่ง แต่ขายตรงโดยสนับสนุนให้ชาวสวนไปขายเองจะได้ราคาดีกว่าเดิมด้วย”

(สุนิสา แจ่มกระจ่าง. สัมภาษณ์. 2563)

“จังหวัดจันทบุรี มีการจัดงานทุเรียน ในช่วงฤดูกาลทุเรียน เพื่อช่วยไม่ให้ราคาทุเรียนต่ำลง ทำให้คนเข้ามาซื้อทุเรียนตรงเพิ่มมากขึ้น”

(มาริส่า คุ่มพาล. สัมภาษณ์. 2563)

“ชาวจีนที่เข้ามาทำการซื้อขาย บางกลุ่มหัวหมอ มีกลไกในการโกงชาวสวนโดยที่ชาวสวนอาจรู้เท่าไม่ถึงการณ์ การตัดทุเรียนอ่อนเองจากสวน จะทำให้เกิดความเสียหาย เสียชื่อเสียง และทุเรียนยังไม่ผ่านเกณฑ์ในการส่งออก จะทำให้ราคาทุเรียนถูกลง”

(มุกติดา สุรชาติเมธี. สัมภาษณ์. 2563)

“เป็นเรื่องปกติที่เมื่อราคาทุเรียนสูง ก็จะมีคนกลางในการปั่นราคาให้ต่ำลง เพราะกำลังคนที่อยากได้ของดีในราคาถูก การให้ความรู้กับชาวสวนจึงเป็นเรื่องสำคัญในการเรียนรู้กลไกราคาทุเรียน และการตลาดของทุเรียน”

(มสัน วิไลต. สัมภาษณ์. 2563)

“การปรับรูปแบบการขายทุเรียน จะช่วยให้ราคาทุเรียนไม่ถูกลง และชาวสวนเป็นผู้กำหนดราคาได้เอง การศึกษากลยุทธ์ในการส่งออกเอง ว่าทำอย่างไรทุเรียนจึงจะสามารถส่งออกได้ จะช่วยให้พ่อคนกลางไม่สามารถเข้ามาปั่นราคาได้”

(สมใจ สุรชาติเมธี. สัมภาษณ์. 2563)

“ช่วงหลายปีที่ผ่านมาราคาทุเรียนค่อนข้างสูง เนื่องจากยังมีความต้องการนำเข้าไปที่ประเทศจีนจำนวนมาก ทำให้เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนให้การเอาใจใส่ดูแลมากขึ้นเพื่อให้ได้ปริมาณผลผลิตเพิ่มและมีคุณภาพดี เช่น การตัดผลอ่อนบางส่วนทิ้ง ทำให้ผลที่เหลือมีขนาดและน้ำหนักใหญ่ขึ้น”

(ณัฐธิชา รำพึงกิจ. สัมภาษณ์. 2563)

“ชาวสวนหันมาปลูกทุเรียนเพิ่มขึ้น และยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากเกษตรกรที่โค่นต้นแก่ของไม้ผลอื่น ๆ และโค่นยางพาราที่ราคาไม่จูงใจ หันมาปลูกทุเรียนแทน แล้วเกษตรกรยังใส่ใจในการปลูกทำให้ได้ทุเรียนที่มีคุณภาพดี ราคาจึงดีไปด้วย”

(นายอภิวัฒน์ บรรจง. สัมภาษณ์. 2563)

“หน่วยงานรัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องรวมทั้งผู้ส่งออกควรควบคุมคุณภาพของทุเรียนทั้งเรื่องทุเรียนอ่อน และวัตถุดิบปนเปื้อนที่อาจทำให้เกิดปัญหาการส่งออกได้”

(ภานุวัชร ไหมแก้ว. สัมภาษณ์. 2563)

“ตลาดทุเรียนไทย มี “ทุนจีน” หรือที่รู้จักกันว่า “ล้งจีน” เข้ามาอยู่ในระบบ ทำให้มีปั่นราคาตามกลไกที่หน่วยงานต่าง ๆ ได้พยายามเข้มงวด ในการตรวจสอบและควบคุม”

(ชายพงษ์ นิยมกิจ. สัมภาษณ์. 2563)

“แนวโน้มจำนวนเนื้อที่การปลูกทุเรียนจะค่อย ๆ ลดลง เนื่องจากประสบปัญหาภัยแล้ง การระบาดของโรค เกษตรกรจึงหันไปปลูกไม้ผลอย่างอื่นแทน หากราคาผลไม้อื่นไหนดีชาวสวน ก็จะหันไปปลูกผลไม้ชนิดนั้น”

(ลาวัลย์ พันธุ์นิล, สัมภาษณ์, 2563)

