

ลองกอง

ชื่อไทย : ลองกอง

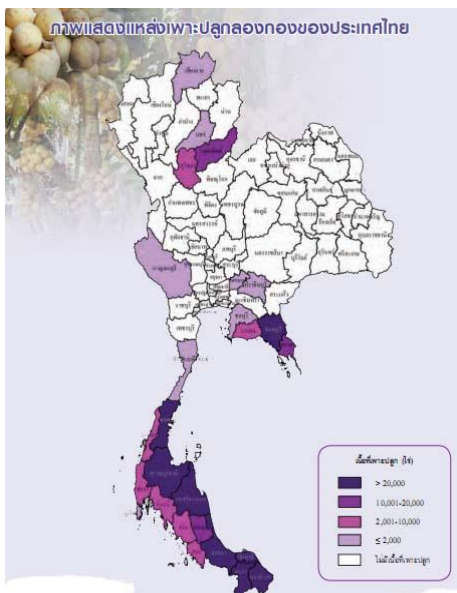
ชื่อสามัญ/ชื่ออังกฤษ : Longkong

ชื่อวิทยาศาสตร์ *Aglaia* sp.

โดย นางสาวทัศนาศิตสร้าง

นักวิชาการเกษตรชำนาญการ

กลุ่มส่งเสริมไม้ผล



จังหวัดที่ปลูกมาก ได้แก่
นราธิวาส ยะลา จันทบุรี
นครศรีธรรมราช

สถิติการผลิต			
	ปี 59	ปี 60	ปี 61
เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	333,056	311,680	295,069
เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	312,065	294,829	284,091
ผลผลิตเฉลี่ย(กก./ไร่)	346	163	264
ผลผลิตรวม (ตัน)	108,142	48,059	74,917
วัตถุดิบ - ใช้ในประเทศ	97.72%	98.44%	98.07%
- ส่งออก	2.28%	1.56%	1.93%

ต้นทุน / ผลตอบแทน
ต้นทุน (ปี 61 : บาท/ไร่)
1. ต้นทุนรวมต่อไร่ 9,768 บาท
2. ต้นทุนรวมต่อกิโลกรัม 37.00 บาท

ฤดูกาลผลผลิต(ร้อยละที่ออกสู่ตลาด)

ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
-	-	-	0.10	1.36	3.95	10.33	38.16	32.16	12.76	1.18	-
ปี 2561											

ราคาลองกองผลที่เกษตรกรขายได้ที่สวนเฉลี่ยทั้งประเทศ (บาท/กิโลกรัม)

ปี	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	เฉลี่ย
59	25.00	25.00	25.00	62.00	53.59	42.93	54.47	43.52	32.16	16.86	28.00	28.00	42.94
60	28.00	28.00	28.00	28.00	51.98	40.81	38.55	34.20	40	40	40	-	39.75
61	40	40-	40-	70-	54	33.32	46.11	35.71	26.67	26.67	26.6-	26.6-	36.87

ส่งออก	ข้อได้เปรียบเสียเปรียบ สินค้าไทย	นำเข้า**
ปี 59 60 61	ได้เปรียบ	-
ลองกองสด	1. ไทยเป็นแหล่งผลิตสำคัญ	
ปริมาณ(ตัน) 2,293 752 1,447	2. มีคุณค่าทางโภชนาการและรสชาติดี	
มูลค่า(ล้านบาท) 34.14 31.00 45.53	เสียเปรียบ	
	1. ต้นทุนการผลิตสูง	
	2. ผลผลิตเสียหายง่าย อายุการเก็บรักษาสั้น	
	3. ผลผลิตส่วนมากมีจำหน่ายเป็นฤดูกาล	
ประเทศคู่ค้าของไทย เวียดนาม ลิงคโปร์ กัมพูชา	ประเทศผู้ผลิตสำคัญ มาเลเซีย	ประเทศผู้นำเข้าสำคัญ ของโลก กัมพูชา ลิงคโปร์ เวียดนาม

ศักยภาพ/จุดเด่น	ปัญหา/ข้อจำกัด	แนวทางพัฒนา/แก้ไข
<p>การผลิต</p> <p>1. บริโภคในประเทศร้อยละ 98 และส่งออก ร้อยละ 2 ของผลผลิตทั้งหมด</p> <p>2. ผลผลิตมีคุณภาพดีเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ</p> <p>การแปรรูป</p> <p>สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) มีการวิจัย</p> <ul style="list-style-type: none"> - การแปรรูปเป็น 5 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เครื่องดื่ม น้ำลองกอง แยมลองกอง เยลลี่ลองกอง ลองกองลอยแก้ว และลองกอง แช่อิ่มอบแห้ง - ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตน้ำลองกองพร้อมดื่ม 	<p>การตลาด</p> <p>1. การกระจายผลผลิต รวมทั้งแมลงที่ติดไปกับช่อผล</p>	<p>ดำเนินการภายใต้ยุทธศาสตร์ผลไม้ไทย ปี 2558-2564 ได้แก่</p> <p>กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพการผลิต</p> <p>กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาการตลาดในประเทศ</p> <p>กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการตลาดส่งออก</p>

ที่มา: 1. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

2. กรมศุลกากร

3. กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์