“ชาวต่างชาติบางประเทศนั้นยังมีความเชื่อว่าทุเรียนมีกัมมะถัน กินแล้วเกิดความร้อน และช่วยป้องกัน COVID-19 ได้ ทำให้ผู้ส่งออกแข่งขันกันซื้อจากสวนเพื่อส่งไปขายประเทศจีน ส่งผลให้ราคาทุเรียนปีนี้ถือว่าดีกว่าทุกปี”

(มุกดา แต่งเม, สัมภาษณ์, 2563)

“แม้ในช่วงเริ่มการระบาดของโรค COVID-19 จะทำให้ลังชะงัก หรือชะลอการเหมาสวน แต่เมื่อสถานการณ์ดีขึ้น กลับพบว่า ความต้องการจากตลาดต่างประเทศยังคงมีสูง จึงทำให้เกิดการแย่งซื้อ แต่ราคาปลายทางที่ขายได้ไม่ได้สูงตามไปด้วย เพราะมีผู้ค้าจำนวนมาก”

(โสภณ สุรชาติเมธิ, สัมภาษณ์, 2563)

“ความต้องการบริโภคทุเรียนของจีน เพิ่มสูงขึ้นทุก ๆ ปี ได้มีขายให้กับสิ่งในพื้นที่ยก้นเขอะ ที่มาซื้อแบบเหมาสวนเลย ซึ่งทางสิ่งเราก็ตัดต่อซื้อกับชาวสวนโดยตรงก็มี”

(วิทยา สุรชาติเมธิ, สัมภาษณ์, 2563)

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้านทราบหน่วยงานสนับสนุน มีบุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับกลไกทางการตลาดและสามารถดำเนินการส่งเสริมการตลาดส่งออกทุเรียนของจังหวัดจันทบุรีสามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปได้ดังนี้

ทางจังหวัดควรมีหน่วยงานสนับสนุนในการให้ความรู้ ในด้านกลไกทางการตลาด และสามารถดำเนินการส่งเสริมการตลาดส่งออกทุเรียนหน่วยงานรัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งผู้ส่งออกควรควบคุมคุณภาพของทุเรียน ทั้งเรื่องทุเรียนอ่อน และวัตถุดิบเปื้อนที่อาจทำให้เกิดปัญหาการส่งออกได้เรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายหลักของเหล่าเกษตรกร ส่วนใหญ่เลือกขายให้กับสิ่งเพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศ ซึ่งเรื่องที่สำคัญควรตระหนัก อาทิเช่น การฝากความหวังไว้กับสิ่งมากจนเกินไป อาจนำไปสู่ปัญหาในการกำหนดราคา ทำให้ชีวิตเกษตรกรวันนี้ฝากไว้กับสิ่งวันใดสิ่งรวมตัวกันจนมีอำนาจกำหนดราคาได้ เมื่อนั้นผลไม้จากสวน จะถูกกดราคาจนต่ำพื้นที่ การให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เข้ามาดูแลอย่างเข้มงวด มีกฎเกณฑ์ที่ชัดเจนในทุกขั้นตอน

ทั้งการตรวจสอบจำนวนผู้ประกอบการ การกำหนดราคา รูปแบบการตลาด การควบคุมคุณภาพ และการขยายตลาดส่งออกไปยังประเทศอื่น ๆ ในเอเชียหรือยุโรป เพราะหากปล่อยให้สิ่งสามารถกำหนดราคาเองได้เช่นนี้ อนาคตชาวสวนและผู้บริโภคจะลำบาก รูปแบบกลไกของระบบดังปัจจุบันมีความซับซ้อนมาก หากผู้ประกอบการรายใดต้องการปรับราคาทุเรียนให้ถูกลง พ่อค้าคนกลางจะใช้วิธีปล่อยทุเรียนอ่อนส่งออกไปราว 1 - 2 ลีต เมื่อเกิดปัญหาก็นำเรื่องคุณภาพด้อยมาลดราคาเกษตรกร เรื่องนี้สำคัญมาก หากรัฐไม่ทันเกม อนาคตประเทศไทยถูกต่างชาติเข้ามาควบคุมราคาผลไม้ได้แน่ กลุ่มทุนจากต่างชาติเข้ามาทำธุรกิจเกี่ยวกับทุเรียนในไทยเป็นเวลานานกว่า 20 ปีแล้ว แต่แรงตัวมากขึ้นในช่วง 2 - 3 ปีที่ผ่านมา ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบ โดยเริ่มแรกจะเข้ามาในธุรกิจกลางน้ำ (ล้ง) แต่ปัจจุบันเริ่มเข้ามาในอุตสาหกรรมแปรรูปมากขึ้น ผลดีที่เกิดขึ้นคือ จีนเข้ามาอยู่ใน Supply Chain ตั้งแต่ขั้นตอนกลางน้ำ ปลายน้ำ และหาลาดมาให้ไทย เอา Demand เข้ามาให้ทำให้ราคาทุเรียนทรงตัวได้ในระดับสูง นอกจากนี้กระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ก่อให้เกิดการจ้างงาน และการลงทุนในพื้นที่ แต่ก็มีผลเสียคือ “ล้งชาวต่างชาติ” จะเป็นผู้แจ้งราคาที่ต้องการรับซื้อในแต่ละวัน ทำให้ไทยมีอำนาจการต่อรองราคาต่ำ อาจส่งผลกระทบต่อรายได้เกษตรกรในอนาคต

2.5 เกษตรกร ควรมีบทบาทในการติดต่อกับลูกค้าโดยตรง เกษตรกรดำเนินการขายทุเรียนโดยตรงไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง ส่งผลดีเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียน

จากการสัมภาษณ์ ทำให้ทราบแนวทางว่าเกษตรกร ควรมีบทบาทในการติดต่อกับลูกค้าโดยตรงได้แนวทางดังนี้

“ชาวต่างชาติเข้ามาเปิดล้งในจันทบุรีกันเยอะ ทำให้มีอิทธิพลในเรื่องของราคา ถ้ามีภาครัฐหรือภาคเอกชน สนับสนุนให้ชาวสวนได้นำทุเรียนไปจำหน่ายในตลาดของจีนเองโดยตรงตามห้างสรรพสินค้า หรือตามงานใหญ่ ๆ จะช่วยให้เข้าถึงผู้บริโภคคนจีนตรงมากขึ้น และต้องให้ความรู้กับชาวสวนในเรื่องของคุณภาพของทุเรียน ให้ผลิตให้มีคุณภาพดี”

(ชายพงษ์ นิยมกิจ, สัมภาษณ์, 2563)

“การสร้างกลยุทธ์การส่งออก โดยให้ความรู้กับเกษตรกรให้ผลิตทุเรียนที่มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน GAP เพื่อการส่งออกได้ จะทำให้ทุเรียนจันทบุรีนั้นได้ราคาดี เกษตรกรสามารถเป็นผู้ต่อรองราคาได้เอง”

(ลาวัลย์ พันธุ์นิล, สัมภาษณ์, 2563)

“เกษตรกรควรได้พูดคุยกับ พ่อค้าที่มารับซื้อทุเรียน แลกเปลี่ยนความรู้ความเข้าใจ ว่าต้องการอะไรแบบไหน ตามความต้องการของผู้บริโภค”

(มุกดา แต่งเม. สัมภาษณ์. 2563)

“เกษตรกรเป็นผู้ต่อรองราคาได้เอง ได้ไปพบปะกับลูกค้าโดยตรง จะช่วยให้เกษตรกร มีอำนาจในการต่อรองราคาทุเรียนได้ ไม่ถูกกดราคาจนเกินไป”

(โสภณ สุรชาติเมธี. สัมภาษณ์. 2563)

“เกษตรกรจะไม่ถูกเจ้าของแผงกดราคาให้ต่ำกว่า ตลาดในต่างประเทศมากนัก”

(วิทยา สุรชาติเมธี. สัมภาษณ์. 2563)

“เกษตรกรจะรู้เท่าทัน ตลาดต่างประเทศ ไม่ทำให้เกษตรกรเสียเปรียบผู้ประกอบการ ส่งออกทุเรียน”

(วีรนุช เจริญรัมย์. สัมภาษณ์. 2563)

“ทำให้เกษตรกรรู้ว่าควรทำผลดีอย่างไร ให้ได้คุณภาพมากขึ้น ดีขึ้นในทุกปีที่ทำ ทำให้ ราคาทุเรียนไม่ตกจนทำให้ ทุเรียนเสีราคา

(สุนิสา แจ่มกระจ่าง. สัมภาษณ์. 2563)

“ช่วยลดต้นทุน ค่าใช้จ่ายบางส่วนให้กับเกษตรกรได้”

(มาริสสา คุ่มพาล. สัมภาษณ์. 2563)

“ก่อนตัดทุเรียน เข้าไปเสนอราคา ซื้อเหมาทั้งสวน และทำสัญญาก่อนเข้ามาตัดทุเรียน เมื่อถึงวันตัด”

(มุกทิศา สุรชาติเมธี. สัมภาษณ์. 2563)

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้านว่าเกษตรกร ควรมี บทบาทในการติดต่อกับลูกค้าโดยตรง สามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปได้ดังนี้

ปัจจุบันสิ่งมีที่ที่จัดตั้งโดยคนไทยและชาวต่างชาติ เข้ามาทำธุรกิจของโรงบรรจุของชาวต่างชาติ มีหลายรูปแบบ โดยจันทบุรีมีสิ่งอยู่เป็นจำนวนมาก สิ่งนี้จะช่วยลดต้นทุนค่าใช้จ่ายบางส่วนให้กับชาวสวน แต่ทางกลับกัน มีผลต่อทางด้านการตลาดของอุตสาหกรรมทุเรียนและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง สิ่งนี้จะให้ราคาดี มีตัวแทนหรือนายหน้าลงไปสำรวจสวนต่าง ๆ ก่อนตัดทุเรียน เข้าไปเสนอราคา ซื้อเหมาทั้งสวน และทำสัญญาก่อนเข้ามาตัดทุเรียน เมื่อถึงวันถึงจะนำคนงานมาตัดทุเรียนเองถึงสวน และบรรจุทุกไปยังโรงคัดบรรจุเอง จากนั้นไปคัดแยกคุณภาพ บรรจุลงกล่อง แล้วส่งออกไปยังตลาดจีน กลยุทธ์ของชาวจีนจะทำให้ผู้ซื้อเป็นผู้ต่อรองราคาได้เอง แต่หากชาวสวนได้ไปพบปะกับคู่ค้าโดยตรง จะช่วยให้ชาวสวนมีอำนาจในการต่อรองราคาทุเรียนได้ กรณีดังกล่าวสะท้อนให้เห็นได้จากคำสัมภาษณ์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก แบบเจาะจงของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งประกอบด้วย (1) เกษตรกรสวนทุเรียน อำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี จำนวน 15 คน (2) สมาคมส่งออกจังหวัดจันทบุรี จำนวน 1 คน (3) หอการค้าจังหวัดจันทบุรี จำนวน 1 คน (3) พาณิชย์จังหวัดจันทบุรี จำนวน 1 คน และ (4) ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกทุเรียนจังหวัดจันทบุรี จำนวน 3 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 21 คน โดยพื้นที่ในการศึกษาวิจัยคือ อำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ผู้วิจัยมีความรู้ และเข้าถึงพื้นที่ได้สะดวกต่อการศึกษาวิจัย ภายใต้การกำหนดคุณสมบัติ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัย คือ เป็นผู้มีเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ ความรู้ ความเข้าใจด้านการสื่อสาร การจัดการการสื่อสาร และการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารเกี่ยวกับการผลิตทุเรียน การส่งออก การส่งเสริมและพัฒนาทุเรียนของจังหวัดจันทบุรี ไม่น้อยกว่า 5 ปี โดยมีพื้นที่และปฏิบัติอยู่ในจังหวัดจันทบุรีที่ผู้วิจัยทำการศึกษา เพื่อความสะดวกในการรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้มุ่งศึกษาและหาคำตอบตามวัตถุประสงค์ทางการวิจัยที่กำหนดไว้ 2 ประการ คือ (1) เพื่อวิเคราะห์ปัญหาทางการตลาดที่ส่งผลต่อการสื่อสารการตลาดเพื่อส่งออกทุเรียนของจังหวัดจันทบุรี พบว่าเกิดจากปัญหาด้านเอกสาร, ปัญหาด้านโลจิสติกส์, ปัญหาด้านการตลาด โดยเฉพาะความเข้มงวดของตลาดต่างประเทศในการควบคุมคุณภาพของผลผลิต, ปัญหาด้านสุขอนามัย, ปัญหาการเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มภายในต่างประเทศ และปัญหาการกระจุกตัวของแหล่งนำเข้า (2) เพื่อศึกษาการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนของจังหวัดจันทบุรี พบว่า ควรมีกลยุทธ์การสื่อสารด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy) โดยเฉพาะการพิจารณาเร่งปรับปรุงมาตรฐานสินค้าส่งออก ระบบการตรวจสอบและกำกับควบคุมคุณภาพสินค้าส่งออก รูปลักษณ์ระดับสารตกค้างและบรรจุภัณฑ์ กลยุทธ์การสื่อสารด้านราคา (Pricing Strategy) ควรเปลี่ยนมุมมองมาให้ความสำคัญกับการส่งออกเชิงคุณภาพมากกว่าเชิงปริมาณ เพื่อยกระดับราคาสินค้าในตลาดต่างประเทศ กลยุทธ์การสื่อสารด้านโลจิสติกส์ (Logistics Strategy) ควรให้ความรู้ความเข้าใจแก่เกษตรกร

ผู้นำเข้า ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีกเกี่ยวกับการเก็บเกี่ยว และรักษาคุณภาพของผลไม้ในระหว่างการขนส่ง และรอการขาย และกลยุทธ์การสื่อสารด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotional Strategy) เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และเพิ่มการบริโภคผลไม้ไทยในตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี